

Stadt + Handel

Wetzlar



Einzelhandels- und
Zentrenkonzept

STADT WETZLAR



Amt für Stadtentwicklung

Sachbearbeitung: Eva Struhalla, Grisca Wunderlich

Ernst-Leitz-Straße 30 D-35578 Wetzlar

Telefon: 06441 99-6101

Telefax: 06441 99-6104

stadtentwicklung@wetzlar.de

Auftragnehmer:

Stadt + Handel

Stadt + Handel
Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbB

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund

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

Tibarg 21
22459 Hamburg

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

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

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

Markt 9
04109 Leipzig

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

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

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Dr. rer. nat. Fabian Schubert

Karlsruhe, 08. April 2019

Abbildungen Titelblatt: Stadt Wetzlar

Vorwort



Liebe Bürgerin und lieber Bürger,

mit Beschluss des Innenstadtentwicklungskonzepts (ISEK) hat die Stadtverordnetenversammlung im November 2012 den Grundstein für die zukunftsfähige Weiterentwicklung der Wetzlarer Innenstadt gelegt. Mit der Erstellung des ISEK entschied sich die Stadt bewusst, die deutlich zu spürenden Herausforderungen der Stadtentwicklung strategisch-konzeptionell zu begegnen. Aufbauend auf diesem wurden gemeinsam mit der Stadtbevölkerung bereits mehrere richtungsweisende Konzepte wie der Rahmenplan Bahnhofstraße, das Konzept für die Integration der innerstädtischen Wasserläufe (KIWA) und das Integrierte Handlungskonzept für das Stadtumbaugebiet „Quartiere an der Lahn“ erstellt.

In Folge der 2016 erfolgten Aufnahme des Stadtumbaugebietes in das Städtebauförderungsprogramm „Stadtumbau Hessen“ laufen unsere Vorbereitungen für die zeitnahe Umsetzung der Maßnahmen und Projekte auf Hochtouren. Der vielfältige Stadtraum zwischen der Bahnhofstraße und der Altstadt ist in Bewegung. Abermals wird sich das Antlitz unserer Stadt an vielen Orten - in der Bahnhofstraße, dem Lahnhof, den Freiräumen an der Lahn,

dem Stadthaus am Dom - spürbar und deutlich verändern, wie bereits im Zuge der Ansiedlung des IKEA Einrichtungshauses auf dem vormaligen Grundstück der HeidelbergCement AG.

Die im Stadtumbauprozess entwickelten Maßnahmen und Projekte verfolgen das gemeinsame Ziel, die Wohn- und Lebensqualität der an der Lahn gelegenen Quartiere nachhaltig zu verbessern, moderne, Nutzungsgemischte Lebensräume zu schaffen und öffentliche Grünflächen zu attraktivieren. Der Einzelhandel wird dabei stets ein zentraler Anziehungspunkt für das städtische Leben im Herzen unserer Stadt bleiben. Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept haben wir nun die Rahmenbedingungen für den Erhalt und die Stärkung der Wetzlarer Innenstadt und der Altstadt als Zentren des urbanen Lebens und Miteinanders geschaffen. Das Konzept legt aufgrund einer fundierten Bestandsaufnahme der Wetzlarer Einzelhandelslandschaft die Entwicklungslinien für den städtischen Handel in Wetzlar fest und stellt damit einen wesentlichen Baustein zur Sicherung und Fortentwicklung der bestehenden Versorgungsfunktionen erfüllenden Einzelhandelsbetriebe in der Wetzlarer Kernstadt und in den Nahversorgungszentren dar.

Das vorliegende Fachgutachten dient zukünftig als Richtschnur für die Verwaltung und wurde im Planungsprozess durch ein Gremium aus Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Verwaltung und Handel inhaltlich begleitet und im Rahmen einer Offenlage der Öffentlichkeit, Vertretern von Handelsbelangen und dem benachbarten Oberzentrum Gießen vorgestellt. Ich bedanke mich bei allen, die sich engagiert mit Ideen, Vorschlägen und konstruktiver Kritik eingebracht haben.

Dem vielfältigen Wandel, den die Einzelhandelslandschaft auch in Wetzlar auf unterschiedlichen Ebenen erfährt - ich nenne hier nur beispielhaft den Trend zu großflächigen Betriebsformen und die steigenden Verkaufsumsätze im Online-Handel - muss über das Konzept hinaus durch weitere aktive Steuerung und Impulsgebung auf unterschiedlichen Ebenen begegnet werden. Dabei ist die Wetzlarer Kernstadt als vielfältiger Wohn-, Arbeits- und Handelsort zu denken und zu entwickeln, um den Anforderungen an eine moderne, lebendige und lebenswerte Stadt gerecht zu werden. Der Einbettung der im vorliegenden Konzept identifizierten zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum und Altstadt in den größeren innerstädtischen Raum, der sich von den Bereichen nördlich des Bahnhofs bis über die Lahninsel, das Stadion und die Bachweide ins Bodenfeld erstreckt, kommt dabei eine entscheidende Rolle zu.

