

Einzelhandels-/ Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Staßfurt

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Staßfurt
Hohenerxlebener Straße 12
39418 Staßfurt

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Silvia Horn

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Zielsetzung	6
2. Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Staßfurt	8
2.1. Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite	8
2.2. Strukturdaten der Angebotsseite	13
2.3. Zusammenfassung der veränderten Rahmenbedingungen des Einzelhandels	18
3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels	20
4. Makrostandort Staßfurt.....	27
5. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Staßfurter Einzelhandels	33
5.1. Regionale Wettbewerbssituation	33
5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial	35
5.3. Marktpotenzial	37
6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Staßfurt.....	39
6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand	39
6.2. Räumliche Verteilung des Staßfurter Einzelhandels	41
6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	44
6.3.1. Sortimentsstruktur Staßfurt	44
6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich.....	45
6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich	47
6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich	49
6.4. Zentralität des Staßfurter Einzelhandels	51
6.5. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Staßfurt	53
6.5.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	53
6.5.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots.....	55
6.6. SWOT-Analyse des Staßfurter Einzelhandels	58
7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für Staßfurt	59
7.1. Nachfrageprognose 2025	59
7.2. Entwicklungsrahmen des Staßfurter Einzelhandels 2025	61
7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept	66
7.3.1. Lebensmittel (Nahversorgungskonzept)	66
7.3.2. Non-Food	71
7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts	74

8. Zentrenkonzept der Stadt Staßfurt	77
8.1. Ziele des Zentrenkonzepts	77
8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	78
8.3. Zentren-/ Standortkonzept Staßfurt	81
8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	81
8.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	85
8.3.3. Zentraler Versorgungsbereich Löderburger Straße.....	92
8.3.4. Grundversorgungsstandorte	95
8.3.5. Sonderlagen.....	100
8.4. Sortimentskonzept Staßfurt	109
8.4.1. Begriffsdefinition.....	109
8.4.2. „Staßfurter Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	111
8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Staßfurt	114
8.6. Handlungsempfehlungen zur Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung.....	117
9. Schlussbemerkung	119

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte Einzelhandels- und Zentrenkonzept Staßfurt.....	7
Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2014 und 2040 (in %)	8
Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040	9
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen.....	9
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2004 bis 2014	13
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen in den Jahren 2007-2014.....	14
Abbildung 7: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland (in %)	15
Abbildung 8: Top-10 Warengruppen im Online-Handel nach Umsatz in den Jahren 2013 und 2014.....	15
Abbildung 9: Neue Einzelhandelskonzepte (Auswahl).....	16
Abbildung 10: Verteilung der Shoppingcenter in Deutschland nach Lage und Eröffnungszeitraum	17
Abbildung 11: Bevölkerungsverteilung Staßfurt	29
Abbildung 12: Altersstruktur Staßfurt im landesweiten Vergleich	30
Abbildung 13: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in % der Bevölkerung)	30
Abbildung 14: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	31
Abbildung 15: Einzelhandelszentralitäten ausgewählter Städte im regionalen Umfeld von Staßfurt	34
Abbildung 16: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern in Staßfurt	37
Abbildung 17: Verkaufsflächendichte (m ² /Einwohner) ausgewählter Städte in Sachsen-Anhalt.....	39
Abbildung 18: Betriebsgrößenklassen des Staßfurter Einzelhandels	40
Abbildung 19: Verkaufsflächenstruktur Staßfurt 2014.....	44
Abbildung 20: Branchenspezifische Einzelhandelszentralitäten von Staßfurt	52
Abbildung 21: SWOT-Analyse des Staßfurter Einzelhandels	58
Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens.....	61
Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung.....	62
Abbildung 24: Aktuelle Einzelhandelszentralitäten und Ziel-Zentralitäten für Staßfurt (2025).....	63
Abbildung 25: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens	64
Abbildung 26: Innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl).....	76
Abbildung 27: Städtebauliche Ziele sowie Standort- und Sortimentskonzept Staßfurt.....	77
Abbildung 28: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	79
Abbildung 29: Modell der Zentrenstruktur von Staßfurt	81
Abbildung 30: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	83
Abbildung 31: Kurzübersicht zur möglichen Revitalisierung des Standortes Luisenplatz	88
Abbildung 32: Kurzübersicht zur möglichen Bebauung des Standortes Neumarkt	90
Abbildung 33: Funktionen und Entwicklungsstand der Teilbereiche im zentralen Versorgungsbereich	91
Abbildung 34: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Staßfurt	119

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Staßfurt im Vergleich	28
Tabelle 2: Pendlerbewegungen / Pendlersaldo von Staßfurt.....	31
Tabelle 3: Beherbergungen in Staßfurt	32
Tabelle 4: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet von Staßfurt.....	36
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial für das Marktgebiet von Staßfurt	38
Tabelle 6: Betriebe und Verkaufsflächen in Staßfurt im Vergleich.....	39
Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte nach Stadtgebieten	41
Tabelle 8: Verkaufsflächen und Geschäfte nach Einzelhandelsstandorten.....	43
Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich	46
Tabelle 10: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich	48
Tabelle 11: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich	50
Tabelle 12: Zentralität des Staßfurter Einzelhandels nach Bedarfsbereichen	51
Tabelle 13: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Staßfurt	53
Tabelle 14: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen	57
Tabelle 15: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Staßfurter Einzelhandels	59
Tabelle 16: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Staßfurter Einzelhandels	60
Tabelle 17: Rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf in Staßfurt bis zum Jahr 2025.....	65
Tabelle 18: Entwicklungspotenziale für den Staßfurter Einzelhandel (Kurzzusammenfassung).....	74
Tabelle 19: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	109
Tabelle 20: Staßfurter Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	112

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2015	10
Karte 2: Lagebeziehungen von Staßfurt im regionalen Kontext	27
Karte 3: Raumstruktur Sachsen-Anhalt (Ausschnitt).....	28
Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Staßfurt inkl. generierter Umsätze.....	33
Karte 5: Zonierung des Einzugsgebiets von Staßfurt.....	35
Karte 6: Strukturprägende Einzelhandelsstandorte im Staßfurter Kernstadtgebiet (Skizzierung)	42
Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter der Kernstadt	55
Karte 8: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Ortsteilen	56
Karte 9: Abdeckung des Kernstadtgebietes durch strukturprägende Lebensmittelanbieter	68
Karte 10: Fußläufiger Nahbereich der Potenzialstandortes Staßfurter Straße im OT Neundorf	69
Karte 11: Zentren-/ Standortkonzept Staßfurt	84

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Staßfurt.....	120
Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	122
Anlage 3: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	124
Anlage 4: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Löderburger Straße	125

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die Stadt Staßfurt hat die BBE Handelsberatung GmbH Ende des Jahres 2013 mit der Erstellung bzw. der Aktualisierung des **Einzelhandels- und Zentrenkonzepts** beauftragt. Das ursprüngliche Einzelhandelskonzept stammt aus dem Jahr 1997 und hat u.a. nicht mehr den rechtlichen Anforderungen zur Standortsteuerung des Einzelhandels entsprochen. Die Überarbeitung bzw. Neuaufstellung hat sich ferner aus der Notwendigkeit ergeben, dass sich in den vergangenen Jahren sowohl die nachfrageseitigen als auch die angebotsseitigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in Staßfurt wesentlich verändert haben. Vor diesem Hintergrund ergab sich die Notwendigkeit der Anpassung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Das Ziel dieses städtebaulichen Entwicklungskonzepts ist es, eine fachliche Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Staßfurt zu erarbeiten. Damit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf gerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen, die ein attraktives Angebot für die Einwohner und die Besucher der Stadt Staßfurt darstellen, gesichert bzw. herausgebildet werden.

Als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen nimmt der Einzelhandel in positiver und auch negativer Hinsicht maßgeblichen Einfluss auf die **Entwicklungsperspektiven von Staßfurt**, insbesondere auf den Innenstadtbereich. Der Einzelhandel der Stadt Staßfurt ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Innenstadt, in Nahversorgungslagen und in zwei dezentralen Fachmarkttagglomerationen am östlichen und am westlichen Ortsausgang der Stadt geprägt. In Folge weiterer städtebaulicher Entwicklungsprozesse, insbesondere auch auf Grund der demographischen Entwicklungen, sind Veränderungen der Funktionen und Angebotsschwerpunkte von Einzelhandelsstandorten zu erwarten.

Dies trifft insbesondere für die **Staßfurter Innenstadt** zu, deren Einzelhandelsangebot sich aktuell auf insgesamt drei Standortlagen mit einem unterschiedlichen Gewicht verteilt. Zwischen diesen Lagen bestehen städtebauliche und natürliche Zäsuren, so dass die Ausprägung einer zusammenhängenden Geschäftslage bzw. eines kompakten Zentrums bisher nicht erfolgt ist. Demzufolge können diese separaten Geschäftslagen – weder einzelnen noch im Zusammenspiel – keine wesentliche überörtliche Strahlkraft erzeugen, wie dies in vergleichbaren Städten dieser Größe üblich ist.

Folgende wesentliche **Ziele** gilt es, bei der zu erstellenden Einzelhandelskonzeption für Staßfurt zu berücksichtigen:

- Staßfurt soll den Einwohnern der Stadt und seinem mittelzentralen Verflechtungsbereich ein breit gefächertes Versorgungsangebot bereitstellen, wobei die Innenstadt als Angebotsschwerpunkt – insbesondere für die sog. zentrenrelevanten Sortimente – gefestigt und ausgebaut werden soll.
- Die Grundversorgungseinrichtungen sollen in integrierter Lage sowohl fußläufig als auch mit dem ÖPNV erreichbar angesiedelt werden. Die Abdeckung der notwendigen Bedürfnisse des periodischen Nachfragebereichs soll für die Wohnbevölkerung mit einem minimalem Zeit- und Kostenaufwand verbunden sein.

Die Erstellung des Einzelhandels- bzw. Zentrenkonzeptes ist in verschiedenen Teilschritten erfolgt. Zur Absicherung der Datenbasis und der Verifizierung der Bearbeitungsergebnisse wurde eine **Befragung von Konsumenten und von Gewerbetreibenden** durchgeführt. Hierbei konnten insbesondere Einkaufspräferenzen, Konsumentenströme und das Einzugsgebiet des Staßfurter Einzelhandels erkannt werden.

Bei der Erstellung des **gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts** liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den derzeit erzielten Kaufkraftbindungsquoten des Staßfurter Einzelhandels. Perspektivisch soll in Staßfurt ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes von Staßfurt entspricht. Die Stadt Staßfurt ist in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen, so dass die Stadt eine Versorgungsfunktion im Einzelhandel für die eigenen Bewohner und auch die Bevölkerung im Verflechtungsbereich übernehmen soll.

Im Rahmen der Bearbeitung wird ein Fokus insbesondere auf die Staßfurter Innenstadt und die bestehende Nahversorgungssituation gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven (Einzelhandelskonzept) wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche, aber auch Nahversorgungslagen und sog. Sonderstandorte für Staßfurt definiert (Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept). Diese sog. „Staßfurter Sortimentsliste“ ist dann auch Grundlage für weitere Entscheidungen in Bezug auf mögliche Ansiedlungsvorhaben.

Folgende Abbildung stellt die wesentlichen Bearbeitungsschritte für die Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes überblicksartig dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte Einzelhandels- und Zentrenkonzept Staßfurt

Konsumenten-/ Haushaltsbefragung	<ul style="list-style-type: none"> - Durchführung der Konsumenten-/ Haushaltsbefragung - Durchführung einer Kundenwohnorterberhebung durch Gewerbetreibende in Staßfurt 	Feb. - Apr. 2014
Angebotsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten - Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands - Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels 	Jul. - Aug. 2014
Nachfrageanalyse	<ul style="list-style-type: none"> - Abgrenzung des Einzugsgebietes - Berechnung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage 	Sep. 2014
Einzelhandelsentwicklungskonzept	<ul style="list-style-type: none"> - Kaufkraftprognose für das Jahr 2025 - Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des Einzelhandels bis zum Jahr 2025 - Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen 	Nov. - Dez. 2014
Zentrenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> - Ausarbeitung Zentrenkonzept - Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche - Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung 	Feb. - Mai 2015
Ergänzungen/ Überarbeitung/ Auslegung/ Diskussion	<ul style="list-style-type: none"> - Abstimmung des Konzeptes mit der Verwaltung - Öffentliche Präsentation - Einarbeitung von Ergänzungen auf Grund der eingegangenen Stellungnahmen - Überarbeitung der flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten des Staßfurter Einzelhandels auf Grundlage der aktuellen Bevölkerungsprognose¹ 	ab Jun. 2015

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Das folgende Konzept ist auf eine geordnete und wettbewerbsfähige Positionierung des Einzelhandels von Staßfurt sowie eine aktive, städtebaulich verträgliche Investitionspolitik im Bereich des Handels ausgerichtet. Es dient dem Grundsatz der Sicherung einer nachhaltigen Stadtentwicklung auf Basis der ausgewiesenen landesplanerischen Funktion der Stadt Staßfurt. Das Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gedacht und wird durch den Beschluss des Staßfurter Stadtrats für die Verwaltung bindend.

¹ Bei der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes wurde die zum damaligen Zeitpunkt aktuelle 5. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für das Jahr 2025 zu Grunde gelegt. Zwischenzeitlich wurde vom Statistischen Landesamt die 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose veröffentlicht, wobei für Staßfurt für das Jahr 2025 ein höherer Bevölkerungsstand prognostiziert wird. Die Abweichung der beiden Vorausberechnungen beträgt ca. 1.050 Personen, so dass sich hierdurch für das Prognosejahr 2025 auch ein höheres einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial ergibt. Somit wurde im März 2018 eine Anpassung des Einzelhandelskonzeptes vorgenommen.

2. Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Staßfurt

Die Entwicklungstrends im deutschen Einzelhandel werden von übergeordneten Entwicklungen maßgeblich beeinflusst. Hierbei können Trends auf der Nachfrageseite und der Angebotsseite unterschieden werden.

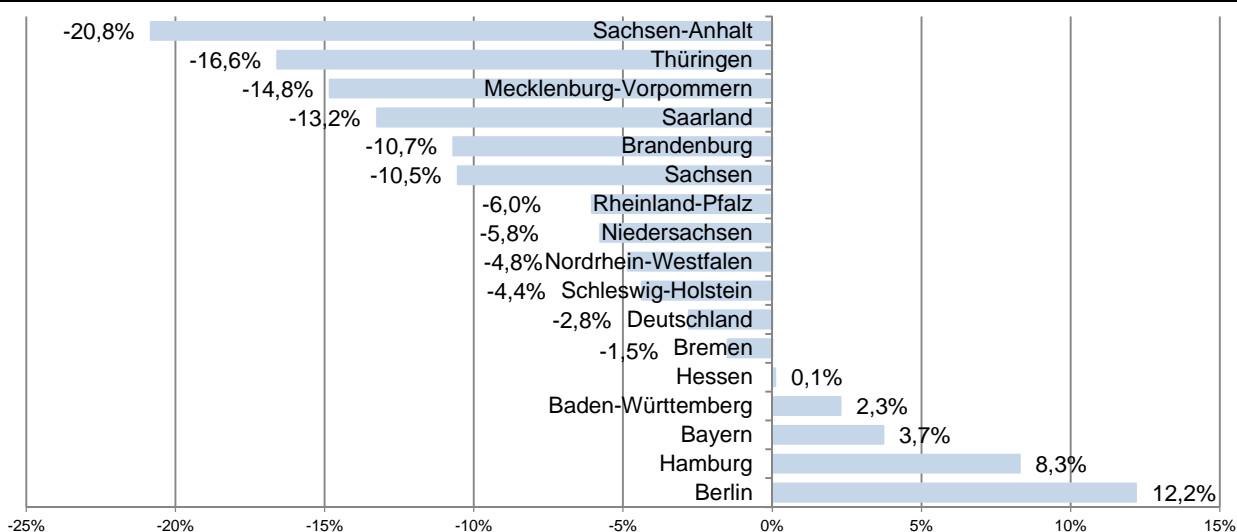
2.1. Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite

Die Nachfrageseite wird im Wesentlichen durch die **demographische Entwicklung** und die dem Einzelhandel zufließenden Kaufkraftvolumina bestimmt. Der Zensus hat deutlich gezeigt, dass in Deutschland die Bevölkerung - über die letzten Jahre betrachtet - abnimmt. Die deutsche Bevölkerung wird gleichzeitig im Durchschnitt immer älter. Dies hat nicht nur nachhaltige Auswirkungen auf die Sozialsysteme, sondern auch auf den Einzelhandel, hängt doch dessen Existenz ganz wesentlich von einer ausreichenden und kaufkräftigen Anzahl potenzieller Kunden ab.

Die Bevölkerungsentwicklung ist in Deutschland räumlich betrachtet nicht gleichverteilt. Vielmehr bestehen große regionale Unterschiede. Durch die innerdeutsche Wanderungsbewegung ist im Süden und im Nordwesten Deutschlands, aber auch in vielen Ballungsräumen in den nächsten 10 bis 20 Jahren mit einem weiteren Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht vor allem zulasten der östlichen, aber auch teilweise zulasten der westlichen Gebiete der Republik (z.B. des Saarlands, ländlicher Gebiete aller Bundesländer). Dieser Trend ist bereits bei Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahren zu beobachten. So haben sich die Einwohnerzahlen in den letzten Jahren insbesondere in ostdeutschen Bundesländern deutlich vermindert.

Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung und demnach auch mit einem sinkenden Nachfragepotenzial im Einzelhandel zu rechnen. Dabei sind insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern, so auch in Sachsen-Anhalt (-20,8 %), die höchsten Bevölkerungsrückgänge zu erwarten.

Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2014 und 2040 (in %)

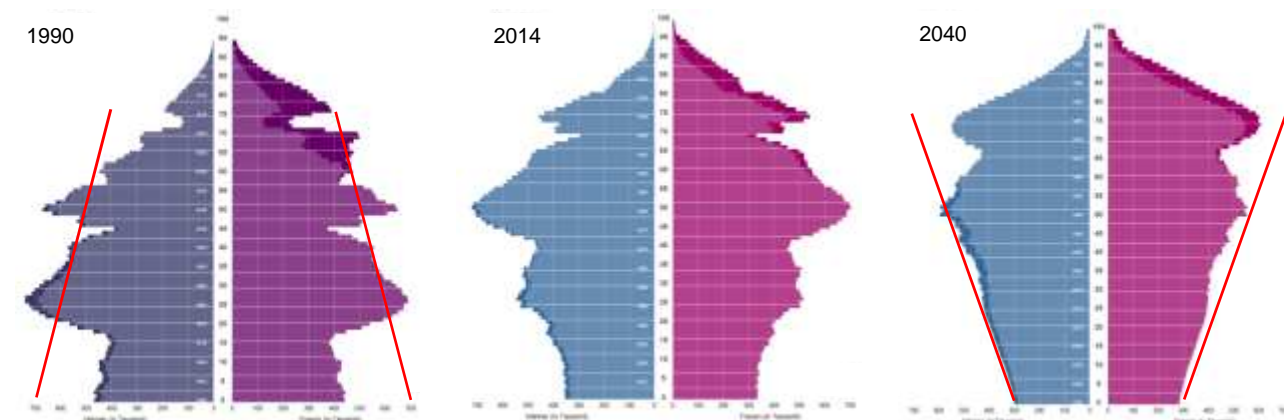


Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (2015), Variante 2

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. Bevölkerungspyramide. Die Lebenserwartungen steigen sowohl für Männer als auch für Frauen stetig an. Die Geburtenanzahl (Geburtenrate) ist dagegen in den letzten Jahren rückläufig und führt zu einem anteiligen Rückgang jüngerer Menschen.

Der vorstehende Trend zeigt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung**, welcher bis zum Jahr 2040 konstant zunehmen wird und somit eine (Über-)Alterung der Bevölkerung bewirkt. Bis dahin werden ca. 30 % der Bevölkerung in Deutschland älter als 65 Jahre sein.

Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040

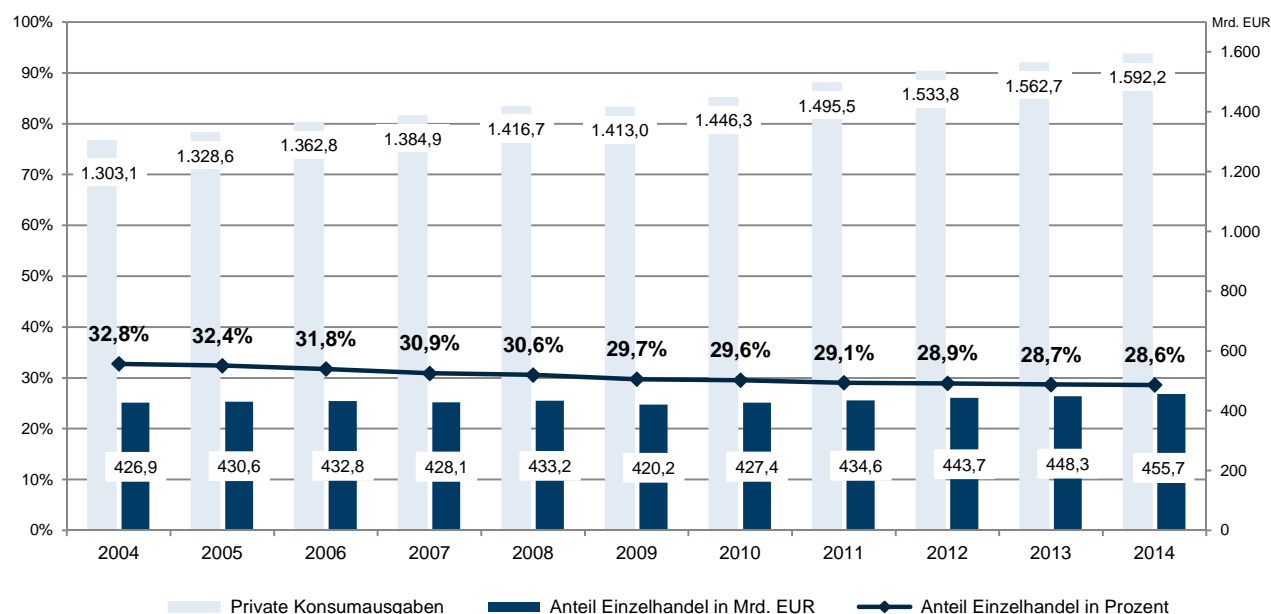


Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (2015), Variante 2

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

Zu dem perspektivisch rückläufigen Marktvolumen auf Grund des Rückgangs der Konsumentenanzahl kommt zudem ein tendenziell leicht **sinkender Ausgabenanteil im Einzelhandel** am verfügbaren Gesamteinkommen der Deutschen hinzu. Obwohl die privaten Konsumausgaben – auch im Einzelhandel – sowie das verfügbare Einkommen in den letzten Jahren stetig gestiegen sind, hat der Anteil des Einzelhandels am Einkommen in der vergangenen Dekade um 4,2 %-Punkte abgenommen und lag im Jahr 2014 bei 28,8 %.

Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen



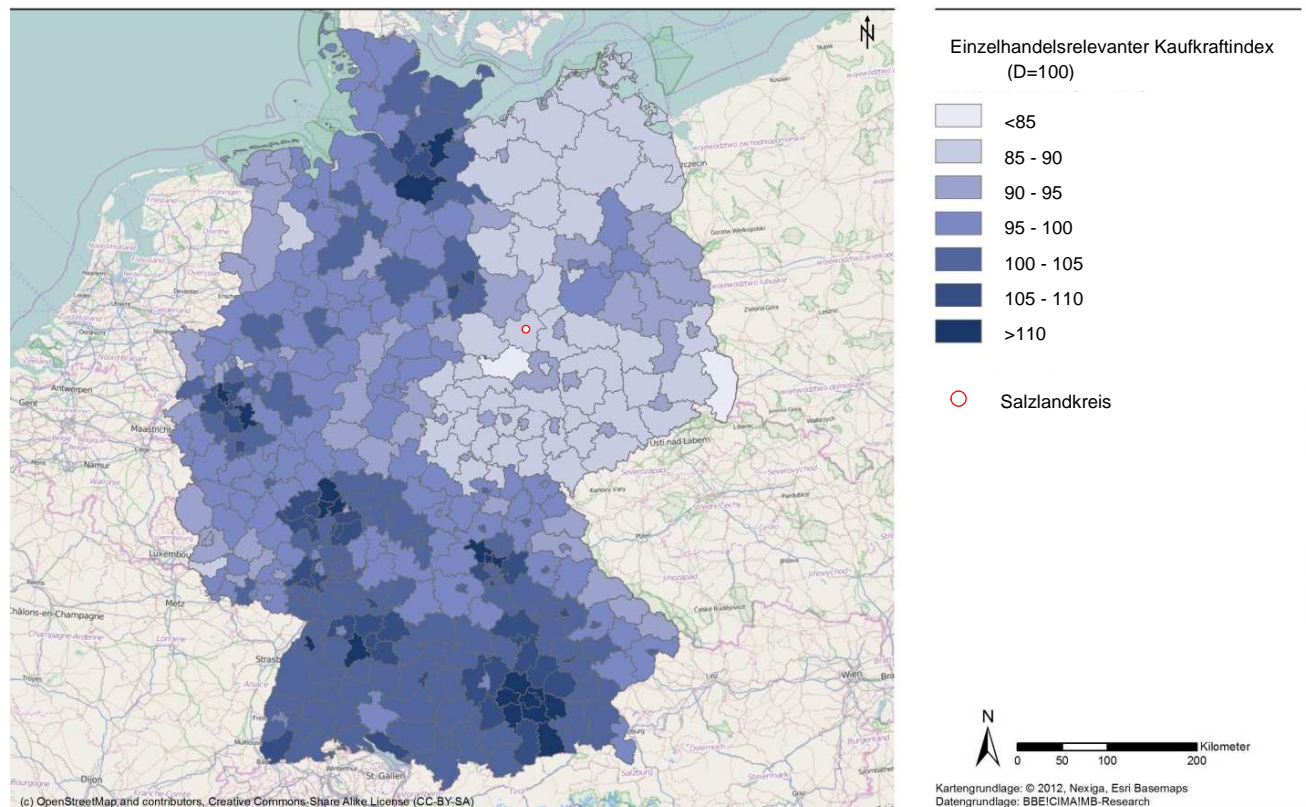
Quelle: Statistisches Bundesamt, EHI Handelsdaten 2014

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

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

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2015 für die Bundesrepublik auf Landkreisebene dargestellt. Dabei gibt der Kaufkraftindex von 100 den Bundesdurchschnitt an. Im Vergleich der einzelnen Landkreise wird deutlich, dass innerhalb von Deutschland deutliche regionale Disparitäten bestehen.

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2015



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex beträgt im Land Sachsen-Anhalt 88,5, so dass dem lokalen Einzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0) deutlich geringere Nachfragepotenziale je Einwohner zur Verfügung stehen. Im Salzlandkreis liegt der Kaufkraftindex mit 85,4 sogar unter dem Landesdurchschnitt. Dementsprechend bestehen für den lokalen Einzelhandel in Bezug auf die Nachfrage schlechtere Entwicklungschancen.

Neben den "statistischen" Veränderungen sind weiterhin **Veränderungen im Kundenverhalten** festzustellen. Sprach man vor einigen Jahren noch vom "hybriden Kunden", so ist in den letzten Jahren zunehmend die Entwicklung hin zu einem "multioptionalen Konsumentenverhalten" zu beobachten. Im Gegensatz zur Bipolarität des hybriden Verbrauchers, der Discount und Premium kombiniert, ist der multioptionale Konsument durch ein vielschichtigeres und instabileres Werte-, Bedürfnis- und Verhaltensmuster gekennzeichnet, das keinem festgelegten Prinzip folgt. Um dem veränderten Konsumentenverhalten gerecht zu werden, ist

eine wachsende Angebotsvielfalt erforderlich, um die unterschiedlichen Stilrichtungen und Wünsche umzusetzen.²

Insgesamt lässt sich ein Trend zur Individualisierung beim Konsumentenverhalten beobachten. Dieses „unberechenbare“ Einkaufsverhalten stellt für das Handelsmanagement eine große Herausforderung dar, da die Loyalität des Konsumenten sinkt und somit auch der Anteil von Stammkunden zurückgeht. Eine weitere wichtige Rolle im Konsumentenverhalten spielt der Zeitfaktor. Dieser Faktor entwickelt sich zunehmend zu einer knappen Ressource. Der Konsument reagiert auf dieses Phänomen mit der Suche nach Möglichkeiten, um Zeit zu sparen. Neue Entwicklungen wie der Convenience-Trend und das Multi-Channel-Retailing hängen unmittelbar mit dem Ziel der Zeitersparnis zusammen.

Nachfolgend werden die wichtigsten **aktuellen Trends** in Bezug auf das Kundenverhalten kurz dargestellt:

- „Smart-Shopper“: Discount und Luxus sind kein Widerspruch: Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann dann für Luxus ausgegeben werden. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden: Der Konsument schlüpft ständig in andere Identitäten und sucht einerseits das ultimative Sonderangebot, andererseits Erlebnisse, Freundlichkeit und Bequemlichkeit. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt aber auch, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können. Der größere Rest der Bevölkerung muss sich zwangsläufig konsumseitig zurückhalten, so dass auch der Trend zum Discount bestehen bleiben wird.
- Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode: Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, rastloser Konsum nicht. Markenprodukte können dank kundenindividueller Massenfertigung sogar nach eigenen Vorstellungen abgeändert oder gestaltet werden.
- Gesundheitsorientierung: Gesundes Essen wird für viele Bevölkerungsgruppen immer wichtiger. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, denn immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern. So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zunehmend nachgefragt.
- Wellness und neue Besinnlichkeit: Es wird immer erstrebenswerter, Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht zu bringen. Der Rückzug ins Private ersetzt hektischen Konsum, stattdessen wird Zeit mit der Familie oder dem Lebenspartner verbracht. Aus kulturellem Interesse – aber auch dank der „Billigflieger“ und günstiger Pauschalangebote - werden mehr Städtereisen durchgeführt, „sanfte“ Sportarten wie Nordic-Walking oder Wandern sowie Musik, Lesen und kreative Tätigkeiten bieten Entspannung. Langsamkeit und Authentizität sind gefragt. Dabei ist durchaus Eitelkeit im Spiel: „Selbstoptimierung“ durch gesunde Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Haushalte eine zunehmende Rolle.
- Online leben: Immer mehr Haushalte sind an das Internet angeschlossen, immer leistungsfähigere Technik ermöglicht schnellen Informationsaustausch, Mediengenuss sowie nicht zuletzt Preisvergleiche und Online-Einkauf. Mobile Geräte und die ständige Verbindung zum Netz bestimmen den Alltag und verändern die Kommunikations- und Freizeitgewohnheiten nicht nur junger Menschen. Medienkompetenz entscheidet über Zukunftschancen: Dies gilt auch für den Handel, da die Auseinandersetzung mit Online-Angeboten für viele Branchen existenziell ist.
- Neue Senioren: Es wird künftig mehr ältere Menschen geben, deren Einkaufsverhalten sich von dem früherer „Senioren“ unterscheiden wird: Sie wollen das Leben genießen, haben Ansprüche und stellen Sparen nicht mehr in den Mittelpunkt. Sie schätzen die Vielfalt, allerdings nur wenn sie mit persönlicher Ansprache durch das Personal einhergeht. Sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und

2 vgl. Heinritz/Klein/Popp 2003: S. 156.

erwarten Service. Viele sind bis ins hohe Alter mobil, an neuen Erfahrungen interessiert und kaufkraftstark. Auch als Singles wollen sie nicht allein sein. So ist Wohnen in der Stadt zunehmend gefragt. Der Einkauf dient auch der Begegnung mit anderen Menschen und es werden überschaubare Versorgungsstrukturen in Wohnortnähe bevorzugt.

- **Regionalität:** Bewusste Ernährung und verantwortungsvoller Konsum sind im Zuge der Umwelt- und Klimadiskussionen immer mehr in den Fokus der Verbraucher gerückt. Neben dem Trend zu Bio-Produkten achten Konsumenten heute verstärkt auf Produkte heimischer Herkunft. Immer öfter fallen regionale Waren in den Geschäften durch explizite Kennzeichnung auf. Geschätzt werden vor allem die Qualität und Frische der Erzeugnisse, aber auch der Beitrag zur Nachhaltigkeit und die Unterstützung der regionalen Wirtschaft. Produkte und Geschäftsmodelle, die ihre Region gezielt als Alleinstellungsmerkmal nutzen, erwecken beim Konsumenten ein Gefühl von Vertrautheit und Authentizität. Regionale Produkte werden von den Verbrauchern als ursprünglicher, glaubhafter und gesünder eingestuft. Sie verkörpern die Besonderheiten einer Region und versuchen dem Einzelnen eine räumliche Identität zu geben.

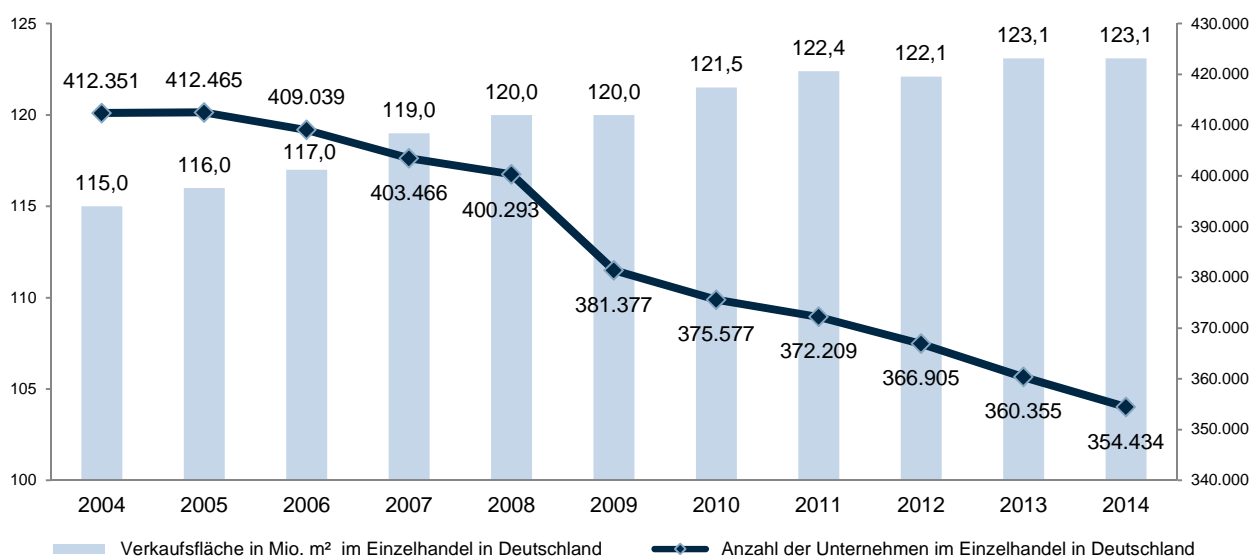
2.2. Strukturdaten der Angebotsseite

Im Nachgang zu den kurz beschriebenen Trends auf der Nachfrageseite, welche die Bestimmungsfaktoren für die Umsätze im Einzelhandel und somit für das Angebot darstellen, werden in Folge überblicksartig die wesentlichen Entwicklungstendenzen des Einzelhandels in Deutschland aufgeführt.

Die Entwicklung des Einzelhandels ist in den letzten Jahren durch ein starkes **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während das Flächenwachstum Anfang der 1990er Jahre vor allem durch die Entwicklung in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt war, ist der Zuwachs der letzten Jahre wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten, Non-Food-Fachmärkten und auch Shopping-Centern gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen dabei durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Verkaufsflächenzuwachs betrug in den letzten zehn Jahren rund 8,1 Mio. m² Verkaufsfläche.³

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

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2004 bis 2014



Quelle: Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die Anzahl der **Einzelhandelsunternehmen** ist in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig. Allein in dem Zeitraum zwischen 2004 und 2014 hat sich die Zahl der Einzelhandelsbetriebe deutschlandweit um über 14 % reduziert (vgl. Abb. 5). Als Konsequenz zu dem vorstehend dargestellten Verkaufsflächenwachstum ergeben sich daraus im Mittel größere Betriebseinheiten.

Der bereits seit langem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel vollzieht sich dabei insbesondere zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte. Einen Bedeutungszuwachs konnten andererseits filialierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountorientierte Handelsunternehmen erzielen.

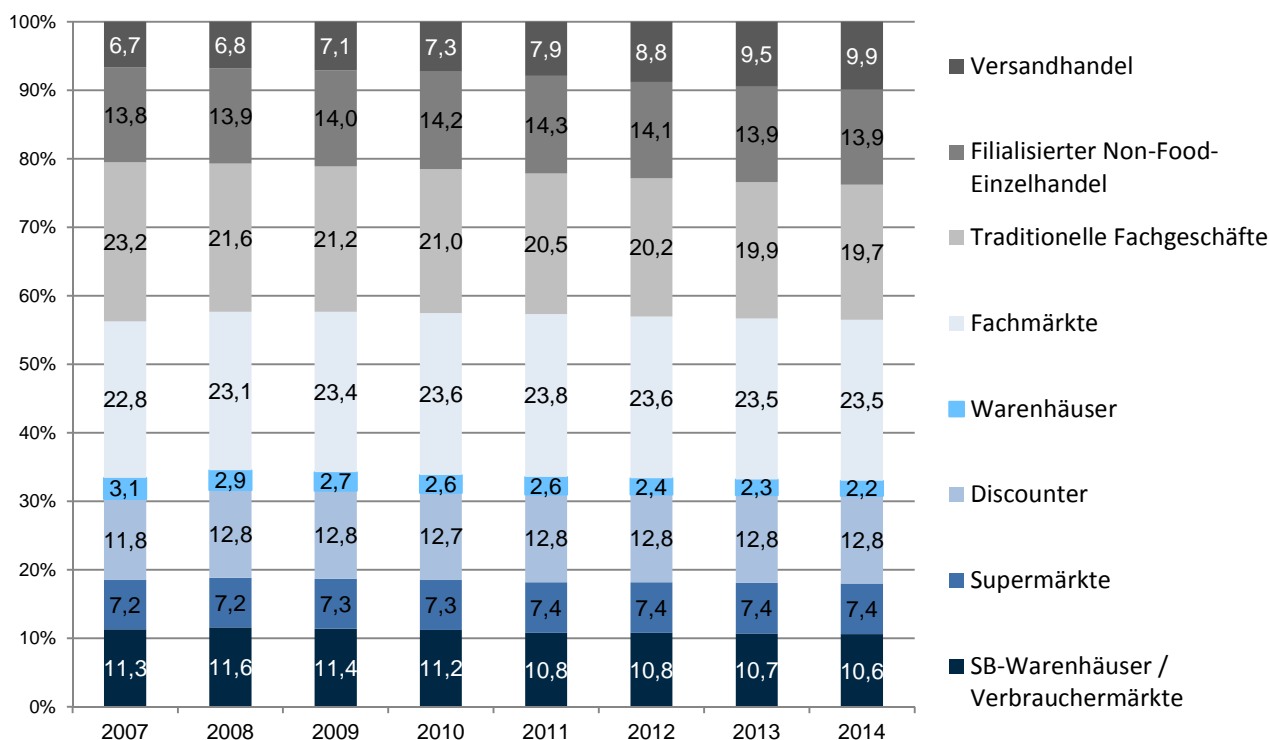
³ Anmerkung: Der Verkaufsflächenzuwachs betrug allein im Lebensmittelhandel zwischen 2009 und 2013 rund 1,7 Mio. m² Verkaufsfläche. Quelle: Statista Hamburg.

Die Folge des stetigen Flächenwachstums, dem ein relativ konstanter Einzelhandelsumsatz der letzten Jahre gegenübersteht, wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**⁴ deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen knapp 20 Jahren um rd. 15 % vermindert und liegt derzeit bei rd. 3.320 EUR/m² Verkaufsfläche.⁵ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in vielen Branchen nicht mehr vollumfänglich möglich. Dies trifft vor allem Anbieter an kostenintensiven Standorten und Betriebe mit einer unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit (sog. Grenzertragsbetriebe). Unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen werden folglich aus dem Markt ausscheiden.

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

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen**. Zu den Verlierern gehören die (traditionellen) Fachgeschäfte, gefolgt von Waren-/Kaufhäusern und SB-Warenhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste. Die höchsten Marktanteilszuwächse im Zeitraum 2007 bis 2014 sind im Versandhandel auszumachen. Dies ist vor allem auf das Wachstum im Bereich des Electronic Commerce zurückzuführen, welches die Marktanteilsverluste des klassischen Versandhandels überkompensiert. Ferner konnten im betrachteten Zeitraum Discounter und Fachmärkte Marktanteile hinzugewinnen. Das Wachstum dieser Vertriebsformen hat sich jedoch in den letzten Jahren deutlich abgeschwächt.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen in den Jahren 2007-2014



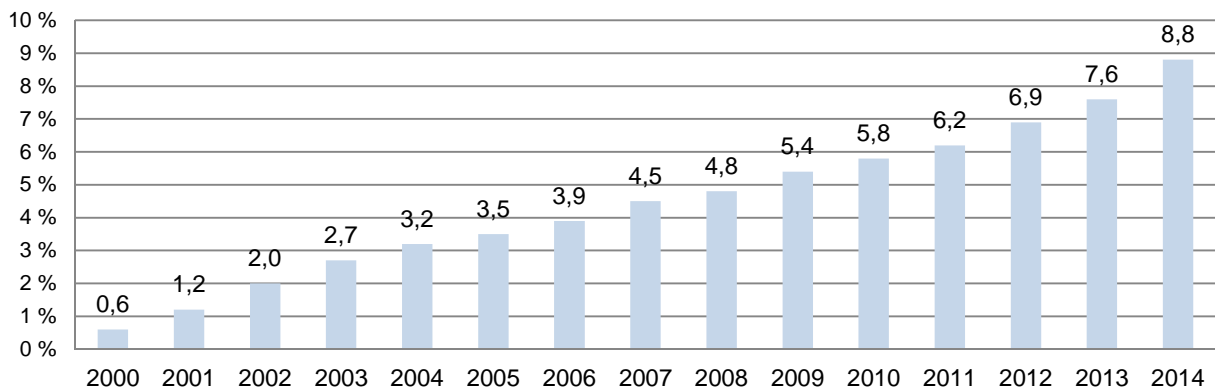
Quelle: BBE Handelsberatung

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

5 Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2014 auf rd. 3.320 EUR/m² reduziert. Quelle: Statista Hamburg.

Neben der Marktanteilsverschiebung bei den einzelnen Betriebstypen ist auch stetiger Anstieg des E-Commerce-Umsatzes zu beobachten. Die Umsatzanteile **Online-Handels** (B2C-E-Commerce) sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und liegen derzeit bei rd. 8,8 %. Für die folgenden Jahre wird ein weiterer Anstieg auf über 10 % prognostiziert.

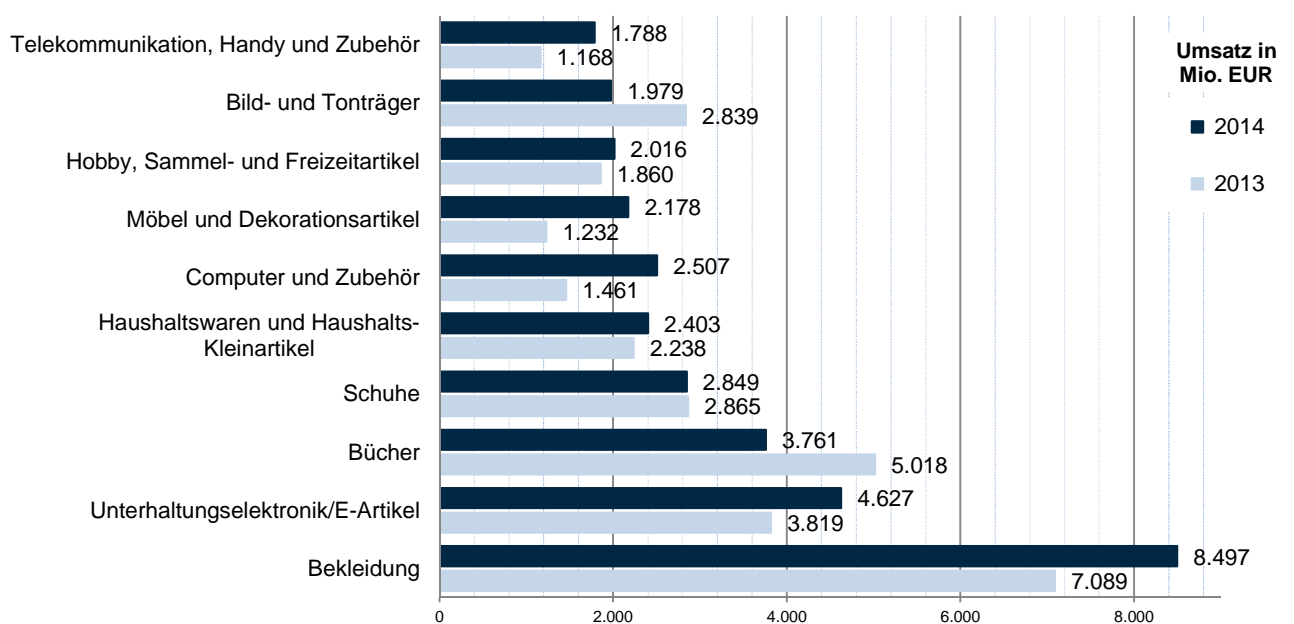
Abbildung 7: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland (in %)



Quelle: EHI Handelsdaten 2014 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Aktuell existiert bereits für jede Warengruppe ein Online-Vertrieb. Den höchsten Umsatz erzielt das Segment Bekleidung. Mit deutlichem Abstand folgen die Branche Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Bücher sowie Schuhe. Die durchschnittliche Steigerungsrate des letzten Jahres konnte jedoch nicht in allen Branchen erzielt werden. So war bspw. in der Branche Bücher ein deutliche Rückgang zu verzeichnen, die Schuhbranche stagnierte im Jahr 2014 auf einem hohen Niveau.