Dabei wird die Frage immer wieder neu zu beantworten sein, wie das zukünftige Zusammenleben in unserer dynamischen Stadt aussehen soll und welche Ansprüche, welche Wünsche und welche Bedürfnisse uns mit Blick auf die Erhaltung eines vitalen Stadtzentrums am Herzen liegen. Hierzu ist es erforderlich, den Dialog in diesem Sinne mit dem Blick auf dieses gemeinsame Ziel und den eingeschlagenen Weg fortzuführen!

Ihr



Harald Semler
- Bürgermeister -

Inhalt

Vorwort		i
Inhalt		iii
Abkürzungsverzeichnis		v
1 Einführung und Ergebnisübersicht		1
2 Rechtliche Rahmenvorgaben		5
2.1	Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts	5
2.2	Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien	5
2.3	Landesrechtliche und regionalplanerische Rahmenvorgaben	10
3 Methodik		14
4 Markt- und Standortanalyse		18
4.1	Aktuelle Trends im Einzelhandel	18
4.2	Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	21
4.3	Angebotsanalyse	23
4.4	Nachfrageanalyse	27
4.4.1	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss	27
4.4.2	Umsatzermittlung und Zentralität	30
4.5	Übersicht über die Zentren- und Standortstruktur in Wetzlar	33
4.6	Zwischenfazit: Handlungsbedarfe zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Wetzlar	35
5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung		38
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	38
5.1.1	Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen	38
5.1.2	Methodik und Berechnung	39
5.1.3	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Wetzlar	46
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Wetzlar	49
6 Einzelhandelskonzept für Wetzlar		51
6.1	Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche in Wetzlar	51
6.2	Zentrale Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum	53
6.2.1	Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum	54

6.2.2	Der zentrale Versorgungsbereich Altstadtzentrum	58
6.2.3	Bewertungen der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt aus Sicht der Kunden und Besucher	62
6.2.4	Entwicklungsziele und Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum	67
6.3	Nahversorgungszentrum Am Sturzkopf	72
6.4	Nahversorgungszentrum Naunheimer Straße	73
6.5	Exkurs Ansiedlung von IKEA im Wetzlarer Stadtgebiet	74
6.6	Konzept für die ergänzenden Standorte	76
6.6.1	Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Standorten	76
6.6.2	Standortbereich Silhöfer Aue (Westend)	77
6.6.3	Standortbereich Gewerbegebiet Dutenhofen	78
6.6.4	Standortbereich Hörnsheimer Eck	79
6.6.5	Entwicklungsempfehlungen für die Standortbereiche Silhöfer Aue (Westend), Dutenhofen Gewerbegebiet und Hörnsheimer Eck	80
6.7	Das Nahversorgungskonzept	81
6.7.1	Analyse der Nahversorgungsstruktur in Wetzlar	81
6.7.2	Nahversorgungsstandorte in Wetzlar	84
6.7.3	Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Wetzlar	89
6.8	Sortimentsliste für die Stadt Wetzlar	91
6.9	Ansiedlungsleitsätze	98
6.9.1	Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze	98
6.9.2	Ansiedlungsleitsätze	99
6.10	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen	102
7	Schlusswort	107
	Anhang	I
	Literatur- und Quellenverzeichnis	I
	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	V
	Glossar	VI

Abkürzungsverzeichnis

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

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

1 Einführung und Ergebnisübersicht

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

Die Stadt Wetzlar (Lahn-Dill-Kreis, Oberzentrum (in Funktionsverbindung), 53.721 Einwohner¹) sieht angesichts der hohen Dynamik im Einzelhandel, welche sich insbesondere durch veränderte Betreiber- und Standortanforderungen, den demografischen Wandel und die dynamischen Entwicklungen im Bereich des Online-Handels ausdrücken, nunmehr die Notwendigkeit ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu erarbeiten.

Auch die laufend an die Entwicklungen im Einzelhandel angepassten rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen erfordern ein aktuelles Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

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

Im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts stehen folgende Themen im Betrachtungsfokus:

- Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel inkl. neuer rechtlicher Regelungen. Aufbereitung und Berücksichtigung der stetig fortentwickelten Rechtsprechung zu Einzelhandelsaspekten in Stadtentwicklung und Bauleitplanung.
- Markt- und Standortanalyse in Wetzlar (Analyse und Beurteilung der IST-Situation, Erfassung und Analyse des Einzelhandelsbestands, Branchenspezifische Kennzahlen (Zentralität, Kaufkraftbindung nach Branchen etc.), Abgrenzung der Einzugsgebiete, Gegenüberstellung der Angebots- und Nachfragesituation).