Abbildung 8: Top-10 Warengruppen im Online-Handel nach Umsatz in den Jahren 2013 und 2014



Quelle: Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem rd. 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass zumindest

für Teilsortimente der Online-Handel im Segment Food zunehmend Marktanteile gewinnen wird. Experten gehen davon aus, dass der Marktanteil bei Lebensmitteln bei etwa 5 % liegen könnte.⁶

Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel zudem durch einen fortschreitenden **Konzentrationsprozess** gekennzeichnet. Dieser zeigt sich darin, dass sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders stark ist dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Während im Zeitraum zwischen den Jahren 2005 bis 2015 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 25 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 31 % zurück.⁷ Derzeit erzielen im Lebensmittelhandel weniger als 1 % der Unternehmen mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes. Der gleiche Trend ist im Non-Food-Handel zu beobachten, da lediglich 10 Handelsunternehmen über 80 % des Umsatzes in diesem Segment erbringen. Deutschland zählt mit Frankreich und Großbritannien - insbesondere bezüglich der relativ stabilen volkswirtschaftlichen Lage und des hohen Kaufkraftpotenzials - mit zu den attraktivsten Märkten für Einzelhändler in Europa. Demzufolge werden sich auch weiterhin neue **Handelsformate aus dem Ausland** in Deutschland ansiedeln. Der Markteintritt erfolgt – wie bspw. bei Abercrombie & Fitch, Hollister, Forever 21, Uniqlo, Topshop oder Primark – mit repräsentativen Ladengeschäften, begleitet von vielfältigen Marketingmaßnahmen. Mit neuen Betreiberkonzepten wird nicht nur die Angebotslandschaft vielfältiger, sondern auch internationaler. Da viele auch sog. vertikale Händler (mit Kontrolle der Herstellungswertschöpfungskette unter Ausschaltung von Zwischenhändlern) vertreten sind, sind diese Handelskonzepte und Marken insbesondere in der Lage, Höchstmieten zu bezahlen. Die Expansion erfolgt vor allem über die Top-Einzelhandelsstandorte wie Berlin, München, Düsseldorf oder Hamburg.

Abbildung 9: Neue Einzelhandelskonzepte (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

In Bezug auf die Standorte des Einzelhandels ist nach einer gewissen Abkehr von dezentralen Standorten wieder eine verstärkte **Konzentration auf die City bzw. integrierte Handelslagen** zu beobachten. Dieser Trend ist einerseits durch die restriktive Landesplanung von Einzelhandelsgroßprojekten an dezentralen Standorten bedingt, andererseits besteht eine Tendenz zur Reurbanisierung.⁸

Als Profiteure der ansteigenden (Flächen-) Nachfrage sind die Innenstädte, insbesondere die 1a-Lagen der Groß- und Mittelstädte. Betreiber von vorwiegend alleinstehenden und großflächigen Handelsformaten erobern die City-Lagen durch kleinteiligere City-integrierte Ladenkonzepte zurück. Als Beispiel hierfür können die kleinflächigen City-Konzepte von Lebensmittelfilialisten genannt werden (z.B. REWE-City, Netto-City).

Die wesentlichen Entwicklungspole innerhalb der Städte werden zukünftig die Innenstädte bzw. in größeren Städten auch die Stadtteile sein. Dies zeigt sich bereits derzeit in der spürbaren Konzentration der Einzel-

⁶ vgl. Stumpf (2012): Marktentwicklung im Einzelhandel, S. 32.

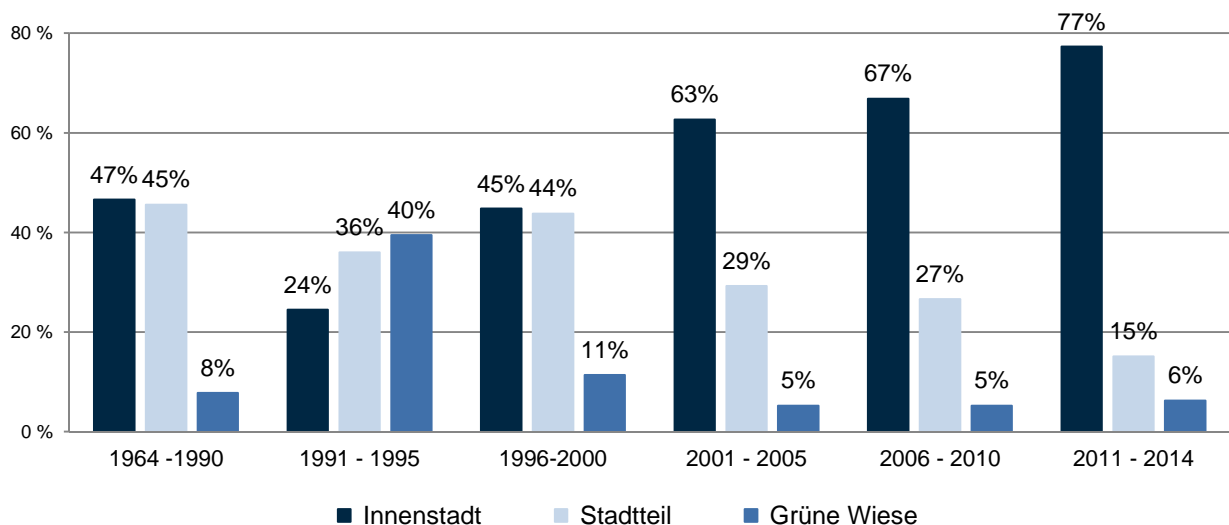
⁷ vgl. Statista Hamburg.

⁸ Mit Reurbanisierung ist die Bevölkerungs- und Beschäftigungszunahme in der Kernstadt zu beschreiben, die i.d.R. zu einer Aufwertung der Innenstädte führt. Die Ursachen sind u.a. durch Maßnahmen der Stadterneuerung bzw. der Schaffung/Sanierung von Wohnraum, einer attraktiveren Innenstadtgestaltung, der Höherbewertung innerstädtischen Lebens oder sich verschlechternder Standortrahmenbedingungen im suburbanen Raum (u.a. Transportaufwand, Abbau von Versorgungseinrichtungen) zu begründen.

handelsentwicklung, der Flächennachfrage und der effektiven flächenseitigen Ausnutzung von hoch frequentierten Innenstadtlagen.

Als Beispiel ist auch die Entwicklung von Shoppingcentern aufzuführen, die in den letzten Jahren fast ausschließlich in Innenstädten bzw. in Stadtteillagen entwickelt wurden. Im Gegensatz zu den Jahren zwischen 1991 und 1995, in welchen der überwiegende Anteil von Centern – insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern - auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt wurde, ist aktuell eine Rückkehr dieser Vertriebsform in die Innenstädte zu beobachten.

Abbildung 10: Verteilung der Shoppingcenter in Deutschland nach Lage und Eröffnungszeitraum



Quelle: EHI Handelsdaten / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Eine Ausnahme der vorstehenden lagespezifischen Entwicklung bilden die sog. **FOCs** (Factory Outlet Center), die i.d.R. – wie auch in Brehna in Sachsen-Anhalt – an dezentralen bzw. autokundenorientierten Standorten angesiedelt werden.⁹ Aktuell bestehen in Deutschland 13 FOC mit einer Fläche von rd. 192.000 m². Die Bedeutung dieser Vertriebsform könnte in den Folgejahren steigen, da aktuell 17 Planungen mit einer Gesamtfläche von rd. 195.000 m² vorliegen.

⁹ Die einzige Ausnahme bildet das im Jahr 2014 eröffnete City-Outlet in Bad Münstereifel, das in der Innenstadt entwickelt wurde.

2.3. Zusammenfassung der veränderten Rahmenbedingungen des Einzelhandels

Nachfolgend werden die wesentlichen Trends bzw. die sich **veränderten Rahmenbedingungen**, welche aus der zu erwartenden Nachfrage und den bestehenden Angebotsstrukturen resultieren, zusammenfassend dargestellt:

- In den Folgejahren wird die Bevölkerung deutschlandweit weiter abnehmen, wenngleich die Dynamik nicht in allen Regionen gleich verlaufen wird. Dies hat ebenfalls einen Rückgang des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials zur Folge, so dass sich der Wettbewerb verstärken wird.
- In Bezug auf die Bevölkerungsstruktur in Deutschland wird der Anteil der älteren Bevölkerung tendenziell ansteigen, so dass sich die Anzahl der Seniorenhaushalte erhöhen wird. Weiterhin wird der Anteil der Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund ansteigen. Die Anzahl der Haushalte, insbesondere der Ein- und Zwei-Personenhaushalte wird wachsen, was aus der sog. Versingelung unserer Gesellschaft abzuleiten ist.
- Der Anteil der Ausgaben für den Einzelhandel wird in den nächsten Jahren nicht ansteigen. Im Gegensatz hierzu sind steigende Ausgaben für die Bereiche Freizeit (Kultur, Unterhaltung, Reisen etc.), die Gesundheitsvorsorge oder für den Wohnraum (inkl. Nebenkosten) zu erwarten.
- Die regionalen Unterschiede in Bezug auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft werden weiterhin Bestand haben, wenngleich eine gewisse Anpassung – insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern – zu erwarten ist.
- Der Trend zur weiteren Individualisierung beim Konsumentenverhalten wird sich fortsetzen, so dass sich die Verbraucher weiter in unterschiedliche Zielgruppen aufsplitten und somit die Zielgruppenfokussierung für den Handel erschwert wird. Für den Handel wird es schwieriger, Kunden langfristig an bestimmte Einkaufsorte oder Geschäfte zu binden.
- Der E-Commerce wird weiterhin die stärkste Konkurrenz für den stationären Einzelhandel darstellen und auch weiter wachsen. Mit der Verlagerung von Umsätzen zum Online-Handel wird ein Abschmelzungsprozess im stationären Handel, insbesondere in Klein- und Mittelstädten einhergehen.
- Die Verkaufsflächen werden weiter wachsen, jedoch mit einer geringeren Dynamik als in den letzten Jahren. Es werden auch verstärkt Flächen aus dem Markt ausscheiden, die an suboptimalen Standorten, insbesondere in Nebenlagen oder auch nicht-integrierten Lagen, entwickelt wurden. Von dieser Tendenz werden insbesondere sog. B- oder C-Städte betroffen werden.
- Die Großbetriebsformen des Einzelhandels (z.B. Discounter, Supermärkte, Fachmärkte) werden weiterhin Marktanteile hinzugewinnen, wenngleich sich die Dynamik der vergangenen Jahre abschwächen wird. Des Weiteren werden auch die Filialisten im Fachhandel Marktanteil hinzugewinnen, wobei die Gesamtentwicklung überwiegend zu Lasten des nicht-filialisierten Fachhandels gehen wird.
- Eine starke Konkurrenz, insbesondere für den innerstädtischen Handel, wird durch die bestehenden und neu geplanten FOC's entstehen. Weitere Entwicklungen an Bahnhöfen oder Flughäfen von Metropolen werden diesen Trend verstärken.
- Die wohnortnahe Versorgung, insbesondere mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z.B. Lebensmittel) wird wieder an Bedeutung gewinnen. Dies ist ebenfalls aus dem Trend der demographischen Entwicklung abzuleiten.
- Nachdem über viele Jahre – insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern – Einzelhandelsgroßprojekte an dezentralen Standorten entwickelt wurden, wird der bereits zu beobachtende Trend der Rückkehr des Einzelhandels von der „Grünen Wiese“ in die Innenstädte weiter anhalten.
- Die Konzentrationstendenz im Einzelhandel wird sich weiter fortsetzen. Ebenso wird die Filialisierung noch stärker in den Vordergrund treten, wobei die Bedeutung von Franchisekonzepten oder Shop-in-Shop-Konzepten weiter steigen wird.

Aus den vorstehenden Rahmenbedingungen sowie unter Einbeziehung der Kenntnisse der BBE Marktforschung ist bis zum Jahr 2020 von folgender **Entwicklung für die einzelnen Warengruppen** des Einzelhandels auszugehen:

- Nominal wird der Einzelhandelsumsatz geringfügig wachsen. Im Rahmen einer so langfristigen Betrachtung bewegt sich dieser Wert in der Mitte einer Prognose-Bandbreite von rd. 390 bis 420 Mrd. EURO, die bei Annahme verschiedener Szenarien aus heutiger Sicht denkbar erscheint. Dennoch gilt als gesichert, dass reale Zuwächse nur in begrenztem Maße zu erwarten sind.
- Der Food-Bereich, also Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann – gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt – trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/besser essen. Insbesondere bewirken bspw. Bio- oder Convenience-Produkte vor allem ein qualitatives Wachstum. Größere Mengen werden hingegen nicht nachgefragt.
- Die Entwicklung in den Sortimenten Bekleidung/Wäsche/Strickwaren und Schuhen ist negativ. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei. Weiterhin wirkt sich der Online-Handel mit seiner bestehenden Vielfalt negativ auf die stationären Anbieter aus. Das Modesegment wird jedoch weiterhin durch eine hohe Innovationskraft in Bezug auf die Ladeneinrichtungen und Warenpräsentation geprägt sein.
- Das Segment Einrichtung/Haushalt könnte bei steigendem Haushaltsbestand mit 10 % leicht überdurchschnittlich wachsen, vor allem bezogen auf Möbel/Einrichtung sowie Hausgeräte/ Beleuchtung inklusive sanitärer Haustechnik. Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim („Cocooning“) aus. Hausrat/Eisenwaren und Heimtextilien legen dagegen nur unterdurchschnittlich zu.
- Weiteres, wenn auch moderates Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken die auf Grund der sog. Versingelung zunehmende Haushaltszahlen und der steigende Wohnungsneubau begünstigend. Die Bedeutung von sog. Ergänzungssortimenten wird in der Branche steigen.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter: klassische Unterhaltungselektronik, PC/Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/Software sowie Digitalkameras. Der Markt im Segment Elektrowaren wird sich weiterhin stabil gestalten. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf Zuwächse verzeichnen.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege/Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sportartikel, Fahrräder und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment und die Innovationskraft in diesen Branchen steigern können. Dagegen ist in der Branche Papier-/ Büro-/ Schreibwaren von einem Anpassungsdruck auszugehen, der auf eine stagnierende Nachfrage zurückzuführen ist. Für die Branchen Uhren/Schmuck und Optik sind keine wesentlichen Veränderungen bei der Nachfrage zu erwarten.

3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels

Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die Ansiedlung bzw. auch Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben in Einklang mit städtebaulichen und raumordnerischen Vorstellungen zu bringen. Es bedarf allerdings eines konsequenten Einsatzes der Instrumente, um dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten rechtlich begründet begegnen zu können.

Zu den Vorschriften, mit denen die Steuerung des Einzelhandels möglich ist, zählen u.a.

- das Baugesetzbuch (BauGB),
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO) und
- der Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.¹⁰

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

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

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

■ Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO)

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

■ Reine Wohngebiete (§ 3 BauNVO)

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

■ Allgemeine Wohngebiete (§ 4 BauNVO)

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

■ Dorfgebiete (§ 5 BauNVO)

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

■ Mischgebiete (§ 6 BauNVO)

In Mischgebieten (MI) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 6 Abs. 2 Nr. 3 BauNVO zulässig, sofern diese Betriebe das Wohnen nicht wesentlich stören. Daher sind hier selbst großflächige Einzelhandelsbetriebe

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

zulässig, wobei es bei einer Geschossfläche von über 1.200 m² darauf ankommt, ob die Regelvermutung von § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO widerlegt werden kann. Grundsätzlich muss der Gebietscharakter eines Mischgebietes gewahrt bleiben, d.h. es muss eine qualitative und quantitative Durchmischung von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe gewahrt bleiben.

■ Kerngebiete (§ 7 BauNVO)

In Kerngebieten (MK) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO grundsätzlich zulässig. Durch die Festsetzung eines Kerngebiets werden auch die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung von großflächige Einzelhandelsbetrieben bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO geschaffen.

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

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

Bei der Festsetzung der vorstehend beschriebenen Baugebiete, insbesondere von Mischgebieten und Gewerbegebieten, ist eine Einschränkung bzw. auch ein völliger Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben möglich. Im Rahmen ihres planerischen Ermessens darf eine Gemeinde steuern, ob und in welchem Umfang sie Teile des Gemeindegebiets zur Unterbringung von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung stellt. Voraussetzung ist, dass städtebauliche Gründe gemäß § 1 Abs. 3 BauGB vorliegen, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben und die Abweichung von der typisierten Baugebietszusammensetzung nach der Baunutzungsverordnung rechtfertigen.¹¹

2. Einzelhandel im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Sofern für ein Vorhabengrundstück kein rechtskräftiger Bebauungsplan (§ 30 BauGB) vorliegt und dieses nicht im sog. Außenbereich (§ 35 BauGB) liegt, richtet sich die Beurteilung der Zulässigkeit des Vorhabens nach § 34 BauGB (sog. unbeplanter Innenbereich).

Folglich ist im Sinne des § 34 Abs. 1 BauGB zunächst zu klären, ob sich das Vorhaben in die nähere Umgebung einfügt. Entspricht die nähere Umgebung nach der Art der baulichen Nutzung einem bestimmten Gebietstyp der BauNVO (§ 2 - 9), so richtet sich die Zulässigkeit eines Bauvorhabens allein nach den für diesen Gebietstyp zulässigen Arten der baulichen Nutzung (§ 34 Abs. 2 BauGB, vgl. vorstehende Ausführungen).

Ohne eine klare Zuordnung zu einem Gebietstyp der BauNVO ist das Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung entscheidend, maßgeblich sind Art und Maß der baulichen Nutzung ebenso wie Bauweise und überbaute Grundstücksfläche. Die nähere Umgebung beschränkt sich dabei nicht nur auf die unmittelbaren bzw. optisch sichtbaren Nachbargrundstücke, sondern kann auch weiter entfernt liegende Grundstücke umfassen, auf die sich die Ausführung des Vorhabens in bodenrechtlicher Hinsicht auswirken kann.¹²

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

¹¹ vgl. Urteil BVerwG [4 B 3.13] vom 30.05.2013.

¹² vgl. Urteil BVerwG [4 C 9/77] vom 26.05.1978.

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

Schädliche Auswirkungen i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB hat ein Vorhaben, wenn es die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beachtlich beeinträchtigt bzw. stört.¹³ Dies ist u.a. anzunehmen, wenn

- sein Warenangebot solche Sortimente umfasst, die zu der typischen Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches zählen bzw. wenn die Sortimente bereits von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat,¹⁴
- eine Unverhältnismäßigkeit der neu geplanten Verkaufsfläche im Vergleich zu der Bestandsfläche im betroffenen zentralen Versorgungsbereich besteht,
- eine Unvertretbarkeit des zu erwartenden Kaufkraftabflusses aus dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten ist,
- der betroffene zentrale Versorgungsbereich bereits Vorschädigungen bzw. deutliche Attraktivitätsmängel (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) besitzt oder
- schädliche städtebauliche Auswirkungen, wie z.B. der Leerstand von Geschäften, das Absinken des Versorgungsniveaus oder „Trading-Down-Tendenzen“ zu erwarten sind.

Soweit ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche erwarten lässt, ist es bauplanungsrechtlich unzulässig.

3. Einzelhandel im Außenbereich (§ 35 BauGB)

Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zulässig, da dieser Bereich tendenziell einer Bebauung nicht zugänglich ist. Sollten solche Betriebe gemäß § 35 Abs. 2 BauGB im Einzelfall zugelassen werden, dann nur, wenn ihre Ausführung oder Benutzung öffentliche Belange nicht beeinträchtigt und die Erschließung gesichert ist. Die Ansiedlung erfordert die Aufstellung eines Bebauungsplanes.

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

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

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind die vorstehenden Auswirkungen in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet (Vermutungsregel). Das Kriterium der Großflächigkeit ist dabei von dem vorstehenden Tatbestandsmerkmal der Auswirkungen zu trennen. Die BauNVO

¹³ vgl. Urteil OVG NRW [7 A 964.05] vom 11.12.2006, bestätigt durch Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

¹⁴ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

unterwirft Einzelhandelsnutzungen nur dann dem Regelungssystem des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb¹⁵ handelt. Beide Kriterien - das Merkmal der Großflächigkeit und das Überschreiten der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche - müssen erfüllt sein, damit ein Einzelhandelsvorhaben nur in einem Kern- oder Sondergebiet zulässig ist.

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

Eine solche atypische Fallgestaltung lässt sich u.a. aus städtebaulichen Besonderheiten ableiten, wenn bspw.

- im Einzugsbereich des geplanten Betriebes das entsprechende Warenangebot bisher nur unterdurchschnittlich ausgeprägt war und eine Unterversorgung bestand,
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und die bestehende Zentrenstruktur nicht stört¹⁶ oder
- das Vorhaben auf Grund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Weiterhin können neben den vorstehend genannten städtebaulichen auch betriebliche Besonderheiten vorliegen, wie z.B.

- die Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche wesentlich unter 800 m² liegt,
- die Ausrichtung eines Betriebes auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe, Gartenbedarf),
- bei Betrieben mit einer überwiegenden gewerblichen Nutzung (z.B. Büromöbelhandel) oder
- bei Handwerksbetrieben bzw. Handelsbetrieben mit einem hohen Anteil an handwerklichen Dienstleistungen (z.B. Kfz-Teilehandel mit Werkstatt).

Eine vom Antragsteller nachzuweisende atypische Fallgestaltung liegt nur vor, wenn auf Grund der konkreten städtebaulichen Situation oder betrieblicher Besonderheiten das geplante Einzelhandelsvorhaben nicht zu der Art der Betriebe gehört, die von der Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO erfasst werden sollen.

Bei der kommunalen Bauleitplanung kommt den landesrechtlichen Rahmenvorgaben, d.h. den im **Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt** (LEP) formulierten Zielen eine wesentliche Bedeutung zu. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹⁷

Nachstehend werden die Ziele dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Staßfurt relevant sind. Diese werden im LEP unter dem Punkt 2.3 beschrieben.

- *Z 46: Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. Die Ausweisung von Sondergebieten für*

¹⁵ Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005).

¹⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 54.80] vom 03.02.1984.

¹⁷ vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

eine spezifische Form großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center - FOC), ist nur an integrierten Standorten in Zentralen Orten der oberen Stufe (Oberzentren) vorzusehen und darf die Attraktivität der Innenstädte nicht gefährden.

In der Begründung dieses Ziels wird auf die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse verwiesen, wobei vor allem durch die standörtliche Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll. Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i.d.R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.¹⁸

Gemäß dem formulierten Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Staßfurt grundsätzlich zulässig, da die Stadt als Mittelzentrum¹⁹ ausgewiesen wird. Die Entwicklung eines FOC ist in Staßfurt generell nicht möglich.

- *Z 47: Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.*

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren. Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsgroßprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht.

Mögliche Kenngrößen für die Bewertung des Kongruenzgebots können u.a. die Größe der Verkaufsflächen eines Einzelhandelsprojektes, die Differenzierung des Warensortiments, das zu erwartende betriebliche Einzugsgebiet des Vorhabens, die ansprechbare Kaufkraft im Einzugsgebiet und zu vermutende, vorhabenbedingte Veränderungen der Einzelhandelszentralitäten im Einzugsbereich sein.

- *Z 48: Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte*
 1. *dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,*
 2. *sind städtebaulich zu integrieren,*
 3. *dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,*
 4. *sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,*
 5. *dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.*

In vorstehendem Ziel werden die Ansiedlungsprämissen für Einzelhandel in Sondergebieten definiert. Neben dem bereits erörterten Kongruenzgebot (vgl. Z 47) sind Einzelhandelsgroßprojekte an städtebaulich integrierten Standorten zu entwickeln. Ein Standort ist insbesondere dann als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

¹⁸ Gemäß LEP Sachsen-Anhalt können abweichend vom Ziel 46, welches die Standortkonzentration des großflächigen Einzelhandels auf Ober- und Mittelzentren beschränkt, auch Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel, die ausschließlich der Grundversorgung dienen, auch in Grundzentren zugelassen werden. Damit soll die wohnortnahe Grundversorgung in ländlichen Räumen verbessert werden (vgl. auch Z 52).

¹⁹ vgl. Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 37.

- in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang befindet bzw. räumlich und funktional einem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- über einen den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden hohen Bevölkerungsanteil im fußläufigen Nahbereich verfügt,
- ein Teil eines planerischen Gesamtkonzepts ist (d.h. Lage in einem Stadtzentrum, Nebenzentrum oder Quartierzentrum),
- an das Fuß- und Radwegenetz der Gemeinde angebunden ist und
- über einen qualifizierten bzw. ortsüblichen ÖPNV-Anschluss verfügt.

Mit dem Integrationsgebot soll der Einzelhandel insbesondere an wohnortnahen bzw. zentralen Standorten entwickelt werden.

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

Letztendlich dürfen durch die in Sondergebieten anzusiedelnden Einzelhandelsbetriebe keine unverträglichen Belastungen auf Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt hervorgerufen werden. Diese sind bspw. bei einem erhöhten An-/ Abreiseverkehr oder durch Anlieferverkehr zu erwarten.

- *Z 49: Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.*

Das vorstehende Ziel umfasst das bereits dargestellte Integrationsgebot und das Kongruenzgebot, wobei diese Maßgaben nicht nur für Neuansiedlungen, sondern ebenfalls für die Erweiterung von bestehenden Sondergebieten gelten. Insbesondere ist bei der Erweiterung von bestehenden Sondergebieten zu prüfen, inwieweit mit einer möglichen Verkaufsflächenerhöhung eine Ausweitung des betrieblichen Einzugsgebietes einhergeht und somit auch das Kongruenzgebot verletzt werden könnte.

- *Z 50: Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.*

Das bereits formulierte Beeinträchtungsverbot wird neben Neuansiedlungen auch auf Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten und für großflächige Einzelhandelsbetriebe ausgedehnt. Insbesondere bei Umstrukturierungen ist darauf abzustellen, dass dadurch keine negativen Beeinträchtigungen von bestehenden Einzelhandelsbetrieben in innerstädtischen Einkaufslagen einhergehen. Dabei sind insbesondere die sog. innenstadtrelevanten Sortimente zu beachten.

- *Z 51: Bei planerischen Standortentscheidungen zugunsten von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist auch die kumulative Wirkung mit bereits am Standort vorhandenen Einrichtungen hinsichtlich der Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstadtentwicklung in die Bewertung einzubeziehen.*

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

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

Neben den erläuterten Zielen des Landesentwicklungsplans sind auch im Rahmen der Bauleitplanung die Ziele bzw. Grundsätze des nachgeordneten **Regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Harz (2009)** zu beachten. Die entsprechenden Anforderungen werden dabei in den Zielen und Grundsätzen Nr. 13 bis 16 des Regionalplans formuliert. Die Maßgaben, die sich auf die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung des Einzelhandels beziehen, richten sich wie im LEP an den raumordnerischen Prinzipien Konzentrations-/ Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot und Integrationsgebot aus. Demnach entsprechen die inhaltlichen Aussagen den Vorgaben des aktuellen Landesentwicklungsplans.

4. Makrostandort Staßfurt

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung der Einzelhandelsituation in Staßfurt und somit zur Erstellung des Einzelhandels-/ Zentrenkonzeptes notwendig sind.

Die Stadt Staßfurt befindet sich in Bezug auf ihre **geographische Lage** im zentralen Bereich des Bundeslandes Sachsen-Anhalt im Salzlandkreis. Nördlich von Staßfurt liegt in knapp über 40 km Entfernung die Landeshauptstadt Magdeburg. Im näheren Umfeld von Staßfurt sind weitere Mittelstädte (u.a. Aschersleben, Quedlinburg, Schönebeck, Bernburg) mit einer ähnlichen Bevölkerungszahl verortet.

Naturräumlich ist Staßfurt am Südrand der Magdeburger Börde lokalisiert. Die Stadt wird von dem Fluss Bode durchquert.

Karte 2: Lagebeziehungen von Staßfurt im regionalen Kontext



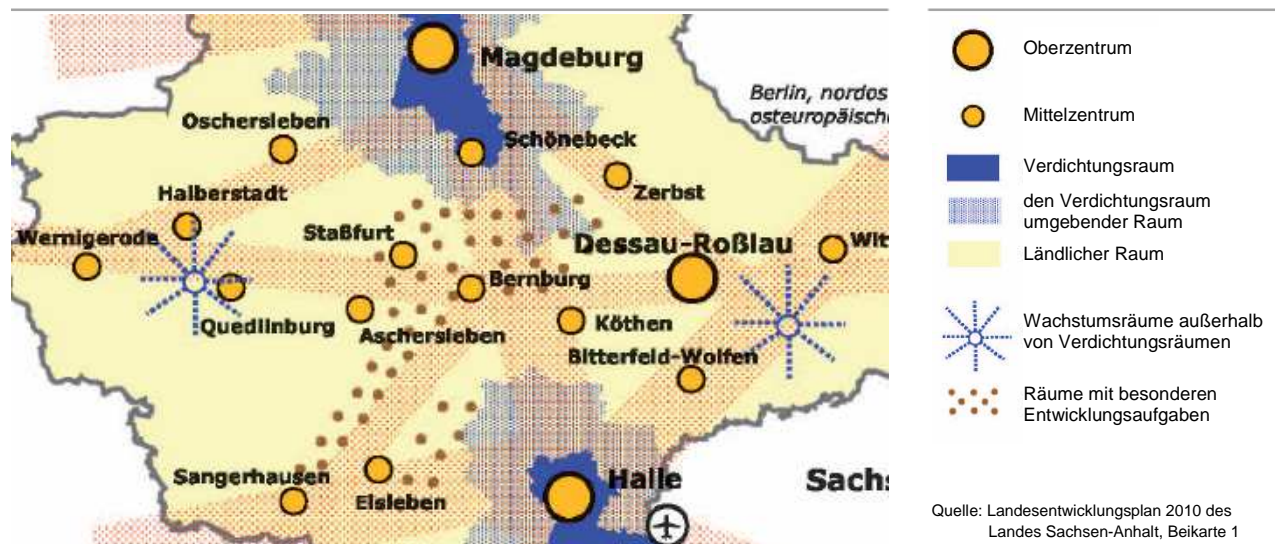
Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Staßfurt wird durch drei Anschlussstellen an die Autobahn A 14 dargestellt, deren Trassierung durch das östliche Gemarkungsgebiet der Stadt verläuft. Zudem liegen diverse Bundesstraßen im Umfeld der Stadt, die aus Staßfurt über Landesstraßen anfahrbar sind. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist somit eine gute und zügige Erreichbarkeit von Staßfurt aus seinem überwiegend ländlich geprägten Umfeld möglich. Auf Grund der Bündelung der Landesstraßen auf dem Staßfurter Kernstadtgebiet stellt die Stadt einen lokalen Verkehrsknotenpunkt dar.

Staßfurt ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angebunden und ist über verschiedene Regionalbahnverbindungen u.a. aus Richtung Magdeburg, Erfurt und Aschersleben/Sangerhausen erreichbar. Der Bahnhof liegt zentrumsnah zwischen den beiden Stadtteilen Staßfurt (Mitte) und Leopoldshall.

Der innerörtliche **ÖPNV** von Staßfurt erfolgt über zwei Linien des Stadtbusses, der auch eine Anbindung der peripheren Ortsteile an die Kernstadt gewährleistet. Weiterhin verbinden zahlreiche Regionalbuslinien Staßfurt mit den umliegenden Orten und fahren ebenfalls Ortsteile von Staßfurt an. Als zentraler Umsteigepunkt und ÖPNV-Knoten fungiert der Bahnhof in der Staßfurter Innenstadt.

Staßfurt wird gemäß dem rechtsverbindlichen Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt - neben den umliegenden Städten Quedlinburg, Halberstadt, Aschersleben, Bernburg, Schönebeck und Köthen - landesplanerisch als **Mittelzentrum**²⁰ eingestuft.

Karte 3: Raumstruktur Sachsen-Anhalt (Ausschnitt)



Laut den Aussagen im LEP sind Mittelzentren als Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich und für weitere private Dienstleistungen zu sichern und zu entwickeln. Die Mittelzentren stellen insbesondere unter dem Gesichtspunkt rückläufiger Einwohnerentwicklung und der sich ändernden Altersstruktur im Land das Rückgrat für die Sicherung der öffentlichen Daseinsvorsorge für die Bevölkerung in allen Landesteilen dar. Sie tragen dabei u.a. auch zur Sicherung einer landesweit ausgeglichenen Ausstattung und Versorgung mit höherwertigen und spezialisierten Dienstleistungen sowie mit öffentlichen Verwaltungs-, Bildungs-, Gesundheits-, Sozial-, Kultur- und Sporteinrichtungen und hochwertigen Einkaufsmöglichkeiten bei.²¹ Demnach hat Staßfurt auch für seinen Verflechtungsbereich eine Versorgungsaufgabe im Bereich des Einzelhandels zu übernehmen.

Staßfurt ist nach Kreisstadt Bernburg (ca. 33.900 Ew.), Schönebeck (ca. 31.400 Ew.) und Aschersleben (ca. 27.800 Ew.) mit knapp 27.000 Einwohnern die viertgrößte Stadt im Salzlandkreis. Die **Bevölkerungsentwicklung** (zensuskorrigiert) der Stadt war in den letzten fünf Jahren mit -6,9 % rückläufig. Der Bevölkerungsrückgang lag geringfügig über der Entwicklung im Salzlandkreis (-6,1 %) und über dem Landesdurchschnitt (-3,8 %).

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Staßfurt im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2010	2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Staßfurt	28.605	26.634	-6,9	23.856	-10,4	
Salzlandkreis	209.579	196.695	-6,1	174.306	-11,4	
Sachsen-Anhalt	2.335.006	2.245.470	-3,8	2.086.750	-7,1	

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung zum 31.12.2010/2015; 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose

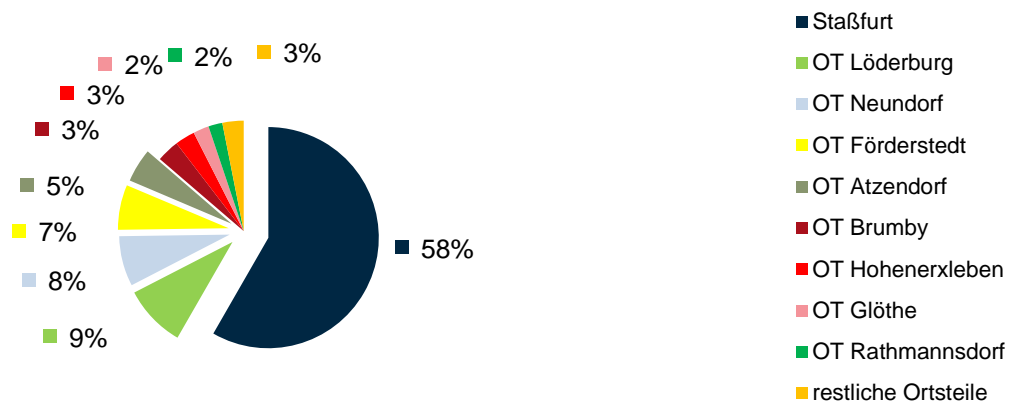
²⁰ Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 37.

²¹ Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Begründung zu Z 37.

Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl von Staßfurt weiter rückläufig entwickeln. Auf Basis von aktuellen Vorausberechnungen des Statistischen Landesamtes wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** in Staßfurt im Jahr 2025 bei ca. 23.900 Personen (-10,4 %) liegen. Somit wird der Rückgang im Vergleich zum Salzlandkreis (-11,4 %) geringer ausfallen, wobei die Region in Relation zum Landesdurchschnitt (-7,1 %) grundsätzlich einen höheren Bevölkerungsverlust verzeichnen wird.

Die **Siedlungsstruktur** der Stadt Staßfurt setzt sich neben der Kernstadt aus 14 dezentralen, dörflich geprägten Ortsteilen zusammen, die größtenteils zwischen den Jahren 2003 bis 2009 nach Staßfurt eingemeindet wurden. In Bezug auf die Einwohner besitzen lediglich die Ortsteile Löderburg (rd. 2.520 Ew.), Neundorf (rd. 2.030 Ew.), Förderstedt (rd. 1.810 Ew.) und Atzendorf (rd. 1.370 Ew.) eine größere Mantelbevölkerung. Die Kernstadt stellt mit knapp 16.100 Einwohnern den Siedlungsschwerpunkt dar.

Abbildung 11: Bevölkerungsverteilung Staßfurt



Quelle: Stadtverwaltung Staßfurt, Einwohner nach Statistischen Bezirken am 31.12.2013

Die Kernstadt von Staßfurt setzt sich aus den drei ehemals selbstständigen Orten Staßfurt, Leopoldshall und Alt-Staßfurt zusammen.²² Zwischen den Stadtteilen Staßfurt und Leopoldshall besteht durch den Gleiskörper der Bahn eine städtebauliche Zäsur. Ebenso ist zwischen den Stadtteilen Staßfurt und Alt-Staßfurt durch den Fluss Bode eine natürliche Zäsur vorhanden. Demzufolge existieren innerhalb der Kernstadt gewisse Barrieren, die Funktionsunterbrechungen bedingen.

Der Stadtteil Staßfurt, in dem ursprünglich das historische Zentrum der Stadt verortet war, hat seinen Mittelpunkt in direkter Folge des vormals hier bestehenden Untertagebaus verloren. Durch ein entstandenes Bergschadensgebiet, das im Kernbereich der (damaligen) historischen Altstadt lag, ergaben sich massive Schädigungen an der bestehenden Bausubstanz. In Folge der Senkungen mussten mehrere hundert Immobilien abgerissen werden, so dass eine Brachfläche entstand und eine städtebauliche Entwicklung der Stadtmitte nicht mehr möglich war. Diese Fläche, auf der sich vormals die historische Mitte von Staßfurt befand, wird heute durch einen qualitativ hochwertig gestalteten Landschaftszug mit einem eingefügten See belegt. Im Fazit der vorstehenden, kurzen städtebaulichen Analyse ist abzuleiten, dass Staßfurt in Bezug auf seine Innenstadtentwicklung gewisse Vorschädigungen und auch Zäsuren innerhalb des Kernstadtgebietes aufweist.

Die durchschnittliche **Haushaltsgröße** beträgt in Staßfurt ca. 1,9 Personen pro Haushalt und liegt somit im Durchschnitt von Sachsen-Anhalt (1,9 Personen pro Haushalt).²³

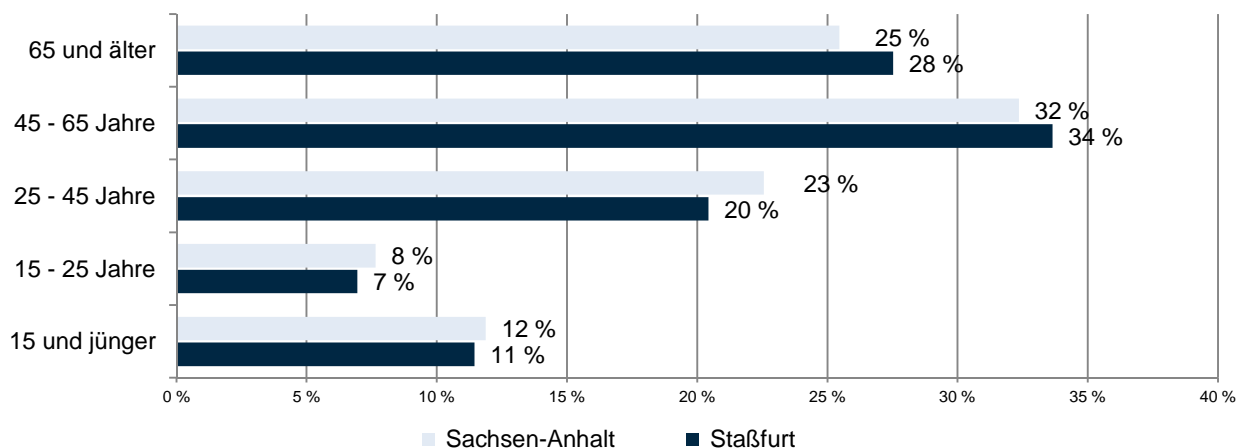
In Bezug auf die **Altersstruktur** stellt die größte Bevölkerungsgruppe in Staßfurt die zwischen 45- bis 65-Jährigen dar. Auffällig ist der hohe Anteil der älteren Bevölkerung (über 65 Jahre), die bei über einem

²² Alt-Staßfurt wurde im Jahr 1868 nach Staßfurt eingemeindet. Die ehemals selbstständige Stadt Leopoldshall wurde im Jahr 1946 nach Staßfurt zwangseingemeindet.

²³ MB-Research Nürnberg, Soziodemographische Marktdaten 2015.

Viertel der Gesamtbevölkerung liegt. Die unter 15-Jährigen nehmen demgegenüber lediglich einen Anteil von 11 % der Einwohner ein. Die Altersstruktur in Staßfurt stellt sich annähernd adäquat zum Landesdurchschnitt dar und weist tendenziell auf eine gewisse Überalterung der Bevölkerung hin.

Abbildung 12: Altersstruktur Staßfurt im landesweiten Vergleich



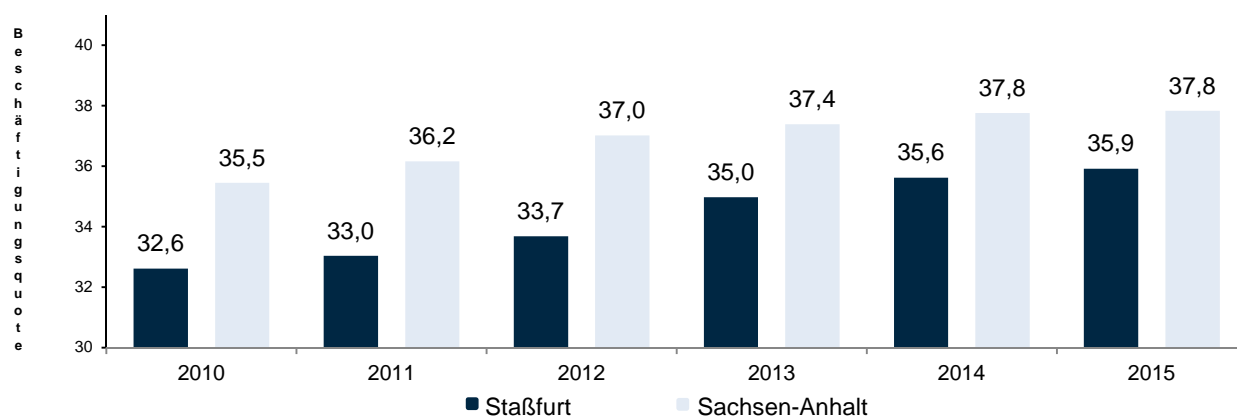
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Einwohner nach Altersgruppen am 31.12.2015

Für den Salzlandkreis, in dem Staßfurt lokalisiert ist, stellt sich eine im Vergleich zum Landesdurchschnitt unterdurchschnittliche Beschäftigungssituation dar. Die **Arbeitslosenquote**²⁴ lag im Jahresdurchschnitt 2015 mit 11,4 % über dem Durchschnittswert des Landes Sachsen-Anhalt (10,2 %) sowie dem Bundesdurchschnitt (6,4 %), so dass von strukturellen Problemen auf dem Arbeitsmarkt auszugehen ist.

Im Jahr 2015 wurden in Staßfurt ca. 9.600 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** registriert. Die Beschäftigungsquote von Staßfurt befindet sich mit 35,9 % im Verhältnis zum Durchschnittswert des Landes Sachsen-Anhalt (37,8 %) auf einem unterdurchschnittlichen Niveau.

Der Vergleich der Beschäftigtenentwicklung zeigt in den letzten Jahren für Staßfurt und Sachsen-Anhalt einen ähnlichen Verlauf. Zwischen 2010 und 2015 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Verhältnis zur Bevölkerung an. Staßfurt bleibt bei der Beschäftigungsquote jedoch stets hinter dem Landesdurchschnitt zurück.

Abbildung 13: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in % der Bevölkerung)



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Verhältnis zur Bevölkerung am Wohnort

24 Bundesagentur für Arbeit, Arbeitslosenquoten im Jahresdurchschnitt 2015.

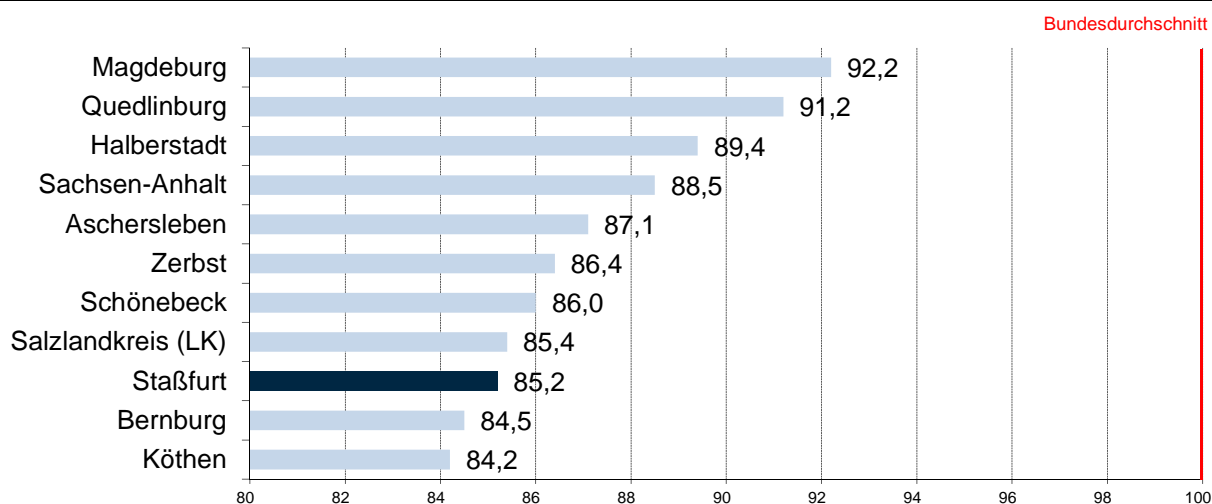
Die **Pendler** können ein wichtiges Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von knapp -1.300 Personen besitzt Staßfurt mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten, wenngleich der negative Pendlersaldo im Jahr 2015 verringert werden konnte.

Tabelle 2: Pendlerbewegungen / Pendlersaldo von Staßfurt

	2014	2015
Einpendler / Auspendler	3.975 / 5.430 Personen	4.204 / 5.495 Personen
Pendlersaldo (abs.)	-1.455 Personen	-1.291 Personen

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2014/2015

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt bzw. Region das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik (BRD = 100) an, welches nach Abzug von einzelhandelsfremden Ausgaben (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Online-Handel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 14: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern


Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Staßfurt (85,2) und des umliegenden Salzlandkreises (85,4) liegen unter dem Durchschnittswert des Landes Sachsen-Anhalt (88,5). Im nationalen Vergleich besitzt Staßfurt – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine geringere Kaufkraft und liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0). Demnach steht dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich deutlich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Der **Tourismus** stellt für den Einzelhandel eine wichtige Determinante dar, da hieraus Umsatzpotenziale für den lokalen Handel resultieren können.²⁵ Im Jahr 2014 konnte Staßfurt insgesamt rd. 12.600 Gästeüber-

²⁵ Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 16 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. In dem Reisegebiet Elbe-Börde-Heide geben Touristen im Schnitt 20,50 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei 3,00 EUR auf den Lebensmittel Einzelhandel und 17,50 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.

Quelle: dwif Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland 2010. Bei 12.576 Gästeübernachtungen ergibt sich ein jährliches Nachfragepotenzial von ca. 258.000 EUR, welches von dem örtlichen Einzelhandel gebunden werden kann. Hiervon entfallen 220.100 EUR auf den Lebensmittelhandel und 37.700 EUR auf den sonstigen Einzelhandel.

nachtungen aufweisen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei rd. 2,2 Tagen, was überwiegend auf Kurzzeitbesuche hindeutet.²⁶

Tabelle 3: Beherbergungen in Staßfurt

	2009	2014	Veränderung
	abs.	abs.	%
Gästeankünfte	5.585	5.677	+1,6
Gästeübernachtungen	10.225	12.576	+22,9
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	1,8 Tage	2,2 Tage	+22,2

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Tourismus - Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, März 2015

Die Zahl der Gästeankünfte und auch die Gästeübernachtungen sind in den letzten Jahren gestiegen, wobei sich auch die Aufenthaltsdauer auf über 2 Tage erhöht hat. Grundsätzlich liegt jedoch die absolute Zahl an Touristen auf einem verhältnismäßig niedrigen Niveau,²⁷ so dass der Tourismus als Umsatzquelle für den Staßfurter Einzelhandel keine wesentliche Bedeutung besitzt.

²⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (2014): Tourismus, Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, Beherbergungskapazitäten. Statistischer Bericht. S. 47.

²⁷ Im Gegensatz zu Staßfurt lagen die Gästeübernachtungen im Jahr 2014 in umliegenden wie Städten Quedlinburg (405.366 Gäste), Halberstadt (91.347 Gäste), Schönebeck (168.022 Gäste) oder Bernburg (46.512 Gäste) deutlich höher.

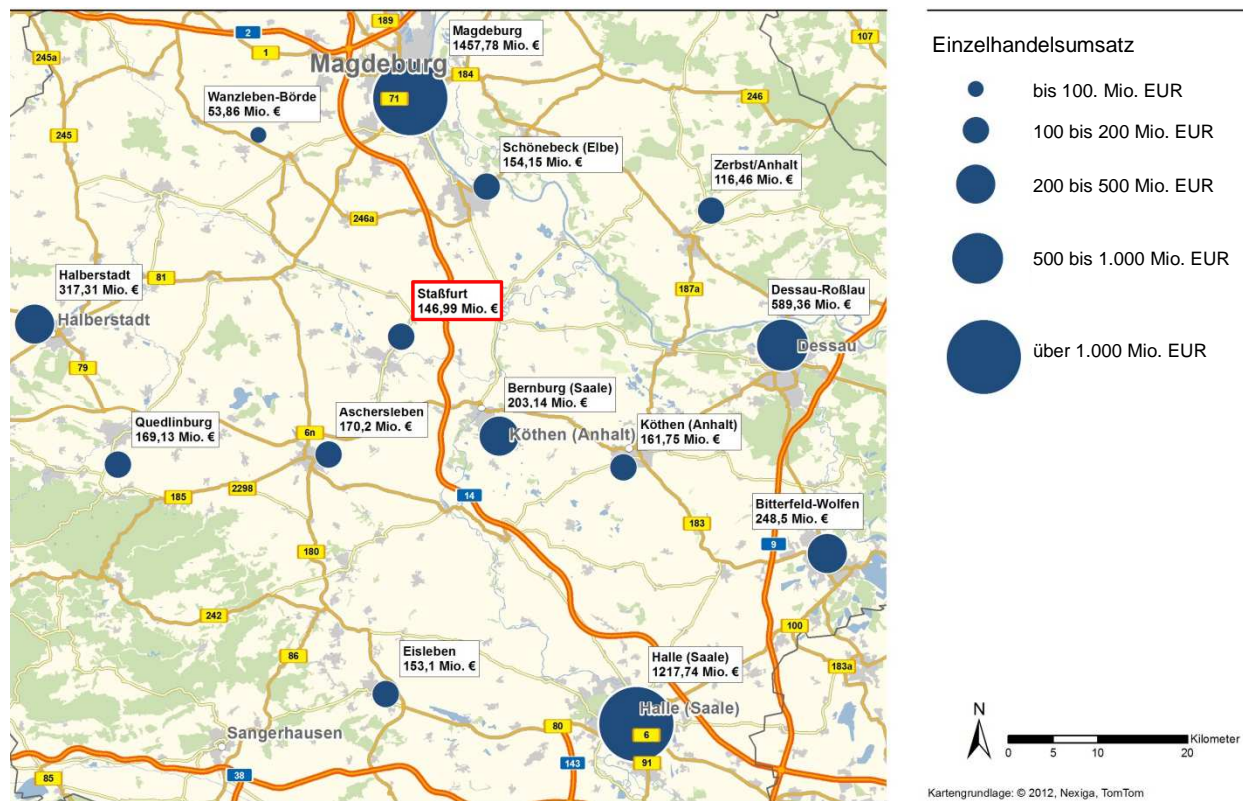
5. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Staßfurter Einzelhandels

5.1. Regionale Wettbewerbssituation

Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Ortes in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu diesem Standort auszugehen, da sich Verbraucher meist polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Standorte aufsuchen.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Staßfurt ist die **Konkurrenzsituation im regionalen Kontext** zu sehen. Dabei grenzen insbesondere umliegende Städte, die einen vergleichbaren bzw. vor allem höheren Umsatz binden, das Einzugsgebiet von Staßfurt ein und stehen im Wettbewerb mit der Stadt.

Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Staßfurt inkl. generierter Umsätze²⁸



Als wesentlicher Wettbewerbsstandort, der das Einzugsgebiet von Staßfurt limitiert, ist das aus Einzelhandels-sicht leistungsfähige Oberzentrum Magdeburg zu nennen. Auf Grund der hohen Angebotsvielfalt nimmt die Landeshauptstadt auch auf Konsumenten in ihrem weiteren Umfeld Einfluss.

Die anderen umliegenden Städte binden größtenteils – im Vergleich zu Staßfurt – einen höheren Umsatz, was zum Teil auf die hohe Einzelhandelsattraktivität dieser Orte bzw. den vorhandenen Einzelhandelsbestand zurückzuführen ist. Beispielhaft sind hier Bernburg oder Ascherleben zu nennen.

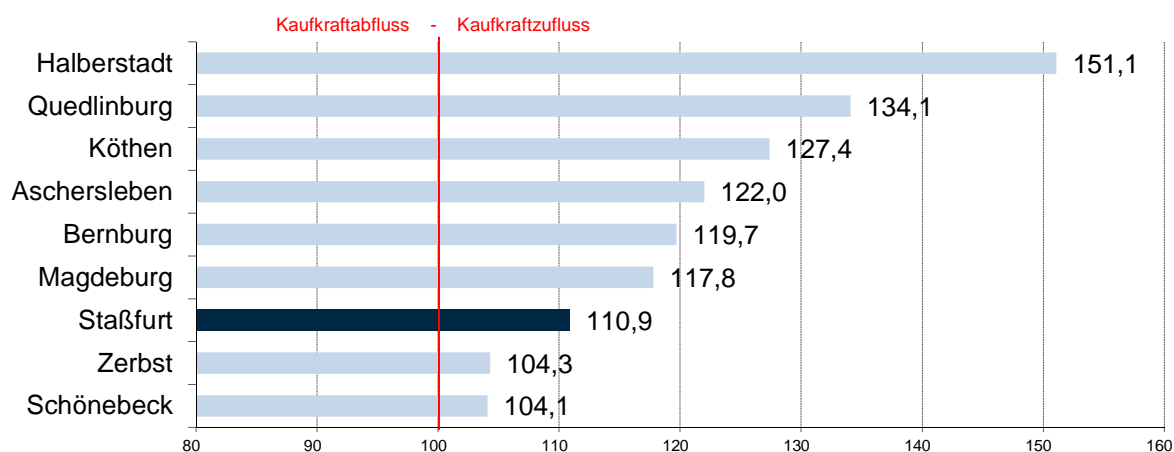
Die vorstehende Karte verdeutlicht die generierten Umsätze in der jeweiligen Stadt im regionalen Umfeld von Staßfurt. Die Umsatzwerte stellen jedoch lediglich einen absoluten Wert dar. Demzufolge wird zusätzlich die

²⁸ Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsätze 2014.

Einzelhandelszentralität²⁹ untersucht, welche die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft darstellt. So können Aussagen über die Wirksamkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden.

Die Zentralität ist ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes. Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.

Abbildung 15: Einzelhandelszentralitäten ausgewählter Städte im regionalen Umfeld von Staßfurt



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2015³⁰

Im regionalen Umfeld von Staßfurt besitzen insbesondere Halberstadt, aber auch Quedlinburg, Köthen, Aschersleben und Bernburg eine hohe Kaufkraftbindung und rekrutieren einen großen Teil ihres Umsatzes von auswärtigen Kunden.

Die Zentralitätskennziffer von Staßfurt liegt bei rd. 111 und weist somit per Saldo ebenfalls einen Umsatzzufluss auf. Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels zunächst positiv einzuschätzen, da per Saldo Kaufkraft nach Staßfurt fließt. Folglich versorgt der lokale Einzelhandel einen Teil seines Umlandes mit. Unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion von Staßfurt für seinen Verflechtungsbereich ist aus Sichtweise der BBE jedoch eine höhere Zentralität anzustreben.

²⁹ Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

³⁰ Anmerkung: Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

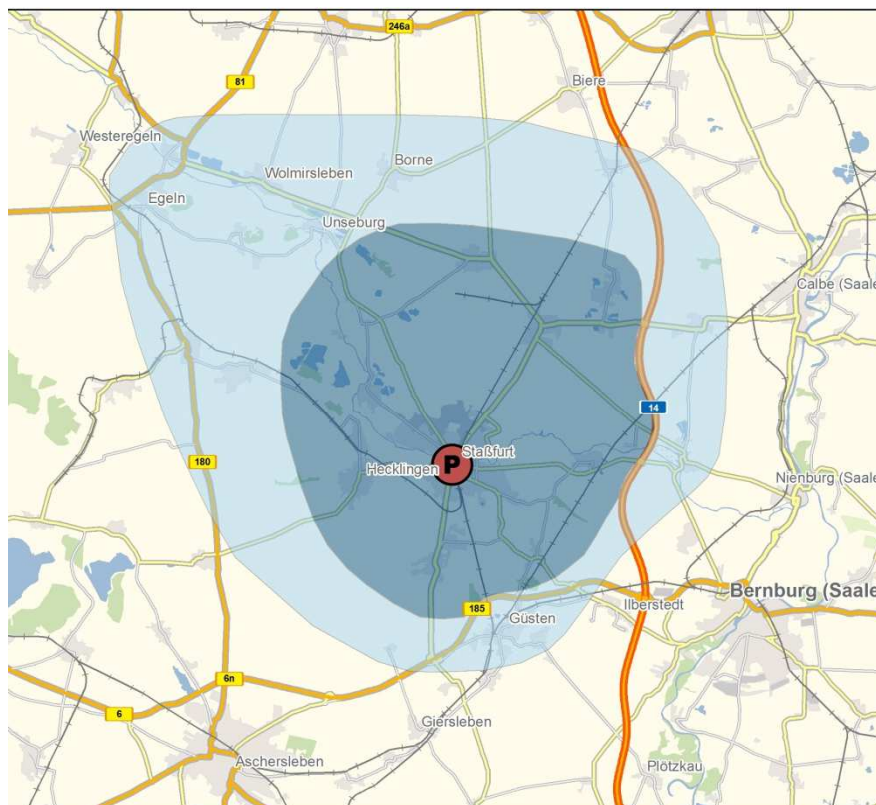
5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial

Die Definition des **Einzugsgebietes** für Staßfurt bildet die Voraussetzung für die Ermittlung des Nachfragepotenzials. Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt nach einem Gravitationsmodell, welches die Umlandausstrahlung von Städten auf Grundlage unterstellter Wechselwirkungen von Einzelhandelsattraktivität, jeweiliger örtlicher Bevölkerungszahl und räumlicher Entfernung zwischen Wettbewerbsstandorten bestimmt. Zur Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets von Staßfurt sind zudem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen von Staßfurt (Fahrzeitradius),
- die zentralörtliche Funktion von Staßfurt,
- die Verkehrsanbindung, topographische Besonderheiten bzw. infrastrukturelle Barrieren,
- die regionale Einzelhandelssituation (vgl. Karte 4 bzw. Abb. 15) und
- das Einzelhandelsangebot in Staßfurt und die Marktreichweiten von lokalen Einzelhandelsmagneten.

Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehend dargelegten Kriterien wird nachfolgend das Einzugsgebiet von Staßfurt zoniert.

Karte 5: Zonierung des Einzugsgebiets von Staßfurt



P Standort Staßfurt

Einzugsgebiet:

Zone I: 30.460 Personen

Zone II: 17.340 Personen

Gesamt: 47.800 Personen



Kartengrundlage: © 2012, Nexiga, TomTom

Das Kerneinzugsgebiet (**Zone I**) umfasst das Stadtgebiet von Staßfurt inklusive der einzelnen dezentralen Ortsteile. Zu diesem Bereich zählen noch die umliegenden Orte, aus denen Staßfurt in einer kurzen Zeit- und Wegedistanz erreichbar ist. Der einwohnerstärkste Ort ist das westlich von Staßfurt liegende Hecklingen, wobei die Kernstadt dieser Einheitsgemeinde direkt an der Gemarkungsgrenze zu Staßfurt liegt.

Das erweiterte Einzugsgebiet (**Zone II**) von Staßfurt umfasst die an das Kerneinzugsgebiet angrenzenden Bereiche, wobei dieser Bereich das maximale Einzugsgebiet des Staßfurter Einzelhandels markiert. Hier ist

bereits mit einer verstärkten Wirkung von Konkurrenzorten, insbesondere von Bernburg, Ascherleben und Schönebeck zu rechnen. Somit überlappt sich das Einzugsgebiet der Zone II teilweise mit dem Einzugsbereich umliegender Orte. Die Bindungsintensität des Staßfurter Einzelhandels wird hier – auch in Zukunft – nur geringe Werte erreichen. In Summe kann der Einzelhandel von Staßfurt auf ein **Konsumentenpotenzial** von maximal fast 48.000 Personen zurückgreifen.³¹

Tabelle 4: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet von Staßfurt

	Einwohner
Zone I (Kerneinzugsgebiet)	30.460
Zone II (Erweitertes Einzugsgebiet)	17.340
Gesamt	47.800

Quelle: BBE Handelsberatung (GIS) auf Basis Nexiga (Base Maps)

Das vorstehend abgegrenzte Einzugsgebiet wird auch durch die Ergebnisse einer **Befragung** abgebildet, die im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes durchgeführt wurde. Die Kundenbefragung wurde im Februar 2014 von zahlreichen Staßfurter Gewerbebetrieben durchgeführt. In Summe wurden 3.827 Kunden hinsichtlich ihres Wohnorts befragt. Hierbei wurde ermittelt, dass rd. 75 % der Kundschaft des Staßfurter Einzelhandels und somit der Großteil aus dem Einzugsgebiet der Zone I stammt. Ein weiterer Teil der Kundschaft (rd. 15 %) wohnt im Einzugsgebiet der Zone II.

Der restliche Teil der befragten Kunden (rd. 10 %) stammt aus zahlreichen Orten im weiteren Umfeld von Staßfurt. Auf Grund der geringen absoluten Herkunftszahlen dieser Kunden – bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl am Herkunftsort – erreicht der Staßfurter Einzelhandel hier nur eine geringfügige Marktdurchdringung, die sich auf sog. Streuumsätze³² bezieht. Diese Erlöse werden durch qualifizierte und spezialisierte sowie z.T. durch großflächige Einzelhandelbetriebe generiert.

31 Anmerkung: Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Einzelhandelsstandortes stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Die umliegenden Gebiete sind jedoch nicht zum Marktgebiet von Staßfurt zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von Konkurrenzorten (vgl. Karte 4 bzw. Abb. 15) zu rechnen ist.

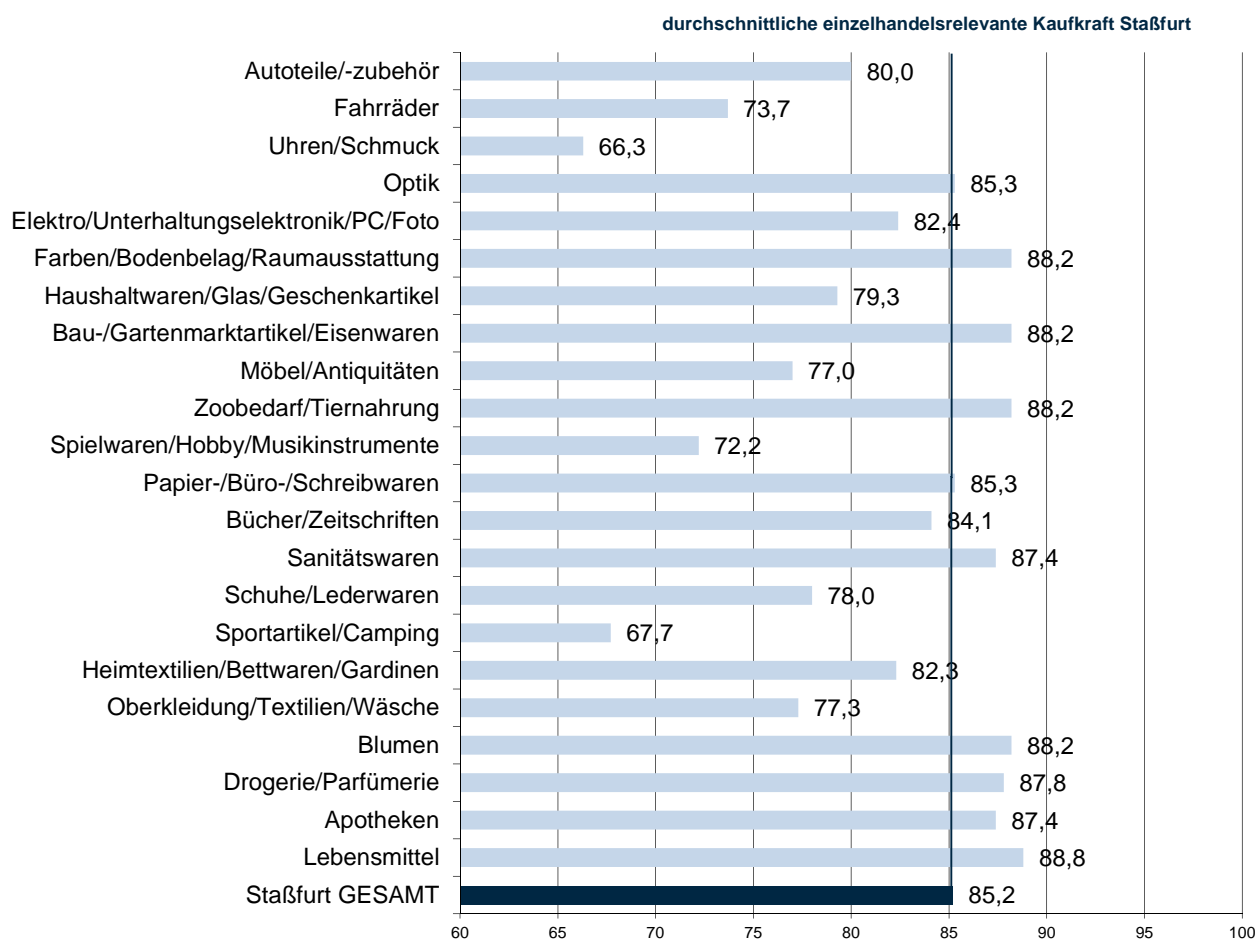
32 Dies sind Umsätze, welche von Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen, von Reisenden, aus Pendlerströmen sowie von Zufallskunden.

5.3. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandelssortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping, Online-Handel/E-Commerce und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den stationären Einzelhandel der jeweiligen Branche³³ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**³⁴ an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 14). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.³⁵

Abbildung 16: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern in Staßfurt



Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2015 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

33 Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

34 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2015. Bei der Berechnung des Marktpotenzials wurden die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern jedes einzelnen Ortes im Einzugsgebiet berücksichtigt.

35 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und auch einkommensseitigen Determinanten weichen die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt/Region ab. Dies wird am Beispiel Staßfurt deutlich, da innerhalb der einzelnen Branchen teilweise deutliche Spreizungen bestehen. Diese bestehen auch in den Orten im Einzugsgebiet von Staßfurt.

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das nachfolgende einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für das Marktgebiet des Staßfurter Einzelhandels errechnet.³⁶

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial für das Marktgebiet von Staßfurt

		Marktpotenzial		
		Zone I	Zone II	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
1	Lebensmittel	61,62	35,39	97,01
2	Apotheken	16,35	8,76	25,11
3	Drogerie/Parfümerie	7,94	4,43	12,37
4	Blumen	1,91	1,22	3,13
	Summe kurzfristiger Bedarf	87,82	49,80	137,62
5	Oberkleidung/Wäsche	12,95	7,35	20,30
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	2,08	1,19	3,27
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	1,84	1,13	2,97
8	Schuhe/Lederwaren	3,01	1,71	4,72
9	Sanitätswaren	1,28	0,68	1,96
10	Bücher/Zeitschriften	2,46	1,40	3,86
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	3,27	1,84	5,11
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	1,08	0,63	1,71
13	Zoobedarf/Tiernahrung	1,26	0,74	2,00
	Summe mittelfristiger Bedarf	29,23	16,67	45,90
14	Möbel/Antiquitäten	7,29	4,27	11,56
15	Baumarktartikel/Eisenwaren	11,50	7,35	18,85
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	3,72	2,14	5,86
17	Farben/Bodenbelag/Raumausstattung	1,02	0,65	1,67
18	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	12,38	6,98	19,36
19	Optik	1,61	0,88	2,49
20	Uhren/Schmuck	1,13	0,63	1,76
21	Fahrräder	0,85	0,51	1,36
22	Autoteile/-zubehör/-reifen	3,66	2,24	5,90
	Summe langfristiger Bedarf	43,16	25,65	68,81
	Gesamtes Marktpotenzial	160,21	92,12	252,33

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

³⁶ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet: Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer je Ort. Die vorstehenden Volumina stellen aggregierte Werte der einzelnen Orte im Einzugsgebiet dar.

6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Staßfurt

6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsflächen im März 2014 im Rahmen einer Vollerhebung in Staßfurt aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet (vgl. auch Methodik in Anlage 1). Nach der Aufnahme der aktiven Verkaufsflächen erfolgte die Auswertung der primärstatistischen Daten nach räumlichen und sachlichen Kriterien.

Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung war in Staßfurt ein Bestand von 178 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche von ca. 52.300 m²**.

Nachfolgende Tabelle fasst überblicksartig den aktuellen Einzelhandelsbestand im Vergleich mit einer vor-maligen Erhebung aus dem Jahr 1998 zusammen.

Tabelle 6: Betriebe und Verkaufsflächen in Staßfurt im Vergleich

Jahr	Betriebe	Verkaufsfläche	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	abs.	m ²	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
1998	245	60.500	247	2,1 ³⁷
2014	178	52.280	294	1,9

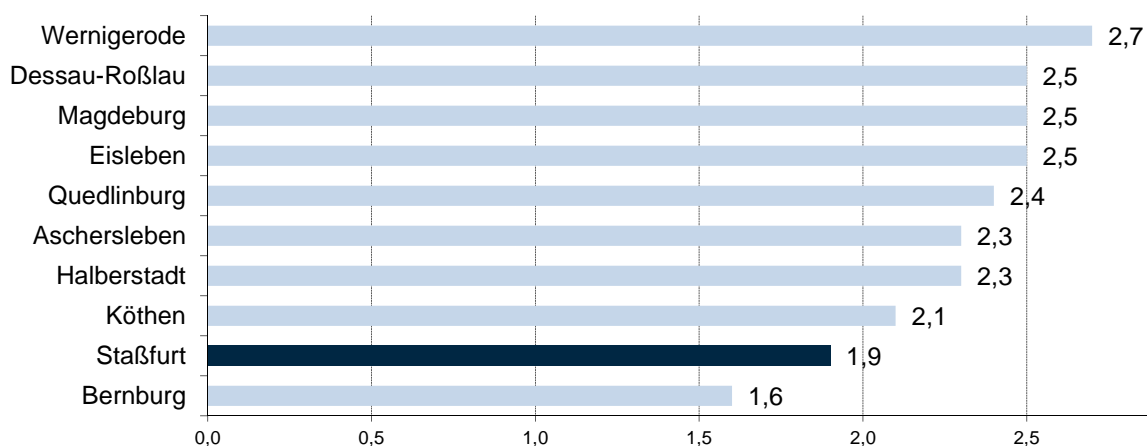
Quelle: ish Düsseldorf, Strategien für das Jahr 2010, 30.09.1998

BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen März 2014 / Einwohner Staßfurt zum Erhebungszeitraum (30.06.2014)

In Staßfurt sind – entgegen dem deutschlandweiten Trend (vgl. Abb. 5) – die Gesamtverkaufsfläche und auch die Verkaufsflächendichte in den letzten Jahren abgesunken. Somit steht der bundesweit dynamischen Entwicklung des Einzelhandels in Staßfurt ein rückläufiges Angebot gegenüber.

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** liegt in Staßfurt bei rd. 1,9 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Folgende Übersicht stellt diese Kennzahl im Vergleich mit ausgewählten weiteren Städten dar.

Abbildung 17: Verkaufsflächendichte (m²/Einwohner) ausgewählter Städte in Sachsen-Anhalt



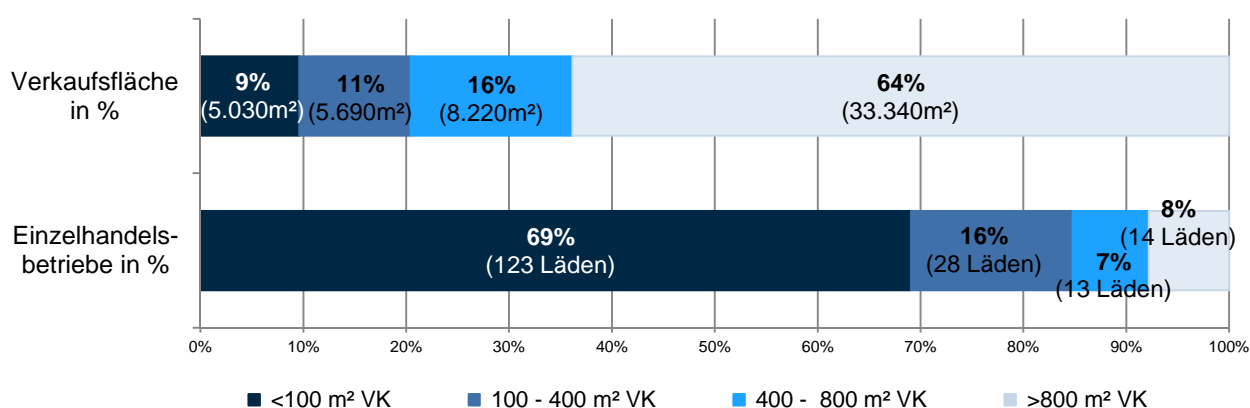
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

37 Wegen der Vergleichbarkeit wurden die Einwohner der Stadt Staßfurt mit dem Gebietsstand 31.12.2012 zugrunde gelegt.

Mit der bestehenden Verkaufsflächendichte von rd. 1,9 m² VK je Einwohner weist Staßfurt im Vergleich³⁸ zu anderen Städten in der Region einen verhältnismäßig niedrigen Wert aus. Bei der Betrachtung der Verkaufsflächendichte muss jedoch beachtet werden, dass alle erhobenen Bestandsdaten der Erhebungseinheit zusammengefasst werden. Eventuelle rechnerische Defizite in einer Branche können also durch andere Branchen wieder ausgeglichen werden.

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

Abbildung 18: Betriebsgrößenklassen des Staßfurter Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Die Verkaufsflächenstruktur ist in Staßfurt durch überwiegend kleinformatige Einzelhandelsgeschäfte geprägt, da 69 % und somit der Großteil der 178 Einzelhandelsgeschäfte eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur ca. 40 m² je Laden.

Demgegenüber besitzen 14 großflächige Handelsbetriebe, die einen Anteil an der Gesamtzahl der Handelsbetriebe von lediglich 8 % haben, einen Verkaufsflächenanteil von rd. 64 % (rd. 33.300 m² VK). Hierbei handelt es sich insbesondere um die Großflächen von Fachmärkten der Baumarkt- bzw. Einrichtungsbranche sowie um einen Großteil der Lebensmittelbetriebe.

Die Größenklasse zwischen 100 bis 400 m² je Laden ist vergleichsweise schwach ausgeprägt. Dies ist unter dem Aspekt zu sehen, dass gerade diese Größenklasse i.d.R. durch attraktive Handelskonzepte, insbesondere der Modebranche, belegt wird. Somit die Größenklassenstruktur in Staßfurt derzeit nicht optimal ausgeprägt.

38 Anmerkung: Der bundesdurchschnittliche Ausstattungsgrad liegt bei ca. 1,5 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Dieser Wert sowie die Werte der Verkaufsflächenausstattung anderer Städte sollen lediglich der besseren Einordnung der Staßfurter Werte dienen und nicht als Zielwerte angesehen werden.

6.2. Räumliche Verteilung des Staßfurter Einzelhandels

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Staßfurter Einzelhandelsangebots **nach Stadtgebieten** ergibt sich folgendes Bild:

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte nach Stadtgebieten

Gebiet	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Geschäftsgröße
	abs.	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Staßfurt-Mitte	6.810	13	37	21	~180
Leopoldshall	17.210	33	45	25	~380
Nord-Ost	9.230	17	8	4	~1.150
Alt-Staßfurt	1.390	3	20	11	~70
Staßfurt-Nord	4.160	8	17	10	~240
Staßfurt-Hecklinger Straße	9.770	19	11	6	~890
OT Förderstedt	1.640	3	10	6	~160
OT Löderburg	1.090	2	11	6	~100
Restliche OT	980	2	19	11	~50
Gesamt	52.280	100	178	100	~290

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2014

Anmerkung: Die vorstehende Darstellung soll der besseren Übersicht und Einordnung der einzelnen Versorgungsgebiete dienen. Eine direkte Vergleichbarkeit ist nicht möglich, da die Versorgungsgebiete über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

Die flächenmäßigen Angebotsschwerpunkte liegen in Staßfurt in den Stadtgebieten Leopoldshall, Hecklinger Straße und Nord-Ost. In diesen Bereichen sind vorwiegend flächenintensive Fachmärkte adressiert, was auch die hohe durchschnittliche Betriebsgröße je Geschäft in diesen Lagen verdeutlicht.

Ein weiterer Angebotsschwerpunkt befindet sich in Staßfurt-Mitte und in Staßfurt-Nord, was jeweils auf die Existenz einer größeren Handelsagglomeration (Bodepark bzw. Nahversorgungszentrum Löderburger Straße) zurückzuführen ist.

Die restlichen Bereiche sind in Bezug auf den Handelsbesatz im Vergleich zu den bereits dargestellten Lagen deutlich abgesetzt und weisen ein niedriges Angebot auf. In den einzelnen peripheren Ortsteilen von Staßfurt besteht ein geringer Flächenbesatz, der vorwiegend auf den Lebensmittelhandel fokussiert ist.

Unter dem Blickwinkel der Angebotsverteilung **nach Versorgungsgebieten bzw. -kategorien** ist der anzahlmäßig höchste Einzelhandelsbestand mit 53 Geschäften in der Innenstadt vorzufinden (vgl. Tab. 9). Dieser Bereich verteilt sich jedoch auf insgesamt drei Standortlagen, die sich in der Vergangenheit jeweils verhältnismäßig separat entwickelt haben. Dies resultiert aus der historische Entwicklung von Staßfurt, da sich die Stadt in ihrem heutigen Umgriff aus vormals drei eigenständigen Orten (Staßfurt, Leopoldshall, Alt-Staßfurt) zusammensetzt. Zwischen diesen heutigen Stadtteilen bestehen ferner städtebauliche und natürliche Zäsuren, die fußläufige Austauschbeziehungen bzw. die Entwicklung einer zusammenhängenden Geschäftslage erschweren. Die genannten Stadtteile besitzen auch heute jeweils einen zentralen Bereich, wobei in Bezug auf die flächenseitigen und funktionalen Ausprägungen deutliche Niveauunterschiede bestehen.

In der Innenstadt von *Staßfurt (Mitte)*, die vor allem den Handelsbesatz in der Steinstraße und das Fachmarktzentrum Bodepark umfasst, ist ein Einzelhandelsangebot von rd. 5.650 m² Verkaufsfläche vorhanden.

Somit hat dieser Bereich den höchsten Flächenanteil innerhalb der drei Standortlagen und besitzt auch mit 30 Geschäften den höchsten Besatz an Betrieben. Gesamtstädtisch betrachtet entspricht der Flächenbestand einem Anteilswert von knapp 11 %. Der Großteil der Verkaufsfläche ist im Bodepark verortet, der fachmarkttypische Angebotsstrukturen besitzt und räumlich von der Hauptgeschäftslage Steinstraße abgesetzt ist. Entlang der verkehrsberuhigten und attraktiv sanierten Steinstraße besteht eine größtenteils durchgehende Schaufensterfront, die vor allem durch Fachgeschäfte und Dienstleistungsanbieter belegt ist. Weitere Angebote aus der Gastronomie und der Kultur runden den Angebotsmix ab.

Im östlich angrenzenden Stadtteil *Leopoldshall* hat die hier bestehende zentrale Einzelhandelslage, die straßenbegleitend entlang der Hohenerxlebener- und der Zollstraße verläuft, einen Flächenbestand von lediglich rd. 840 m² Verkaufsfläche, was einem Anteil an der gesamtstädtischen Einzelhandelsfläche von unter 2 % entspricht. Die Einzelhandelsfunktion ist unterdurchschnittlich entwickelt, da hier überwiegend Dienstleistungs- und Gastronomieangebote adressiert sind. In Kombination beider Nutzungsarten ist jedoch ein relativ kompakter Gewerbebesatz vorhanden, der jedoch in östlicher Richtung deutlich ausdünt. Ferner befindet sich in diesem Standortbereich mit der Staßfurter Stadtverwaltung (Rathaus) eine öffentliche Einrichtung. Im westlichen Bereich der Hohenerxlebener Straße – unmittelbar am Staßfurter Bahnhof – ist der ZOB verortet, so dass in diesem Bereich ein zentraler ÖPNV-Umsteigepunkt besteht.

Nördlich an den Bereich Staßfurt-Mitte schließt sich *Alt-Staßfurt* an, wobei der Flusslauf der Bode eine Zäsur darstellt. Die Bode kann dabei aus der verlängerten Steinstraße über eine sanierte Brücke – auch fußläufig – überquert werden. Der Einzelhandel ist lediglich durch einen geringen Besatz von rd. 640 m² Verkaufsfläche geprägt, der in einem verhältnismäßig weitläufigen Bereich um den attraktiv sanierten Straßenzug Prinzenberg und den Hohlweg angesiedelt ist. Eine durchgängige Schaufensterfront existiert in diesen Bereichen nicht, da zahlreiche Funktionsunterbrechungen bestehen. Aus gesamtstädtischer Sicht können die insgesamt 7 Handelsbetriebe nur eine verhältnismäßig geringe Strahlkraft erzeugen.

Folgende Karte verdeutlicht die vorstehenden Darstellungen zur räumlichen Verteilung des Einzelhandels.

Karte 6: Strukturprägende Einzelhandelsstandorte im Staßfurter Kernstadtgebiet (Skizzierung)



Als weitere Standortkategorie sind die Nahversorgungslagen bzw. Nahversorgungsstandorte in der Staßfurter Kernstadt zu sehen. Diese Lagen sind durch die Existenz von Lebensmittelmärkten bzw. auch arrondierenden Handelsbetrieben geprägt. Der Bestand in diesen Lagen umfasst rd. 5.700 m² Verkaufsfläche, die sich auf 17 Handelsbetriebe verteilen. Als größter Angebotsstandort fungiert das Nahversorgungszentrum in der Löderburger Straße.

Den eindeutig größten Angebotsbesatz besitzen die Fachmarktzentren bzw. die solitären Fachmarktstandorte, die einen Anteil von rd. 63 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche belegen. Hinsichtlich der meist großflächigen Angebotsformate³⁹ verfügt diese Kategorie mit rd. 33.000 m² über mit Abstand über den höchsten Flächenbesatz. Die einzelnen Standorte liegen dabei dezentral und sind grundsätzlich durch eine sehr gute Erreichbarkeit und Anfahrbarkeit geprägt. Die flächenseitig größten Standorte sind das Fachmarktzentrum Hecklinger Straße (u.a. Kaufland, KIK, Deichmann, toom mit rd. 9.700 m²), die Agglomeration an der Förderstedter Straße (Hellweg, Ihr Teppichfreund mit rd. 8.300 m²) und das Fachmarktzentrum an der Honerxlebener Straße (real, Takko, Zoo & Co. mit rd. 6.300 m²).

Der Handelsbesatz in den Streulagen der Kernstadt umfasst rd. 2.400 m² und spielt im gesamtstädtischen Kontext eine untergeordnete Rolle. In den verschiedenen Stadtteillagen sind jedoch 34 Handelsbetriebe verortet, die insbesondere die Versorgung in den Wohnsiedlungsbereichen übernehmen. Hierbei handelt es sich meist um kleinere Läden, was in der durchschnittlichen Betriebsgröße dieser Anbieter von nur 70 m² je Geschäft deutlich wird.

Im gesamtstädtischen Kontext ist auffällig, dass in den peripheren Ortsteilen von Staßfurt immerhin 40 Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind. Trotz der relativ geringen Mantelbevölkerung in den jeweiligen Ortsteilen wird so eine anteilige Versorgung in diesen ländlichen geprägten Gebieten sichergestellt. Der Großteil der Verkaufsfläche wird dabei durch Lebensmittelanbieter belegt, die ebenfalls den zahlenmäßig höchsten Anteil an Betriebsstätten haben.⁴⁰

Folgende Tabelle stellt zusammenfassend die Größenverhältnisse in Bezug auf die Verteilung der Verkaufsfläche nach Gebietskategorien dar.

Tabelle 8: Verkaufsflächen und Geschäfte nach Einzelhandelsstandorten

Gebiet	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Geschäftsgröße
	abs.	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Innenstadtlagen	7.130	14	53	30	~130
Nahversorgungslagen	5.680	11	17	10	~330
Fachmarktzentren	32.970	63	29	16	~1.140
Streulagen Kernstadt	2.790	5	39	22	~70
Ortsteile	3.710	7	40	22	~90
Gesamt	52.280	100	178	100	~290

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2014

Es wird deutlich, dass im gesamten Stadtgebiet eine hohe Streuung des Einzelhandelsbesatzes besteht. Als negativ ist die flächenseitige Dominanz der dezentral liegenden Fachmarktzentren zu bewerten. Die vorstehend beschriebenen Innenstadtlagen in Staßfurt-Mitte, Leopoldshall und Alt-Staßfurt erreichen dagegen mit einem Flächenanteil von rd. 14 % ein geringes gesamtstädtisches Gewicht.

³⁹ Die Betriebe in dieser Standortkategorie weisen eine durchschnittliche Geschäftsgröße von 1.140 m²/Betrieb aus, die deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von rd. 290 m² je Betrieb liegt.

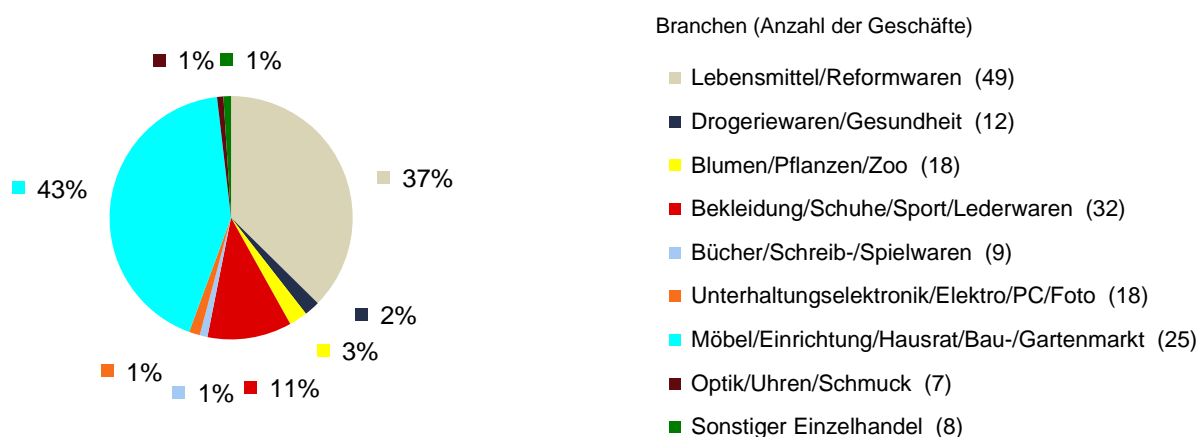
⁴⁰ In den peripheren Ortsteilen sind insgesamt 18 Lebensmittelanbieter vorhanden, die eine Verkaufsfläche von rd. 2.500 m² besitzen.

6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

6.3.1. Sortimentsstruktur Staßfurt

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen (52.280 m²) in Staßfurt werden die einzelnen Betriebsstätten der jeweiligen Branche zugeordnet, die den größten bzw. maßgeblichen Teil der Verkaufsfläche einnimmt. Aktuell ist folgende Verkaufsflächenstruktur in Staßfurt vorhanden.

Abbildung 19: Verkaufsflächenstruktur Staßfurt 2014



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2014

Der Großteil der Verkaufsfläche wird in Staßfurt von der Branche Möbel/ Einrichtungen/ Bau-, Gartenmarkt- und Hausratartikel eingenommen. Diese flächenintensive Branche, welche meist durch großflächige Ladeneinheiten gekennzeichnet ist, belegt eine Fläche von rd. 22.200 m² und nimmt einen Anteil von rd. 43 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Weiterhin prägt die Lebensmittelbranche mit einer Fläche von rd. 19.500 m² die Verkaufsflächenstruktur. In dieser Branche ist die höchste Anzahl an Geschäften festzustellen, was insbesondere durch die zahlreichen kleinteiligen Nahrungsmittelhandwerker bedingt ist.

Die Modebranche, welche eine Leitbranche darstellt und wesentlich die Attraktivität einer Stadt mit prägt, ist mit rd. 5.900 m² Verkaufsfläche quantitativ eher niedrig ausgeprägt. Die restlichen Branchen erreichen durchweg geringe Flächenanteile von 1 bis 2 %.

Die Sortimentszusammensetzung von Staßfurt ist im interkommunalen Vergleich⁴¹ eine Übliche, da i.d.R. die beiden flächenintensiven Sortimente der Lebensmittel- und der Einrichtungsbranche – gefolgt von den modischen Sortimenten – grundsätzlich die höchsten Flächenanteile in ähnlich großen Städten einnehmen.

41 Eine direkte Vergleichbarkeit von Einzelhandelsstrukturen von Städten ist grundsätzlich nicht möglich, da diese über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen, Einzugsgebiete etc. verfügen.

6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich

Zur besseren Strukturierung der Flächen werden die einzelnen Branchen in Bedarfsbereiche (nach der Häufigkeit der Nachfrage) unterteilt und einer kurzen Analyse unterzogen. Ferner wird die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte⁴² je Branche berechnet.

In Staßfurt ist im **Lebensmitteleinzelhandel** eine Verkaufsfläche von ca. 19.500 m² vorhanden. Dieses Sortiment nimmt mit knapp über 37 % der gesamten Verkaufsfläche von Staßfurt den zweithöchsten Flächenanteil ein. Der Großteil der Betriebe (49 Geschäfte) ist dieser Branche zuzuordnen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt im interkommunalen Vergleich mit rd. 0,7 m² pro Einwohner⁴³ vergleichsweise hoch.

Die Angebotsstruktur weist eine für die Stadtgröße ausgewogene Mischung aus diversen Betriebstypen (SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounter, vgl. Betriebstypendefinition in Anlage 2) auf, wobei die Betriebsform SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt und discountorientierte Anbieter das flächenseitige Angebot prägen. Ergänzt werden die Anbieter durch kleinstrukturierte Lebensmittelanbieter, Spezialgeschäfte sowie Getränkemärkte. Im gesamten Stadtgebiet von Staßfurt sind zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) angesiedelt, die zum Teil auch in den Vorkassenzonen von Lebensmittelmärkten eingemietet sind.

Die Angebotsvielfalt ist hinsichtlich der Betriebstypen und der Auswahlbreite als gut einzustufen. Die Anbieter sind relativ gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt, wobei ein flächenseitiger Schwerpunkt an peripheren Standorten besteht. In zwei Ortsteilen (Förderstedt, Löderburg) ist ebenfalls ein qualifiziertes Grundversorgungsangebot in Form je eines Discounters vorhanden.

In Staßfurt sind derzeit acht **Apotheken** mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 260 m² vorhanden. Auf Basis der Einwohnerzahl von Staßfurt errechnet sich eine sogenannte Apothekendichte von ca. 3.370 Einwohnern pro Apotheke. Dieser Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 3.900 Ew. pro Apotheke)⁴⁴ bzw. auch zum Land Sachsen-Anhalt (rd. 3.660 Ew. pro Apotheke) einen sehr guten Ausstattungsgrad dar, so dass Staßfurt hier eine teilweise Versorgungsfunktion für das Umland bzw. das Einzugsgebiet übernimmt.

Die einzelnen Apotheken sind über das Kernstadtgebiet und in zwei Ortsteilen verteilt und übernehmen die adäquate Versorgung der jeweiligen Wohnquartiere. Die Darstellung der einzelnen Apotheken ist unter qualitativen Gesichtspunkten durchgängig als sehr gut zu bewerten.