¹ Einwohnerzahlen der Stadt Wetzlar, Ekom21 GmbH, Stand 06.2018

- Nachfragesituation und -perspektive und Aufzeigen des Versorgungsbedarfs für die Nahversorgung auch vor dem Hintergrund der Entwicklung des Online-Handels und der demografischen Entwicklung.
- Zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Wetzlar: Kaufkraftprognose und Verkaufsflächenbedarf (Berechnung unterschiedlicher Szenarien), Entwicklungspotenziale, -ziele und -strategien, Hinweise zur sinnvollen Ergänzung des Einzelhandelsangebotes.
- Erarbeitung eines Zentren-, Nahversorgungs- und Standortkonzepts inklusive Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung von zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Einzelhandelsagglomerationen. Empfehlung von Maßnahmen zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und zur Optimierung der Nahversorgung (Strategiekonzept).
- Erarbeitung einer Wetzlarer Sortimentsliste sowie der Ansiedlungsleitsätze für Neubau- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- Städtebaulich-funktionale Entwicklungsempfehlungen zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und zur Optimierung der Nahversorgung.
- Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen zur Steuerung des Einzelhandels (Aufstellung/Änderung von B-Plänen, Konformitätsprüfungen von Vorhaben zum EHVK, z.B. IKEA).
- Die Einbindung der Händlerschaft, Öffentlichkeit, Behörden und sonstigen Träger zur frühzeitigen/ laufenden Abstimmung der Daten, der Zielerarbeitung und der konzeptionellen Bausteine sowie zur Vorbereitung von Strategien zur Kooperation der einzelnen Akteure untereinander.
- Eine Integration vorhandener gesamtstädtischer Planwerke und Konzepte in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Ziel ist es, mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept bzw. den umsetzungs- und handlungsorientierten Empfehlungen zur Zentren-, Standort- und Nahversorgungsentwicklung in Wetzlar einen Impuls zur Mobilisierung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche zu liefern. Insbesondere die Innenstadtentwicklung und hier die Profilierung der unterschiedlichen Lagen (Forum Wetzlar/ Bahnhofstr./ hist. Altstadt) steht dabei im Fokus. Mit zu berücksichtigen ist hierbei auch die erfolgte Ansiedlung von IKEA.

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

Stärken und Potentiale der Einzelhandelsstruktur in Wetzlar:

- Die Stadt Wetzlar verfügt mit rd. 3,8 m² Verkaufsfläche pro Einwohner (VKF/EW) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 1,51 m² VKF/EW²) über eine quantitativ deutlich überdurchschnittliche Ausstattung in Bezug auf das vorhandene Einzelhandelsangebot.
- Insgesamt weist die Stadt Wetzlar eine Zentralität von 193 auf (vgl. Kapitel 4.4.2). Es wird somit ersichtlich, dass deutliche Kaufkraftzuflüsse nach Wetzlar erfolgen und die Stadt gemäß ihres zentralörtlichen Status (Oberzentrum in Funktionsverbindung) als eines der drei mittelhessischen Oberzentren Versorgungsfunktionen für die umliegenden Grund- und auch Mittelzentren übernimmt.
- Die Einkaufsorientierung auf die Stadt Wetzlar ist sowohl in den kurzfristigen, als auch in den mittel- und langfristigen Bedarfsgütern feststellbar.
- Mit der Innenstadt und der Altstadt verfügt Wetzlar über zwei, in den Standortstrukturen variierende, sich gegenseitig ergänzende innerstädtische zentrale Versorgungsbereiche. Das Innenstadtzentrum ist mit dem im Norden befindlichen Einkaufszentrum Forum und dem Herkules-Center überwiegend durch großflächige und filialisierte Einzelhandelsbetriebe geprägt. Die in der Bahnhofstraße, im Karl-Kellner-Ring und in der Langgasse anschließenden Einkaufsbereiche des Innenstadtzentrums weisen eine Mischung aus klein- und großflächigen sowie filialisierten und inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf. Im Gegensatz dazu ist die Altstadt nahezu ausschließlich durch einen kleinteiligen Fachgeschäftebesatz in historischen Baustrukturen geprägt.

Schwächen, Restriktionen und Handlungsbedarfe in Wetzlar:

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Wetzlar liegt mit rd. 96,7 unter dem Bundes- und Landesdurchschnitt von 100.
- Wetzlar befindet sich in einer Wettbewerbssituation mit dem benachbarten Oberzentrum (in Funktionsverbindung) Gießen.
- Ein hoher Anteil der Gesamtverkaufsflächen der Stadt Wetzlar befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage (rd. 37 %). Ein noch höherer Anteil an Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen³ wird im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 55 % (bezogen auf die Gesamtverkaufsflächen im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel) ersichtlich.
- Die Sonder- und Fachmarktstandorte (Hörsheimer Eck, Gewerbegebiet Dutenhofen, Silhöfer Aue (Westend)) in nicht integrierter Lage haben mit rd. 56.960 m² Verkaufsfläche (rd. 27 %) ein hohes Standortgewicht. Bedingt durch die hier verorte-

² Vgl. EHI 2017, Einwohnerzahlen der Stadt Wetzlar, Ekom21 GmbH, Stand 06.2018.

³ Erläuterung integrierte und nicht integrierte Lagen im Glossar.

ten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten stehen die Standorte in direkter Konkurrenz zu den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Wetzlar.

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

1. Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche
2. Stärkung der Nahversorgung
3. Bereitstellung ergänzender Standortbereiche

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

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die wichtigen Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Planungs- und Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt, sondern in einem breit besetzten Begleitgremium (Arbeitskreis) erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Wetzlar Berücksichtigung finden.

Das Einzelhandelskonzept soll Politik und Verwaltung in Wetzlar als aktuelle, den rechtlichen Grundlagen angepasste, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels entsprechend der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen dienen. Nicht zuletzt liefert es einen fundierten Handlungs- und Planungsrahmen für die Wirtschaftsförderung, Einzelhändler, Investoren und Eigentümer. Das Ziel ist der Beschluss des Einzelhandelskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

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

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts

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

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

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung.

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

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

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

Stadt Wetzlar bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

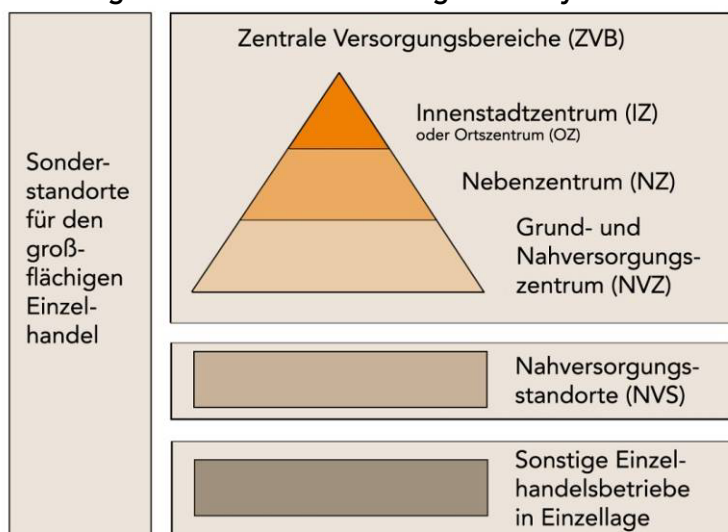
Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

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

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

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

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



Quelle: Eigene Darstellung.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

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

oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann⁴.

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

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

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

Tabelle 1: Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein

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

Quelle: Eigene Darstellung.

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

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

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

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

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

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

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

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

Tabelle 2: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Aspekte des Einzelhandels:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes, ▪ aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).
Sonstige Aspekte:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.), ▪ städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums, ▪ integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets, ▪ verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen, <p>ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.</p>

Quelle: Eigene Darstellung.

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

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

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

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

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

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

2.3 Landesrechtliche und regionalplanerische Rahmenvorgaben

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

Landesentwicklungsplan Hessen 2000

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

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

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

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

Regional Mittelhessen 2010

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

- *„G5.4-1
Die verbrauchernahe Versorgung soll unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer wohnortnahen Grundversorgung, in zumutbarer Erreichbarkeit auch für immobile Bevölkerungsschichten erhalten bleiben. Dies gilt in besonderer Weise für die ortsteilbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs" (Regierungspräsidium Gießen 2010).*

- G5.4-2
„Großflächige Einzelhandelsprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) müssen sich in die bestehende raumordnerische und städtebauliche Ordnung einfügen“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).
- Z5.4-3
„Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren in Betracht. Standorte außerhalb der zentralen Ortsteile sind auszuschließen. Zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen zu den Einzelhandelsvorhaben ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig (Zentralitätsgebot)“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).
- Z5.4-4
„Großflächige Einzelhandelsprojekte haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen (Kongruenzgebot). Sie haben bei Festlegung ihrer Verkaufsflächengrößen, der Sortimentsgruppen und des daraus resultierenden Einzugsbereichs des zentralörtlichen Verflechtungsbereichs (Versorgungsbereich) zu beachten. Dabei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).
- Z5.4-5
„Sondergebiete für den großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebieten Siedlung Bestand und Planung zulässig (siedungsstrukturelles Integrationsgebot)“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).
- Z5.4-6
„Die großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Sie müssen eine enge bauliche und funktionelle Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind, können davon ausgenommen werden (Städtebauliches Integrationsgebot). Bei der geplanten Er- bzw. Einrichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsprojekte außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadt, Ortskerne, Stadtteilzentren) sind innenstadtrelevante Sortimente auszuschließen“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).

- Z5.4-7

„Großflächige Einzelhandelsprojekte dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten - zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, zum Beispiel städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen (Beeinträchtigungsverbot)“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).