Als Marktführer der Branche **Drogerie-/ Parfümeriewaren** fungiert der Drogeriemarktfilialist Rossmann, der in der Staßfurter Innenstadt ein attraktives Vollsortiment anbietet. Weitere kleinere Drogeriewarengeschäfte und eine attraktive Parfümerie ergänzen das Angebot.

Die gesamtstädtische Verkaufsfläche liegt mit rd. 0,03 m² pro Einwohner deutlich zu niedrig.⁴⁵ Dies ist auch unter dem Aspekt des vorhandenen Konsumentenpotenzials im Umland von Staßfurt zu sehen, zumal im gesamten Einzugsgebiet von Staßfurt kein weiterer größerer Drogeriewarenanbieter angesiedelt ist.

Aus dem vorstehenden Fakt resultiert, dass insbesondere die Fachabteilungen der vorhandenen Verbrauchermärkte bzw. SB-Warenhäuser, aber auch der Discounter und des Supermarktes, einen Teil der Nachfrage mit abdecken. Diese Lebensmittelanbieter, insbesondere Kaufland und real⁴⁶ verfügen über leistungsstarke Abteilungen in diesen Warengruppen.

⁴² Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region.

⁴³ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,55 bis 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,42 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

⁴⁴ Quelle: ABDA - Bundesvereinigung, Deutscher Apothekerverbände, Die Apotheke - Zahlen, Daten, Fakten 2015.

⁴⁵ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt in vergleichbaren Städten bei ca. 0,07 bis 0,11 m² Verkaufsfläche je Einwohner (Quelle: Verkaufsflächenhebungen der BBE Handelsberatung in Städten mit 20.000 bis 40.000 Einwohnern). Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,06 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

⁴⁶ Die Anbieter Kaufland und real führen in ihren Filialen auf einer Fläche von rd. 350 m² Drogeriewaren im Randsortiment.

In Staßfurt existiert im Sortimentsbereich **Blumen** ein Flächenangebot von knapp 700 m². Das Angebot verteilt sich auf diverse, vor allem kleinere Blumengeschäfte, die über die gesamte Stadt verstreut liegen. Das Gesamtangebot ist insbesondere auf Grund zahlreicher leistungsstarker Floristikfachgeschäfte als gut einzustufen.

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die Einzelhandelsausstattung im Segment des kurzfristigen Bedarfsbereichs in Staßfurt.

Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich

	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Geschäftsgröße	Verkaufsflächen-dichte
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
Lebensmittel	19.530	49	~400	0,72
Apotheken	260	8	~30	0,01
Drogerie/Parfümerie	840	4	~210	0,03
Blumen	680	16	~40	0,03

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2014

6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich

Das Angebot an **Bekleidung** stellt auf Grund seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine Stadt dar. In Staßfurt führen derzeit 19 Geschäfte auf rd. 4.200 m² VK dieses Sortiment. Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von rd. 0,16 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist im interkommunalen Vergleich als niedrig einzustufen.⁴⁷

Die Innenstadt besitzt einen Verkaufsflächenanteil von rd. 33 % der Gesamttextilfläche. Die bestehenden Textilanbieter können jedoch keine Magnetwirkung erzielen, da das Gesamtangebot deutlich zu gering ist. Das Angebot wird lediglich durch einen attraktiven mittelständischen Modeanbieter (Tessmer) und einen Textildiscounter (KIK) geprägt.

Gesamtstädtisch ist das Angebot vor allem durch Textilfachmärkte (KIK [2x], Takko, Charles Vögele) gekennzeichnet, die rd. 60 % der Verkaufsfläche einnehmen. Des Weiteren sind nur wenige inhabergeführte Geschäfte vorhanden, welche i.d.R. das modische Angebot einer Stadt prägen. Ferner sind einige Geschäfte im unteren Preisniveau („Billiganbieter“) etabliert und verfügen zum Teil nicht über die notwendige Attraktivität, um langfristig am Wettbewerb teilnehmen zu können. Hier ist ggf. mit Abschmelzungsprozessen zu rechnen.

Zusammenfassend ist das Textilangebot für Staßfurt in Bezug auf seine Angebotsstruktur und seine flächenmäßige Ausprägung als unterdurchschnittlich attraktiv zu bewerten. Ferner besteht eine Fehlallokation der Textilverkaufsflächen, da in der Staßfurter Innenstadt lediglich ein Drittel der gesamtstädtischen Textilverkaufsfläche verortet ist.

Die Branche **Heimtextilien/Kurzwaren** ist durch einzelne Fachgeschäfte vertreten. Das Gesamtangebot ist für die Stadtgröße als gut einzustufen, da die Geschäfte ein spezialisiertes und gut sortiertes Sortiment anbieten.

In der **Sportbranche** (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) sind derzeit fünf Anbieter mit einer Verkaufsfläche von rd. 700 m² vorhanden. Es wird für die örtlichen Verhältnisse ein attraktives und gut sortiertes Angebot präsentiert, welches durch die beiden innerstädtischen Geschäfte der Verbundgruppe Intersport und Sport 2000 bestimmt ist.

Das Sortiment **Schuhe** ist durch zwei Fachmarktanbieter präsent, die außerhalb der Einkaufsinnenstadt liegen. Beide Märkte (Deichmann, ABC Schuhcenter) präsentieren ein gut sortiertes Sortiment auf Fachmarktniveau. Dieses Angebot wird durch zwei Spezialanbieter und ein Lederwarengeschäfte ergänzt.

Ebenso wie das Sortiment Textilien zählt die Schuhbranche zu einem wichtigen Attraktivitätsfaktor einer Innenstadt. Da in der Staßfurter Innenstadt dieses Sortiment nicht ausreichend vertreten ist, besteht hier ein Attraktivitätsnachteil. Mögliche Kopplungen zum Textilsortiment sind somit nicht möglich.

Der **Sanitätsfachhandel** (u.a. Sanitätswaren, Hörgeräte, Orthopädiwaren) wird durch drei leistungsfähige Anbieter gekennzeichnet, welche für die Stadtgröße ein sehr gutes Angebot präsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen.

In der Branche **Bücher** bestehen zwei kleinere Buchhandlungen, die ein gut strukturiertes Angebot besitzen. Die Fläche der beiden Buchhandlungen liegt jedoch jeweils deutlich unter 100 m², was für ein Fachgeschäft in dieser Branche als zu niedrig einzustufen ist.⁴⁸

Die Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** wird durch zahlreiche kleine Fachgeschäfte auf einer Gesamtfläche von insgesamt knapp 400 m² dargestellt. Weiterhin wird dieses Sortiment in diversen sog. Non-Food-Discountern (bspw. REPO, Tedi, Thomas Phillips) und auch bei Kaufland und real als Randsortiment ge-

47 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt im Sortiment Bekleidung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,30 bis 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

Quelle: Verkaufsflächenerhebungen der BBE Handelsberatung in Städten mit 20.000 bis 40.000 Einwohnern.

Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

48 Die Marktzutrittsgröße liegt für ein Bücherfachgeschäft bei minimal 150 m² Verkaufsfläche.

führt. In Summe ist in diesen Warengruppen eine hohe Auswahlbereite vorhanden, wenngleich die qualitative Darstellung bei einigen Anbietern nur eine geringe Attraktivität besitzt.

In der **Spielwarenbranche** (inkl. Musikinstrumente) ist kein Angebot vorhanden. Diese Warengruppen werden als Randsortiment im Lebensmittelhandel (SB-Warenhäuser real/Kaufland) und in einigen Sonderpostenmärkten („Non-Food-Discountern“) angeboten. Das eingeschränkte Angebot reflektiert u.a. den geringen Anteil der jüngeren Bevölkerung in Staßfurt (vgl. Abb. 12). Das Sortiment Musikinstrumente wird in einem Fachgeschäft mit angeboten.

In der **Zoobranche** ist mit Zoo & Co. Nicolaus ein leistungsstarker und attraktiver Fachmarkt vorhanden, der das flächenseitige Angebot dominiert. Es werden ein Grundsoriment und auch spezialisierte Warengruppen angeboten, so dass der Fachmarkt durch eine hohe Auswahltiefe gekennzeichnet ist. Das Angebot des Zoofachmarktes wird durch ein innerörtliches Fachgeschäft ergänzt. Weiterhin wird dieses Sortiment auch von branchenfremden Anbietern, d.h. in den Randsortimentsabteilungen der Staßfurter Lebensmittelmärkte geführt.

Tabelle 10: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich

	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Geschäftsgröße	Verkaufsflächen-
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	dichte
				m ² /Einwohner
Oberkleidung/Wäsche	4.210	19	~220	0,16
Heimtextilien/Kurzwaren	110	3	~40	<0,01
Sportartikel/Camping	720	5	~140	0,03
Schuhe/Lederwaren	840	5	~170	0,03
Sanitätswaren	130	3	~40	<0,01
Bücher/Zeitschriften	170	3	~60	<0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	370	6	~60	0,01
Spielwaren	0	0	0	0,00
Zoobedarf	590	2	~300	0,02

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2014

6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich

In Staßfurt sind – auf Grund der geringen Mantelbevölkerung – lediglich kleinere Möbelanbieter vorhanden. Das Angebot umfasst im Wesentlichen verschiedene Küchenstudios und einen Einrichtungsfachmarkt (Dänisches Bettlager). Diese Betriebe bieten ein attraktives Angebot in ihrem jeweiligen Sortimentsbereich an. Der Großteil der Nachfrage nach **Möbeln** wird jedoch außerhalb von Staßfurt gebunden.

In der Branche **Bau- und Gartenmarktartikel/Eisenwaren** ist in Staßfurt ein leistungsfähiges Angebot von rd. 14.400 m² Verkaufsfläche zur Deckung der Nachfrage vorhanden. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt mit über 0,5 m² pro Einwohner vergleichsweise⁴⁹ hoch, so dass Staßfurt einen lokalen Versorgungsschwerpunkt darstellt.

Das Angebot wird in zahlreichen Märkten präsentiert, wobei Hellweg und Toom als lokale Ankerbetriebe einzustufen sind. Weiterhin sind diverse Spezialanbieter (u.a. für Baustoffe, Technik, Elektrotechnik) vorhanden, so dass in Summe ein kompetentes und gut strukturiertes Angebot besteht. Die Märkte sind zum größten Teil an dezentralen und gut erreichbaren Standorten angesiedelt.

Das Sortiment **Glas/Porzellan/Geschenk- und Hausratartikel** wird durch zahlreiche sog. Non-Food-Discounter (bspw. Sonderpostenmärkte, Schnäppchenshops) sowie vereinzelte Fachgeschäfte dargestellt. Die Non-Food-Discounter (u.a. REPO, Tedi, Thomas Phillips, Preisbombe) führen dabei ein Multisortiment im unteren Preisbereich, wobei neben dem genannten Sortiment noch zahlreiche weitere Waren angeboten werden. Das Sortiment lässt sich i.d.R. lediglich dadurch eingrenzen, dass es sich um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden. Meist handelt es sich um Waren aus Konkursen, Schadensfällen, Geschäftsaufgaben, Überproduktionen, Restposten auslaufender Artikel oder Waren von günstigen Produktionsstandorten (z.B. aus Asien). Es werden in sich ständig ändernden Zusammensetzungen vornehmlich Sortimente wie z.B. Haushaltwaren, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Schreib- und Spielwaren, Heimtextilien, Drogerieartikel, Werkzeuge, Kleinmöbel u.ä. angeboten. Von der Verkaufsphilosophie her sind derartige Märkte nicht auf Zielkäufer ausgerichtet, sondern wollen mit einer absoluten Discountstrategie (1-Euro-Strategie) zu Zusatzkäufen anregen. Die Ladeneinrichtung und die Ausgestaltung der Märkte erfolgt meist nur mit einfachsten Mitteln.

In Summe besteht in dieser Branche eine hohe Vielfalt, wobei sich das Angebot auf dezentrale Standorte konzentriert. Das Attraktivitätsniveau ist in Bezug auf die Präsentation als niedrig einzustufen.

Die Branche **Farbe/Lacke/Tapeten/Bodenbelag** wird durch den großflächigen Fachmarkt Ihr Teppichfreund geprägt. Der Markt bietet ein ausreichend tiefes und gut strukturiertes Sortiment an und liegt gut erreichbar an der Förderstedter Straße. Diese Angebot wird durch einen kleineren Markt (wohnen + sparen) ergänzt.

Die Branche **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/PC/Foto** wird durch zahlreiche mittelständische Fachanbieter repräsentiert. Diese Geschäfte können jedoch auf Grund der eingeschränkten Präsentationsfläche kein vollumfassendes Sortiment darstellen, da die Verkaufsflächen grundsätzlich zu gering dimensioniert sind bzw. Präsentationsflächen für die meist großvolumigen Geräte fehlen. Im Segment Foto bestehend zwei Fotostudios. Der Sortimentsbereich Mobilfunk/Telefonie wird durch zahlreiche kleinteilige Telefonshops abgedeckt.

Auf Basis des Verkaufsflächenbestandes ergibt sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von rd. 0,03 m² Verkaufsfläche pro Einwohner, so dass eine vergleichsweise geringe Verkaufsflächenausstattung⁵⁰ gegeben ist. Aktuell ist kein größerer Markt vorhanden, der ein umfassendes Vollsortiment darstellen kann. Aus Kundensicht stellt sich somit das Angebot als unzureichend dar. Die geringe Angebotsauswahl wird

49 Die branchenspezifische Verkaufsflächendichte im Segment Baumarkt liegt über dem Durchschnittswert des Landes Sachsen-Anhalt (ca. 0,24 m² Baumarktfäche/Einwohner) und dem Bundesdurchschnitt (0,16m² Baumarktfäche/Einwohner).
Quelle: gemaba, Baumarkt-Strukturdaten 2012.

50 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt im Bereich Consumer Electronics in vergleichbaren Städten bei ca. 0,09 bis 0,11 m² Verkaufsfläche je Einwohner.
Quelle: Verkaufsflächenhebungen der BBE Handelsberatung in Städten mit 20.000 bis 40.000 Einwohnern.
Anmerkung: Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

durch zwei branchenfremde Anbieter des Lebensmittelhandels aufgefüllt. So führen real und Kaufland auf zusammen rd. 600 m² diese Warengruppen im Randsortiment.⁵¹

Die Branchen **Optik** und **Uhren/Schmuck** sind durch zahlreiche Geschäfte vertreten, welche alle ein attraktiv präsentiertes Sortiment führen. Der Angebotsschwerpunkt beider Branchen liegt in der Kernstadt. Die Durchschnittsgröße der Ladenlokale liegt mit ca. 60 m² je Geschäft niedrig, da die beiden Branchen einen geringen Flächenbedarf haben.

Die **Fahrradbranche** ist durch drei mittelständische Händler gekennzeichnet, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 200 m² besitzen. Aktuell ist kein größerer Fahrradfachmarkt vorhanden, so dass die Angebotsstruktur durch Fachgeschäfte belegt wird. Die Angebotsvielfalt ist trotz des Fehlens einer größeren Fahrradausstellung jedoch als gut zu bewerten.

Die Branche **Kfz-Zubehör** ist in Staßfurt durch zwei Anbieter präsent, die anteilig das Nachfragevolumen abschöpfen können.

Tabelle 11: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Möbel/Antiquitäten	1.270	4	~320	0,05
Baumarktartikel/Eisenwaren	14.400	10	~1.140	0,53
Glas/Geschenkartikel/Hausrat	4.620	9	~510	0,17
Farben/Beläge/Raumausstattung	1.960	2	~980	0,07
Elektro/Unterhaltungselektronik	740	18	~40	0,03
Optik	320	4	~80	0,01
Uhren/Schmuck	120	3	~40	<0,01
Fahrräder	200	3	~70	<0,01
Autoteile/-zubehör	190	2	~100	<0,01

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2014

51 Die entsprechende Randsortimentsabteilung umfasst bei real rd. 400 m², bei Kaufland liegt dieses Segment bei rd. 200 m² Verkaufsfläche.

6.4. Zentralität des Staßfurter Einzelhandels

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation (Zentralität) stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁵² und dem vorhandenen lokalen Nachfragevolumen in Staßfurt dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Staßfurt getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität. Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo demnach ein Umsatzabfluss.

Aus den erzielten Werten können somit entsprechende Aussagen abgeleitet werden, ob bzw. inwieweit quantitative Angebotslücken des Staßfurter Einzelhandels bei der Versorgung der Einwohner der Stadt vorhanden sind. Aus den berechneten Ergebnissen werden unter Berücksichtigung qualitativer Aspekte in der Folge auch generelle Aussagen über Ansiedlungsoptionen getroffen.

Nachstehende Übersicht stellt die Einzelhandelszentralität von Staßfurt nach den Bedarfsbereichen zusammenfassend dar.

Tabelle 12: Zentralität des Staßfurter Einzelhandels nach Bedarfsbereichen

	Zentralität Staßfurt %
Kurzfristiger Bedarfsbereich	124
Mittelfristiger Bedarfsbereich	67
Langfristiger Bedarfsbereich	97

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Zentralitätskennziffer für die Gesamtstadt bzw. die Bedarfsbereiche wurden alle Branchen zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden umseitig die branchenspezifischen Zentralitäten ermittelt und dargestellt.

- Im gesamten kurzfristigen Bedarfsbereich weist Staßfurt per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet auf, der vor allem in der Branche Lebensmittel (133) durch das vollumfängliche Angebot generiert wird. Dies ist u.a. auf die zahlreichen, meist leistungsstarken Anbieter im Lebensmittelsektor zurückzuführen. In der Branche Drogeriewaren (77) besteht demgegenüber noch ein gewisser Ansiedlungsbedarf, wobei die derzeit nicht im Drogeriewarenhandel gebundene Nachfrage von branchenfremden Anbietern (v.a. von den Randsortimentsabteilungen von real und Kaufland)⁵³ gebunden wird. Das bestehende Angebot im Segment Apotheke und Blumen ist als leistungsfähig zu beschreiben (vgl. Abb. 20).
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität per Saldo bei durchschnittlich 67, so dass in Summe deutlich Kaufkraft aus Staßfurt abfließt. Dies betrifft vor allem die modischen und innenstadt-relevanten Branchen Textilien (71) und Schuhe (76). Weitere Ansiedlungs- bzw. Arrondierungsbedarfe lassen sich in den Branchen Spielwaren und Bücher erkennen. Demgegenüber weisen die Sportbranche (101) und die Zoobranche (96) zufriedenstellende Bindungsquoten auf. Zusammenfassend

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

53 Kaufland und real führen auf je rd. 350 m² Drogeriewaren.

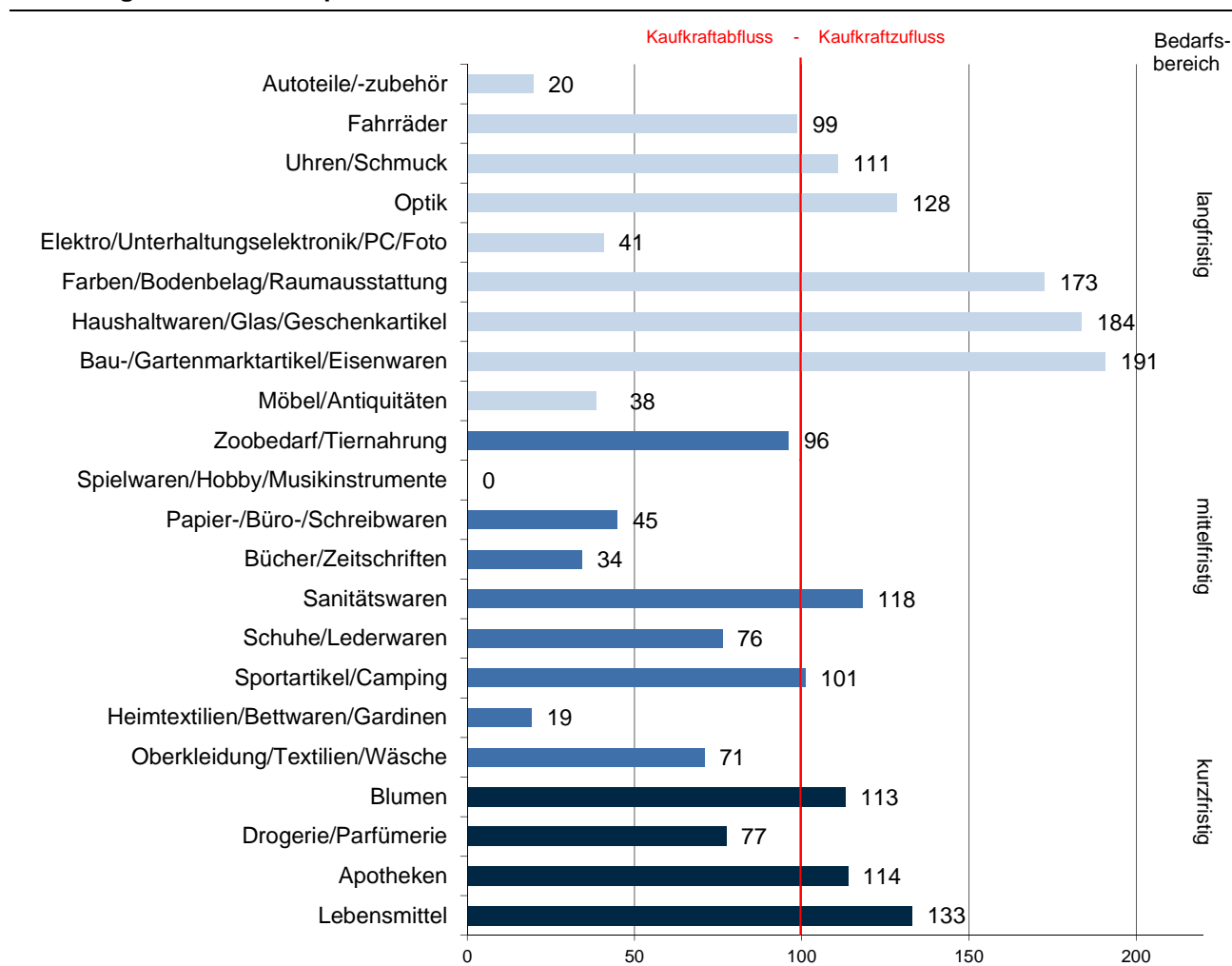
ist der mittelfristige Bedarfsbereich ein wichtiger Baustein im Einzelsystem einer Stadt, da diese Indikatorbranchen häufig nachgefragt werden und zudem die Attraktivität einer Einkaufsstättenstadt prägen. Dieser Bedarfsbereich ist in Staßfurt unterdurchschnittlich ausgeprägt.⁵⁴

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 97. Dem hohen Kaufkraftzufluss in den Branchen Baumarktartikel (191) und Raumausstattung (173) steht ein deutlicher Kaufkraftabfluss in der Branche Consumer Electronics (41)⁵⁵ gegenüber. Die innenstadtrelevanten Branchen Uhren/Schmuck (111) und Optik (128) sind gut ausgeprägt, ebenso kann die Fahrradbranche den Großteil des Nachfragepotenzials vor Ort binden.

Zusammenfassend besitzt Staßfurt innerhalb der einzelnen Branchen hohe Unterschiede in Bezug auf die erzielten Bindungsquoten. In Summe ist demnach kein umfassendes bzw. vollständig abgerundetes Einzelhandelsangebot vorhanden, da in zu vielen Branchen teilweise deutliche Kaufkraftabflüsse bestehen.

Umseitige Übersicht stellt die Zentralität der einzelnen Branchen dar.

Abbildung 20: Branchenspezifische Einzelhandelszentralitäten von Staßfurt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

54 Innerhalb einzelner Branchen (bspw. Textilien, Schuhe, Spielwaren, Heimtextilien, Schreibwaren) erfolgt die Nachfrage z.T. bei branchenfremden Anbietern. So führen bspw. Kaufland und real, aber auch sog. Multisortimentsmärkte (bspw. REPO, Thomas Phillips, Tedi) diese Waren im Randsortiment. Musikinstrumente werden ebenfalls in einem Fachgeschäfte mit angeboten, dass jedoch zu einer anderen Hauptwarengruppe zählt.

55 Die derzeit offene Nachfrage im Elektrowarenhandel wird zum geringen Teil bei real und bei Kaufland gebunden. Die entsprechende Randsortimentsabteilung umfasst bei real rd. 400 m², bei Kaufland liegt dieses Segment bei rd. 200 m² Verkaufsfläche.

6.5. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Staßfurt

6.5.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Staßfurt ist im Sortiment Lebensmittel eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 19.500 m² vorhanden. Auf Basis der Bevölkerungszahl errechnet sich eine **einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte** von knapp 0,7 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner. Aus Sicht der BBE wird damit in Summe ein hoher Versorgungsgrad erreicht.⁵⁶ Dieser Wert deutet auf eine flächenseitig gut ausgeprägte Versorgungslage hin.

Um einen gesamtstädtischen Überblick über die prägenden Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die sog. **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Staßfurt ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser, Discounter, Supermärkte) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Gesamtverkaufsflächendichte von 0,63 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Staßfurt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 0,40 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 158).⁵⁷

Folgende Tabelle beschreibt die Dichtewerte nach den einzelnen Betriebstypen.

Tabelle 13: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Staßfurt

	Region/ Anbieter	Anzahl	Vk.Fl.	Vk.Fl. je	Vk.Fl. je	DICHTE- INDEX
		Märkte	Gesamt	Objekt	Einwohner ²⁾	
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
Discounter	Vergleich BRD ¹⁾	16.222	12.090.000	745	0,15	100
	Staßfurt (2x Aldi, 1x Lidl, 2x Netto Marken-Discount, 2x NP-Discount, 1x Netto)	8	6.370	795	0,24	160
Super- markt	Vergleich BRD ¹⁾	10.655	10.160.000	954	0,13	100
	Staßfurt (1x Edeka)	1	1.760	1.760	0,07	54
Verbrau- chermarkt / SBW	Vergleich BRD ¹⁾	1.942	9.860.000	5.077	0,12	100
	Staßfurt (1x Kaufland, 1x real)	2	8.970	4.485	0,33	275
Gesamt	Vergleich BRD	28.819	32.110.000	1.114	0,40	100
	Staßfurt	11	17.100	1.555	0,63	158

¹⁾ Quelle: Daten EHI Retail Institute Köln 2013, Definition Betriebstypen: Supermarkt 400 - 2.500 m², Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m², SB-Warenhaus ab 5.000 m², Discounter entsprechend Angebotsstrategie

²⁾ Berechnungsbasis: Einwohner Bundesrepublik Deutschland: 80.585.700 Personen / Staßfurt: 26.975 Personen (Bevölkerung zum Erhebungszeitpunkt 06/2014)

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus in Staßfurt im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten deutlich überbesetzt ist

⁵⁶ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,55 bis 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,42 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

⁵⁷ Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

(Dichteindex = 275). Hierbei ist anzumerken, dass das beide Großbetriebsformen an dezentralen Standorten in Randbereichen der Staßfurter Kernstadt verortet sind und auch bezüglich der verkehrlichen Erreichbarkeit eine überörtliche Versorgungsfunktion übernehmen. Somit relativiert sich im gewissen Maße dieser Wert der Verkaufsflächendichte.

Der Bereich der Lebensmitteldiscounter ist ebenfalls durch eine verhältnismäßig hohe Ansiedlungsdichte gekennzeichnet, da der Wert der Verkaufsflächendichte rd. 60 % über dem Bundesdurchschnitt liegt. Der Großteil der Märkte befindet sich jedoch in städtebaulich integrierten bzw. zum Teil auch in verdichteten Wohngebietslagen, so dass die Discounter auch einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten.

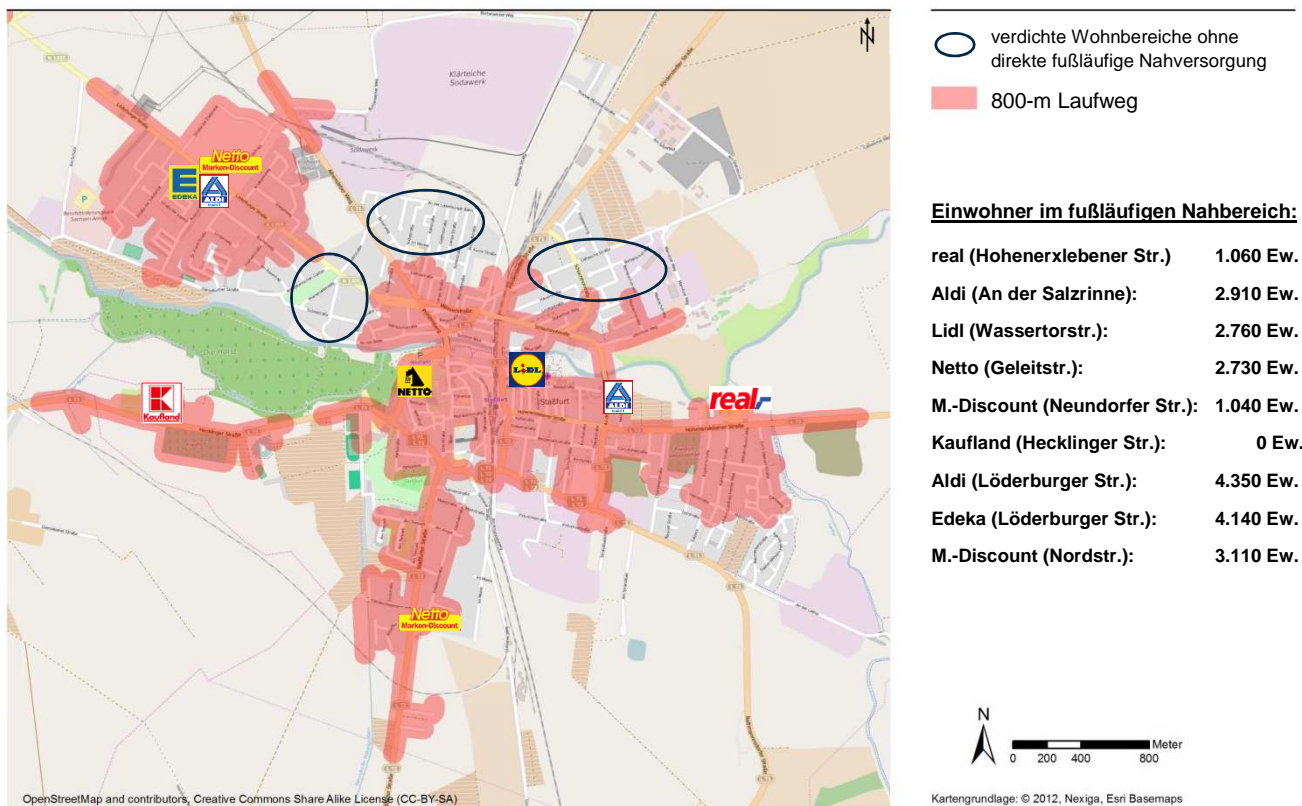
Im Gegensatz zu den beiden vorstehenden Betriebstypen liegt der Dichteindex bei Supermärkten (54) vergleichsweise unterdurchschnittlich. Da Supermärkte i.d.R. eine hohe Attraktivität besitzen und ein gehobenes Sortiment mit einer hohen Auswahlvielfalt bieten, besteht aus Kundensicht eine gewisse Einschränkung in Bezug auf diese Betriebsform.

6.5.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots

Die weitere Einzelhandelsentwicklung in Staßfurt soll u.a. auf die flächendeckende wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln, fokussieren. Dies ergibt sich vor allem unter der Prämisse des demographischen Wandels und dem allgemeinen Ziel, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. zu minimieren.

Nachstehend werden kartographisch die jeweiligen fußläufigen Nahbereiche⁵⁸ der bestehenden strukturprägenden **Lebensmittelanbieter in der Staßfurter Kernstadt** (vgl. Tab. 13) dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt, d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter der Kernstadt



Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels liegen über das gesamte Kernstadtgebiet verteilt. Eine Angebotsverdichtung besteht dabei im nordwestlichen Kernstadtbereich im Wohngebiet Staßfurt-Nord. In diesem Wohngebiet, das als Plattenbauwohngebiet errichtet wurde, lebt ein großer Teil der Bevölkerung von Staßfurt, so dass die bestehenden Lebensmittelmärkte funktionsgerecht die Nahversorgung übernehmen können. Alle drei Lebensmittelmärkte können auf eine Mantelbevölkerung von rd. 4.000 Personen zurückgreifen.

Im zentralen Bereich, in Staßfurt-Mitte, ist mit Netto (Bodepark) ein Lebensmitteldiscounter ansässig, der die wohnortnahe Versorgung der hier lebenden Bevölkerung sicherstellt. Der fußläufige Bereich umfasst das Innenstadtgebiet mit rd. 2.700 Einwohnern. Östlich des Netto-Marktes ist in Nähe zum Klinikum der Discounter Lidl, der zusammen mit Aldi die Nahversorgung im Stadtteil Leopoldshall darstellt. Beide Märkte haben in ihrem fußläufigen Nahbereich knapp 3.000 Einwohner. Neben den beiden Discountern ist an der östlichen

⁵⁸ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelanbietern ab 400 m² Verkaufsfläche ein Radius von rd. 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. Diese kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen hat sich als maximal akzeptierte Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Nahversorgungsangeboten herausgestellt.

Ausfallstraße in Richtung Autobahn A 14 der Anbieter real verortet, der hinsichtlich seiner dezentralen Lage nur auf ein geringes fußläufiges Einwohnerpotenzial zurückgreifen kann. Die Ausrichtung dieser Standortlage erfolgt auf überwiegend Pkw-orientierte Kundschaft, was auch aus der großzügig dimensionierten Parkplatzanlage abzuleiten ist.

Eine gleichartige lageseitige Positionierung besitzt der Verbrauchermarkt Kaufland, der im Gewerbegebiet Hecklinger Straße auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt ist. Auf Grund der peripheren Lage und nicht vorhandener fußläufiger Austauschbeziehungen ist dieser Standort ausschließlich auf Autokunden fokussiert.

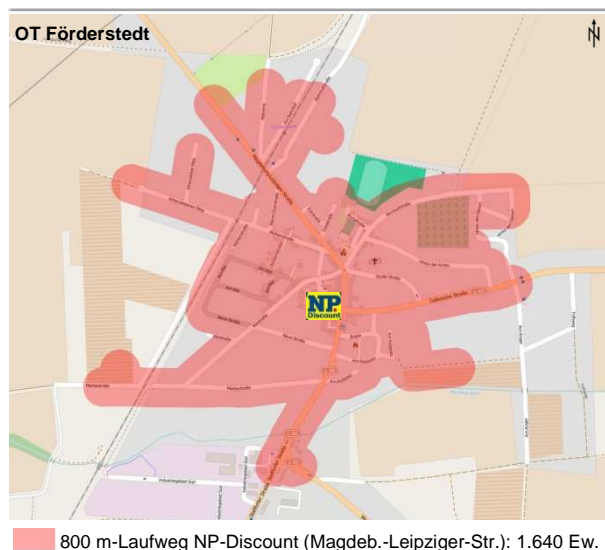
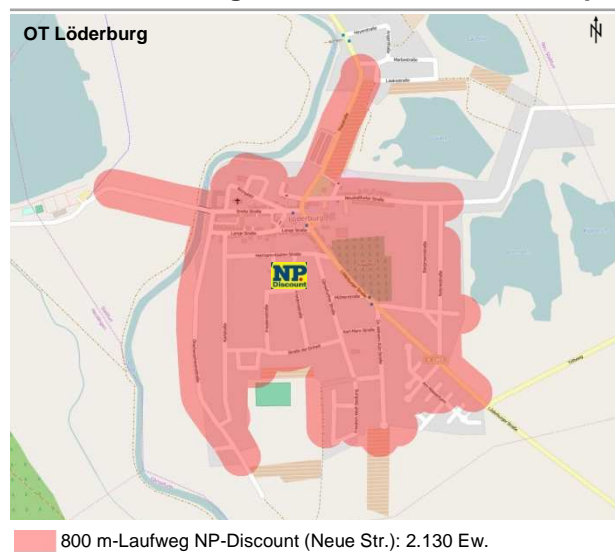
In Steißfurt-Süd ist an der Neundorfer Straße mit Netto Marken-Discount ein weiterer Lebensmittelmarkt vorhanden. Die Potenzialbasis im Nahbereich hat sich für diesen Markt in den abgelaufenen Jahren verschlechtert, was auf den teilweisen Wohnungsrückbau des nahliegenden Wohngebietes (südlich des Staßfurter Tierparks) zurückzuführen ist. Der Netto-Markt besitzt auch eine Versorgungsfunktion für den Ortsteil Neundorf, da Netto an der Verbindungsstraße zu diesem Ortsteil liegt.

Aus der vorstehenden Karte wird deutlich, dass der Großteil der Einwohner des Kernstadtgebietes in fußläufiger Entfernung einen Lebensmittelmarkt besitzt. Naturgemäß sind auch Wohnbereiche vorhanden, die in unmittelbarer Umgebung über keinen derartigen Markt verfügen. Hierbei handelt es sich um kleinere Gebiete südlich der Löderburger Straße bzw. im nördlichen Bereich des Stadtteil Alt-Staßfurt (vgl. Karte 7). Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, da die Einwohner lediglich geringfügig höhere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen müssen.

Eine gewisse Unterversorgung ist lediglich für den Stadtteil Staßfurt-Nordost zu konstatieren, da in diesem Gebiet kein größerer Lebensmittelanbieter vorhanden ist. Dies ist vor allem unter dem Aspekt zu sehen, dass die Lage dieses Wohnquartiers durch Barrieren geprägt ist. So stellt der westlich liegende Bahngleiskörper eine Zäsur zum Stadtteil Alt-Staßfurt, der südlich befindliche Flusslauf der Bode eine Zäsur zum Stadtteil Leopoldshall dar. Unter diesem Blickwinkel, dass die fußläufige Erreichbarkeit dieses Bereiches deutlich eingeschränkt ist bzw. auch durch eine unattraktive Wegebeziehung zu den umliegenden Quartieren geprägt ist, wäre eine Nahversorgung in diesem Bereich wünschenswert.

Ungeachtet des Gesamtwertes der städtischen Flächenausstattung variiert die Ausstattung innerhalb der Stadtquartiere und der Siedlungsbereiche. Insbesondere die ländlich geprägten, nicht verstädterten **Ortsteile von Staßfurt** weisen – gesamtstädtisch betrachtet – auf Grund der polyzentrischen Siedlungsstruktur und der niedrigen Mantelbevölkerung eine unterdurchschnittliche Ausstattung auf. Derzeit sind lediglich in den beiden größeren Ortsteilen von Staßfurt, d.h. in Löderburg (rd. 2.520 Ew.) und Förderstedt (rd. 1.810 Ew.), Lebensmittelmärkte vorhanden.

Karte 8: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Ortsteilen



In den vorstehenden Karten wird deutlich, dass beide Discountmärkte von NP auf Grund ihrer zentralen Lagen fußläufig von fast allen Bewohnern des jeweiligen Ortsteils erreicht werden können. Demnach stellen beide Märkte ein wichtiges Element der Nahversorgung in diesen Ortsteilen dar.

In den restlichen Ortsteilen sind keine Lebensmittelmärkte vorhanden. Mit Ausnahme von Neundorf (rd. 2.030 Ew.) ist in den einzelnen weiteren Ortsteilen eine zu geringe Mantelbevölkerung vorhanden, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt bzw. die Installation eines Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch nicht möglich.

Nachstehende Tabelle gibt einen zusammenfassenden Überblick über die Lagestruktur der bestehenden **Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen**. Hierbei wird nach siedlungsintegrierten Standorten, teil-siedlungsintegrierten Standorten und nicht-siedlungsintegrierten Standorten⁵⁹ unterschieden.

Tabelle 14: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen

	städtebaulicher Lagebereich		
	siedlungsintegriert	teil-siedlungsintegriert	nicht-siedlungsintegriert
Anzahl	6 Märkte ⁶⁰	2 Märkte ⁶¹	3 Märkte ⁶²
	55 %	18 %	27 %
Verkaufsfläche	5.830 m ²	1.580 m ²	9.690 m ²
	34 %	9 %	57%

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Großteil der strukturprägenden Lebensmittelmärkte ist in siedlungsintegrierten Lagen verortet. Auf Grund des hohen Flächenanteils von real und Kaufland, deren Märkte sich in nicht-siedlungsintegrierten Lagen befinden, ergibt sich jedoch ein flächenseitiges Übergewicht dieser Standortlage.

59 Siedlungsintegrierte Standorte sind direkt in Wohnsiedlungsgebieten verortet bzw. können sich auch in Randlage befinden, sofern direkte und barrierefreie fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und Austauschbeziehungen bestehen. Idealerweise sind solche Standorte durch den ÖPNV erreichbar. Diese Standorte weisen eine hohe Bevölkerungszahl in ihrem fußläufigen Nahbereich auf. Teil-siedlungsintegrierte Standorte befinden sich in Randlage zu Wohnsiedlungsbereichen und sind i.d.R. durch Zäsuren (z.B. Hauptverkehrsstraße) von den Wohnbereichen getrennt. Es bestehen keine direkten Austauschbeziehungen bzw. Laufbeziehungen zwischen diesen Standorten.

Nicht-siedlungsintegrierte Standorte liegen außerhalb von Wohnsiedlungsbereichen an dezentralen Standorten und sind vorwiegend auf Autokunden ausgerichtet.

60 Zu dieser Gebietskategorie gehören: Lidl (Wassertorstraße), Netto (Geleitstraße), Aldi, Löderburger Straße), Edeka (Löderburger Straße), NP-Discount (Neue Straße/Magdeburg-Leipziger-Straße).

61 Zu dieser Gebietskategorie gehören: Aldi (An der Salzrinne), Netto Marken-Discount (Neundorfer Straße).

62 Zu dieser Gebietskategorie gehören: Kaufland (Hecklinger Straße), real (Hohenexlebener Straße), Netto Marken-Discount (Nordstraße).

6.6. SWOT-Analyse des Staßfurter Einzelhandels

Die vorliegende SWOT – Analyse ist ein Instrument zur Standortbewertung. Das Tool betrachtet umfassend die Bereiche Strength (Stärken), Weakness (Schwächen), Opportunities (Chancen), und Threats (Gefahren/Risiken), die sich für den Einzelhandel aus dem internen und externen Standortumfeld sowie den lokalen Bestandsstrukturen heraus ergeben.

Abbildung 21: SWOT-Analyse des Staßfurter Einzelhandels

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - zentralörtliche Einstufung als Mittelzentrum - gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt, insbesondere auch der Innenstadt - Anbindung der Innenstadt durch den ÖPNV - leistungsstarkes Einzelhandelsangebot in einzelnen Branchen, v.a. im Bereich Lebensmittel und Baummarktartikel 	<ul style="list-style-type: none"> - Makrostandort weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, geringe Kaufkraft, negativer Pendlersaldo, Überalterung) - städtebauliche Barrieren und Zäsuren im Kernstadtbereich - attraktive Einzelhandelsstandorte im näheren Umfeld, dadurch Begrenzung des Einzugsgebiets - geringes flächenseitiges Angebot in den Indikatorbranchen Mode und Consumer Electronics - gesamtörtliche Attraktivitätsnachteile durch teilweise nicht vorhandene Sortimente - geringe Sortimentsbreite und -tiefe in einigen Branchen - keine Magnetfunktion der Staßfurter Innenstadt, da hier lediglich 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche verortet sind - Leerstand von diversen kleingliedrigen, z.T. nicht marktgängigen Verkaufsflächen, welche für eine Einzelhandelsnutzung z.T. ungeeignet sind
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Bindung von abfließenden Konsumentenpotenzialen durch verbessertes Angebot - Aufwertung der Innenstadt durch Erhöhung des flächenseitigen Angebots - gezielte Erhöhung der gesamtstädtischen Einzelhandelsdichte durch die Ansiedlung von weiterem Einzelhandel - Erweiterung von bestehenden Ladenflächen, um die Leistungsfähigkeit und Kompetenz des Fach-einzelhandels zu erhöhen - Revitalisierung des Leerstands - demographische Entwicklung stellt auch Chancen dar, da verstärkte Kaufkraftbindung am Standort möglich ist 	<ul style="list-style-type: none"> - wettbewerbsstarke Städte im direkten und regionalen Umfeld - Rückgang der Bevölkerung und zunehmende Überalterung - Abschmelzung von Geschäften durch Nachfolgeproblematik - ausbleibende Investitionen in den lokalen Einzelhandel und möglicher weiterer Attraktivitätsverlust - steigender Anteil des Online-Handels, rückläufige Ausgaben im stationären Handel von Staßfurt

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für Staßfurt

7.1. Nachfrageprognose 2025

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Einzelhandel von Staßfurt wird unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt bestehen. Dabei sollen bestehende Kaufkraftabflüsse abgebaut werden und ein attraktives und ausgewogenes sowie zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, das der Größe des Versorgungsgebietes der Stadt Staßfurt entspricht.

Zur Berechnung des Nachfragepotenzials zum Prognosehorizont 2025 fließen verschiedene Determinanten ein, für die fundierte Prognosen bzw. Annahmen zugrunde gelegt werden. Ein wesentlicher Faktor, der Einfluss auf die zukünftige Einzelhandelsnachfrage nimmt, ist die **Bevölkerungsentwicklung** in dem zonierten Einzugsgebiet. Die Bevölkerungsprognose für die Stadt Staßfurt bzw. den umliegenden Bereich geht bis zum Jahr 2025 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1).

Tabelle 15: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Staßfurter Einzelhandels

	Einwohner		Veränderung
	2015	2025	
	abs.	abs.	%
Staßfurt	26.630	23.860	-10,4
Einzugsgebiet	21.170	18.780	-11,3
Gesamt	47.800	42.640	-10,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen auf Basis der 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose

Für die Prognose des Kaufkraftvolumens werden neben der Bevölkerungsprognose folgende weitere Eingangsgrößen zugrunde gelegt:

- Die einzelhandelsrelevante bzw. auch die sortimentspezifische Kaufkraft wird sich in Staßfurt bzw. dem Einzugsgebiet in den nächsten Jahren auf einem gleichbleibenden Niveau bewegen bzw. nur leicht ansteigen. Dies ist aus der Entwicklung der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“. Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens der Bevölkerung auszugehen. Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage wird unterstellt, dass die Binnennachfrage nicht wesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der realen Ausgaben⁶³ im Einzelhandel wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen weiter geringfügig vermindern. Dies ist durch den stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, private Vorsorge etc.) im Verhältnis zu den Preisen für Einzelhandelswaren zu begründen. Innerhalb der Einzelhandelsbranchen wird es zu geringfügigen Verschiebungen im Ausgabeverhalten kommen, wobei lediglich marginale Wachstumsimpulse in einzelnen Branchen zu erwarten sind.
- Durch den steigenden Anteil des E-Commerce wird eine weitere Verschiebung innerhalb der Vertriebswege erfolgen, so dass die Bedeutung des stationären Einzelhandels zurückgehen wird.