- Z5.4-9

„Die genannten Ziele gelten auch für die beabsichtigte Umnutzung von bisher gewerblichen Betrieben oder anderen vorhabenbedingten baulichen Anlagen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben, für die beabsichtigte Umwidmung von Gewerbegebieten zu Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel sowie für die auch mit der Zeit gewachsene Agglomeration von mehreren kleineren Einzelhandelsbetrieben, die zwar jeder für sich nicht das Kriterium der Großflächigkeit erfüllen, aber in der Summe die Ziele der Raumordnung verletzen bzw. zu den in § 11 BauNVO genannten Auswirkungen führen (de-facto-Einkaufszentrum) können“ (Regierungspräsidium Gießen 2010).

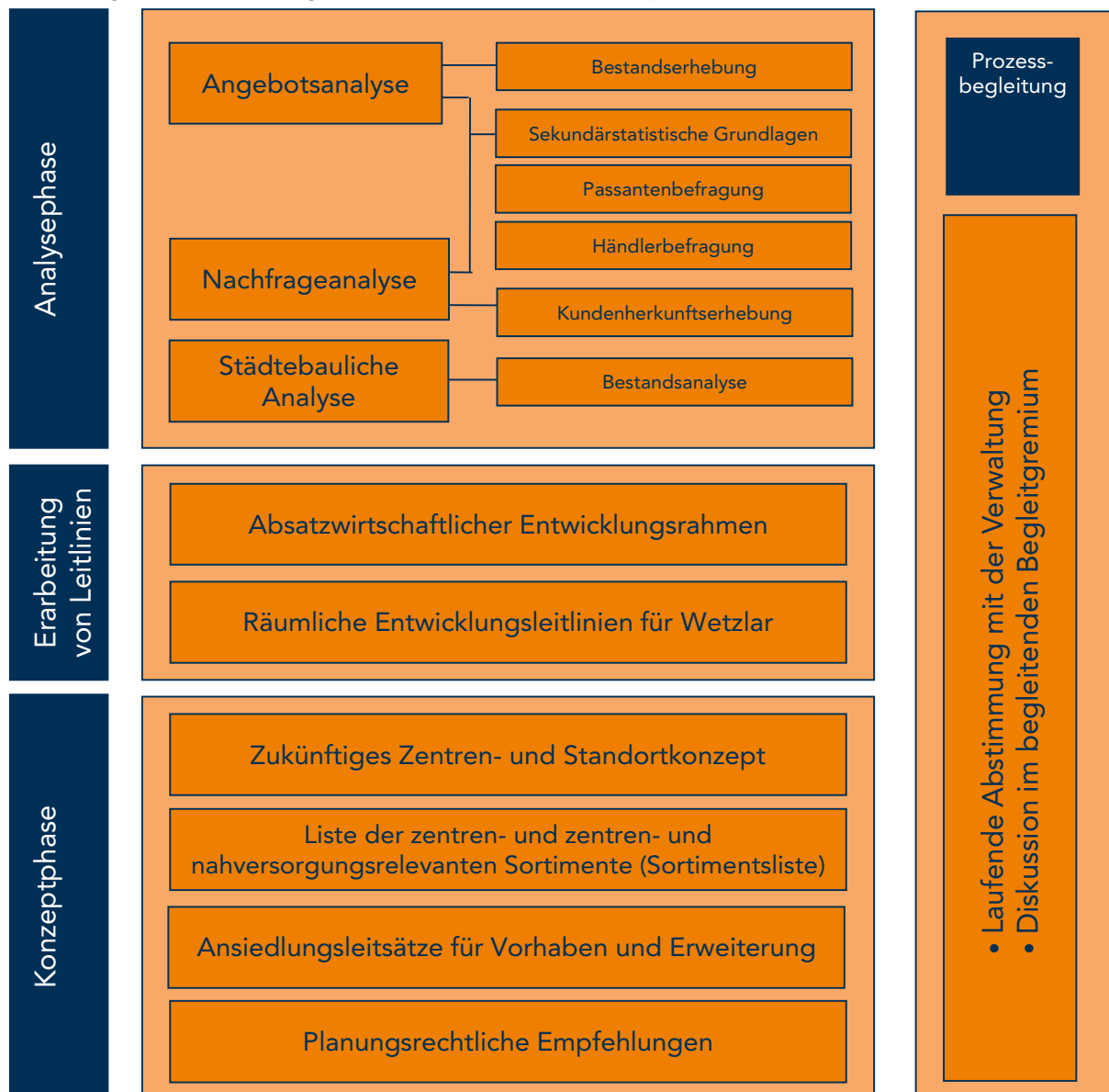
In Anlehnung an den Regionalplan Mittelhessen 2010 definiert das Einzelhandelskonzept für die Stadt Wetzlar auf Basis von Bestandsanalysen (Kapitel 4.3) und den Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung, mit übergeordneten Entwicklungszielen für die Stadt Wetzlar (Kapitel 5.2), das Strategiekonzept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

3 Methodik

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

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

Abbildung 2: Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept



Quelle: Eigene Darstellung.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Wetzlar im September 2016 flächendeckend durchgeführt worden. Darüber hinaus erfolgte im Januar 2018 eine punktuelle Aktualisierung der Datengrundlagen durch Neuerhebung der Einzelhandelsflächen im ZVB Innenstadtzentrum (auch zentrenergänzende Funktionen und Leerstände), da während der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts insbesondere in diesem Bereich deutliche Veränderungen im Geschäftsbesatz erfolgt sind (Neuansiedlungen/Geschäftsschließungen/Abrissmaßnahmen). Mit einbezogen wurde zudem die im Jahr 2017 erfolgte Ansiedlung von IKEA. Es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor.

Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Metzger, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.

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

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes (u. a. BVerwG 4 C 14.04 und BVerwG 4 C 1.16) vom November 2005 bzw. 2016 fand dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen und entsprechend kenntlich gemacht worden, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

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

Bestandsanalyse Städtebau

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

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

Händlerbefragung

Die Befragung der Einzelhändler ist für die Einzelhandels- und Zentrenkonzeption der Stadt Wetzlar von besonderer Bedeutung. Anhand der Befragung konnten Informationen gewonnen werden, die allein durch die Bestandaufnahme sowie die weiteren empirischen Bausteine nicht ermittelt werden können. Die Befragung der Einzelhändler erfolgte anhand eines halbstandardisierten Fragebogens, welcher flächendeckend im Stadtgebiet verteilt wurde. Insgesamt nahmen 19 Einzelhandelsbetriebe an der Befragung teil. Im Rahmen der Einzelhändlerbefragung wurden sowohl betriebsbezogene Daten als auch Einschätzungen zur Qualität der Einzelhandelsstruktur und Angebotsqualität in Wetzlar befragt. Somit wurden neben statistischen Kenngrößen wie Gründungsjahr des Betriebes, Betriebsform, Internetpräsenz und Kundenherkunft vorwiegend qualitative Bewertungen der Einzelhändler zu verschiedenen Attraktivitätsaspekten der Innenstadt/Altstadt und Verbesserungsvorschläge bzw. Wünsche/Ideen zur zukünftigen Entwicklung Wetzlars ermittelt. Die Informationen wurden vertraulich behandelt und für die weitere Verarbeitung in Hinblick auf die Betriebsnamen anonymisiert.

Kundenherkunftserhebung

Zusätzlich zur Bestandserhebung wurden 20 Erhebungsbögen an ausgewählte Einzelhändler in der Kernstadt Wetzlars verteilt. Die Einzelhändler wurden darum gebeten, die Kunden in einem Zeitraum von einer Woche nach ihrem Wohnsitz zu befragen und diesen in vorgefertigten Listen einzutragen. Dabei konnte trotz erneuter Nachfragen lediglich ein Rücklauf von 2 Bögen verzeichnet werden. Da die beiden Einzelhändler (unter diesen ein bedeutender Magnetbetrieb Wetzlars) insgesamt 3.207 Kunden nach deren Wohnort befragten, lassen die Ergebnisse dennoch gewisse Aussagen zur Einschätzung des Einzelhandelsstandortes Wetzlar und zur Abschätzung des Einzugsbereiches zu und können in die Berechnung der Umsatzherkunft je nach Sortiment einbezogen werden.

Passantenbefragung

Die Passantenbefragung fand im September 2016 auf Basis eines halbstandardisierten Fragebogens statt. An drei Werktagen (Mittwoch, Donnerstag und Freitag) sowie an einem Samstag wurden zu unterschiedlichen Tageszeiten (10-18 Uhr) 411 Passanten und somit rd. 1 % der Gesamteinwohnerzahl Wetzlars an verschiedenen Standorten im Innenstadt- und Altstadtbereich (u.a. Forum, Bahnhofstraße, Karl-Kellner-Ring, Langgasse, Altstadt) interviewt. Die Passantenbefragung dient der Erfassung von Kundenverhaltensweisen sowie der Abfrage von Bewertungen verschiedener einzelhandelsrelevanter Aspekte aus Kundensicht. Neben den für den Besuch ausschlaggebenden Gründen und Magnetbetrieben, den vermissten Warengruppen, dem gewählten Verkehrsmittel zur Anreise sowie der Einkaufshäufigkeit und dem Wohnort der Befragten wurden auch qualitative Einschätzungen zum Einkaufsstandort abgefragt. Diese beinhalteten Bewertungen des Einzelhandelsangebotes im Hinblick auf Qualität und Vielfalt sowie Einschätzungen u.a. der Aufenthaltsqualität, der Parkmöglichkeiten und der Erreichbarkeit. Zur Erzielung einer empirisch belastbaren Datengrundlage wurde die Geschlechterverteilung sowie die Alterszusammensetzung der Stichprobe fortwährend kontrolliert und im Bedarfsfall korrigiert.