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

- Eine Ausweitung des Staßfurter Marktgebietes ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist insbesondere aus der Abgrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende Wettbewerbsstandorte abzuleiten (vgl. Pkt. 5.1). Es ist nicht davon auszugehen, dass die Attraktivität dieser Orte nachlassen wird.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine vorsichtige Prognose des Nachfragevolumens des Staßfurter Einzelhandels. Bis zum Jahr 2025 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Aspekte von einem Rückgang des **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens** auf rd. 226 Mio. EUR auszugehen.

Tabelle 16: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Staßfurter Einzelhandels

	Marktpotenzial ⁶⁴			
	2015 Mio. EUR	2025 Mio. EUR	Veränderung	
			Mio. EUR	%
Staßfurt	140,08	126,10	-13,98	-10,0
Einzugsgebiet	112,25	100,05	-12,20	-10,9
Gesamt	252,33	226,15	-26,18	-10,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

In der vorstehenden Berechnung sind nicht die Potenziale enthalten, die aus möglichen Ausgaben von Touristen resultieren können. Auf Grundlage des geringen Tourismusaufkommens in Staßfurt (vgl. Seite 31/32) ist auch zukünftig nicht davon auszugehen, dass eine wesentliche Steigerung erfolgen wird. Das Ausgabevolumen in diesem Segment wird bei rd. 0,26 Mio. EUR liegen und spielt im Verhältnis zu dem gesamten Nachfragepotenzial eine deutlich untergeordnete Rolle.

Weitere Kaufkraftzuflüsse, bspw. durch Pendler, sind nicht zu erwarten. In Staßfurt liegt die Anzahl der Auspendler über der Einpendlerzahl (vgl. Seite 31), so dass keine zusätzlichen Nachfragepotenziale zu erwarten sind.

⁶⁴ Das Marktpotenzial wurde jeweils für die einzelnen Branchen in den jeweiligen Orten des Einzugsgebiets berechnet. Das in der Tabelle ausgewiesene Marktpotenzial stellt somit einen aggregierten Wert dar.

7.2. Entwicklungsrahmen des Staßfurter Einzelhandels 2025

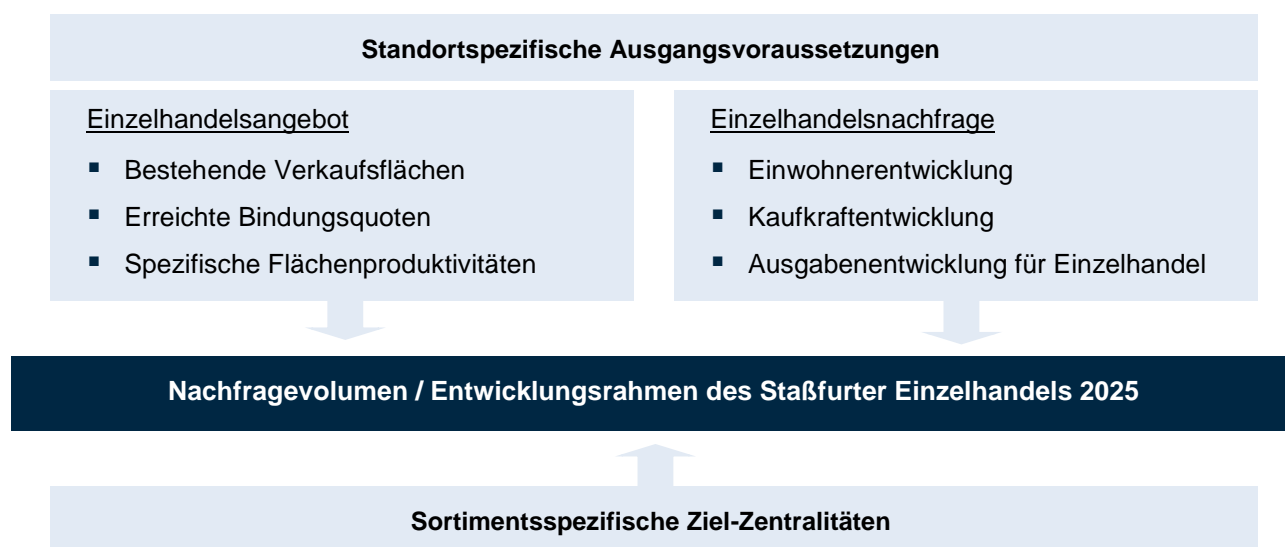
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Einzelhandel von Staßfurt wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2025 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Staßfurt,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Staßfurt bzw. dem Einzugsgebiet,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung von Staßfurt im Einzugsgebiet.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Standortanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 6). Hierbei sind insbesondere die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Zentralität je Branche von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2025 und der branchenspezifischen Ziel-Zentralitäten im Einzugsgebiet errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für Staßfurt.

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

Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf wird aus dem prognostizierten Nachfragevolumen 2025 (vgl. Tab. 16) unter Beachtung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** des Staßfurter Einzelhandels in seinem Marktgebiet ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁶⁵ errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁶⁶ die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu erwartenden Nachfragevolumens sichern kann. Somit wird eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. Im Szenario A wird unterstellt, dass Staßfurt die lokale Kaufkraft vollständig binden kann und die Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf die Einwohner der Stadt abgestellt ist. Im Szenario B wird angenommen, dass die Bedeutung des Staßfurter

65 Bei dem sog. Marktanteilskonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

66 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung genannt) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche. Die Produktivität wird für den Prognosezeitraum als konstant angenommen. Es wird jedoch berücksichtigt, dass tendenziell größere Verkaufsflächen einen Rückgang der Raumleistung nach sich ziehen.

Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem angrenzenden Einzugsgebiet binden kann.

Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung

Szenario A

Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Staßfurt vollständig vor Ort binden. Wesentliche Kaufkraftzuflüsse aus dem dargestellten Einzugsgebiet werden jedoch nicht induziert. Es wird in den Branchen, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Staßfurt aufweisen (vgl. Abb. 20), eine Ziel-Zentralität von 100 angesetzt

Szenario B

Der lokale Einzelhandel wird wie in Szenario A die Kaufkraft der Bewohner von Staßfurt vollständig vor Ort binden. Durch die Verbesserung der Angebotsstruktur und des Branchenmix wird Staßfurt seine Marktposition jedoch im Einzugsgebiet ausbauen. Da Staßfurt auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in seinem Verflechtungsbereich übernimmt, wird eine verstärkte Kaufkraftbindung unterstellt. Es wird – differenziert nach Bedarfsbereichen – eine erhöhte Ziel-Zentralität angesetzt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Bei der Quantifizierung des Entwicklungsrahmens des Staßfurter Einzelhandels ist u.a. die **zentralörtliche Ausweisung** der Stadt zu beachten, wobei das anzustrebende Angebot mit der landesplanerischen Einstufung korrespondieren sollte. Staßfurt wird in der Landesplanung als Mittelzentrum (vgl. Karte 3) ausgewiesen und hat somit auch eine Versorgungsfunktion für die Orte im Verflechtungsbereich zu übernehmen.

Laut Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt stellen Mittelzentren – insbesondere unter dem Gesichtspunkt rückläufiger Einwohnerentwicklung und der sich ändernden Altersstruktur im Land – das Rückgrat für die Sicherung der öffentlichen Daseinsvorsorge für die Bevölkerung in allen Landesteilen dar. Die Mittelzentren tragen dabei u.a. auch zur Sicherung einer landesweit ausgeglichenen Ausstattung und Versorgung mit höherwertigen und spezialisierten Dienstleistungen sowie mit öffentlichen Verwaltungs-, Bildungs-, Gesundheits-, Sozial-, Kultur- und Sporteinrichtungen und hochwertigen Einkaufsmöglichkeiten bei.⁶⁷

Dieser landesplanerisch zugebilligte Versorgungsauftrag ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist der Stadt Staßfurt eine offensive und zentralitätsstärkende Strategie bei ihrer Einzelhandelsentwicklung zu empfehlen. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die bestehende, verhältnismäßig niedrige Einzelhandelszentralität zu sehen (vgl. Abb. 15).

Die vorstehende Berechnung führt zu einer gewissen Überbewertung möglicher Ansiedlungspotenziale, da die vorhandenen Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet unberücksichtigt bleiben. Allerdings wird in dem Einzugsgebiet von Staßfurt jeweils keine vollständige, sondern lediglich eine anteilige Bindungsquote angenommen. Demnach bestehen in den Orten im Einzugsgebiet auch weiterhin Potenziale für eine mögliche Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben, wenngleich in zahlreichen Orten im Einzugsgebiet eine Ansiedlung bezüglich der geringen Mantelbevölkerung und des daraus folgenden niedrigen Nachfragevolumens nur deutlich eingeschränkt möglich ist.

Grundsätzlich sollte sich die Versorgungsfunktion von Staßfurt in den nächsten Jahren so entwickeln, dass benachbarte **zentrale Orte** – insbesondere umliegende Mittelzentren – unter Berücksichtigung der räumlichen Verflechtungen in ihrer Funktionsfähigkeit nicht negativ tangiert werden. Aus diesem Grund werden die Ziel-Zentralitäten so angesetzt, dass keine Beeinträchtigung der umliegenden Ober- bzw. Mittelzentren anzunehmen ist.

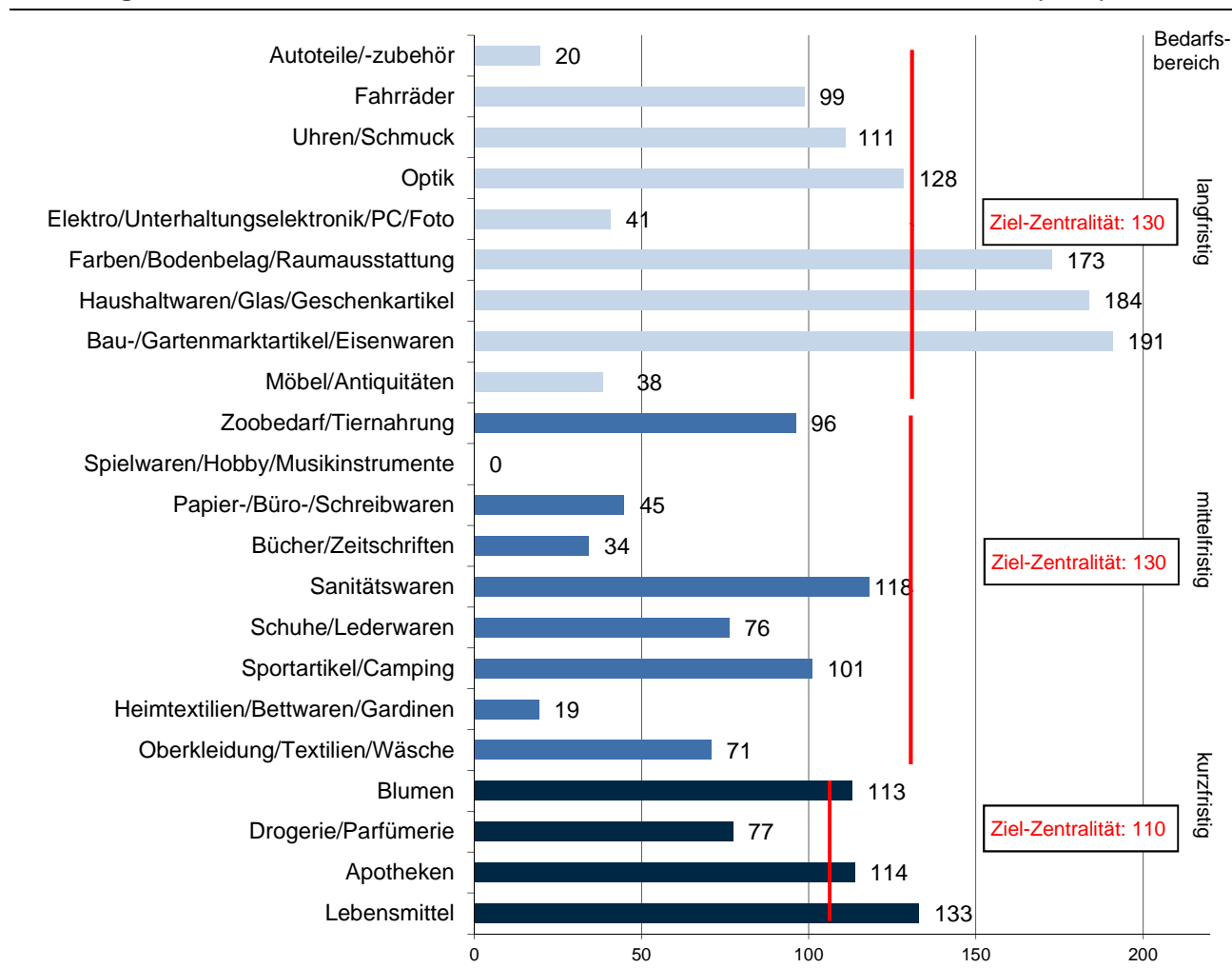
67 Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Begründung zu Z 37.

Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Staßfurt⁶⁸ weiterhin ihrer landesplanerisch angedachten Versorgungsfunktion gerecht werden können. Diese besteht in der Abdeckung des Grundbedarfs der Bevölkerung, d.h. diese Orte haben einen Versorgungsauftrag für die allgemein tägliche Grundversorgung ihres Verflechtungsbereiches zu übernehmen. Gemäß LEP Sachsen-Anhalt zählen dabei zu typischen Versorgungseinrichtungen von Grundzentren Handelseinrichtungen unter 1.200 m² Geschossfläche.⁶⁹

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wird der Stadt Staßfurt aus fachgutachterlicher Sichtweise empfohlen, eine Orientierung an dem Positivszenario (Szenario B) vorzunehmen, um die Versorgungsbedeutung von Staßfurt zu erhalten und dynamisch auszubauen.

In der folgenden Darstellung werden die bereits erreichten bzw. aktuellen Zentralitätswerte der einzelnen Branchen und die **Ziel-Zentralitäten** für das Jahr 2025 dargestellt.

Abbildung 24: Aktuelle Einzelhandelszentralitäten und Ziel-Zentralitäten für Staßfurt (2025)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die Ziel-Zentralitäten und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnen sich in der Bestandssituation in einigen Branchen quantitative Überhänge ab, da bereits die Ziel-Zentralität erreicht bzw. überschritten wurde. Somit ist für die Stadt Staßfurt – auch unter Berücksichtigung einer anteiligen Kaufkraftbindung in ihrem Einzugsgebiet – in einigen Branchen (bspw. Lebensmittel, Baumarktartikel,

68 Im direkten Umfeld von Staßfurt befinden sich die ausgewiesenen Grundzentren Egeln, Calbe, Nienburg und Güsten.

69 Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 35 (Begründung).

Haushaltwaren, Raumausstattung, Optik) kein zusätzlicher quantitativer Entwicklungsbedarf vorhanden. In anderen Branchen erwächst jedoch ein Erweiterungsbedarf, der nachfolgend einer gesonderten Betrachtung unterzogen wird.

In der nachstehenden Abbildung werden zusammenfassend die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels** in Staßfurt bis zum Jahr 2025 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

Abbildung 25: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

Entwicklungsperspektiven in Staßfurt	
Bevölkerungsentwicklung	rückläufige Bevölkerung, keine zusätzlichen Impulse für den Einzelhandel, Absinken des Nachfragepotenzials in Staßfurt und im Einzugsgebiet
Ausgaben im Einzelhandel	Stagnation bzw. geringfügig rückläufige Ausgaben für den Einzelhandel
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	leichte Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft
Einzelhandelsbestand Staßfurt / Entwicklungsmöglichkeiten	teilweise flächenseitig unterdurchschnittlicher Einzelhandelsbestand, branchenbezogen bestehen z.T. Defizite, weitere Entwicklungsmöglichkeiten sind gegeben
Zentralität / Bindungsquote im Einzugsgebiet	geringe Zentralität von Staßfurt (im Verhältnis zur Stadtgröße), branchenspezifische Steigerung in den nächsten Jahren möglich
Flächenproduktivität	aktuell verhältnismäßig geringe Flächenproduktivität des lokalen Handels, was u.a. in der Existenz von diversen Großbetriebsformen mit geringen Flächenleistung begründet ist

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Bei der folgenden Berechnung ist zu unterstellen, dass hinsichtlich des Prognosecharakters der Kaufkraftentwicklung naturgemäß keine endgültige Aussage über die tatsächliche Entwicklung getroffen werden kann. Demzufolge sind die flächenseitigen Potenziale als Ansiedlungsoptionen zu sehen, deren Dimensionierung ggf. auch überschritten werden kann. Grundsätzlich ist jedoch bei Ansiedlungsvorhaben, die deutlich über dem berechneten Erweiterungsbedarf liegen, in einer Einzelfallentscheidung abzuwägen, welche Auswirkungen sich zeigen könnten.

Die nachstehend angegebenen Größenordnungen sind als erste bzw. grobe **Orientierungswerte** (Mindestwerte) für eine tragfähige und geeignete Erweiterung des Staßfurter Verkaufsflächenbestandes zu sehen. Bei der Berechnung wurden noch keine möglichen Betreiberkonzepte oder sonstigen standort- oder fachspezifische Erfordernisse berücksichtigt. Diese werden unter dem folgenden Punkt 7.3 angesprochen.

In der nachstehenden Darstellung wird zwischen den beiden beschriebenen Szenarien (vgl. Abb. 23) unterschieden. In beiden Fällen wird für Staßfurt eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) unterstellt, während im Szenario B darüber hinaus im Einzugsgebiet des Staßfurter Einzelhandels eine anteilige Kaufkraftbindungsquote unterstellt wird. Diese wird im kurzfristigen Bedarfsbereich mit 110 % angesetzt, um so eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Umfeld zu gewährleisten bzw. das dort vorhandene Angebot zu ergänzen. In den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen wird eine für ein Mittelzentrum idealtypische Ziel-Zentralität von 130 % angelegt.

Unter Berücksichtigung der jeweils zugrunde gelegten Bindungsquoten ergibt sich folgender rechnerisch ermittelter Verkaufsflächenmehrbedarf für Staßfurt. In einigen Branchen ergeben sich geringe bzw. nur marginale Erweiterungsgrößen. Diese reichen i.d.R. nicht aus, einen neuen Einzelhandelsbetrieb anzusiedeln bzw. rentabel zu betreiben, da die branchenspezifischen Markteintrittsgrößen deutlich höher liegen. Diese

Verkaufsflächenpotenziale sind somit als Arrondierungsspielräume für bestehende Einzelhandelsbetriebe bzw. für die Ansiedlung von Spezial- oder Nischenanbietern zu sehen.

Tabelle 17: Rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf in Staßfurt bis zum Jahr 2025

	Szenario A m ²	Szenario B m ²
Drogerie/Parfümerie	210	380
Oberkleidung/Textilien/Wäsche	550	1.700
Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	370	500
Schuhe/Lederwaren	-	340
Bücher	200	300
Papier-/Büro-/Schreibwaren	260	390
Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	240	300
Möbel/Antiquitäten	1.700	2.600
Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	990	1.600
Autoteile/-zubehör	500	680

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die berechneten zusätzlichen Flächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bzw. eine Marktverdrängung bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, die im Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind. Erst durch eine Abwägung der rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit dem konkreten Abgleich der avisierten Neu- bzw. Erweiterungsvorhaben, u.a. nach

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

kann die konkrete absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit eines Vorhabens eingeschätzt und bewertet werden.

Des Weiteren können auch Einzelhandelsvorhaben, die flächenseitig über den dargestellten Ansiedlungspotenzialen liegen, im Einzelfall zur Attraktivierung des gesamtstädtischen Angebots beitragen, sofern diese mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen in Staßfurt übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel in zentralen Versorgungsbereichen entwickelt werden.

Vorstehend wurde bereits empfohlen, die zukünftige Einzelhandelsausrichtung am Szenario B anzulegen und Staßfurt gemäß seiner landesplanerischen Einstufung zu einem leistungsfähigen Versorgungsstandort weiterzuentwickeln. Die folgenden Ausführungen beziehen sich deshalb auf diesen Betrachtungsfall.

7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept

Auf Basis der Erkenntnisse aus der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 6) und des vorstehenden rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenmehrbedarfs (vgl. Tab. 17) werden im Folgenden konkrete **Nutzungsmöglichkeiten** erarbeitet, da die vorangegangene Ermittlung der mittelfristig tragfähigen Verkaufsflächenspielräume lediglich einen ersten Orientierungsrahmen für die quantitative Flächenentwicklung darstellt.

Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Staßfurt umsetzbar sind. Besonderes Augenmerk wird auf die bereits vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Staßfurt als Einzelhandelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen⁷⁰) z.T. mit berücksichtigt.⁷¹

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Staßfurter Einzelhandels auch **lagespezifische Aspekte** mit beachtet. Grundsätzlich kann bspw. bereits eine ausreichende gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung vorhanden sein, jedoch besteht die Möglichkeit der Fehlallokation von Angebotsflächen. Dies kann sich bspw. in einer eingeschränkten Betriebstypenvielfalt oder einem unzureichenden Branchenbesatz in der Innenstadt oder in Nahversorgungslagen zeigen. Demgegenüber kann ein überdimensionierter Einzelhandelsbesatz an dezentralen, nicht-integrierten Standorten stehen. Somit ist zwar eine rechnerisch gesamtstädtisch ausgeglichene Angebots- und Nachfragesituation gegeben, der Verkaufsfläche an integrierten Standorten würde jedoch bspw. ein massives Angebot an dezentralen bzw. peripher gelegenen Standorten gegenüberstehen.

Nachfolgend erfolgt eine Bewertung der einzelnen Branchen. Hierbei wird eine differenzierte Betrachtung nach Food und Non-Food vorgenommen. Eine zusammenfassende Darstellung von möglichen Ansiedlungsoptionen erfolgt dann in dem folgenden Punkt 7.3.3.

7.3.1. Lebensmittel (Nahversorgungskonzept)

Unter Punkt 6.4 wurde bereits eine Analyse des Lebensmitteleinzelhandels in Staßfurt durchgeführt. Auf Basis des Bestandes werden im Folgenden Empfehlungen zur Weiterentwicklung der flächendeckenden Nahversorgung im Segment Lebensmittel in Staßfurt erarbeitet. Mit dem vorliegenden Nahversorgungskonzept werden folgende Ziele angesprochen:

- Sicherung einer qualitativ hochwertigen Nahversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen,
- Entwicklung von leistungsfähigen Nahversorgungsstandorten in den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen,
- Installation einer Nahversorgung in den peripheren Ortsteilen von Staßfurt.

Grundsätzlich ist auf Basis des quantitativen Bestandes an Lebensmittelfläche aktuell bzw. auch zukünftig kein rechnerischer Erweiterungsbedarf in Staßfurt vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Ortsgröße eine ausreichende Gesamtlebensmittelverkaufsfläche besteht und auf Basis der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ein verhältnismäßig ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden ist. Die Lebensmittelbranche bindet derzeit bereits einen Umsatz, der über dem örtlichen Nachfragevolumen liegt. Somit können die Anbieter einen Umsatzzufluss aus dem Umfeld von Staßfurt induzieren. Die Kundenfrequen-

70 Der Abgleich der rechnerisch ermittelten Ansiedlungspotenziale mit der jeweiligen notwendigen Mindestbetriebsgröße ist im Einzelhandel von großer Bedeutung. Ein Einzelhandelsgeschäft benötigt branchenspezifisch eine gewisse Mindestgröße, um das jeweilige Sortiment umfassend, d.h. mit einer hohen Sortimentsbreite und -tiefe, präsentieren zu können. Können bspw. Warengruppen in einem Geschäft auf Grund fehlender räumlicher Gegebenheiten nicht angeboten werden, so ist mit einer sinkenden Kundenakzeptanz und in Folge mit geringen Erlösen zu rechnen. Solche Geschäfte sind dann i.d.R. von Abschmelzungen bedroht.

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

zen aus dem Umland nach Staßfurt werden im Wesentlichen von den beiden Magnetbetrieben real und Kaufland erzeugt. Bezüglich der dezentralen Lage beider Märkte können jedoch keine Kundenzuführeffekte für die Staßfurter Einkaufsinnenstadt erzeugt werden.

Ungeachtet der bestehenden rechnerischen Bedarfsabdeckung sind folgende weitere Ansiedlungsoptionen denkbar, wobei bereits z.T. konkrete Anfragen an die Stadtverwaltung herangetragen wurden. Diese sollten bei einer möglichen Umsetzung im Rahmen einer Einzelfallentscheidung eingehend geprüft werden.

In dem aktuellen Besatz von Staßfurt ist kein **Bio-Markt** vorhanden, so dass dieses spezielle Segment derzeit noch nicht abgedeckt wird. Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln weiter verstärken wird.⁷² Je nach Betreiberverfügbarkeit ist ein Bio-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 300 bis 400 m² zu empfehlen. Als Standort kommt hierbei eine Lage in einem zentralen Versorgungsbereich oder an einem siedlungsintegrierten Standort in der Kernstadt in Frage.

Der Betriebstyp **Supermarkt** ist derzeit in Staßfurt flächenseitig unterrepräsentiert (vgl. Tab. 13). Um diese qualitative Angebotslücke zu schließen, ist die Entwicklung eines dementsprechenden Marktes zu befürworten. Als Flächendimensionierung ist für einen Supermarkt eine Verkaufsfläche zwischen 1.500 bis 1.700 m² anzusetzen. Als Ansiedlungsstandort sollte ausschließlich der zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gewählt werden, um hier einen weiteren Magnetbetrieb zu installieren und vor allem die qualitative Nahversorgung in diesem Bereich auszubauen. Als konkreter Standort ist der Luisenplatz zu benennen, auf welchem bereits vormals ein Lebensmittelmarkt angesiedelt war. Mit einer Inwertsetzung dieses derzeit leerstehenden Areals würde ferner eine städtebauliche Aufwertung dieses Eingangsbereiches zur Innenstadt einhergehen. Als weiterer Standort kommt ggf. der Bodepark in Frage, wengleich hier bereits ein Lebensmitteldiscounter verortet ist. Im Rahmen einer Umstrukturierung dieses Einzelhandelsstandortes wäre auch die Ansiedlung eines Supermarktes möglich.

In Bezug auf die Verdichtung des Lebensmittelangebots im Kernstadtgebiet ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Stadtgebiet **Staßfurt Nord-Ost** möglich. Hier ist aktuell mit Ausnahme eines Getränkemarktes keine Lebensmittelversorgung mehr vorhanden, so dass im Sinne der wohnortnahen Versorgung die Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters versorgungsstrukturell sinnvoll ist.

Als Ansiedlungsstandort kommt ausschließlich ein städtebaulich integrierter Standort in Frage, der sich in Randlage⁷³ zu dem Wohngebiet befinden muss. Als mögliche Potenzialfläche wurde ein Standort östlich der Förderstedter Straße in Höhe des Friedensrings identifiziert. Diese Lage ist durch die direkte fußläufige Anbindung an das bestehende Wohngebiet geprägt und kann somit für das gesamte Wohnquartier eine Nahversorgungsfunktion übernehmen. Am Standort ist ferner durch eine Bushaltestelle eine direkte ÖPNV-Anbindung vorhanden.

Die westlich des Standortes verlaufende Bahnlinie stellt eine Zäsur für diesen Potenzialstandort dar. Somit ist das fußläufige Einwohnerpotenzial dieses Standortes im Wesentlichen auf das Gebiet von Nord-Ost limitiert und umfasst lediglich rd.1.100 Einwohner. Für die Versorgung dieser Bevölkerung ist demnach ein nicht-großflächiger Lebensmittelanbieter ausreichend, wengleich – insbesondere auch hinsichtlich der räumlichen Nähe zu dem bestehenden Baumarkt Hellweg – mit diversen Streupotenzialen vor allem aus dem Umfeld der Kernstadt zu rechnen ist.

Eine weitere Ansiedlungsoption besteht im Stadtgebiet **Alt-Staßfurt**. Seit der Absiedlung des Lebensmittelmarktes an der Petrikirchstraße⁷⁴ ist für dieses Siedlungsgebiet keine fußläufige Nahversorgung mehr vorhanden (vgl. Karte 7). Als Potenzialstandort kommt die Atzendorfer Straße in Frage, da hier in Höhe des Gebäudes der Feuerwehr eine Potenzialfläche besteht. Der Standort befindet sich in östlicher Randlage zu dem hier befindlichen Wohnquartier und ist verkehrlich und fußläufig nur über die Atzendorfer Straße er-

72 Als Ansiedlungshemmnis für einen Bio-Markt ist in Staßfurt die vergleichsweise niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft zu sehen, so dass in diesem Segment eine eher geringe Nachfrage besteht.

73 Ein Standort innerhalb dieses Wohnquartiers ist nicht zu empfehlen, da durch die Verkehrsbewegungen, insbesondere auch durch den Anlieferverkehr des Lebensmittelmarktes, mit einer erhöhten Verkehrsbelastung zu rechnen ist und somit die Qualität dieses Wohnstandortes sinken würde.

74 An dem Standort war vormals ein Lebensmitteldiscounter etabliert. Seit dem Rückzug dieses Marktes erfolgte keine Nachbelegung.

reichbar. Das Umfeld der Atzendorfer Straße ist gewerblich geprägt. Der bestehenden Bahngleiskörper, der östlich des Standortes liegt, stellt eine Zäsur dar, so dass sich der fußläufige Nahbereich fast ausschließlich auf Alt-Staßfurt beschränkt. Hinsichtlich der verdichteten Siedlungsstrukturen besitzt der Standort jedoch mit knapp 3.000 Einwohnern ein verhältnismäßig hohes Konsumentenpotenzial in seinem Nahbereich.

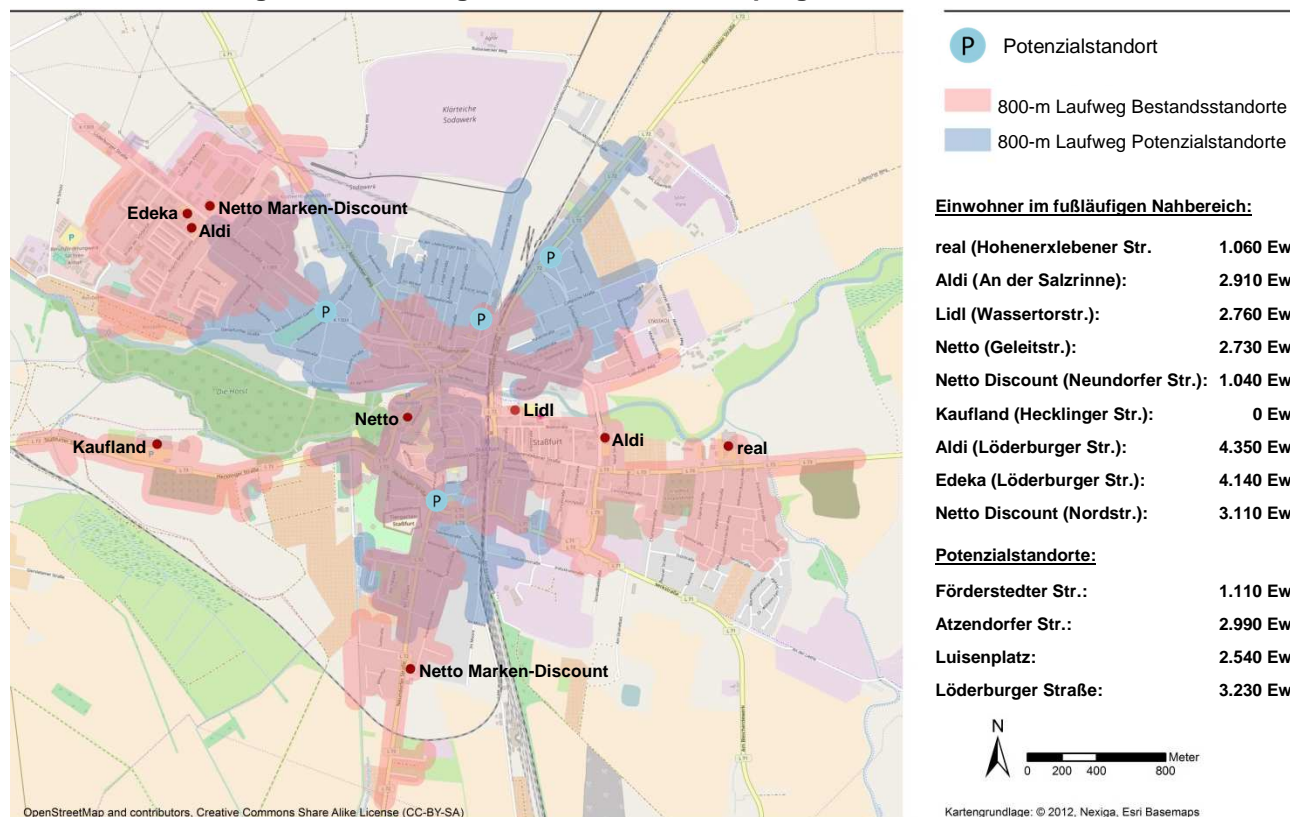
Im Fazit ist der Standort grundsätzlich für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes geeignet, bezüglich der Lagequalität jedoch lediglich als teil-siedlungsintegriert einzustufen. Für die Versorgung dieses Gebietes wäre ausschließlich ein nicht-großflächiger Lebensmittelmarkt notwendig.

An der Löderburger Straße im Gebiet **Alt-Staßfurt** besteht in Höhe der Salzstraße eine Anfrage zwecks Verlagerung der bestehenden Filiale von Netto Marken-Discount aus der Nordstraße. Bei einer möglichen Absiedlung des Marktes aus Staßfurt-Nord wird sich für die dort lebende Bevölkerung definitiv keine Versorgungslücke ergeben, da die im Standortverbund befindlichen Anbieter Edeka und Aldi eine umfassende Versorgung offerieren und zudem direkt in die Bebauungsstrukturen dieser Großwohnsiedlung eingebunden sind. Demgegenüber befindet sich die Filiale von Netto Marken-Discount in Randlage zu dem verdichteten Siedlungsbereich des Stadtteils Nord in einer nicht-integrierten Lage. Die fußläufige Erreichbarkeit ist durch die Lage nordöstlich der Löderburger Straße deutlich eingeschränkt, wenngleich der Markt auf ein relativ hohes Einwohnerpotenzial im Nahbereich zurückgreifen kann.

Eine Verlagerung dieses Marktes ist versorgungsstrukturell sinnvoll, da sich in der Nähe des geplanten Verlagerungsstandortes bzw. in dessen fußläufigem Umfeld kein Lebensmittelanbieter befindet (vgl. Karte 7). Somit würde eine Nachverdichtung in diesem Stadtgebiet erfolgen. Grundsätzlich ist bauplanungsrechtlich die langfristige Nachnutzung des Bestandsstandortes durch Lebensmitteleinzelhandel und auch durch Handel mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, um insbesondere die Funktionsfähigkeit des naheliegenden zentralen Versorgungsbereiches Löderburger Straße nicht zu gefährden.

Folgende Karte stellt das Nahversorgungskonzept von Staßfurt bei der Ansiedlung der beschriebenen Lebensmittelmärkte dar.

Karte 9: Abdeckung des Kernstadtgebietes durch strukturprägende Lebensmittelanbieter



Aus der vorstehenden kartographischen Übersicht wird deutlich, dass mit den dargestellten Standorten eine engmaschige Abdeckung des Kernstadtgebietes mit Lebensmittelmärkten möglich ist. Demnach kann von dem Großteil der Bevölkerung jeweils ein größerer Lebensmittelmarkt in einer fußläufigen Entfernung von rd. 800 m erreicht werden. Naturgemäß sind auch Wohnbereiche vorhanden, die in unmittelbarer Umgebung über keinen derartigen Markt verfügen. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete – auch im gesamtstädtischen Kontext – nicht zu konstatieren, da die Einwohner lediglich geringfügig höhere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen müssen. Aus diesem Grund müssen gerade die vorstehend kurz dargestellten Ansiedlungsoptionen in Staßfurt-Nord (Förderstedter Straße) und in Alt-Staßfurt (Atzendorfer Straße) nicht zwangsweise umgesetzt werden.

In den beiden peripheren Ortsteilen Löderburg (rd. 2.520 Ew.) und Förderstedt (rd. 1.810 Ew.) ist jeweils ein Lebensmittelmarkt verortet, der die Nahversorgung für die lokale Bevölkerung sicherstellt (vgl. Karte 8). Im Ortsteil **Neundorf**, der südlich des Staßfurter Kernstadtgebietes liegt, ist die (Wieder-)Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zu empfehlen. Hier ist – im Gegensatz zu den beiden genannten Ortsteilen Löderburg und Förderstedt – aktuell kein größerer Lebensmittelanbieter vorhanden, so dass zur Deckung der Nachfrage von Konsumenten zwingend ein Pkw benötigt wird.

Der Ortsteil Neundorf besitzt mit rd. 2.000 Einwohnern ein Nachfragepotenzial, das die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes rechtfertigen würde. Der Markt sollte eine Verkaufsfläche unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit haben. Als idealtypischer Standort ist die Immobilie eines bereits vormals angesiedelten Lebensmittelmarktes im Ortskern an der Staßfurter Straße zu sehen. Dieser Standort kann bezüglich seiner zentralen Lage von nahezu allen Einwohnern des Ortsteils fußläufig erreicht werden.

Karte 10: Fußläufiger Nahbereich der Potenzialstandortes Staßfurter Straße im OT Neundorf



In den größten peripheren Ortsteilen von Staßfurt, d.h. in Löderburg (rd. 2.520 Ew.) und Förderstedt (rd. 1.810 Ew.) und in dem vorstehend erwähnten Neundorf (rd. 2.030 Ew.) ist bereits eine Lebensmittelversorgung vorhanden bzw. auf Grund einer bestehenden Potenzialfläche möglich. In den anderen Ortsteilen ist

bezüglich der geringen Mantelbevölkerung davon auszugehen, dass hier kein größerer Lebensmittelmarkt rentabel betrieben werden kann.

Auf Basis des Einwohnerpotenzials würde lediglich noch in **Atzendorf** (rd. 1.370 Ew.) die Ansiedlung eines Lebensmittelladens möglich sein. Dieser kann auf Grund der räumlichen Siedlungsstruktur nur auf die Versorgung der Bevölkerung in diesem Ortsteil ausgerichtet sein und könnte mit einer Größe von 200 bis 300 m² rentabel betrieben werden. Als Ansiedlungsstandort kommt lediglich ein innerörtlicher Standort im Bereich Hauptstraße/Dorfstraße in Frage. Aus gutachterlicher Sichtweise ist solch eine Ansiedlung jedoch schwer zu bewerkstelligen, da gerade diese kleinformatischen Konzepte bezüglich der eingeschränkten Umsatzchancen nur schwer rentabel zu betreiben sind.

Sollte die Installation eines vorstehend genannten Lebensmittelmarktes nicht möglich sein, so wird die Nahversorgung in diesem Ortsteil weiterhin durch die bestehenden drei Nahrungsmittelhandwerker teilweise abdeckt werden. Die Nachfrage nach einem umfassenden Lebensmittelangebot wäre dann in dem nahliegenden Ortsteil Förderstedt (NP-Discount) zu decken.

Die **restlichen Ortsteile** von Staßfurt besitzen ein zu geringes Nachfragevolumen, so dass hier die Ansiedlung und der wirtschaftliche Betrieb von Lebensmittelläden langfristig i.d.R. nicht realistisch ist. Für mögliche Kleinflächenkonzepte, die langfristig rentabel betrieben werden könnten, liegt die Bevölkerung niedrig. Somit verbleiben zur Abdeckung der Nachfrage folgende alternative Angebote:

- Hofläden/Direkterzeuger, ggf. mit einem ausgeweiteten Sortiment,
- „Tante-Emma-Läden“,
- Mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker („Bäcker oder Fleischerwagen“),
- Mobiler Handel durch „Rollende Supermärkte“,
- Liefer- und Bestellservice von lokalen Lebensmittelmärkten.

In Bezug auf die vorstehenden Konzepte besteht eine deutlich eingeschränkte Auswahlvielfalt, da i.d.R. größere bzw. filialgeführte Unternehmen nicht auf die kleinräumige Versorgung ausgerichtet sind.

Zusammenfassend ist in Bezug auf die vorstehend dargestellten Optionen ist die Ansiedlung eines Supermarktes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu priorisieren. Darüber hinaus sollte die Nahversorgung des Ortsteils Neudorf sichergestellt werden. In Bezug auf eine mögliche Nachverdichtung der bestehenden Nahversorgung auf dem Kernstadtgebiet ist zu diskutieren, welche möglichen Konzepte an diesen Standorten umsetzbar sind und vor allem, ob bzw. welche Nachfrage seitens des Handels an diesen Standorten in Staßfurt-Nord bzw. Alt-Staßfurt besteht.

Die vorstehenden Entwicklungsoptionen werden zu einer Erhöhung der gesamtstädtischen Lebensmittelverkaufsfläche führen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass eine mögliche Entwicklung grundsätzlich in siedlungsintegrierter Lage erfolgt. Somit würde bei einer möglichen Weiterentwicklung der Betriebs- und Flächenanteil in diesen Lagen signifikant ansteigen. Einer Verschlechterung der wohnortnahen Angebotssituation ist somit nicht zu erwarten, da die Umsätze der Vorhaben i.d.R. zu Lasten autokundenorientierte Standorte gehen.

7.3.2. Non-Food

Nach dem Lebensmittelhandel werden in Folge mögliche Erweiterungsoptionen für den Einzelhandel mit Non-Food-Sortimenten ausgearbeitet.

In der Branche **Drogerie-/ Parfümeriewaren** können die vorhandenen Anbieter das Nachfragevolumen aktuell nicht vollständig binden. Auch unter Berücksichtigung der Marktentwicklung in den kommenden Jahren besteht ein Ansiedlungsbedarf. Da die Marktzutrittsgröße bei Drogeriemärkten⁷⁵ deutlich oberhalb der rechnerisch ermittelten Ansiedlungsoption (rd. 380 m² VK, vgl. Tab. 17) liegt, ist für eine mögliche Entwicklung eine Fläche von minimal rd. 600 m² zu veranschlagen. Als Standort kommt lediglich ein zentraler Versorgungsbereich in Frage, da dieser Betriebstyp über eine hohe Anziehungskraft verfügt und deshalb in solch einem Bereich etabliert werden muss.

Im Sortiment **Textilien** besteht ein deutlicher Verkaufsflächenmehrbedarf. Dieser vergleichsweise hohe Bedarf ergibt sich aus dem geringen flächenseitigen Angebot, was auch in der – für ein Mittelzentrum – geringen Zentralität von lediglich 71 (vgl. Abb. 20) deutlich wird. Gerade in dieser Indikatorbranche kann Staßfurt nicht einmal die lokale Kaufkraft binden. Ferner kann der Staßfurter Textileinzelhandel – wie auch der Schuhhandel – keine Kaufkraftzuflüsse aus dem Umfeld der Stadt auslösen.

Die geringe Kaufkraftbindung ergibt sich aus dem unterdurchschnittlich ausgeprägten Angebot, da die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte im Textilsegment mit 0,16 m² Verkaufsfläche pro Einwohner im interkommunalen Vergleich niedrig ausfällt. Bei vergleichbar großen Städten sind Ausstattungswerte zwischen 0,30 bis 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner zu beobachten.

Des Weiteren ist für Staßfurt eine Fehlallokation der Textilverkaufsfläche zu konstatieren, da lediglich ein Drittel der Angebotsflächen in der Staßfurt Innenstadt verortet sind. Demnach liegt der Angebotsschwerpunkt für diese wichtigste innerstädtische Branche außerhalb der Einkaufsinnenstadt, was i.d.R. zu einer geringeren innerstädtischen Kundenakzeptanz und einer niedrigeren Frequentierung führt. Dieser Trend ist auch in der Staßfurter Innenstadt zu beobachten.

Die flächenseitige Ansiedlungsoption in der Textilbranche sollte unbedingt ausgeschöpft werden bzw. kann auch deutlich überschritten werden, wobei die Flächenentwicklung ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen darf. Im Zuge einer möglichen Ansiedlung ergeben sich somit ein Bedeutungszuwachs und eine erhöhte Kompetenz des Innenstadtangebots, was auch zu einer (wünschenswerten) Verlagerung von bestehenden Angeboten aus dezentralen bzw. autokundenorientierten Lagen in die Staßfurter Innenstadt führen könnte.

Grundsätzlich zählt die Textilbranche neben dem Schuhsortiment als wichtigste innerstädtische Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivitätssteigerung eines Zentrums bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet und eine verstärkte Akzeptanz der Innenstadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere innerstädtische Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen zu erzielen – die Ansiedlung von Textilanbietern in der Staßfurter Innenstadt unbedingt forciert werden. Ferner kann durch das zu erwartende Angebot auch einer weiteren Kundenabwanderung zum Online-Handel vorgebeugt werden.

In Bezug auf die Ansiedlung besitzen insbesondere überregionale bzw. großformatige Filialisten eine hohe Anziehungskraft auf die Konsumenten und können wesentlich zur Attraktivierung beitragen. Aus diesem Grund ist die Ansiedlung eines sog. Vollsortimenters („Textilkaufhaus“) zu empfehlen. Als weitere Möglichkeit ist auch die Verlagerung von bestehenden Anbietern aus dezentralen Lagen in die Staßfurter Innenstadt zu sehen, wobei hier eine Flächenverfügbarkeit (und insbesondere auch optimale Standortqualität für einen potenziellen Betreiber) gegeben sein muss. Bei einer möglichen Verlagerung würde eine Umlenkung von Kunden und Umsätzen in die Staßfurter Innenstadt erfolgen.

75 Die Marktzutrittsgröße liegt bei Drogeriemärkten bei rd. 550 m². Aktuell werden Flächenlayouts zwischen 600 bis 700 m² entwickelt.

Der Verkaufsflächenbedarf kann auch auf mehrere Läden aufgeteilt werden, wobei möglichst eine hohe, zusammenhängende Verkaufsfläche je Geschäft das Ziel ist. Diese ermöglicht eine umfassende und attraktive Präsentation eines TextilverSortiments, da aus Konsumentensicht eine hohe Angebotsbreite bzw. Auswahltiefe ein wesentliches Kaufargument ist. Abschließend ist nochmals darauf zu verweisen, dass die Ansiedlung von weiteren Textilanbietern ausschließlich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu fokussieren ist.