Prozessbegleitung durch ein Begleitgremium (Arbeitskreis)

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitendes Begleitgremium während der Erstellungsphase des Einzelhandelskonzepts eingerichtet. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistete, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandelskonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Insgesamt tagte das Begleitgremium dreimal. Vertreter folgender Institutionen wurden zur Teilnahme durch die Stadt Wetzlar eingeladen:

Für die Verwaltung und Politik:

- Bürgermeister der Stadt Wetzlar
- Vertreter der in der Stadtverordnetenversammlung befindlichen Fraktionen
- Vertreter der Verwaltung der Stadt Wetzlar

Für den Einzelhandel und die Region:

- Vertreter des Regierungspräsidiums Gießen
- Vertreter der IHK Lahn-Dill
- Vertreter des Forum Centermanagements
- Vertreter des Vereins Altstadt Wetzlar e.V.
- Vertreter des Stadtmarketing e.V.
- Vertreter der Wirtschaftsförderung

4 Markt- und Standortanalyse

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

4.1 Aktuelle Trends im Einzelhandel

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

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

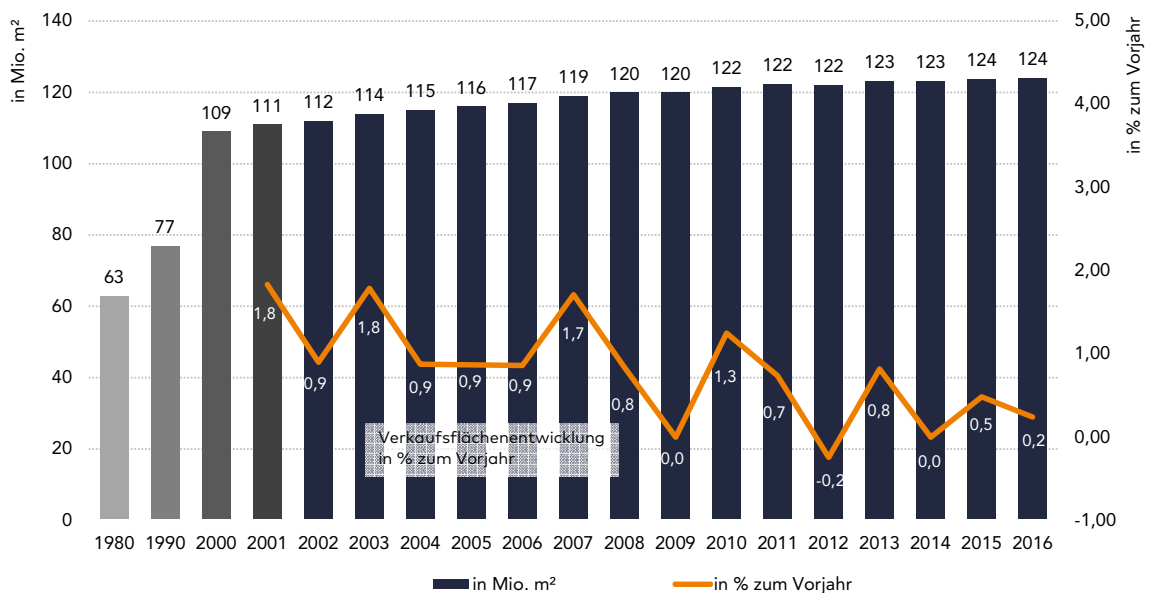
Entwicklungen auf der Angebotsseite

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

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

- Unternehmens- und Umsatzkonzentration:** Nach dem Zweiten Weltkrieg dominierte in Deutschland noch der eigentümergeführte Betrieb. Heute wird der Einzelhandel von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel, in dem die fünf größten Unternehmen der Branche einen Nettoumsatz von rd. 199,7 Mrd. Euro erwirtschaften.¹¹ Darüber hinaus sind jedoch auch andere Einzelhandelsbranchen durch starke Unternehmenskonzentrationen mit Tendenzen zur Oligopolisierung geprägt (z.B. Drogeriewareneinzelhandel, Buchhandel). Durch den Unternehmenskonzentrationsprozess werden die Ausdünnung des Versorgungsnetzes und (teilweise) das Wachstum nicht integrierter Standorte verstärkt.
- Anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei gleichzeitig zurückgehender Flächenproduktivität durch stagnierende Umsätze:** Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zugenommen. Bereits heute entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,51 m² Verkaufsfläche.¹² Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat zudem zu einer Senkung der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt.

Abbildung 3: Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach EHI 2017

¹¹ Vgl. Hahn Gruppe (2016/2017): S. 26

¹² Vgl. EHI 2015

- Das Verkaufsflächenwachstum lässt sich exemplarisch am Beispiel des Lebensmittel Einzelhandels nachvollziehen. Lag die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Lebensmitteldiscounters 2001 noch bei 525 m² und diejenige eines Supermarktes bei 1.114 m², so sind zwischenzeitlich durchschnittliche Marktgrößen von 775 m² (LM-Discounter, 2015) bzw. 1.490 m² (Supermarkt, 2015) erreicht.¹³ Für beide Betriebsformen wird in Abhängigkeit von der konkreten Lage aktuell von einer Mindestbetriebsgröße von 800 m² bzw. 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen ausgegangen.¹⁴
- Seit 2007 ist jedoch zunehmend eine Abschwächung des Verkaufsflächenwachstums bzw. eine Stagnation zu erkennen. Die Gründe hierfür liegen u. a. in dem sukzessive gesättigten Marktniveau und den daraus resultierenden Insolvenzen prägender Einzelhandelskonzerne wie Schlecker, Praktiker, Strauss-Innovation, etc.¹⁵