Ein weiterer Ansiedlungsbedarf ergibt sich in der **Schuhbranche**. Die rechnerisch ermittelte Fläche von rd. 340 m² ist für ein Fachgeschäft oder auch einen Fachmarkt als optimal zu werten, da hiermit eine ausreichende Sortimentsvielfalt dargestellt werden kann. Die Schuhbranche (inkl. Lederwaren) ist dabei als wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien zu sehen, da Kopplungen zwischen beiden Branchen bestehen. Die Ansiedlung sollte ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich ist die Ansiedlung eines Raumausstatters möglich, der ein Angebot an **Heimtextilien** (u.a. Gardinen, Bettwaren, Stoffe, Kurzwaren, Einrichtungsgegenstände) führt. Die errechnete Fläche von rd. 500 m² ist als ausreichend dimensioniert bzw. als Obergrenze einzustufen, da Fachgeschäfte i.d.R. eine Fläche von rd. 300 m² benötigen. In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass dieses Sortiment derzeit bereits als Randsortiment teilweise in den bestehenden Baumärkten, jedoch vordringlich in dem Fachmarkt „Ihr Teppichfreund“ geführt wird. Demzufolge ist lediglich ein Konzept möglich, dass eine Ergänzung zu dem bereits bestehenden Angebot darstellt.

In der **Buchbranche** ist ein rechnerischer Flächenmehrbedarf von 200 bis 300 m² vorhanden (vgl. Tab. 17). Hierbei wäre als optimale Variante die Verlagerung einer bereits existierenden Buchhandlung mit einer erweiterten Verkaufsfläche zu sehen, wobei dieser Betrieb dann eine gewisse Magnetfunktion für die Staßfurter Einkaufsinnenstadt übernehmen könnte. Als kritischer Faktor ist jedoch die starke Konkurrenz durch den Online-Handel zu sehen, der prinzipiell die Entwicklungsmöglichkeiten des stationären Buchhandels stark einschränkt.

In der Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** wurde ein rechnerischer Verkaufsflächenbedarf festgestellt. Dieser ermittelte Zusatzbedarf relativiert sich jedoch, da ein Teil der Nachfrage nach diesen Warengruppen von sog. Non-Food-Discountern (Multisortimenter, Sonderpostenmärkte etc.) oder auch branchenfremden Anbietern (v.a. Lebensmitteleinzelhandel) abgedeckt wird. Eine weitere Ansiedlung in der Einkaufsinnenstadt ist jedoch prinzipiell zu befürworten. Als Größe für ein entsprechendes Fachgeschäft sind rd. 150 m² ausreichend.

Die Branche **Spielwaren** ist derzeit in Staßfurt überhaupt nicht vertreten. Die Nachfrage wird z.T. außerhalb von Staßfurt bzw. bei den vorstehend erwähnten branchenfremden Anbietern gedeckt. Es errechnet sich ein Ansiedlungspotenzial von bis zu 300 m², wobei für die Stadtgröße eine Fläche von rd. 250 m² optimal bespielt werden könnte. Die Ansiedlung ist auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu lenken.

Eine mögliche Ansiedlung eines Spielwarenanbieters könnte ebenfalls mit dem Segment Baby- und Kinderausstattung kombiniert werden, da diese Warengruppe ebenfalls nicht in Staßfurt präsent ist. In Kombination mit Spielwaren wäre eine Fläche für beide Sortimente von rd. 350 m² optimal.⁷⁶

In der **Möbelbranche** errechnet sich ein hoher Flächenbedarf. Die in Tabelle 17 aufgeführten Flächenpotenziale liegen jedoch deutlich unter der Marktzutrittsgröße von potenziellen Betreibern, so dass die Ansiedlung eines Möbelhauses hinsichtlich des geringen Einzugsgebiets nicht erfolgversprechend sein kann. Realisierbar wäre u.U. nur die Entwicklung von Spezialanbietern (bspw. Küchenstudio, Möbelstudio).

Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie**) bestehen hohe flächenseitige Erweiterungspotenziale, da der Großteil der lokalen Kaufkraft aus Staßfurt abfließt⁷⁷ und vornehmlich von Großbetriebsformen (sog. Elektrofachmärkte) außerhalb von Staßfurt gebun-

76 Der Ansiedlung eines Spielwarenanbieters sind gewisse Restriktionen gesetzt, da die Zahl der jüngeren Bevölkerung in Staßfurt gering ist (vgl. Abb. 12). Ungeachtet dessen besteht jedoch eine gewisse Nachfrage nach diesem Sortiment, das auch Bastel- und Hobbyartikel oder Schreibwaren als Randsortiment beinhalten kann.

77 Die Kaufkraftbindung der Staßfurter Händler liegt in diesem Bereich bei lediglich 41 % der lokalen Kaufkraft (vgl. Abb. 20), so dass der Großteil der Nachfrage außerhalb von Staßfurt gebunden wird.

den wird. Aus diesem Grund ist die Ansiedlung eines Fachmarktes zu empfehlen, wobei die Verkaufsfläche für ein Fachmarktkonzept bei rd. 1.200 m² liegen sollte. Diese Fläche ist notwendig, da insbesondere die großvolumigen Elektrogeräte („Weiße Ware“) einen hohen Flächenverzehr besitzen. Als Ansiedlungsstandort ist der zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu wählen, da solch einem Markt eine hohe zentralitätsbildende Wirkung zukommt.

Das Marktpotenzial in der Branche **Autoteile/ -zubehör** reicht für die Ansiedlung eines Autoteilemarktes. Die Mindestbetriebsgröße eines solchen Marktes liegt bei rd. 400 m². Die Entwicklung sollte an einem dezentralen Standort bei gleichzeitig guter verkehrlicher Erreichbarkeit erfolgen. Ideal wäre ein Standort in einer bereits existierenden Fachhandelslage. Eine Werkstatt bzw. Serviceangebote sollten das Sortiment ergänzen.

7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Im folgenden Kapitel erfolgt eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Staßfurter Einzelhandel.

Tabelle 18: Entwicklungspotenziale für den Staßfurter Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)

Branche	VK-FI. ⁷⁸	Betriebstyp	Bemerkung
Lebensmittel	~300 m ²	Bio-Markt	- aktuell geringe Chance der Ansiedlung, was u.a. auf die eingeschränkte kaufkraftseitige Nachfrage nach diesen Produktgruppen zurückzuführen ist
Lebensmittel	~1.600 m ²	Supermarkt	- Ansiedlung eines Supermarktes ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, vordringlich am Potenzialstandort Luisenplatz - deutliche Stärkung der Nahversorgungskompetenz des zentralen Versorgungsbereiches
Lebensmittel	~800 m ²	Discounter	- Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Discounters) in Neuendorf zur Versorgung dieses Ortsteils, Revitalisierung bzw. Inwertsetzung eines vormals hier bestehenden Standortes des Lebensmittelhandels
Drogeriewaren	~600 m ²	Drogeriemarkt	- Ansiedlung ausschließlich in einem zentralen Versorgungsbereich
Textilien		Textilkaufhaus (Vollsortimenter) Fachgeschäfte	- Ansiedlung verschiedener Textilanbieter ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, um somit auf Kopplungen und Synergien innerhalb der gesamten Modebranche zurückgreifen zu können - Fokussierung auf Textilfilialisten, insbesondere auf einen großflächigen und leistungsfähigen Textilvervollsortimenter (Textilkaufhaus) - Entwicklung auf größeren Ladenflächen (>100 m ²) - Förderung von Verlagerungen von bestehenden Geschäften aus Nebenlagen und aus dezentralen Lagen
Schuhe		Fachgeschäft/ Fachmarkt	- Ansiedlung ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, um Kopplungen zum Textilangebot zu induzieren
Heimtextilien	~300 m ²	Raumausstatter	- Ansiedlung an einem städtebaulich integrierten Standort, möglichst in Innenstadtnähe
Bücher	~250 m ²	Fachbuchhandlung	- optimal wäre die Verlagerung und Erweiterung einer bestehenden Buchhandlung - Ansiedlung ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

⁷⁸ Es wurde lediglich für die Branchen eine genauere Verkaufsflächengröße definiert, in welcher ein konkreter einzelbetrieblicher Ausweis möglich und sinnvoll ist.

Papier-/ Büro-/ Schreibwaren	~150 m ²	Fachgeschäft	- Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt - Aufnahme von Dienstleistungen in das Sortiment wichtig (bspw. Lotto, Post)
Spielwaren	~250 m ²	Fachgeschäft	- Ansiedlung eines leistungsstarken Fachgeschäftes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt - Kombination mit dem Segment Baby-/ Kinderausstattung
Möbel		Spezialanbieter	- Ansiedlung von Spezialanbietern auch an dezentralen Standorten möglich, wobei eine Nähe zu einem bestehenden Fachmarktstandort optimal wäre
Consumer Electronics	~1.200 m ²	Fachmarkt	- Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. bei Nichtvorhandensein von entsprechenden Potenzialflächen in Innenstadtrandlage
Autoteile/ -zubehör	~400 m ²	Fachmarkt	- Ansiedlung an einem verkehrsorientierten Standort, möglich in einer bestehenden Fachmarkttagglomeration

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anmerkung: Bei vorstehenden quantitativen Entwicklungspotenzialen wurden mögliche Abschmelzungen von leistungsschwachen oder sog. Grenzertragsbetrieben nicht berücksichtigt. Naturgemäß würden sich demzufolge höhere Ansiedlungspotenziale ergeben. Die dargestellten Verkaufsfläche sind Circa-Angaben und naturgemäß nicht quadratmetergenaue umsetzbar.

Es ist darauf zu verweisen, dass die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Staßfurter Einzelhandels** im eigenen Stadtgebiet und dem abgegrenzten Einzugsgebiet basieren. Sie gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine gewisse Erhöhung der Marktanteile des Staßfurter Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der geplanten Neuansiedlungen deutlich unter dem prognostizierten Marktvolumen im dargestellten Einzugsbereich liegen. Somit wird der Induktion von Umsätzen außerhalb des Einzugsgebietes vorgebeugt. Die dargestellten Flächengrößen sollen jedoch vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Staßfurt als notwendig bzw. wünschenswert einzustufen sind, um einen abgerundeten Branchenmix für die Konsumenten zu präsentieren.⁷⁹

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

Die beschriebene flächenseitige Ausweitung des lokalen Einzelangebots deutet auf eine zielgerichtete **Erhöhung der Einzelhandelsattraktivität** von Staßfurt hin. Auf Grund der empfohlenen Standortlagen würde damit eine wesentliche Steigerung der Einkaufsinnenstadt bzw. des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt einhergehen. Demnach könnte auch der Verkaufsflächenanteil dieser Lage, der aktuell bei lediglich rd. 11 % der gesamtstädtischen Fläche liegt, deutlich gesteigert werden.

In Bezug auf die Entwicklung der gesamtstädtischen Verkaufsfläche würde sich unter Hinzunahme der vorstehenden Flächen zu den jetzigen Bestandsflächen (vgl. Tab. 6) eine prospektive Verkaufsflächendichte

⁷⁹ Anmerkung: Sollten sich Vorhaben, die auf Basis ihrer Dimensionierung eine Ausdehnung des dargestellten Einzugsbereiches erwarten lassen oder sich nach einer ersten Einschätzung nicht in den beschriebenen Entwicklungskorridor einordnen lassen, sind ggf. gesonderte Stellungnahmen erforderlich, welche die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen der Region im Detail aufzeigen.

von ca. 2,2 bis 2,4 m² Verkaufsfläche je Einwohner errechnen.⁸⁰ Diese Fläche würde über dem heutigen Wert liegen und deutet auf eine maßvolle Erweiterung des Flächenangebots hin. In Relation zu anderen, in etwa vergleichbar großen Orten der Region, würde Staßfurt in Bezug auf die Flächendichte weiterhin einen vergleichsweise geringen Wert aufweisen (vgl. Abb. 17).

Bei der vorstehenden Empfehlung zur Weiterentwicklung des Staßfurter Einzelhandels wird vor allem auf Ansiedlungen in der Einkaufsinnenstadt fokussiert. Hier sind diverse **Potenzialflächen** vorhanden, die für eine Belegung infrage kommen würden. Dazu bestehen folgende Möglichkeiten:

- Revitalisierung/Nutzung von aktuellem Leerstand, insbesondere der Angebotsreserve am Luisenplatz,
- Nutzung von bestehenden Potenzialflächen für Neubebauung, bspw. des Neumarktes
- Umnutzung von Bestandsobjekten, die mit einer minderwertigen Einzelhandelsnutzung oder mit einzelhandelsfremden Gewerbe um- bzw. zwischengenutzt sind.

Nach einer Ortsbegehung konnten diverse Potenzialflächen eruiert werden, die für eine Ansiedlung geeignet wären. Auf Basis des bestehenden Leerstandes könnten die zur Erweiterung empfohlenen (zentrenrelevanten) Sortimente zum großen Teil in den Leerstandsobjekten entwickelt werden.

Abbildung 26: Innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Bei der prospektiven Nutzung von bestehenden Leerstandsobjekten oder der Neuentwicklung von Potenzialstandorten (bspw. Luisenplatz) ist darauf zu verweisen, dass nicht alle Flächen für eine Einzelhandelsnutzung bereitstehen.

⁸⁰ Naturgemäß ist davon auszugehen, dass nicht alle Flächenerweiterungen umgesetzt werden.

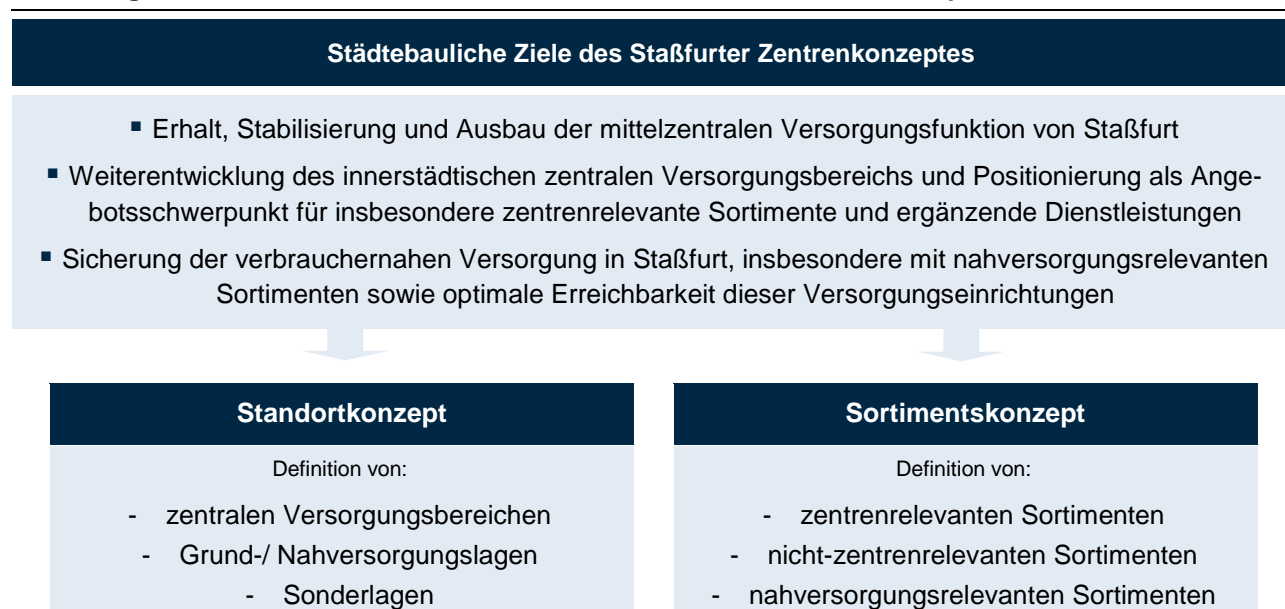
8. Zentrenkonzept der Stadt Staßfurt

8.1. Ziele des Zentrenkonzepts

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

Auf der anderen Seite wird durch das Zentrenkonzept auch eine Planungs- und Investitionssicherheit, gerade im zentralen Versorgungsbereich oder an Nahversorgungsstandorten geschaffen. Mit Hilfe der funktional-räumlichen Gliederung und der Ausweisung der jeweiligen Versorgungsfunktion sollen u.a. folgende Ziele erreicht werden:

Abbildung 27: Städtebauliche Ziele sowie Standort- und Sortimentskonzept Staßfurt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen.

Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsflächen definiert. Es wird der zentrale Versorgungsbereich identifiziert und abgegrenzt, der für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion der Stadt Staßfurt wichtig ist. Weiterhin werden Grund- bzw. Nahversorgungsstandorte und Ergänzungs-/ Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

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

8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Staßfurt ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das vorliegende Konzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll vor allem eine räumliche Steuerung des insbesondere großflächigen Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen.

Die Rechtsinstrumente zur Einzelhandelssteuerung stellen vor allem die Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und das Baugesetzbuch (§ 34 Abs. 3 BauGB/ § 2 Abs. 2 BauGB/ § 9 Abs. 2a BauGB) dar. In erster Linie kann hiermit die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gesteuert und damit ein Schutz von zentralen Versorgungsbereichen sichergestellt werden.

Bei dem **Begriff „zentraler Versorgungsbereich“** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁸¹ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – insbesondere für den ÖPNV und für Radfahrer – verkehrsgünstig angebunden. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches setzt i.d.R. eine städtebaulich integrierte Lage voraus.⁸²

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.⁸³

Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen** geben:

- **Innenstadtzentren (A-Zentren)** versorgen meist einen größeren Einzugsbereich (Stadtgebiete und darüber hinaus) und bieten regelmäßig ein umfassendes Spektrum von Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich an. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot i.d.R. durch die öffentliche Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleister, medizinische Einrichtungen, freie Berufe, Gastronomie, Entertainment- und Kulturanbieter (abhängig von Stadtgröße).
- **Neben- oder Stadtteilzentren (B-Zentren)** haben i.d.R. einen mittleren Einzugsbereich (Stadtteile, Stadtbezirke größerer Städte), in denen ein breiteres Spektrum von Waren des kurz- und mittelfristigen (ggf. des langfristigen) Bedarfs sowie diverse Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden sind. Nebenzentren können auch eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums übernehmen, jedoch bleiben der Umfang des Angebots (Verkaufsfläche) und die Diversifizierung (Sortimentsbreite und -tiefe) deutlich hinter dem Angebot eines Innenstadtzentrums zurück.
- **Grund- bzw. Nahversorgungszentren (C-Zentren)** offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs und auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Nebenzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen

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

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

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

ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale⁸⁴ Funktion, d.h. eine Mittelpunktfunktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.⁸⁵ Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.

Die räumliche **Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten⁸⁶ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachfolgend werden die wesentlichen Abgrenzungskriterien überblicksartig aufgeführt.

Abbildung 28: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Quantitative Kriterien	Verkaufsflächenbestand, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie etc., öffentliche Nutzungen
Qualitative Kriterien	Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation
Städtebauliche Kriterien	Bebauungsstruktur, Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum (Möblierung, Pflasterung, Begrünung etc.), Stadtbild, Kompaktheit, Architektur, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen
Bevölkerung	ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, Kundenfrequenzen
Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss
Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter	Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben
Ökonomische Voraussetzungen	ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die vorstehenden Kriterien werden in Folge bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Staßfurt berücksichtigt.

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur in zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich, da bspw. in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht untergebracht werden können. Dies betrifft vor allem großformatige Einzelhandelsanbieter, die ein nicht-zentrenrelevantes Sortiment oder auch ein Lebensmittelsortiment⁸⁷ führen. Eine gleichartige Flächenlimitierung besteht oft in Nahversorgungszentren.

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

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

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

87 Meist induzieren die genannten Anbieter eine hohe Verkehrsbelastung, die durch den notwendigen Abtransport von Waren und eine damit begründete Anreise mit einem Pkw bedingt ist.

Der vorliegende Fakt trifft auch in Staßfurt zu, so dass das innerstädtische Angebot und der Einzelhandelsbestand in dem bestehenden Nahversorgungszentrum an der Löderburger Straße durch **weitere Versorgungslagen** ergänzt werden.

Die flächendeckende wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Staßfurt wird durch Grund- bzw. Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen abgedeckt. Diese Standorte sind meist durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (Super-/ Verbrauchermarkt, Discounter) und teilweise weiteren kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandel (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Nahversorgung dar.

Diese Angebotsstandorte dienen ausschließlich der Grundversorgung⁸⁸ und zeichnen sich i.d.R. durch eine siedlungsintegrierte Lage⁸⁹ aus. Die Grundversorgungsstandorte sollten sich in zentraler Lage innerhalb von Wohngebieten befinden bzw. aus verdichteten Wohnsiedlungsbereichen fußläufig gut erreichbar sein. Grundsätzlich sollten die Grundversorgungsstandorte möglichst im Bebauungszusammenhang liegen und eine barrierefreie Anbindung an umliegende Wohnsiedlungsquartiere besitzen. Die Standorte verfügen in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen über ein hohes Nachfragepotenzial in ihrem fußläufigen Nahbereich⁹⁰ und sind im Idealfall direkt mit dem örtlichen ÖPNV erreichbar.

Die Grundversorgungsstandorte haben jedoch weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte i.d.R. durch eine eingeschränkte Angebotsstruktur bzw. geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunktfunktion besitzen und Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie etc.) nur unzureichend ausgebildet sind. Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbe- reich im Sinne des BauGB/BauNVO dar, wenngleich sie einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Ver- sorgung leisten.

Das vorstehende Angebot in zentralen Versorgungsbereichen und an Grundversorgungsstandorten wird meist durch Ergänzungsstandorte komplettiert, die i.d.R. durch eine Ansiedlung von großflächigen Fach- märkten oder anderen großformatigen Anbietern in meist dezentraler Lage gekennzeichnet sind. Die oft auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind meist außerhalb von Wohnquartieren an verkehrsgünstig gelegenen Standorten mit einer großzügig dimensionierten Parkplatzan- lage angesiedelt. Diese Lagen sind als nicht-schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung bzw. Rechtspre- chung einzustufen, da sie meist wegen ihrer isolierten und dezentralen Lage sowie der fachspezifischen Ausrichtung nur ein eingeschränktes Warensortiment führen und nicht durch andere Nutzungen ergänzt werden, wenngleich diese Agglomerationen über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtli- che Versorgungsfunktion erfüllen mögen.⁹¹

Weiterhin bestehen außerhalb der Einkaufsinnenstädte i.d.R. verschiedene Streulagen, die größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – geprägt sind. Diese Geschäfte verfügen normalerweise über einen geringen Einzugsbereich, der vorwiegend auf ihr fuß- läufiges Umfeld beschränkt ist.

88 Zur Grundversorgung zählen i.S.d. Landesentwicklungsplans 2010 des Landes Sachsen-Anhalt (Z 52) die Sortimente Nahrungs- und Ge- nussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel.

89 Nahversorgungsstandorte können auch in Randlagen zu Wohnsiedlungsgebieten verortet sein, sofern direkte und barrierefreie fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und fußläufige Austauschbeziehungen bestehen.

90 Als fußläufiger Einzugsbereich wird i.d.R. ein Radius bis zu 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

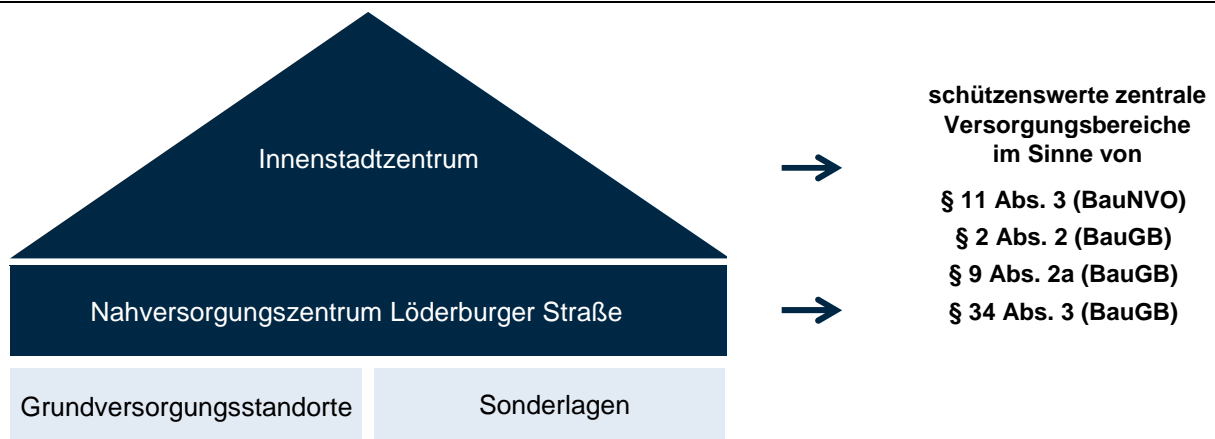
91 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

8.3. Zentren-/ Standortkonzept Staßfurt

8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Das künftige Zentrenleitbild für die Einzelhandelsentwicklung von Staßfurt beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der zukünftigen Standortrahmenbedingungen des Staßfurter Einzelhandels erstellt wurde. Der Stadt Staßfurt wird ein zweistufiges hierarchisches Zentrenkonzept empfohlen, das die Ausweisung von zwei Arten von zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadtzentrum und Nahversorgungszentrum) beinhaltet. Diese beiden Bereiche werden durch weitere Grundversorgungsstandorte und Sonderlagen/Ergänzungsstandorte komplettiert, die jedoch nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches besitzen.

Abbildung 29: Modell der Zentrenstruktur von Staßfurt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt**, der entlang der Steinstraße verläuft und angrenzende Lagen mit umfasst,⁹² soll zukünftig den Hauptangebotschwerpunkt für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten darstellen. Damit soll einer breiten Streuung des Angebots über das gesamte Staßfurter Stadtgebiet entgegengewirkt werden. Dies ist insbesondere unter dem Aspekt zu sehen, dass die gegenwärtige innerörtliche Einzelhandelsstruktur durch die historische Entwicklung von Staßfurt geprägt ist und sich in Folge der vormals drei eigenständigen Ortsteile Staßfurt, Leopoldshall und Alt-Staßfurt und der bestehenden städtebaulichen und natürlichen Zäsuren jeweils separat entwickelt hat (vgl. Pkt. 6.2). Dabei kann bisher keine der genannten Lagen eine hohe Anziehungskraft entwickeln, wie dies von der Innenstadt eines Mittelzentrums zu erwarten sein sollte.

Perspektivisch ist die Konzentration des Einzelhandels auf den Standort Steinstraße umzusetzen. Hier bestehen aktuell die besten Ansiedlungsmöglichkeiten zur langfristigen Etablierung einer leistungsfähigen Einkaufszone. Folgende Argumente sprechen für diesen Bereich:

- Das Gebiet um die Steinstraße besitzt im Vergleich zu den anderen innerörtlichen Lagen aktuell die höchste Anzahl an Handelsbetrieben und Verkaufsfläche.
- In diesem Versorgungsbereich sind bereits verschiedene Magnetbetriebe vorhanden, die eine gesamtörtliche Ausstrahlungskraft haben.
- Im Unterschied zu den beiden anderen Lagen existieren diverse Potenzialflächen (Leerstand, Freiflächen), die perspektivisch mit Einzelhandel belegt werden können. Demzufolge ist eine Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ausschließlich in diesem Gebiet möglich.

⁹² Anmerkung: Eine detaillierte Beschreibung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt auf den nächsten Seiten in diesem Kapitel.

- In die Steinstraße sind bereits Städtebaufördermittel geflossen, so dass der Bereich ansprechend saniert und mit einer attraktiven Stadtmöblierung ausgestattet ist.
- Der Bereich Steinstraße kann eine „Scharnierfunktion“ übernehmen, da das Gebiet zwischen den beiden anderen Versorgungsbereichen liegt und so eine gute Erreichbarkeit aus beiden Lagen gegeben ist.

Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels auf den Bereich Steinstraße soll eine Stärkung der Innenstadt durch die Bündelung des Angebots – auch unter dem Blickwinkel des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden. Die Einkaufsinnenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden.

Die beiden Bereiche Hohenerxlebener Straße und Prinzenberg werden als funktionale Ergänzungsbereiche des zentralen Versorgungsbereiches definiert, da diese im Vergleich zur Hauptgeschäftslage einen deutlich geringeren Einzelhandelsbestand aufweisen; zudem bestehen dort keine wesentlichen Erweiterungsmöglichkeiten. Zukünftig ist der Einzelhandel auf die Hauptgeschäftslage zu lenken, so dass beide Ergänzungsbereiche in Bezug auf die Einzelhandelsfunktion hinter den Hauptgeschäftsbereich zurücktreten werden. Alternativ sind in den beiden Lagen, insbesondere an der Hohenerxlebener Straße, vor allem Dienstleistungsfunktionen bzw. sonstige Komplementärfunktionen zu entwickeln.

Wie in der vorstehenden Abbildung 29 dargestellt, wird auf die Erweiterung der Zentrenstruktur durch ein **Neben- bzw. Stadtteilzentrum** (B-Zentren) verzichtet. Das begrenzte Nachfragepotenzial in Staßfurt sollte in dem A-Zentrum gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Ferner ist die rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen zu rechnen ist.

Bezüglich der bereits beschriebenen, polyzentrischen Siedlungsstruktur der Stadt Staßfurt wurde im nordwestlichen Stadtgebiet ein **Nahversorgungszentrum** identifiziert. Der Versorgungsbereich befindet sich in einem Wohnquartier, das bezüglich seiner Bebauungsstruktur eine hohe Bevölkerungsverdichtung besitzt. Dementsprechend kann das bereits bestehende Nahversorgungszentrum die wohnortnahe Versorgung für diesen Bereich sicherstellen. Dieser Bereich wird als zentraler Versorgungsbereich eingestuft, allerdings mit einer monofunktionalen Zuweisung in Bezug auf eine ausschließliche Nahversorgungsfunktion.

Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstrukturen werden in der Stadt Staßfurt aus gutachterlicher Sicht nachfolgende ortsspezifische Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen definiert. Gemäß diesem **Anforderungskatalog** wurde bereits die vorstehende Identifizierung der beiden genannten zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen. Ferner kann die folgende Aufstellung auch bei einer möglichen Fragestellung in Bezug zur Einstufung eines Handelsstandortes als zentraler Versorgungsbereich zur Beantwortung herangezogen werden.

Abbildung 30: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	- gesamtstädtisch sowie überörtlich	- Wohnquartier, min. 4.000 Einwohner
Lage	- Lage im zentralen Innenstadtbereich	- städtebaulich integrierte Lage bzw. siedlungsintegrierter Standort
Branchenmix	- alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs	- Konzentration auf nahversorgungsrelevante Sortimente - ggf. punktuelle Ergänzung durch mittelfristigen Bedarfsbereich
Sortiment	- hohe Sortimentsbreite und -tiefe in allen zentrenrelevanten Branchen	- hohe Sortimentsbreite nur bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	- städtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	- min. 6 Betriebe und min. 1.200 m ² Gesamtverkaufsfläche, davon ein Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter) - Gesamtverkaufsfläche bis zu ca. 5.000 m ² ,
Einzelhandelsmagneten	- in möglichst allen Bereichen	- Supermarkt/Discounter (Food)
Betriebstypen	- alle Betriebstypen	- Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke - ggf. Ergänzung durch Fachgeschäfte
Sortimentsniveau	- v.a. mittleres bis gehobenes Niveau	- unteres bis mittleres Niveau
Komplementärnutzungen	- finanz-, personal- und konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung	- wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, Gastronomie
Räumliche Ausdehnung	- entsprechend den räumlichen Gegebenheiten	- funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von 200 bis 300 m bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes
Verkehrerschließung	- Parkraumkonzept, Barrierefreiheit, zentrale ÖPNV-Haltestelle - Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone	- Pkw-Stellplätze, Anbindung ÖPNV - Fuß-/Fahrradweganbindung
Versorgungsfunktion	- Gesamtstädtische und ggf. regionale Versorgungsfunktion - gesamt- und überörtliche Mittelpunkt-/Kommunikations- und Treffpunktfunktion	- umfassende Versorgung für umliegende Wohngebiete bzw. -quartiere im kurzfristigen Bedarfsbereich - Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Das Angebot in den beiden zentralen Versorgungsbereichen wird durch die im vorherigen Kapitel beschriebenen **Grundversorgungsstandorte** ergänzt, deren Angebot ausschließlich auf Lebensmittel⁹³ fokussiert sein soll. Die Grundversorgungsstandorte sind i.d.R. durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, dessen Angebot ggf. durch Nahrungsmittelhandwerker, Getränkemarkte oder

93 Auf der Fläche von Lebensmittelanbietern können auch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Staßfurter Liste“ angeboten werden. Deren flächenseitige Ausprägung bzw. deren Umfang sollte jedoch dem Lebensmittelsortiment untergeordnet sein und lediglich ein Randsortiment darstellen. Gleiches trifft für andere zentrenrelevante Sortimente zu, die nur einen geringen Flächenanteil in Lebensmittelmärkten belegen sollten.

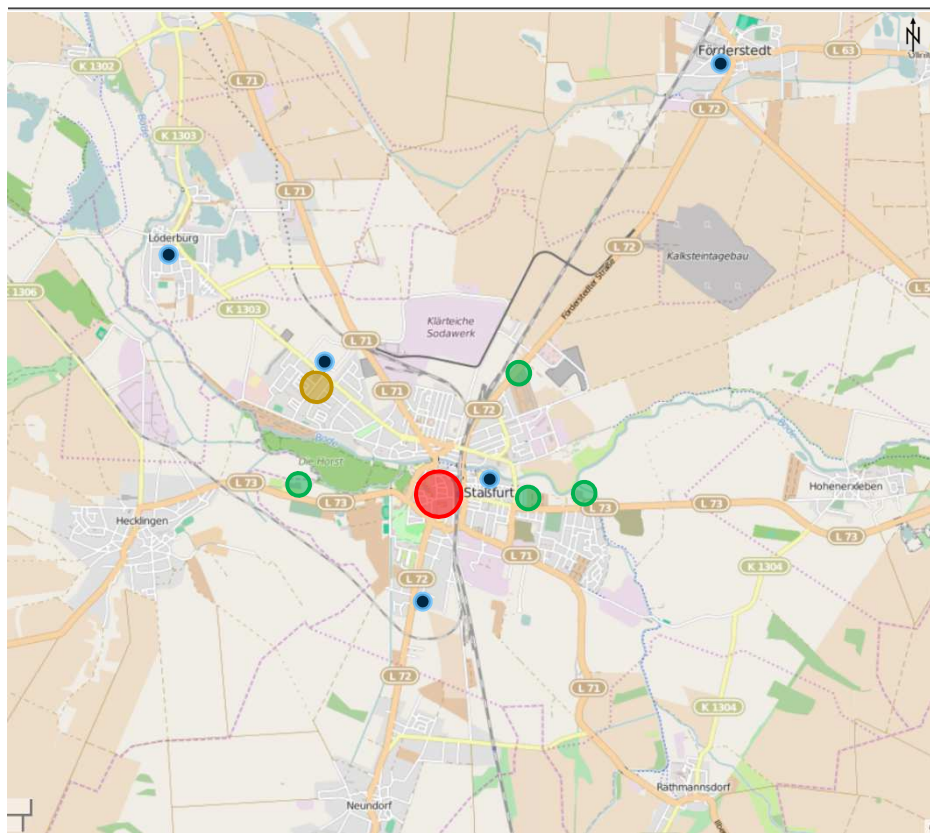
ähnliche Lebensmittelanbieter ergänzt wird. Andere Warengruppen außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente (v.a. des mittel-/ langfristigen Bedarfsbereichs) sollen an diesen Standorten nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und diesen Standorten nicht zu unterlaufen.

Grundsätzlich erfüllen die Grundversorgungsstandorte nicht die vorstehend beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel, dar. Demnach besitzen diese Standorte auch einen gewissen Schutz, der im § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird. Aktuell konnten bezüglich der vorstehenden Beschreibung insgesamt sechs Grundversorgungsstandorte identifiziert werden.

Neben den bereits dargestellten Versorgungsbereichen existieren noch weitere Einzelhandelslagen, die als **Sonderstandorte** einzustufen sind. Diese Standorte besitzen insbesondere hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale von zentralen Versorgungsbereichen. Diese Sonderstandorte sind i.d.R. durch größere Einzelhandelsbetriebe an dezentralen und verkehrsgünstig gelegenen Standorten geprägt, die auch ein gesamt- bzw. überörtliches Einzugsgebiet besitzen können und somit größere Marktgebiete erschließen. Die Betriebe in diesen Lagen können einerseits eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen, andererseits jedoch auch in direkter Konkurrenzsituation zu diesen Lagen stehen. Dies ist maßgeblich von der Zentrenrelevanz der geführten Sortimente sowie deren qualitativer Ausprägung abhängig.

Folgende Karte stellt das Standortstrukturkonzept für den Staßfurter Einzelhandel überblicksartig dar.

Karte 11: Zentren-/ Standortkonzept Staßfurt



zentrale Versorgungsbereiche

- Innenstadt
- Löderburger Straße

sonstige Versorgungsstandorte

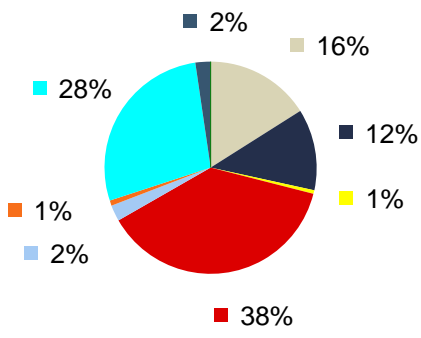
- Grundversorgungsstandorte
- Sonderlagen

Kartengrundlage: openstreetmap.de
Darstellung: BBE Handelsberatung

8.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

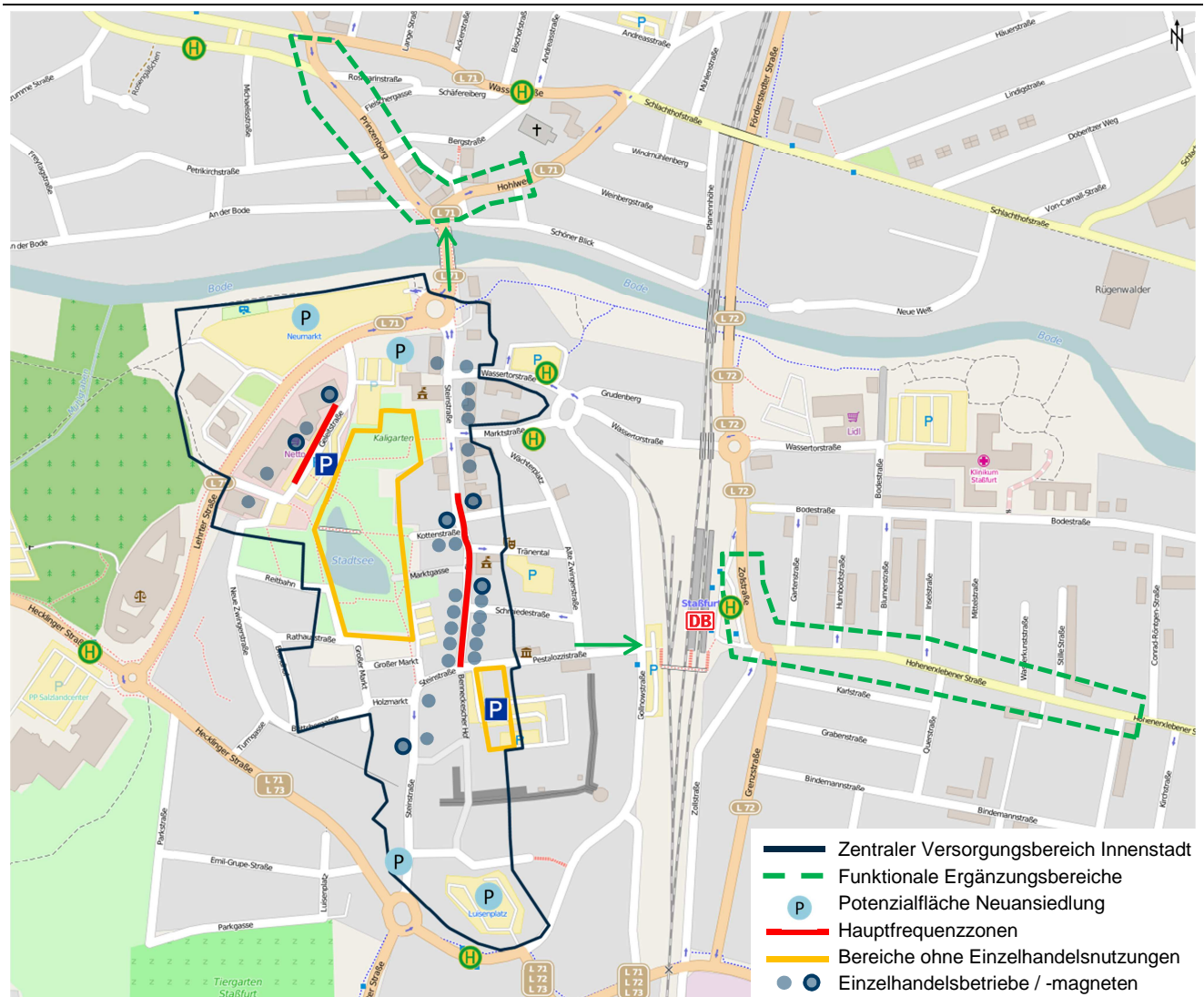
Nachstehend wird eine Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt eingefügt. Des Weiteren wird die räumliche Abgrenzung dieses Bereiches vorgenommen, ebenso wie die zukünftigen Entwicklungsziele formuliert werden.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Zentrentyp	- Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum
Lage	- Lage in der geographischen Mitte der Staßfurter Kernstadt, im Stadtteil Staßfurt-Mitte - zwischen dem Stadtteil Mitte und den angrenzenden Stadtteilen Leopoldshall und Alt-Staßfurt bestehen durch den Gleiskörper der Bahn und dem Flusslauf der Bode städtebauliche/topographische Zäsuren
Erreichbarkeit	- gute verkehrliche Anbindung über diverse Landesstraßen - gute Erreichbarkeit und Anfahrbarkeit aus allen Stadtgebieten
ÖPNV	- diverse Haltestellen im direkten Umfeld des Hauptgeschäftsbereiches - DB-Bahnhof und ZOB liegen rd. 250 m östlich der Hauptgeschäftslage
Parken	- sehr gute Parkmöglichkeiten, da straßenbegleitendes Parken entlang der Steinstraße und in angrenzenden Nebenstraßen, Parkplatz am Benneckeschen Hof und am Neumarkt - betriebseigene Parkplätze des Bodeparks und des vormaligen Centers am Luisenplatz
Einzugsgebiet	- Kerneinzugsgebiet: Stadtgebiet Staßfurt und Hecklingen - Gesamteinzugsgebiet: umliegende Orte um Staßfurt
Leitbranchen	- Lebensmittel, Drogeriewaren, Mode, Sport
Einzelhandelsmagneten	- Rossmann, Mode Tessmer, Sport 2000 - Fachmärkte im Bodepark (u.a. Netto, Dän. Bettenlager)
Aktive VK-Fläche	- ca. 5.650 m ² (rd. 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 30 Einzelhandelsgeschäfte (17 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	<p>Verkaufsfläche in %</p>  <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/ Reformwaren (3) ■ Drogeriewaren/ Gesundheit (3) ■ Blumen/Pflanzen/ Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (13) ■ Bücher/Schreib-/ Spielwaren (2) ■ Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (2) ■ Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (4) ■ Optik/Uhren/ Schmuck (2) ■ Sonstiger Einzelhandel (0)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Staßfurt

Sortimentsniveau	- überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, jedoch auch diverse Discountangebote
Filialisierungsgrad	- 9 Filialisten (vorwiegend Fachmarktanbieter) belegen rd. 69 % der Verkaufsfläche
Leerstand	- 11 Leerstände mit einer geschätzten Leerstandsfläche von rd. 900 m ² - nur ein Teil der Leerstände ist sofort nutzbar - am Luisenplatz steht ein vormals durch Einzelhandel genutztes Center leer
Komplementärangebote	- Finanzdienstleistungen, Büronutzungen, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungen - Verwaltungsfunktion, Salzlandtheater
Einzelhandelsfunktion	- gesamtstädtische Versorgungsfunktion - funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Staßfurt



Kartengrundlage: openstreetmap.org / Bearbeitung: BBE Handelsberatung (siehe parzellenscharfe Abgrenzung in Anl. 3)

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Innenstadt:

- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente und Stärkung der Handelszentralität, vor allem in den zentrenrelevanten Bedarfsbereichen
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots
- gezielte quantitative und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots gemäß den möglichen Ansiedlungspotenzialen (vgl. Pkt. 7.3.3)
- Ausbau der Nahversorgungsfunktion der Einkaufsinnenstadt
- Ansiedlung von strukturprägenden Magnetbetrieben mit möglichst hoher Ausstrahlungskraft, Ergänzung von bisher fehlenden Angebotsformen bzw. -konzepten durch die Revitalisierung des Standortes Luisenplatz und Neubebauung des Neumarktes
- Nutzung von Brachflächen (bspw. Neubebauung der südliche Steinstraße und Nutzung des EG durch Handel), verstärkte Bespielung des Benneckschen Hofes
- räumliche Erweiterung der Hauptfrequenzzone auf die südliche Steinstraße, wobei dem Luisenplatz zukünftig eine Magnetfunktion in diesem Bereich zukommt
- Deutliche Attraktivierung des bestehenden Bodeparks (Revitalisierung) und verbesserte Anbindung an die Steinstraße, um so zukünftig im nördlichen bzw. nordwestlichen Bereich der Einkaufsinnenstadt einen starken Pol zu installieren
- Bebauung des Neumarktes und Ansiedlung von großformatigen Magnetbetrieben mit einer möglichst überörtlichen Ausstrahlungskraft, Sicherung einer möglichst direkten fußläufigen Anbindung an die Steinstraße und Gewährleistung von optimalen Austauschbeziehungen, funktionale Einbindung des Neumarktes in den zentralen Versorgungsbereich
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen
- Weitere Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Innenstadt (insbesondere Sicherung des Standortes Salzlandtheater)
- Lenkung von möglichen Ansiedlungsbegehren, insbesondere von großflächigen Handelsbetrieben auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich
- Aktives Leerstandsmanagement
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Anbindung, des Parkplatzangebots und der ÖPNV-Anbindung des zentralen Versorgungsbereiches



Gemäß der vorstehenden Abgrenzung bestehen folgende Lagen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt:

Die Hauptgeschäftslage erstreckt sich derzeit über den mittleren Bereich der **Steinstraße**. Die höchsten Frequenzen sind zwischen dem Standort von Rossmann und der Kreuzung Steinstraße/ Pestalozzistraße

festzustellen. Der Einzelhandel ist größtenteils durch kleinformative, meist inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt. Die einzigen größeren Anbieter, die derzeit einen Magneten darstellen, sind der Drogeriemarkt Rossmann, Mode Tessmer und ein Sport-Fachgeschäft.

Der nördliche Bereich der Steinstraße ist durch einen ausgedünnten Geschäftsbesatz geprägt. Gleiches trifft auch für den südlichen Bereich zu, so dass beide Lagen als **Nebenlagen** einzustufen sind. Insbesondere in der südlichen Steinstraße ist jedoch nur ein rudimentärer Handelsbesatz mit einer geringen fußläufigen Erlebbarkeit vorhanden, so dass hier – trotz der ansprechenden städtebaulichen Gestaltung dieses Straßenzugs – ein deutlicher Frequenzabfall zu verzeichnen ist. Als einzig größerer Anbieter fungiert derzeit ein Sportfachgeschäft, das in einem attraktiv sanierten Wohn- und Geschäftshaus untergebracht ist.

Perspektivisch ist dieser Bereich wesentlich von der Revitalisierung des Luisenplatzes abhängig, so dass sich auch hier dauerhaft attraktive Einzelhandelsstrukturen herausbilden können. Sollte eine Inwertsetzung des Luisenplatzes mit Einzelhandel oder anderen zentrenbildenden Funktionen nicht realisierbar sein, so sollte die südliche Steinstraße verstärkt mit Dienstleistungs- bzw. Komplementärnutzungen ausgestattet werden.

Mit der Schaffung eines funktionalen Pols am **Luisenplatz** wird eine Aufwertung und Belebung der südlichen Innenstadt einhergehen, die bereits in Bezug auf die Straßenmöblierung als attraktiver Bereich einzustufen ist. Nachfolgend wird überblicksartig diese Potenzialfläche bewertet, die sich für die Schaffung einer Einzelhandelsfläche von geschätzt rd. 3.000 m² eignen würde. Diese Flächenansiedlung sollte umgesetzt werden, um so dass derzeit gesamtstädtisch geringe Flächengewicht der Einkaufsinnenstadt zu erhöhen.

Abbildung 31: Kurzübersicht zur möglichen Revitalisierung des Standortes Luisenplatz

Lage/ städtebauliche Kriterien	<ul style="list-style-type: none"> - im südlichen Gebiet des zentralen Versorgungsbereich, Luisenplatz bildet Schlusspunkt dieses Bereiches - gute Fernwirkung des Standortes auf den vorbeilaufenden Verkehr - Steinstraße stellt sich bezüglich des baulichen Zustands als attraktiv dar, da dieser Straßenzug aufwendig saniert wurde - Luisenplatz ist durch die leerstehenden Gebäudekörper der vormaligen Handelsnutzungen geprägt, unattraktiver Gesamtzustand
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> - gute Anfahrbarkeit über die Bernburger Straße (Landesstraße) aus dem gesamten Stadtgebiet - am Standort ist bereits eine Parkplatzanlage vorhanden, die auch weiter genutzt werden kann - fußläufige Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich barrierefrei gegeben - ÖPNV über Bushaltestelle („Staßfurt Luisenplatz“)
Entwicklungsziele/ Ansiedlungspotenziale	<ul style="list-style-type: none"> - nur großformatige Einzelhandelsstrukturen, um eine Ergänzung und keinen direkten Wettbewerb zu dem kleinteiligen bestehenden Handel auszulösen - keine Ansiedlung von kleineren Ladeneinheiten, um die Bestandsstruktur nicht noch einmal abzubilden und keine Schaffung einer Konkurrenzsituation zum bestehenden Handel in der Steinstraße - Einzelhandel auf dem Luisenplatz muss Magnetfunktion, insbesondere für den südlichen Teil der Einkaufsinnenstadt übernehmen - Magneten könnten u.a. ein Lebensmittelmarkt oder Modeanbieter sein - gesamtstädtische Potenziale bestehen in Bezug auf fachmarkttypische Nutzungskonzepte bspw. aus den Bereichen Lebensmittel, Drogeriewaren, Textilien, Schuhe, Spielwaren, Unterhaltungselektronik
Bewertung/ Empfehlung	<ul style="list-style-type: none"> - Der Standort sollte revitalisiert werden, da so eine Wiederbelebung der südlichen Steinstraße bzw. der gesamten Innenstadt möglich ist. - Mit der Revitalisierung ist eine Ausweitung bzw. der Ausbau des innerstädtischen Angebots im Bestand möglich.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die Flächenverfügbarkeit des Luisenplatzes ist derzeit nicht gegeben, so dass eine Revitalisierung der leerstehenden Einzelhandelsimmobilien und eine Neubelegung mit einer Einzelhandelsnutzung aktuell fraglich ist. Perspektivisch sollte jedoch an einer Umstrukturierung und einer Wiederansiedlung mit Einzelhandel festgehalten werden, wenngleich die vorgeschlagene Umsetzung der Revitalisierung des Standortes maßgeblich von den Plänen des Eigentümers bzw. des künftigen Nutzers abhängig ist.

Am südlichen Ende der Steinstraße, direkt gegenüber dem beschriebenen Luisenplatz, befindet sich eine weitere Potenzialfläche. Diese ist derzeit unbebaut und eignet sich für die Bebauung mit einem mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshaus. Die Erdgeschosszone sollte unbedingt durch eine Einzelhandelsnutzung belegt werden. Auf Basis der bestehenden Grundfläche könnten mehrere großformatige Ladeneinheiten geschaffen werden, so dass sich auch Kopplungen und Synergien zu dem gegenüber liegenden Luisenplatz bilden können.

Der sog. **Bennecksche Hof**, der sich direkt an die Hauptgeschäftslage Steinstraße anschließt, wurde in Bezug auf seine bauliche Gestaltung als Parkfläche ausgebaut. Auf Grund seiner zentralen Lage innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches kommt diesem Standort auch eine zentrenbildende Funktion zu, so dass eine verstärkte Nutzung und Bespielung dieses Platzes, insbesondere als Markt- und als Veranstaltungsplatz zu empfehlen ist. Eine dauerhafte Nutzung bzw. Bebauung dieses Platzes durch Einzelhandel ist nicht zu empfehlen.

Im nördlichen Bereich der Steinstraße erfolgt der Übergang von der Hauptgeschäftslage zum **Bodepark**. Dabei ist keine direkte Anbindung, sondern lediglich eine Wegbeziehung über einen bestehenden Grünstreifen vorhanden. Durch fehlende direkte, funktionale Zusammenhänge ist nicht von einer zusammenhängenden oder gewachsenen Einkaufslage auszugehen. Gleichwohl können so mögliche Kopplungen beider Handelslagen noch nicht optimal genutzt werden.

Der Bodepark ist als Handelsagglomeration zu beschreiben, die durch fachmarkttypische Baustrukturen geprägt ist. Der Bodepark erreicht in Bezug auf seine Attraktivität nur eine durchschnittliche Ausstrahlung. Dies ist auf die bestehenden funktionalen und einfachen Gebäudestrukturen abzustellen, die zudem kein einheitliches oder geschlossenes Bild vermitteln. Des Weiteren ist der Handelsbesatz durch Fachmarktkonzepte geprägt, die im unteren Preis- und Qualitätsniveau etabliert sind. Eine Magnetwirkung dieses Bereiches ist zwar vorhanden, jedoch nur unterdurchschnittlich ausgeprägt. Langfristig sollte daher eine deutliche Attraktivierung und Aufwertung dieses Bereiches erfolgen, insbesondere ist eine städtebauliche Neuordnung dieser Fachmarkttagglomeration zu empfehlen.

Direkt an den Bodepark schließt sich der sog. **Kaligarten** und der **Stadtsee** an, die ein Bindeglied zu der östlich liegenden Hauptgeschäftslage darstellen. Ferner stellt diese attraktiv gestaltete Parklandschaft einen standortprägenden Faktor dar, wobei dieser Bereich eine hohe Aufenthaltsqualität besitzt. Perspektivisch ist eine Einzelhandelsentwicklung in diesem Bereich auszuschließen.

Neben der Revitalisierung des südlichen Pols (Luisenplatz) des zentralen Versorgungsbereiches ist eine handelsseitige Weiterentwicklung auf dem **Neumarkt** zu empfehlen. Der Neumarkt, der durch einen Parkplatz und temporär auch durch (Groß-)Veranstaltungen genutzt wird, ist die einzige größere Potenzialfläche in der Staßfurter Innenstadt. Demzufolge kann durch eine Bebauung mit Einzelhandel – bei einer optimalen Anbindung an die Hauptgeschäftslage – die flächenseitige Ausprägung des gesamten innerstädtischen Handels und dessen Kundenakzeptanz deutlich verbessert werden. Hierbei ist zwingend die Ansiedlung von mehreren großformatigen Anbietern zu empfehlen, um einen deutlichen Zentralitätsgewinn für die Staßfurter Innenstadt zu erreichen.

Ferner ist bei einer Nutzung durch Einzelhandel von einer erhöhten Frequenz und dadurch auch verstärkten Nachfrage nach Handelsflächen in der nördlichen Steinstraße auszugehen, so dass sich mit der Bebauung positive Effekte auf diesen – derzeit nur mäßig frequentierten – Bereich ergeben werden.

Abbildung 32: Kurzübersicht zur möglichen Bebauung des Standortes Neumarkt

Lage/ städtebauliche Kriterien	<ul style="list-style-type: none"> - im nördlichen Gebiet des zentralen Versorgungsbereichs, der Neumarkt bildet den Abschluss der Einkaufsinnenstadt und grenzt an den Flusslauf der Bode - gute Fernwirkung des Standortes auf den vorbeilaufenden Verkehr durch direkte Sichtachse zur Lehrter Straße - Neumarkt wird aktuell nur durch einen Parkplatz und kurzzeitig durch Veranstaltungen genutzt - die Potenzialfläche ist für die Ansiedlung von Einzelhandel prädestiniert
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> - gute Anfahrbarkeit über den innerörtlichen Hauptverkehrsträger Lehrter Straße - Schaffung einer Parkplatzanlage für den Handel problemlos möglich - direkte Anbindung an den Europaradweg, der zwischen dem Neumarkt und dem Flusslauf der Bode liegt - fußläufige Anbindung an den Bodepark und an den Hauptgeschäftsbereich (Steinstraße) gegeben - kein direkter ÖPNV-Anschluss, nächstliegende Bushaltestelle befindet sich in der naheliegenden Marktstraße bzw. am Postamt
Entwicklungsziele/ Ansiedlungspotenziale	<ul style="list-style-type: none"> - nur großformatige Einzelhandelsstrukturen, um eine Magnetfunktion innerhalb der Staßfurter Innenstadt darzustellen - keine Ansiedlung von kleineren Ladeneinheiten, um die aktuellen Bestandsstrukturen in der Steinstraße nicht wiederholt abzubilden, somit keine Bildung einer direkten Konkurrenzsituation zum bestehenden innerstädtischen Handel - Ausbildung einer Magnetfunktion für die gesamte Innenstadt, ferner muss auch eine überörtliche Strahlkraft ausgelöst werden - Magneten könnten u.a. ein großformatiger Modemarkt (auch ein Schuhfachmarkt), ein Elektrofachmarkt und/oder ein Drogeriemarkt sein - gesamtstädtische Potenziale bestehen in Bezug auf fachmarkttypische Nutzungskonzepte aus den Bereichen Lebensmittel, Textilien, Schuhe, Spielwaren, Unterhaltungselektronik
Bewertung/ Empfehlung	<ul style="list-style-type: none"> - Der Standort sollte neu bebaut werden, da so eine überörtliche Ausstrahlung der Staßfurter Einkaufsinnenstadt erreicht werden kann. Als Magnet sollte ein großflächiger Modeanbieter in Kombination mit weiteren fachmarkttypischen Anbietern (bspw. Elektrofachmarkt) fungieren. - Es ist auf eine optimale Anbindung an die Steinstraße zu achten, da nur so Kopplungen und Synergien zu dieser Hauptgeschäftslage ausgelöst werden können. - Als Baustruktur ist ein Zeilenbau („Fachmarktzeile“ mit mehreren Anbietern) zu empfehlen, der möglichst nah bzw. unmittelbar an der Steinstraße/Bodebrücke anliegen sollte. Somit ist eine direkte Anbindung an diesen fußläufigen Verbindungsweg Innenstadt - Prinzenberg sowie an die Hauptgeschäftslage Steinstraße möglich.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Gegenüber dem Neumarkt ist an der Lehrter Straße eine weitere Potenzialfläche vorhanden, die derzeit u.a. durch eine Grünfläche und einen Parkplatz belegt ist. Hier wäre bspw. eine gemischte Bebauung bzw. eine Nutzung durch Einzelhandel möglich.

Die nachstehende Abbildung stellt überblicksartig die Nutzungsdefinition der einzelnen innerstädtischen Teilbereiche und den Status der derzeitigen Nutzungen dar. Es wird deutlich, dass in zahlreichen Bereichen der Einkaufsinnenstadt gewisse Funktionsdefizite bestehen.

Abbildung 33: Funktionen und Entwicklungsstand der Teilbereiche im zentralen Versorgungsbereich

<u>Teilbereiche</u>	<u>Hauptnutzung/ Funktion</u>	<u>Status</u>	
Mittlere Steinstraße	Einzelhandel	funktionierend	
Südliche Steinstraße	Einzelhandel, multifunktionale Nutzung	z.T. funktionierend, jedoch deutliche Funktions- defizite	
Nördliche Steinstraße	Einzelhandel	z.T. funktionierend, geringe Funktionsdefizite	
Luisenplatz	Einzelhandel (Plan)	derzeit leerstehend, keine Nutzung, städtebauli- cher Missstand im Innenstadteingangsbereich	
Benneckscher Hof	Markt-/ Veran- staltungsplatz	temporär funktionierend, verstärkte Magnetwir- kung wünschenswert	
Bodepark	Einzelhandel	funktionierend, jedoch Attraktivierungspotenziale vorhanden	
Stadtsee/Kaligarten	Grünfläche/ Erholung	Parklandschaft (Kaligarten; Stadtsee) stellen sich attraktiv dar	
Neumarkt	Einzelhandel (Plan)	keine Einzelhandelsnutzung, temporäre Nutzung durch Veranstaltungen	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Aus der vorstehenden Übersicht ist der Maßnahmenplan für die einzelnen Teilgebiete der Staßfurter Einkaufsinnenstadt zu entwickeln.

In unmittelbarer räumlicher Nähe zu dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich werden zwei **funktionale Ergänzungsbereiche** definiert, wobei es sich um die bereits beschriebenen Einzelhandelslagen in Leopoldshall und Alt-Staßfurt handelt (vgl. Pkt. 6.2). Das Einzelhandelsangebot beider Lagen ist dabei einzeln als auch in Summe deutlich dem Bestand in dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich untergeordnet.

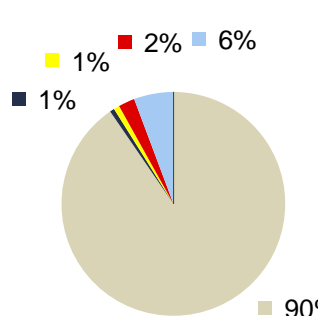
Der Bereich der Hohenerxlebener Straße in Leopoldshall wird perspektivisch als funktionaler Ergänzungsbereich Kleingewerbe/Dienstleistungen/Verwaltung und ergänzender Handel ausgewiesen. Der Bereich zeichnet sich bereits durch einen verhältnismäßig hohen Dienstleistungsbesatz aus, so dass dieser – auch in Kombination mit der Verwaltungsfunktion dieses Bereiches – gestärkt und weiter ausgebildet werden sollte. Gleiches trifft für die Gastronomie und sonstiges Kleingewerbe bzw. freie Berufe zu. Der Einzelhandel sollte in diesem Bereich lediglich eine arrondierende Funktion einnehmen. Aus diesem Grund sind Einzelhandelsneuansiedlungen prinzipiell nicht auf den Bereich Hohenerxlebener Straße, sondern auf den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Die gleiche Zielperspektive ist für den Straßenzug Prinzenberg und südlichen Hohlweg anzusetzen. Der bereits bestehende, punktuell vorhandene Einzelhandel kann den Besatz im zentralen Versorgungsbereich ergänzen, wobei Neuansiedlungen nicht stattfinden sollten. Wie am Standort Hohenerxlebener Straße sollten auch in dem beschriebenen Gebiet in Alt-Staßfurt keine Handelsbetriebe, insbesondere keine großflächigen Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden, da sich dies auf die städtebauliche Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in seiner Struktur negativ entgegenwirken würde. Der Bereich sollte in seiner Ausprägung vorwiegend auf Kleingewerbe bzw. Dienstleistungen ausgerichtet werden.

8.3.3. Zentraler Versorgungsbereich Löderburger Straße

Nachstehend wird der Zentrenpass für den zentralen Versorgungsbereich Löderburger Straße eingefügt.

Zentrenpass zentraler Versorgungsbereich Löderburger Straße

Zentrentyp	- Nahversorgungszentrum																				
Lage	- nordwestliches Kernstadtgebiet in Richtung Ortsteil Löderburg - siedlungsintegrierte Lage in einer Großwohnsiedlung																				
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Anbindung über Löderburger Straße (K 1303) - gute Erreichbarkeit und Anfahrbarkeit insbesondere aus den nördlichen Stadtgebieten und den nördlichen peripheren Ortsteilen - direkte fußläufige Anbindung an die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche																				
ÖPNV	- vor dem Nahversorgungszentrum besteht eine kombinierte Haltestelle der Stadt- und der Regionalbusse (Umsteigepunkt „Busbahnhof-Nord“)																				
Parken	- gute Parkmöglichkeiten, da ausreichend betriebseigene Parkplätze vorhanden sind																				
Einzugsgebiet	- Kerneinzugsgebiet: nordwestliches Stadtgebiet, insbesondere die umliegende Großwohnsiedlung - Gesamteinzugsgebiet: angrenzende Stadtteile und nördlich liegende periphere Ortsteile von Staßfurt																				
Leitbranchen	- Lebensmittel																				
Einzelhandelsmagneten	- Edeka, Aldi																				
Aktive VK-Fläche	- ca. 3.010 m ² (rd. 6 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)																				
Anzahl Geschäfte	- 9 Einzelhandelsgeschäfte (5 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)																				
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>Verkaufsfläche in %</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</th> <th>Verkaufsfläche in %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/ Reformwaren (5)</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/ Gesundheit (1)</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/ Zoo (1)</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (1)</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/ Spielwaren (1)</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (0)</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0)</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/ Schmuck (0)</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel (0)</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="width: 45%;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/ Reformwaren (5) ■ Drogeriewaren/ Gesundheit (1) ■ Blumen/Pflanzen/ Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (1) ■ Bücher/Schreib-/ Spielwaren (1) ■ Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0) ■ Optik/Uhren/ Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Branchen (Anzahl der Geschäfte)	Verkaufsfläche in %	Lebensmittel/ Reformwaren (5)	90%	Drogeriewaren/ Gesundheit (1)	6%	Blumen/Pflanzen/ Zoo (1)	2%	Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (1)	1%	Bücher/Schreib-/ Spielwaren (1)	1%	Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (0)	0%	Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0)	0%	Optik/Uhren/ Schmuck (0)	0%	Sonstiger Einzelhandel (0)	0%
Branchen (Anzahl der Geschäfte)	Verkaufsfläche in %																				
Lebensmittel/ Reformwaren (5)	90%																				
Drogeriewaren/ Gesundheit (1)	6%																				
Blumen/Pflanzen/ Zoo (1)	2%																				
Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (1)	1%																				
Bücher/Schreib-/ Spielwaren (1)	1%																				
Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (0)	0%																				
Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0)	0%																				
Optik/Uhren/ Schmuck (0)	0%																				
Sonstiger Einzelhandel (0)	0%																				
Sortimentsniveau	- überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, mit Aldi besteht auch ein Discounter																				
Filialisierungsgrad	- 2 Filialisten (Edeka, Aldi) belegen 85 % der Verkaufsfläche																				
Leerstand	- zwei Leerstände in der rückwärtigen Ladenzeile mit ca. 80 m ²																				

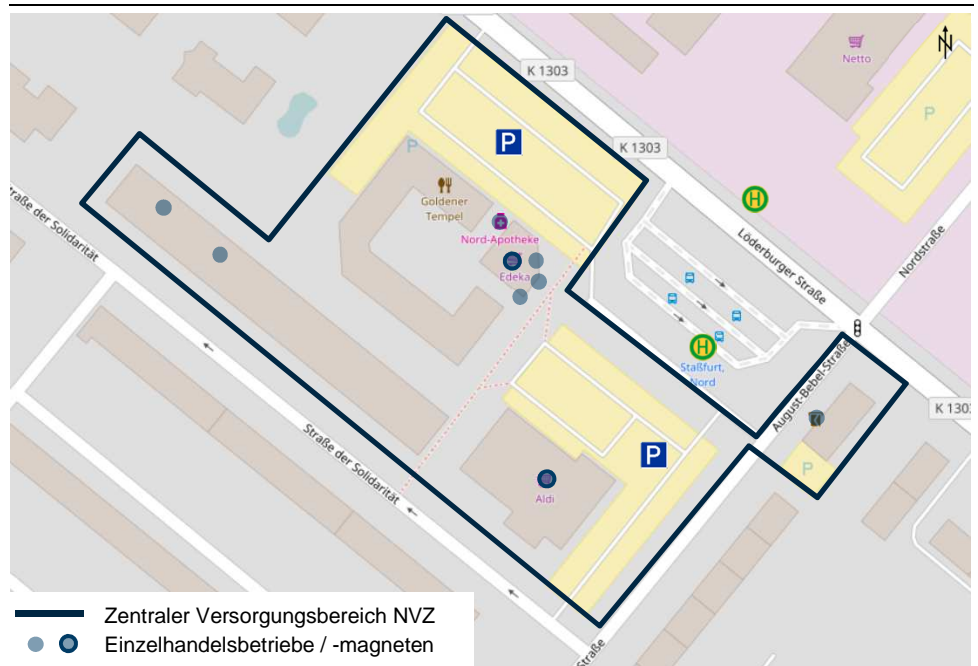
Komplementär-
angebote

- Finanzdienstleistungen, Büronutzungen, Gastronomie,
konsumnahe Dienstleistungen, Ärzte, Gesundheitsdienstleistungen
- Bildungseinrichtungen im Umfeld (Schule, Kindertagesstätte)

Einzelhandelsfunktion

- stadtteilbezogene Versorgungsfunktion
- Edeka ist der einzige Supermarkt in Staßfurt, so dass auch z.T. eine
gesamstädtische Nachfrage an diesem Standort erfolgt

Räumliche Abgrenzung



Kartengrundlage: openstreetmap.org / Bearbeitung: BBE Handelsberatung (parzellenscharfe Abgrenzung in Anl. 4)

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich NVZ Löderburger Straße:

- Positionierung des Nahversorgungszentrums als wichtigster Einkaufsort für Lebensmittel im nordwestlichen Staßfurter Stadtgebiet
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots, ggf. auch maßvolle Erweiterung des Bestands
- Keine Ansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (Ausnahme nahversorgungsrelevante Sortimente) bzw. mögliche Umnutzung bestehender Verkaufsflächen mit diesen Sortimenten
- Weiterentwicklung des NVZ nur mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten i.S.d. Staßfurter Sortimentsliste
- Bauliche Attraktivierung der Ladenzeile südwestlich des Edeka-Marktes
- Sicherung des Bestands bzw. der Vielfalt an derzeit vorhandenen Komplementärfunktionen
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Anbindung, des Parkplatzangebots und der ÖPNV-Anbindung



Das vorstehende Nahversorgungszentrum ist im Kern durch eine moderne, gemischt genutzte Gewerbeimmobilie geprägt. Diese zweigeschossige Immobilie wird im Erdgeschoss durch einen Edeka-Markt sowie diversen kleinteilige Händlern belegt, im Obergeschoss dominieren Ergänzungsnutzungen (v.a. Arztpraxen, Gesundheitsdienstleistungen, Büros).

Südwestlich des Edeka-Standortes schließt sich straßenbegleitend zur Straße der Solidarität eine kleinteilige Ladenzeile an, die vorwiegend mit Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten belegt ist. Dadurch wird eine gewisse Multifunktionalität des Nahversorgungszentrums sichergestellt. Der optische Zustand der Vorzone dieser Ladenzeile ist als eingeschränkt zu bewerten. Insbesondere stellen sich die Breite der Laufzone und die Attraktivität insgesamt als suboptimal dar.

Am östlichen Ende dieser Ladenzeile schließt sich der Aldi-Markt an, der auf Grund seiner Magnetwirkung einen wichtigen Frequenzbringer darstellt. Ein Geschäft an der August-Bebelstraße (Schreibwaren, Lotto, Schmuck) rundet das bestehende Angebot des Nahversorgungszentrums in Randlage ab.

Als standortprägendes Merkmal des Nahversorgungszentrums ist der bestehende „Busbahnhof Nord“ zu sehen, der neben dem innerstädtischen ZOB einen weiteren ÖPNV-Umsteigepunkt darstellt. Weiterhin ist der Standort durch die Lage in einer Großwohnsiedlung gekennzeichnet, die durch eine meist fünf bis sechsgeschossige Plattenbauweise geprägt ist. Aus diesem Grund verfügt das Nahversorgungszentrum allein in seinem fußläufigen Nahbereich (Laufweg bis 800 m) über ein Konsumentenpotenzial von deutlich über 4.000 Personen (vgl. Karte 7).

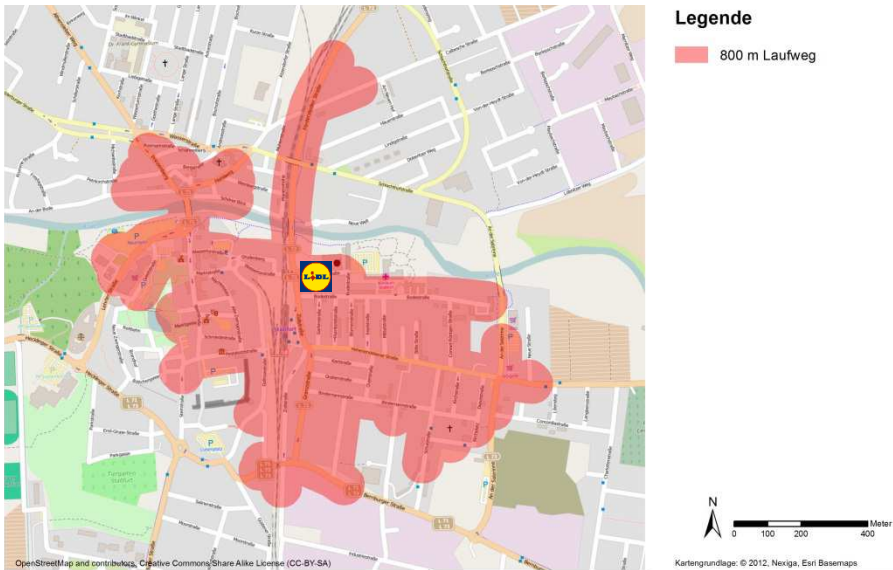
Im direkten Umfeld befinden sich mit einer Kindertagesstätte und einer berufsbildenden Schule öffentliche Einrichtungen. In nördlicher Richtung schließt sich ein Gewerbegebiet an, das durch produzierendes Gewerbe belegt ist. Das in monolithischer Bauweise errichtete vormalige Verwaltungsgebäude eines Fernsehgeräteherstellers prägt dabei das Umfeld des Nahversorgungszentrums.

Der nordöstlich des Nahversorgungszentrums angesiedelte Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount ist funktional nicht mit dem zentralen Versorgungsbereich verbunden. Die vielbefahrene Löderburger Straße stellt eine gewisse Zäsur zu diesem Standort dar, so dass keine wesentlichen Austauschbeziehungen zwischen beiden Einzelhandelsansiedlungen bestehen. Zudem stellt Netto Marken-Discount eine Konkurrenz zu den beiden Lebensmittelmärkten in dem zentralen Versorgungsbereich dar, da der Anbieter zwar vorwiegend auf Pkw-orientierte Kundschaft ist, jedoch auch auf die Konsumenten in dem angrenzenden Wohngebiet abzielt. Demnach besteht eine signifikante Einzugsgebietsüberlagerung beider Standorte.

8.3.4. Grundversorgungsstandorte

Mit der Ausweisung verschiedener Grundversorgungsstandorte wird die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelslagen in Staßfurt deutlich. Die bestehenden Grundversorgungsstandorte übernehmen in Bezug auf die handelsseitige Aufgabenzuweisung die Sicherung der Grund- bzw. Nahversorgung und leisten einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung, jedoch ausschließlich im Bereich Lebensmittel. Nachfolgend werden die Standortprofile dieser Lagen (vgl. Karten 7/8) inklusive der Entwicklungsziele überblicksartig dargestellt.

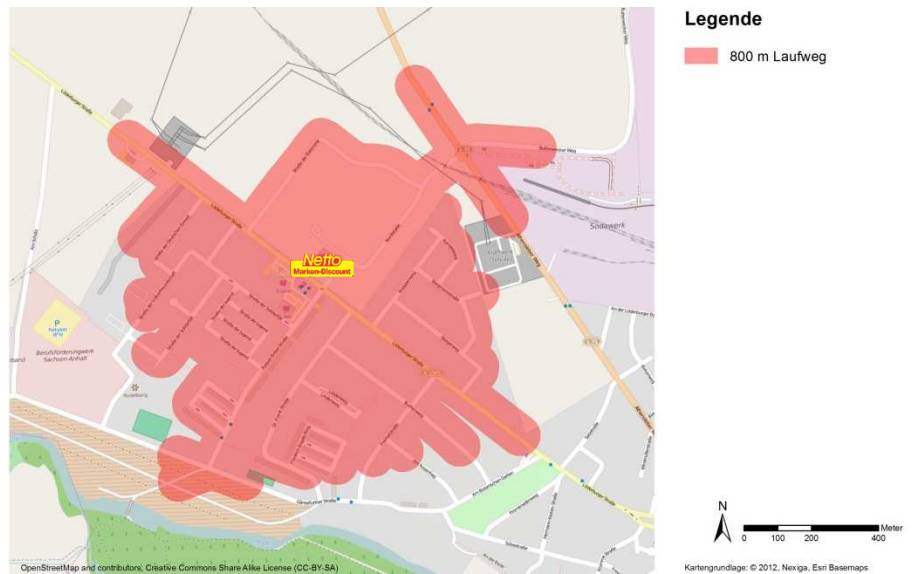
1. Standortprofil Lidl (Wassertorstraße/ Förderstedter Straße)

Lage	- integrierte Lage im Stadtteil Leopoldshall, in räumlicher Nähe zum Staßfurter Klinikum - der unmittelbar nördlich liegende Flusslauf der Bode und der Gleiskörper der Bahn stellen eine Zäsur des Standortes dar
Erreichbarkeit	- gute Anfahrbarkeit, da Lidl in der Nähe der L 72 verortet ist - gute fußläufige Erreichbarkeit, insbesondere aus den südlichen anliegenden Wohnsiedlungsbereichen von Leopoldshall
ÖPNV	- kein direkter ÖPNV-Anschluss - DB-Bahnhof und ZOB liegen rd. 250 m entfernt
Parken	- sehr gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigenen, großzügig dimensionierten Parkplatz (rd. 100 Parkplätze)
Einwohner Nahbereich	- ca. 2.760 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 1.130 m ² / 4 Geschäfte
Einzelhandelsbesatz	- Lebensdiscounter (Lidl), Bäcker, Apotheke
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, insbesondere für den zentralen Kernstadtbereich - Ergänzungsfunktion durch Apotheke
Lage / Nahbereich	
Entwicklungsziele	- Sicherung des bestehenden Lebensmittelmarktes - keine weitere Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten am Standort

2. Standortprofil Netto Marken-Discount (Nordstraße)

Lage	- nicht-integrierte Lage im Stadtteil Nord - Standort befindet sich innerhalb des Gewerbegebietes Nord-Löderburger Straße und liegt in städtebaulicher Randlage zu dem verdichteten Siedlungsbereich des Stadtteils Nord
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Anbindung über Löderburger Straße (K 1303) - gute Erreichbarkeit und Anfahrbarkeit insbesondere aus den nördlichen Stadtgebieten und den nördlichen peripheren Ortsteilen
ÖPNV	- direkter ÖPNV-Anschluss durch den Busbahnhof Nord
Parken	- gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigenen, sehr gut einsehbaren Parkplatz (rd. 90 Parkplätze)
Einwohner Nahbereich	- ca. 3.110 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 730 m ² / 2 Geschäfte
Einzelhandelsbesatz	- Lebensdiscounter (Netto Marken-Discount), Bäcker
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, insbesondere für den nördlichen Kernstadtbereich

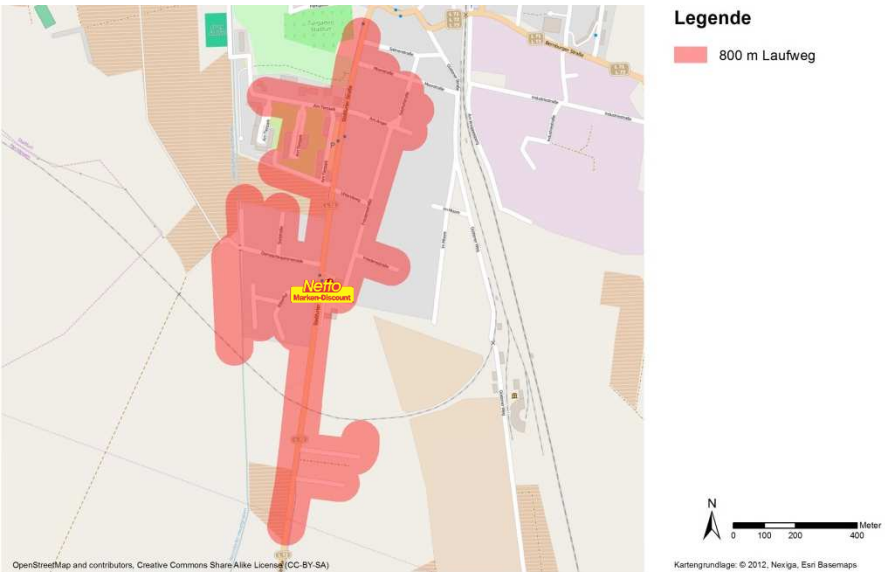
Lage / Nahbereich



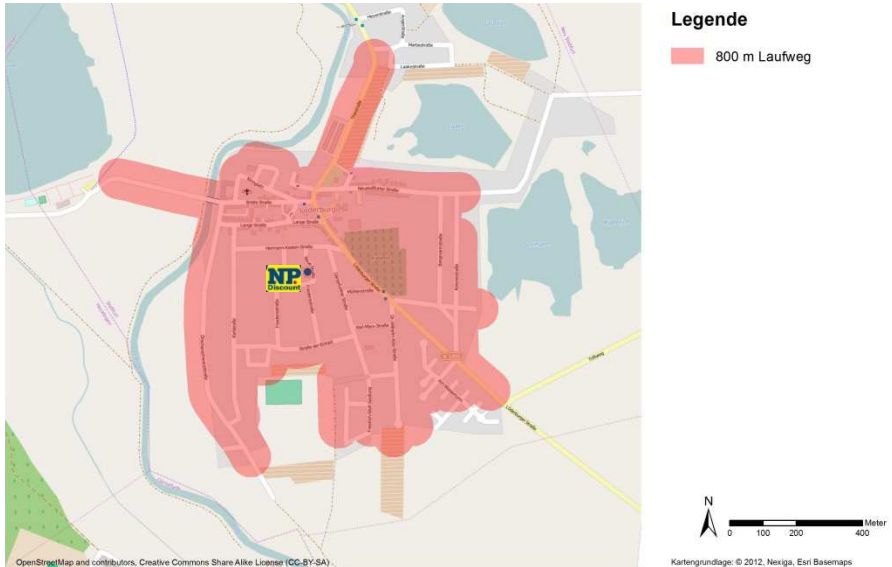
Entwicklungsziele

- keine Erweiterung der bestehenden Verkaufsfläche, da es sich um einen nicht-integrierten Standort handelt, der in direkter Konkurrenz zu dem südlich liegenden zentralen Versorgungsbereich Löderburger Straße steht
- keine weitere Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten am Standort
- bei einer möglichen Verlagerung des Netto-Marktes keine Nachbelegung durch Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimente, dies ist bauplanungsrechtlich absichern

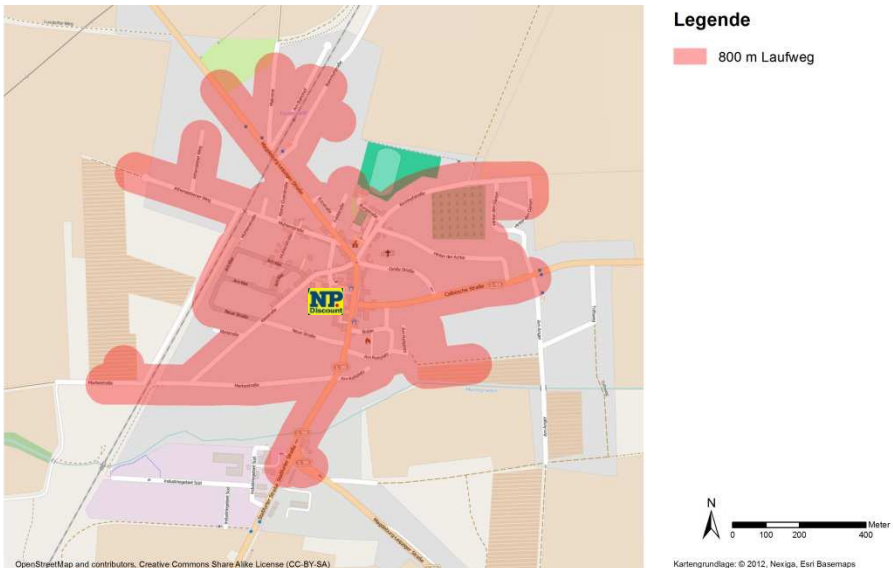
3. Standortprofil Netto Marken-Discount (Neundorfer Straße)

Lage	- teil-integrierte Lage in Staßfurt-Süd - Standort befindet sich am Ortsausgang im südlichen Bereich des Staßfurter Kernstadtgebietes
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Anbindung über Neundorfer Straße (L 72) - gute Erreichbarkeit und Anfahrbarkeit insbesondere aus dem südlichen Bereich der Kernstadt und dem Ortsteil Neundorf
ÖPNV	- kein direkter ÖPNV-Anschluss, nördlich des Standortes befindet sich jedoch eine Haltestelle des Regionalbusverkehrs
Parken	- gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigenen, gut einsehbaren Parkplatz (rd. 50 Parkplätze)
Einwohner Nahbereich	- ca. 1.040 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 800 m ² / 2 Geschäfte
Einzelhandelsbesatz	- Lebensdiscounter (Netto Marken-Discount), Bäcker
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, insbesondere für den südlichen Kernstadtbereich
Lage / Nahbereich	
Entwicklungsziele	- Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots - keine Erweiterung der bestehenden Verkaufsfläche, da Standort überwiegend auf Pkw-orientierte Kundschaft ausgerichtet ist und eine Erweiterung zu Lasten von integrierten Standorten gehen würde - keine weitere Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten am Standort

4. Standortprofil NP-Discount (OT Löderburg, Neue Straße)

Lage	- städtebaulich integrierte Lage im zentralen Bereich (Dorfkern) des Ortsteils Löderburg
Erreichbarkeit	- eingeschränkte verkehrliche Anfahbarkeit, die sich aus der vollständig siedlungsintegrierten Lage ableitet - NP ist nicht von der Hauptdurchfahrtsstraße (K 1303) direkt anfahrbar und besitzt keine Sichtachse zu diesem lokalen Hauptverkehrsträger - sehr gute fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus dem gesamten Ortsteil, da NP in der geographischen Mitte von Löderburg liegt
ÖPNV	- kein direkter ÖPNV-Anschluss, in fußläufiger Entfernung befinden sich Anschlüsse an den Stadt- und Regionalbusverkehr
Parken	- eingeschränkte, jedoch ausreichende Parkmöglichkeiten durch betriebseigenen Parkplatz (rd. 50 Parkplätze)
Einwohner Nahbereich	- ca. 2.130 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 740 m ² / 2 Geschäfte
Einzelhandelsbesatz	- Lebensdiscounter (NP-Discount), Bäcker
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln fast ausschließlich für den ländlich geprägten Ortsteil Löderburg
Lage / Nahbereich	
Entwicklungsziele	- Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots - Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen (Erreichbarkeit, Anfahbarkeit, fußläufige Anbindung) für den Weiterbetrieb des Marktes, der eine wichtige Versorgungsfunktion für den Ortsteil einnimmt

5. Standortprofil NP-Discount (OT Förderstedt, Magdeburg-Leipziger-Straße)

Lage	- städtebaulich integrierte Lage im zentralen Bereich des Ortsteils Förderstedt - verkehrsgünstige Lage im Kreuzungsbereich Magdeburg-Leipziger-Straße / Calbesche Straße
Erreichbarkeit	- gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an den beiden lokalen Hauptdurchfahrtsstraßen (L 50/L 63) - direkte Anfahrbarkeit aus der Magdeburg-Leipziger-Straße - sehr gute fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus dem gesamten Ortsteil, da NP in der geographischen Mitte von Förderstedt verortet ist
ÖPNV	- direkter ÖPNV-Anschluss an den Regionalbusverkehr, da eine Bushaltestelle vor dem NP-Markt liegt
Parken	- ausreichende Parkmöglichkeiten durch betriebseigenen Parkplatz (rd. 60 Parkplätze)
Einwohner Nahbereich	- ca. 1.640 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 850 m ² / 3 Geschäfte
Einzelhandelsbesatz	- Lebensdiscounter (NP-Discount), Bäcker, Fleischer
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln für den ländlich geprägten Ortsteil Löderburg und auch den nördlich liegende Ortsteil Atzendorf
Lage / Nahbereich	 <p>Legende 800 m Laufweg</p> <p>Kartengrundlage: © 2012, Nexiga, Esri Basemaps</p>
Entwicklungsziele	- Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots - Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen (Erreichbarkeit, Anfahrbarkeit, fußläufige Anbindung) für den Weiterbetrieb des Marktes, der eine wichtige Versorgungsfunktion für den Ortsteil Löderburg und auch für Atzendorf einnimmt

8.3.5. Sonderlagen

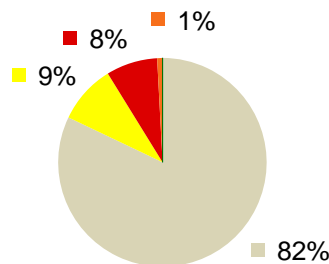
Nachstehend wird eine Bewertung der vorhandenen Sonderlagen des Einzelhandels eingefügt (vgl. Karte 11), die das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. auch an Grundversorgungsstandorten arrondieren sollen. Es wurden folgende Sonderlagen identifiziert:

A. Sonderstandort Hohenerxlebener Straße (Fachmarkttagglomeration)

Lage	- dezentraler Standort im Stadtteil Leopoldshall, am östlichen Ortsausgang der Staßfurter Kernstadt - Standort ist nicht-siedlungsintegriert und liegt zwischen Hohenerxlebener Straße und dem Fluss Bode - westlich des Standortes befindet sich ein Sonderpostenmarkt (Thomas Philipps), zu dem keine räumliche Verknüpfung besteht
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da Hohenerxlebener Straße (L 73) als Autobahnzubringer fungiert - hohe Fahrzeugfrequenz am Standort und direkte Sichtachse des Agglomerationsstandortes auf den vorbeilaufenden Verkehr - fußläufige Erreichbarkeit des Standortes aus den südlich liegenden Wohnsiedlungsbereich möglich
ÖPNV	- direkter ÖPNV-Anschluss an den Stadt- und den Regionalbus durch Haltestelle an der Hohenerxlebener Straße
Parken	- sehr gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigene, großzügig dimensionierte Parkplatzanlage
Einwohner Nahbereich	- ca. 1.060 Personen
Aktive VK-Fläche	- ca. 6.300 m ² (rd. 12 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 8 Einzelhandelsgeschäfte (4 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)

Verkaufsflächenstruktur⁹⁴

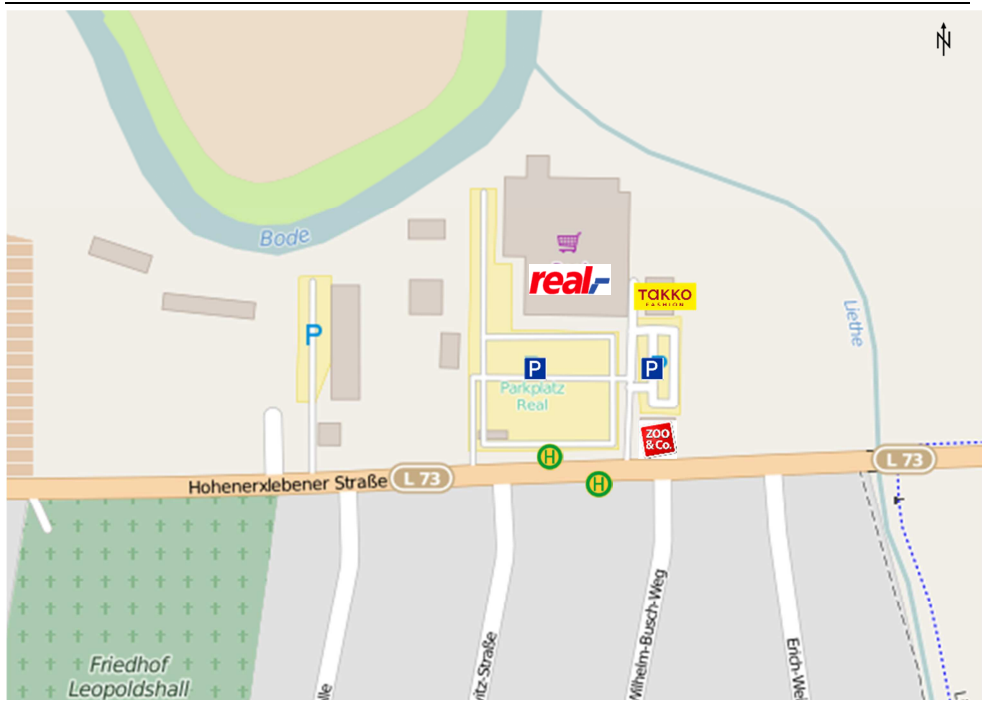
Verkaufsfläche in %



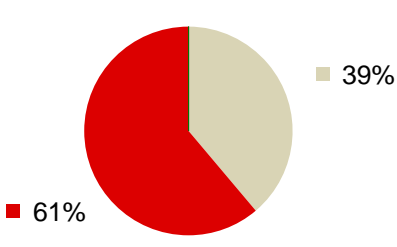
Branchen (Anzahl der Geschäfte)

- Lebensmittel/ Reformwaren (3)
- Drogeriewaren/ Gesundheit (0)
- Blumen/Pflanzen/ Zoo (2)
- Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (1)
- Bücher/Schreib-/ Spielwaren (0)
- Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (2)
- Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0)
- Optik/Uhren/ Schmuck (0)
- Sonstiger Einzelhandel (0)

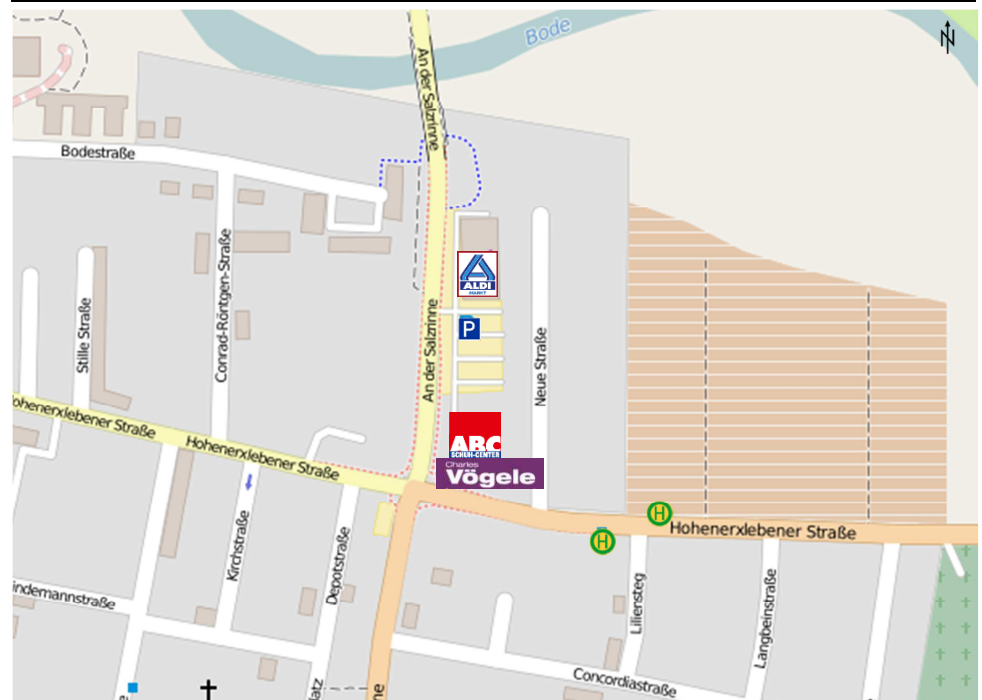
⁹⁴ Die Verkaufsfläche von real wurde dem Hauptsortiment Lebensmittel zugeordnet. Diese setzt sich jedoch aus verschiedenen Einzelsortimenten zusammen. Diese wären: Lebensmittel rd. 64 %, Drogeriewaren rd. 6 %, Tiernahrung rd. 2 %, Textilien/Schuhe rd. 6 %, Sportartikel rd. 4 %, Elektrowaren/UE/Neue Medien rd. 7 %, Papier-/Schreibwaren rd. 2 %, Bücher/Zeitschriften rd. 1 %, Haushaltswaren rd. 4 %, Heimtextilien rd. 2 %, Auto-/Fahrradzubehör rd. 1 % und sonstige Waren rd. 1 %.

Magnetanbieter	- real, Takko, Zoo & Co.
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> - gesamtstädtische und auch überörtliche Versorgungsfunktion, vorwiegend mit Lebensmitteln und Angeboten aus dem mittelfristigem Bedarfsbereich - der Standort übernimmt eine teilweise Nahversorgungsfunktion für das südlich liegende Wohngebiet, im fußläufigen Nahbereich leben rd. 1.000 Personen
Lage	
Kartengrundlage: openstreetmap.org / Bearbeitung: BBE Handelsberatung	
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Beibehaltung des flächenseitigen „Status quo“ dieser Handelsagglomeration - keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten <ul style="list-style-type: none"> - keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente - Ansiedlung von Handel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu empfehlen - bei Flächenverfügbarkeit Lenkung/Verlagerung von bestehenden Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten in den zVB Innenstadt

B. Sonderstandort An der Salzrinne (Fachmarkttagglomeration)

Lage	- integrierter Standort im Ortsteil Leopoldshall, am Übergang zum nördlich liegenden Stadtteil Nord-Ost - nördlich stellt der Flusslauf der Bode eine Zäsur des Standortes da - westlich des Standortes befindet sich in rd. 400 m Entfernung die traditionelle Geschäftslage von Leopoldshall mit dem Rathaus
Erreichbarkeit	- gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem gesamten Stadtgebiet durch Lage im Kreuzungsbereich Hohenerxlebener Straße / An der Salzrinne - hohe Fahrzeugfrequenz am Standort und direkte Sichtachse des Fachmarktstandortes zu den genannten Straßenzügen - fußläufige Anbindung an die westlich befindliche Geschäftslage Hohenerxlebener Straße - gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren
ÖPNV	- ÖPNV-Anschluss an den Regionalbus durch Haltestelle an der Hohenerxlebener Straße
Parken	- gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigene Parkplatzanlage - gemeinsame Nutzung der Parkplatzkapazitäten durch die 3 Fachmärkte
Einwohner Nahbereich	- ca. 2.910 Personen
Aktive VK-Fläche	- ca. 2.100 m ² (rd. 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 3 Einzelhandelsgeschäfte (2 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	<p>Verkaufsfläche in %</p>  <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/ Reformwaren (1) ■ Drogeriewaren/ Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/ Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (2) ■ Bücher/Schreib-/ Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0) ■ Optik/Uhren/ Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0)
Magnetanbieter	- Aldi, Charles Vögele, ABC Schuhcenter
Einzelhandelsfunktion	- gesamtstädtische und z.T. auch überörtliche Versorgungsfunktion mit Lebensmitteln und mit modischen Sortimenten - hohe Sortimentskompetenz durch großformatigen Textilfachmarkt in Kombination mit einem Schuhfachmarkt - Ergänzungsfunktion zur Einzelhandelslage Hohenerxlebener Straße - Aldi übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion, da knapp 3.000 Einwohner im fußläufigen Nahbereich wohnen

Lage

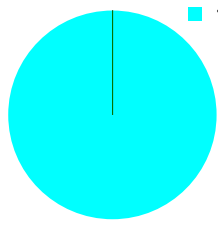


Kartengrundlage: openstreetmap.org / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

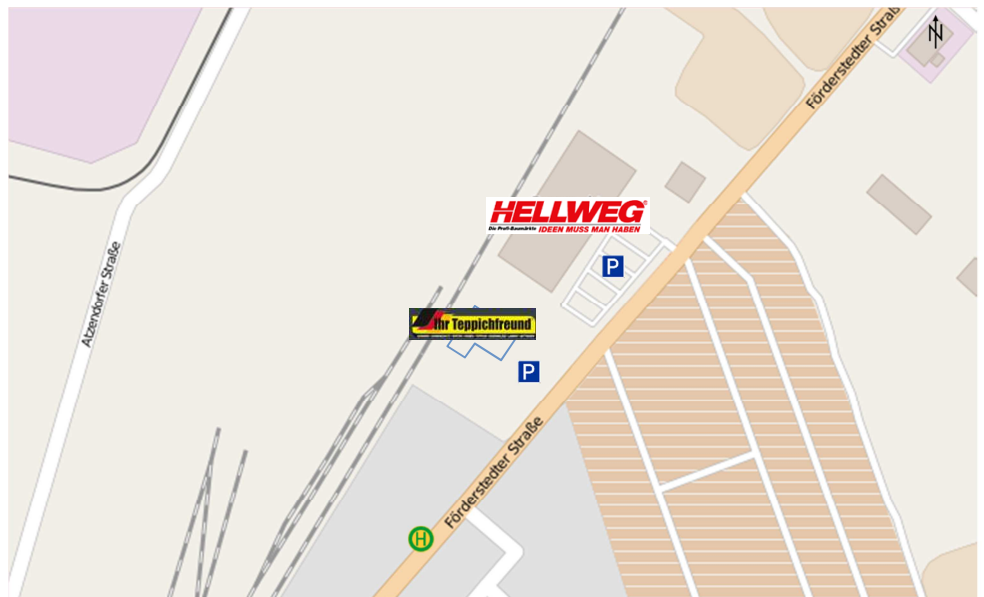
Entwicklungsziele

- Sicherung des Lebensmittelangebots
- Beibehaltung des flächenseitigen „Status quo“ bei zentrenrelevanten Sortimenten
- keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten
- bei Flächenverfügbarkeit Lenkung/Verlagerung von bestehenden Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten in den zVB Innenstadt

C. Sonderstandort Förderstedter Straße (Fachmarkttagglomeration)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> - dezentrale Lage im Stadtteil Nord-Ost zwischen der Förderstedter Straße und dem Gleiskörper der Bahn - Standort liegt am Ortsausgang in Richtung Förderstedt, das Umfeld ist durch eine Gewerbe-/ Industrienutzung geprägt - der Fachmarktstandort ist nicht-siedlungsintegriert und auf motorisierte Kundschaft ausgerichtet
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> - sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der Förderstedter Straße (L 72) - gute Anfahrbarkeit auch aus dem nördlichen Einzugsgebiet von Staßfurt - hohe Fahrzeugfrequenz am Standort und direkte Sichtachse der beiden Märkte auf den vorbeilaufenden Verkehr - der westlich des Standortes anliegende Gleiskörper der Bahn stellt eine Zäsur dar
ÖPNV	- ÖPNV-Anschluss durch eine südlich liegende Bushaltestelle des Regionalverkehrs
Parken	<ul style="list-style-type: none"> - sehr gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigene, großzügig dimensionierte Parkplatzanlage beider Fachmärkte - Parkplätze sind den Fachmärkten jeweils vorgelagert und gut einsehbar
Aktive VK-Fläche	- ca. 8.300 m ² (rd. 16 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 2 Einzelhandelsgeschäfte (2 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	<p>Verkaufsfläche in %</p>  <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/ Reformwaren (0) ■ Drogeriewaren/ Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/ Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/ Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2) ■ Optik/Uhren/ Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0)
Magnetanbieter	- Hellweg, Ihr Teppichfreund
Einzelhandelsfunktion	- gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion mit Baumarktartikeln und Einrichtungsgegenständen (Raumausstattung)

Lage

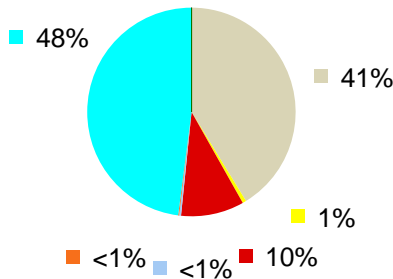


Kartengrundlage: openstreetmap.org / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Entwicklungsziele

- Sicherung und Stärkung des Standortes, der funktionsgerecht auf die Versorgung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgerichtet ist
- keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente

D. Sonderstandort Hecklinger Straße (Fachmarkttagglomeration)

Lage	- dezentraler Solitärstandort („Grüne Wiese“) im westlichen Teil von Staßfurt - Fachmarktstandort ist an der Gemarkungsgrenze zu Hecklingen verortet und ist ausschließlich auf Pkw-Kunden ausgerichtet - Standort strahlt bezüglich der Lage zwischen der Staßfurter Kernstadt und Hecklingen auf beide Siedlungsgebiete aus
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da sich das Fachmarktzentrum direkt an der Verbindungsstraße nach Hecklingen (L 73) befindet - keine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes, da die Entfernung zu den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen von Staßfurt rd. 1,5 km beträgt
ÖPNV	- direkter ÖPNV-Anschluss an den Stadt- und den Regionalbus durch Haltestelle an der Hecklinger Straße
Parken	- sehr gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigene, großzügig dimensionierte Parkplatzanlage
Einwohner Nahbereich	- keine Einwohner im Nahbereich
Aktive VK-Fläche	- ca. 9.700 m ² (rd. 19 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 10 Einzelhandelsgeschäfte (6 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur ⁹⁵	<p>Verkaufsfläche in %</p>  <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/ Reformwaren (3) ■ Drogeriewaren/ Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/ Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/ Sport/Lederwaren (3) ■ Bücher/Schreib-/ Spielwaren (1) ■ Unterhaltungselektronik/ Elektro/PC/Foto (1) ■ Möbel/Einrichtung/ Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/ Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0)
Magnetanbieter	- Kaufland, KIK, Ernstings family, Deichmann, toom-Baumarkt
Einzelhandelsfunktion	- gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion mit einem breiten Angebotsspektrum - die überörtliche Ausstrahlung ist durch die leistungsfähigen Magnetbetriebe bedingt, die im Zusammenspiel mit kleinformatischen Anbietern einen attraktiven Angebotsmix darstellen

⁹⁵ Die Verkaufsfläche von Kaufland wurde dem Hauptumsatzträger bzw. dem Hauptsortiment Lebensmittel zugeordnet. Diese setzt sich jedoch aus verschiedenen Einzelsortimenten zusammen. Diese wären: Lebensmittel rd. 64 %, Drogeriewaren rd. 8 %, Tiernahrung rd. 2 %, Textilien rd. 8 %, Elektrowaren/UE/Neue Medien rd. 3 %, Papier-/Schreibwaren rd. 3 %, Bücher/Zeitschriften rd. 1 %, Haushaltwaren rd. 8 %, Auto-/Fahrradzubehör rd. 2 % und sonstige Waren rd. 1 %.

Lage



Kartengrundlage: openstreetmap.org / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Entwicklungsziele

- keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente
- bei Flächenverfügbarkeit Lenkung/Verlagerung von bestehenden Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten in den zVB Innenstadt

Neben den vorstehend beschriebenen Sonderlagen existieren in Staßfurt noch verschiedene Solitärstandorte:

1. Hohenerxlebener Straße 63 (Thomas Philipps)

Dieser Sonderpostenmarkt liegt westlich des Standortes von real, zurückgesetzt zur Hohenerxlebener Straße („2. Reihe“). Der Markt befindet sich in einer schlauchförmigen und unattraktiven Immobilie. Thomas Philipps führt auf rd. 1.200 m² Verkaufsfläche ein sog. Multisortiment im unteren Preisbereich, das sich aus zahlreichen Warengruppen zusammensetzt. Es werden dabei in sich ständig ändernden Zusammensetzungen vornehmlich zentrenrelevante Sortimente wie z.B. Haushaltwaren, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Schreib- und Spielwaren, Heimtextilien, Drogerieartikel, Lebensmittel u.ä., aber auch Werkzeuge oder Kleinmöbel offeriert. Die Ladeneinrichtung und die Ausgestaltung des Marktes erfolgt mit einfachsten Mitteln, ebenso ist die Präsentation als wenig ansprechend einzustufen. Auf Grund der Lagequalität ist der Markt überwiegend Fahrkundenschaft ausgerichtet.

Entwicklungsziel: An dem Standort sollte zukünftig keine Erweiterung gegenüber der derzeit planungsrechtlich zulässigen Verkaufsfläche möglich sein. Insbesondere ist eine Flächenerhöhung von zentrenrelevanten Sortimenten zu verhindern.

2. Bernburger Straße 26 (REPO)

Die Sortimentszusammensetzung bzw. die Charakteristika des REPO-Sonderpostenmarktes entsprechen der vorstehenden Beschreibung von Thomas Philipps. REPO ist im Kreuzungsbereich der Bernburger Straße/ An der Salzrinne verortet und überwiegend auf Autokunden ausgerichtet. Der Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.500 m² ist in einer Gewerbeimmobilie untergebracht und besitzt in Bezug auf seine äußere Darstellung deutliche Attraktivitätsmängel.

Entwicklungsziel: Auf Grund des überwiegenden Bestands an zentrenrelevanten Sortimenten sollte auch an diesem Standort zukünftig keine Erweiterung gegenüber der zulässigen Verkaufsfläche möglich sein. Insbesondere ist eine Flächenerhöhung von zentrenrelevanten Sortimenten zu verhindern.

3. Bernburger Straße 18 (Baustoff Centrum) / An der Liehte 4 (Hagebaumarkt)

Beide Märkte werden fast ausschließlich mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten belegt. Für die Nachfrage bzw. den Abtransport dieser meist großvolumigen Waren ist i.d.R. ein Kfz notwendig, so dass sich diese Anbieter funktionsgerecht an einem verkehrsgünstig erreichbaren Standort befinden.

Entwicklungsziel: Die Anbieter sind in ihrem Bestand zu sichern. Das Kernsortiment sollte weiterhin nicht-zentrenrelevante Waren umfassen. Eine Arrondierung dieses Angebots mit zentrenrelevanten Waren, soweit diese deutlich dem Kernsortiment untergeordnet sind, ist weiterhin möglich.

Neben den vorstehend beschriebenen großflächigen Anbietern in Solitärlagen existieren in Staßfurt noch diverse kleinformige Einzelhandelsbetriebe in **Streulagen**. Diese Geschäfte haben meist keine strukturprägende Wirkung und stellen lediglich eine flächenseitige Ergänzung des beschriebenen Gesamtangebots dar. Exemplarisch sind bspw. kleinere Geschäfte der Branchen Blumen, Textilien, Fahrrad, Elektrowaren oder Nahrungsmittelhandwerker bzw. Apotheken zu nennen. Die Verkaufsfläche dieser Anbieter liegt meist unter 100 m² je Geschäft.

8.4. Sortimentskonzept Staßfurt

8.4.1. Begriffsdefinition

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

Bei der Definition ist grundsätzlich auf eine ortstypische Sortimentsliste abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.⁹⁶ Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten, wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist, reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

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

Tabelle 19: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Beurteilungskriterien zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ■ geringer spezifischer Flächenanspruch ■ meist hohe Flächenproduktivität ■ überwiegend leichter bzw. problemloser Abtransport, ein Kfz ist somit i.d.R. nicht notwendig ■ häufige Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen und meist in Abhängigkeit von anderen Frequenzbringern, lösen positive Agglomerations- bzw. Verdichtungseffekte aus ■ ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig ■ hohe Ausstrahlungskraft
nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ■ Angebot dieser Waren erfolgt auf Grund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten ■ zum Warenabtransport wird überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigt ■ keine Eignung für zentrale Lagen, da hoher Flächenbedarf ■ niedrige Flächenproduktivität ■ erzeugen eine eigene Besucherfrequenz und werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe Kopplungen mit anderen Aktivitäten ■ keine prägende Funktion für zentrale Innenstadtlagen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Zentrenrelevante Sortimente tragen maßgeblich zur Attraktivität städtebaulich integrierter Versorgungszentren bei und können positive Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auslösen. Die Sortimente können im Verbund eine hohe Ausstrahlungskraft induzieren, was sich positiv auf die Besucherfrequenzen auswirkt.

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

Diese Sortimente sind ferner durch einen meist geringen Flächenanspruch geprägt und lassen sich i.d.R. in bestehende innerörtliche Bebauungsstrukturen integrieren.

Für die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität gilt es für Staßfurt, diejenigen Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen zu konzentrieren, die maßgeblich der Nutzungsvielfalt und der Attraktivität dieser Bereiche dienen.

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

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

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

Grundsätzlich sollte eine Ansiedlung dieser Sortimentsgruppe an einem städtebaulich integrierten Standort, idealerweise in innerstädtischer Randlage, erfolgen. Hierbei ist die Nachnutzung von bestehenden Gewerbestandorten bzw. die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsstandorten zu präferieren (Prinzip „Nachnutzung vor Flächenneuanspruchnahme“).

Die nachfolgende Herleitung der Sortimentsliste erfolgt auf Grundlage des tatsächlichen Einzelhandelsbestandes vor Ort. Dabei sind insbesondere die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur, der aktuelle sortimentspezifische Bestand von Anbietern in zentralen Versorgungsbereichen bzw. die Flächenverteilung der Sortimente nach städtebaulichen Lagen wichtig.

Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann auch dann Sortimente als zentrenrelevant ausweisen, wenn diese noch nicht in zentralen Versorgungsbereichen vorhanden bzw. hier nur im geringen Maße ausgeprägt sind. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.⁹⁷ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive ist es allerdings regelmäßig angezeigt, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

97 vgl. Urteile BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004, VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

8.4.2. „Staßfurter Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Ein Ziel des Sortimentskonzepts ist es, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu etablieren. Der zentrale Versorgungsbereich Löderburger Straße soll dagegen auf die wohnortnahe Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgerichtet werden. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig nur auf die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche beschränkt werden.

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

Der Erstellung der Staßfurter Sortimentsliste liegen u.a. die allgemeine Begriffsdefinition und die sortiments- und lagespezifische Einzelhandelsanalyse der Stadt Staßfurt⁹⁸ zugrunde. Die Sortimentsliste wird u.a. unter Berücksichtigung der tatsächlichen Einzelhandelsstruktur der zentralen Versorgungsbereiche und darin bereits angesiedelter Branchen abgeleitet.

Des Weiteren werden hinsichtlich der Beurteilungskriterien in Tabelle 19 folgende Sortimente als zentrenrelevant eingestuft, obwohl für diese bislang im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. Löderburger Straße noch kein standortprägendes Angebot besteht. Hierbei handelt es sich um folgende Sortimente:

- Spielwaren/Bastelartikel
- Elektrowaren/Unterhaltungselektronik/Foto

Bezüglich der genannten Branchen ist zu konstatieren, dass diese Sortimente insbesondere auf der Potenzialfläche Luisenplatz etabliert werden könnten bzw. sollten. Weiterhin besteht an der südlichen Steinstraße eine weitere Potenzialfläche (vgl. Pkt. 8.3.2), die sich ebenfalls für die Belegung mit den beiden vorstehenden Sortimenten eignet. Demnach besteht eine realistische Ansiedlungschance in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, die auch dem Flächenanspruch dieser beiden Branchen gerecht wird.⁹⁹

Zusammenfassend können auf Grundlage der kurz dargestellten Entwicklungsflächen die vorstehenden Sortimente im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt etabliert werden, so dass eine realistische Zielperspektive für die Installation dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich besteht.

Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird folgende Differenzierung von zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen.

⁹⁸ vgl. Punkt 6.

⁹⁹ Neben der Inwertsetzung der Potenzialfläche Luisenplatz und der Bebauung der Potenzialfläche in der südlichen Steinstraße bestehen weitere Ansiedlungspotenzial in Form einer Revitalisierung von aktuellem Leerstand. Hierbei handelt es sich um überwiegend kleinteilige Ladeneinheiten (<100 m²). Lediglich ein Ladenlokal im Steinweg besitzt eine deutlich größere Verkaufsfläche.

Tabelle 20: Staßfurter Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Staßfurter Liste (Teil I)

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ¹⁰⁰	
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	47.73	Apotheken
- Blumen	aus 47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, nur: Blumen
- Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	EH mit Zeitschriften und Zeitungen
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	47.75	EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren	47.2	EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
- Heimtiernahrung	aus 47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere
- Augentoptik, Brillen, optische Erzeugnisse	47.78.1	Augentoptiker
- Bücher	47.61	EH mit Büchern
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör	47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
- Elektrogeräte („Weiße Ware“)	47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten
- Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augentoptiker)
- Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
- Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik	47.59.2	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
	47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren, Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen
- Lederwaren, Reisegepäck	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	47.59.3 47.42	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien EH mit bespielten Ton- und Bildträgern
- Bekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung	47.71	EH mit Bekleidung
- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
- Schuhe	47.72.1	EH mit Schuhen

100 Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008.

- Spielwaren, Bastelartikel	47.65	EH mit Spielwaren
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	47.64.2 aus 47.78.9	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition
- Uhren, Schmuck	47.77	EH mit Uhren und Schmuck
- Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton- und Bildträger, Telekommunikationsgeräte	47.43 47.63 47.42	EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik EH mit bespielten Ton- und Bildträgern EH mit Telekommunikationsgeräten

Staßfurter Liste (Teil II)

Nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008	
- Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör	45.32 45.40	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
- Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen)	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
- Boote, Zubehör	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
- Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
- Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
- Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten	47.53 aus 47.52.3	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel	47.76.1 47.52.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren
- Leuchten, Lampen	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
- Möbel, Küchen, Büromöbel, Matratzen, Antiquitäten	47.59.1 aus 47.51 47.79.1	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen
- Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Staßfurt

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 27) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Staßfurt vorgeschlagen. Hiermit wird eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt. Die Ansiedlungsgrundsätze sind auf eine funktionsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen, den Grundversorgungsstandorten und den Sonderlagen in Staßfurt abgestimmt.

1. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelenkt werden sollen. Die Ansiedlung von weiteren Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der Staßfurter Innenstadt im Wettbewerb der lokalen Einzelhandelsstandorte. So kann einer weiteren Angebotsstreuung über das gesamte Staßfurter Stadtgebiet entgegengewirkt und die Innenstadt in ihrer Attraktivität gestärkt und weiter ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, der überörtlichen Ausstrahlung der Staßfurter Innenstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Die Staßfurter Innenstadt soll sich zum Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente entwickeln. Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Staßfurt zu Grunde gelegt (vgl. Tab. 20). Bei einer nicht gegebenen Flächenverfügbarkeit ist ggf. ein begründetes Ausweichen auf die ausgewiesenen Ergänzungsbereiche der Innenstadt möglich.

2. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Löderburger Straße

Der zentrale Versorgungsbereich Löderburger Straße ist an dem hoch verdichteten Wohnsiedlungsstandort in Staßfurt-Nord verortet. An diesem Standort ist die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten gemäß der Staßfurter Sortimentsliste möglich. Der Einzelhandelsbestand muss sich an dem Konsumentenpotenzial seines Umfelds bzw. seines Naheinzugsbereiches orientieren.

3. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in die zentralen Versorgungsbereiche sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Nahversorgung an städtebaulich integrierte Standorte (Grundversorgungsstandorte)

Um die Nahversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (im Randsortiment) möglichst engmaschig und auch für nicht-mobile Bevölkerungsteile fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu den zentralen Versorgungsbereichen die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel an städtebaulich integrierten Standorten möglich. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können ausnahmsweise Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels angesiedelt werden, wenn für diese Anbieter nachweislich im zentralen Versorgungsbereich keine Flächenkapazitäten bestehen oder hier bereits ein Angebot in Bezug auf den geplanten Betriebstyp¹⁰¹ vorhanden ist.

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist ausschließlich auf städtebaulich integrierte Standorte¹⁰² in Staßfurt zu begrenzen. Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln

¹⁰¹ vgl. Klassifizierung der Betriebstypen in Anlage 2.

¹⁰² Ein Standort ist als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser in zentraler und für einen Großteil der lokalen Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbaren Lage befindet, an einem siedlungsintegrierten Standort verortet ist, über eine gute verkehrliche Anbindung (Straße, Fuß- ggf. Radweg) verfügt, im Umfeld einen ortsüblichen ÖPNV-Anschluss besitzt, sich räumlich in die örtliche Einzelhandelsstruktur integriert (Einbindung in vorhandene Einzelhandelsstrukturen) und ein hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

müssen diese Vorhaben überwiegend der Grundversorgung dienen und eine standortgerechte Dimensionierung besitzen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Staßfurter Liste“) darf dabei nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein. Grundsätzlich muss ein Ansiedlungsvorhaben auch den im Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt¹⁰³ formulierten Zielen (u.a. Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) entsprechen.

Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen. Diese vorstehenden Anforderungskriterien treffen auch bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche von Bestandsbetrieben des Lebensmittel Einzelhandels zu. Die Erweiterung von Lebensmittelmärkten ist nur bei Märkten in siedlungsintegrierter Lage zuzulassen.

4. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche möglichst in bestehende Sonderlagen

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten dient der Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels. In der Innenstadt ist die Aufnahmefähigkeit i.d.R. begrenzt, da diese Anbieter für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung an verkehrsgünstigen Standorten prinzipiell möglich. Bei einer möglichen Ansiedlung oder Verlagerung sollte eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten angestrebt werden. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplatz) gemeinsam genutzt werden können. Grundsätzlich ist zu empfehlen, dass eine Entwicklung dieses Sortiments – sofern möglich – an einem integrierten und möglichst innenstadtnahen Standort erfolgt.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollten bei Flächenverfügbarkeit auch in den zentralen Versorgungsbereichen oder in Randlage (bspw. den ausgewiesenen Ergänzungslagen) hierzu angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lagen erfolgt. Ebenso ist eine Ansiedlung an den Grundversorgungsstandorten möglich bzw. zu empfehlen.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment ist grundsätzlich möglich, sofern dies langfristig der Standortsicherung dient.

5. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur begrenzt zulässig

In der Regel führen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment meist Randsortimente¹⁰⁴, die als zentrenrelevant einzustufen sind. Im Gegensatz zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten können von diesen Ergänzungs- bzw. Randsortimenten ggf. negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen.

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.¹⁰⁵ Die zentrenrelevanten Randsortimente

¹⁰³ vgl. LEP Sachsen-Anhalt 2010, Punkt 2.3.

¹⁰⁴ Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein. (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998).

¹⁰⁵ Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Möbelhäusern oder Baumärkten zu nennen.

können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen darstellen.

Um die zentralen Versorgungsbereiche bzw. auch Standorte, die der verbrauchernahen Versorgung dienen, vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sollten die zentrenrelevanten Randsortimente auf rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche des jeweiligen Anbieters begrenzt werden. Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen Bezug zum Hauptsortiment haben.

Prinzipiell ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen.

8.6. Handlungsempfehlungen zur Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Im Folgenden werden Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Staßfurt im Rahmen der Bauleitplanung überblicksartig dargestellt:

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potenziellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB). Insbesondere sollten Standorte eruiert werden, die möglicherweise für leistungsstarke und expansive Einzelhandelsbetriebe (v.a. Lebensmittelmärkte, Non-Food-Fachmärkte) mit zentrenrelevantem Kernsortiment interessant sind. Eine Grundlage für die Einschätzung sind üblicherweise die Ansiedlungsprofile der gängigen Fachmarktbetreiber.

Vor diesem Hintergrund kommen insbesondere Teilbereiche bspw. entlang der hoch frequentierten Ortsdurchfahrtsstraßen in Staßfurt bzw. vor allem die Bereiche an Ortsausgängen in Frage.¹⁰⁶ Diese Standorte sind meist durch eine gute Pkw-Erreichbarkeit und eine hervorragende Fernwirkung bzw. Einsehbarkeit geprägt. Diese Ansiedlungen in Solitärlagen führen dabei zu einer weiteren Zersiedlung des Einzelhandelsangebots und sind für nicht-mobile Bevölkerungsteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

Insbesondere sollte in Gewerbegebieten¹⁰⁷ grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel, um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe vorzuhalten.¹⁰⁸ Gewerbegebiete besitzen i.d.R. eine höhere Flächenverfügbarkeit bei günstigeren Grundstückspreisen und bedingen geringere Entwicklungs- und Erstellungskosten einer Einzelhandelsimmobilie als städtebaulich integrierte (Innenstadt-)Standorte. Auf Grund der Pkw-Erreichbarkeit und der Agglomerationseffekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer weiteren Zersplitterung des Angebots und einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte in Staßfurt. Für solche potenziellen Standorte gilt es, Bebauungspläne mit dem Ziel aufzustellen, nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um die Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche zu sichern.

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Einfache Bebauungspläne können für den gesamten Innenbereich oder für Teile des Innenbereiches aufgestellt werden.

Aus gutachterlicher Sichtweise ist für die Stadt Staßfurt die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes für Teilbereiche des Stadtgebietes zu empfehlen. Diese Empfehlung ergibt sich daraus, dass nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit zur Aufstellung eines Bebauungsplanes besteht. Ferner ist bei der Überplanung von einzelnen Teilbereichen eine spätere flexiblere Handhabung möglich, wenn sich in einzelnen Bereichen auf Grund veränderter Standortrahmenbedingungen Veränderungen als notwendig erweisen sollten. Des Weiteren dürfte für zahlreiche Bereiche des Staßfurter Stadt-

106 Als Standortbeispiele wären u.a. die Ortsausgangsbereiche der Hecklinger Straße, der Förderstedter Straße, der Löderburger Straße, der Neundorfer Straße und insbesondere der Hohenerxlebener Straße zu nennen.

107 Hier wären beispielhaft die Gewerbegebiete entlang der Bernburger Straße, an der Förderstedter Straße oder der Löderburger Straße zu benennen.

108 Anmerkung: Eine Ausnahme ist für den sog. Annexhandel („Werksverkauf“) anzusetzen. Beim Einzelhandelsausschluss (nach § 1 Abs. 5 BauNVO) oder auch beim Ausschluss nur des zentrenrelevanten Einzelhandels (nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO) kann der Verkauf von Eigenproduktionen der im Gebiet ansässigen Gewerbebetriebe ausnahmsweise nach § 31 Abs. 1 BauGB zugelassen werden, wenn die Verkaufsstätte in einem unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem jeweiligen Handwerk- oder Gewerbebetrieb steht und die Verkaufsfläche der Betriebsfläche untergeordnet ist. Bei möglichen Annahmefestsetzungen sollte für zentrenrelevante Sortimente eine maximale Verkaufsfläche festgesetzt werden.

gebiets (bspw. reine Wohngebiete in den Stadtteilen Nord, Nord-Ost oder Alt-Staßfurt) kein Handlungsbedarf bestehen, da diese Flächen aus handelsstruktureller oder betriebswirtschaftlicher Sicht für Einzelhandelsanbieter ohnehin nicht interessant sind.

2. Bestehende Bebauungspläne sollten dahingehend überprüft werden, inwieweit eine Ausweitung oder Umnutzung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sollten rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine weitere Verkaufsflächenerhöhung mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.

An bereits beplanten Standorten, die jedoch möglicherweise noch nicht realisiert wurden und die gemäß den Ansiedlungskriterien für zukünftige Einzelhandelsvorhaben dauerhaft nicht mehr für eine Einzelhandelsnutzung in Frage kommen, gilt es, die Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten und anzupassen. Hierbei sind auch zwingend die Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung¹⁰⁹ zu beachten, welche den Rechtsrahmen abstecken.

Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist dabei grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können¹¹⁰.

3. Gemäß den Ansiedlungsvorschlägen im Zentrenkonzept, insbesondere für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, sollten die planungsrechtlichen Voraussetzungen für eine gewünschte Ansiedlung vorbereitet werden. An den Standorten, die für weitere Ansiedlungsvorhaben geplant sind, sollte eine Überarbeitung von möglicherweise bestehenden Bebauungsplänen oder eine Neuaufstellung im Sinne einer Angebotsplanung erfolgen. Dies betrifft insbesondere die beiden Potenzialflächen im südlichen Bereich der Steinstraße.
4. Insofern Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sind diese Gebiete mit ihrem Bestand festzuschreiben bzw. zu überplanen. Hierbei sind die Ziele des Einzelhandelskonzeptes zu berücksichtigen.
5. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

109 vgl. Ausführungen zu den landesrechtlichen Rahmenvorgaben unter Punkt 3.

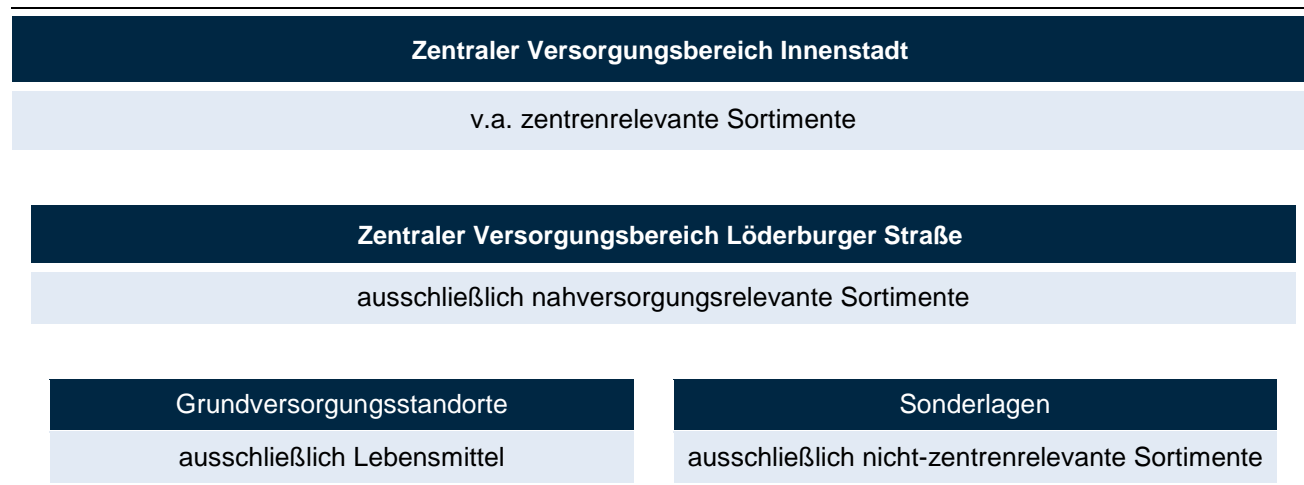
110 vgl. Urteil BVerwG vom 26.03.2009 [4 C 21.07]: „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet,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

9. Schlussbemerkung

Für das Erreichen der Ziele zur Einzelhandelssteuerung in Staßfurt wurde das vorliegende Zentrenkonzept entwickelt und mit der Verwaltung der Stadt Staßfurt diskutiert und abgestimmt. Das Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gedacht und wird durch den Beschluss des Staßfurter Stadtrats für die Verwaltung bindend.

Die Zentren- und Standortgliederung für Staßfurt stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, in der die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte in Staßfurt deutlich wird.

Abbildung 34: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Staßfurt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Zentrenkonzepts empfiehlt die BBE Handelsberatung folgende Vorgehensweise:

1. Stadtratsbeschluss der im Zentrenkonzept formulierten Entwicklungsziele bzw. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels.
2. Stadtratsbeschluss der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche, um eine zielgerichtete Entwicklung in diesen Bereichen zu ermöglichen und alternative Standortplanungen, die den Entwicklungszielen entgegenlaufen, auszuschließen.
3. Stadtratsbeschluss der „Staßfurter Liste“ zur Sortimentsdefinition.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.- oec. Mathias Vlcek
 Projektleiter

i.V. Dipl. Geogr. Eva Hauke

Erfurt, 4. Juni 2015 (Überarbeitung März 2018)

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Staßfurt

Der gesamte Einzelhandel der Stadt Staßfurt (inkl. der Ortsteile) wurde im März 2014 durch eine Vor-Ort-Begehung durch Mitarbeiter der BBE Handelsberatung erfasst. Die Betriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt.

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

- Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Staßfurt durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.
- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit großen Randsortimentsabteilungen (bspw. Verbrauchermärkte) und für Mehrbranchenanbieter (bspw. Sonderpostenmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.¹¹¹

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

¹¹¹ vgl. Urteile BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

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

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

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

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

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount).
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

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

Supermarkt

- ca. 1.200 bis 2.000 m², i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m².
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

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

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %.
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren.
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

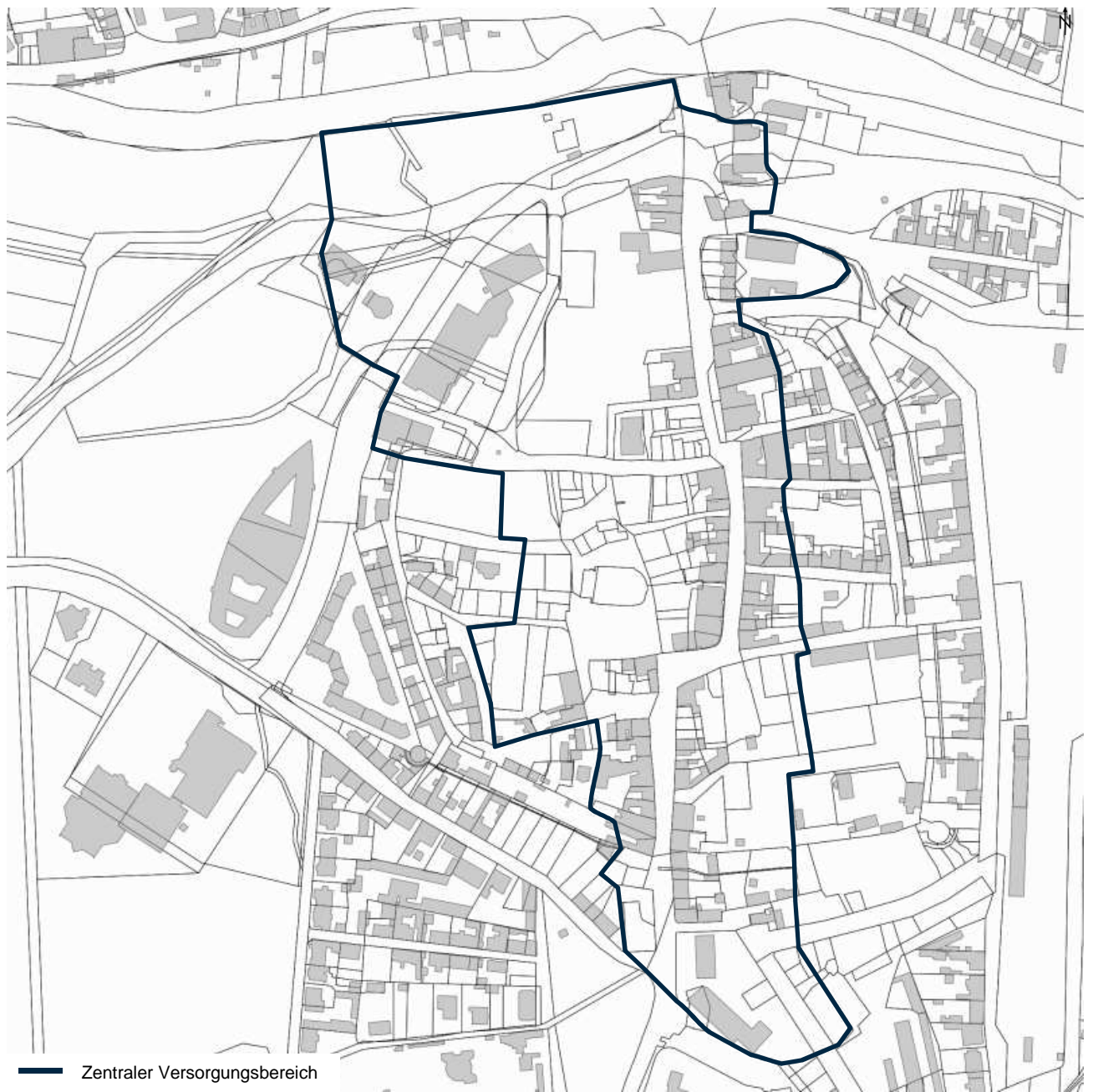
Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila.

SB-Warenhaus

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

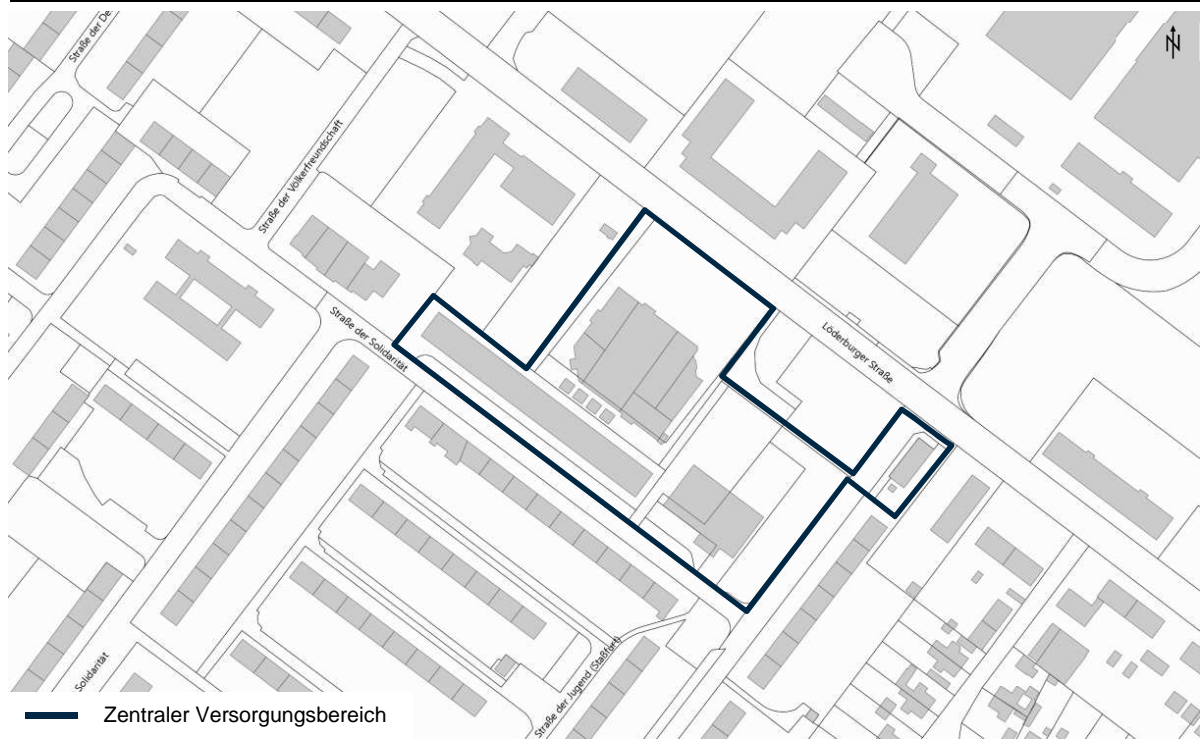
Beispiele: Globus, Marktkauf, real.

Anlage 3: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Kartengrundlage: Stadtverwaltung Staßfurt
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Anlage 4: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Löderburger Straße



Kartengrundlage: Stadtverwaltung Staßfurt
Bearbeitung: BBE Handelsberatung