Entwicklungen auf der Nachfrageseite

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

- **Wandel der demographischen Strukturen mit Veränderungen der Einwohnerzahlen, der Anzahl und der Größe der Haushalte:** Für Deutschland hat das Statistische Bundesamt eine deutliche Abnahme der Gesamtbevölkerung prognostiziert, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden in der Bevölkerungsentwicklung zu rechnen ist. Gleichzeitig stieg die Anzahl der Privathaushalte seit 1965 stetig an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduzierte. Laut Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes bildeten die Single-Haushalte im Jahre 2015 mit einem Wert von 41,4 % den größten Teil der privaten Haushalte.¹⁶
- **Entwicklung der Altersstrukturen:** Im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel steigt der Anteil Älterer an der Gesamtbevölkerung; zudem nimmt innerhalb der Gruppe der über 65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann wichtiger wird, wenn mit dem Alter die (Auto-) Mobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten und Serviceleistungen für Senioren (u. a. Bringdienste).

¹³ Vgl. EHI 2017

¹⁴ Vgl. BMVBS 2015

¹⁵ Vgl. Hahn Gruppe 2016

¹⁶ Vgl. Destatis 2017

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

4.2 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

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

Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

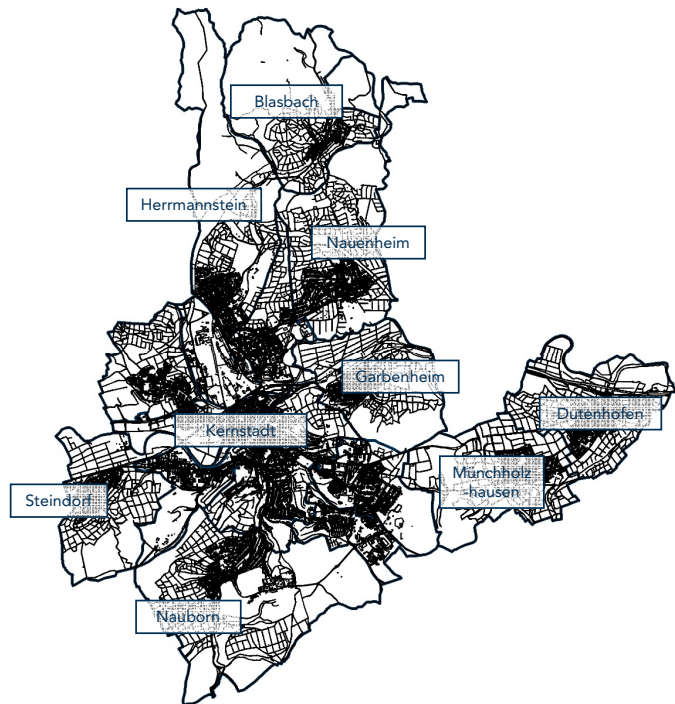
Das Oberzentrum Wetzlar (in Funktionsverbindung) liegt im Westen Mittelhessens und gehört dem Lahn-Dill-Kreis an. Im direkten Anschluss an das Wetzlarer Stadtgebiet befindet sich östlich das Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung). Nördlich, westlich und südlich ist Wetzlar von den Grundzentren Wettenberg, Lahnau, Biebertal, Aßlar, Solms, Schöffengrund und Hüttenberg umgeben. Räumlich benachbart liegen zudem in nord- und süd-westlicher Richtung die Mittelzentren Herborn und Weilburg.

Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl der Stadt Wetzlar 53.721 Einwohner¹⁷, wobei die Kernstadt Wetzlars mit rd. 59 % der Einwohner einen deutlichen Bevölkerungsschwerpunkt bildet. Mit 3.193 bis 3.874 Einwohnern bzw. Anteilen von rd. 6 - 7 % an der Gesamtbevölkerung sind Stadtteile Naunheim, Nauborn, Hermannstein und Dutenhofen nach der Kernstadt die bevölkerungsreichsten Stadtteile. Die übrigen Stadtteile weisen Bevölkerungsanteile bis zwischen rd. 2 - 4 % auf.

¹⁷ Ekom21 GmbH, nur Hauptwohnsitz, Stand 06.2018.

Abbildung 4: Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

Stadtteil	Einwohner 06.2018
Kernstadt	31.695
Naunheim	3.874
Nauborn	3.833
Herrmannstein	3.716
Dutenhofen	3.193
Münchholzhausen	2.396
Garbenheim	2.162
Steindorf	1.751
Blasbach	968
Wetzlar Gesamt	53.721

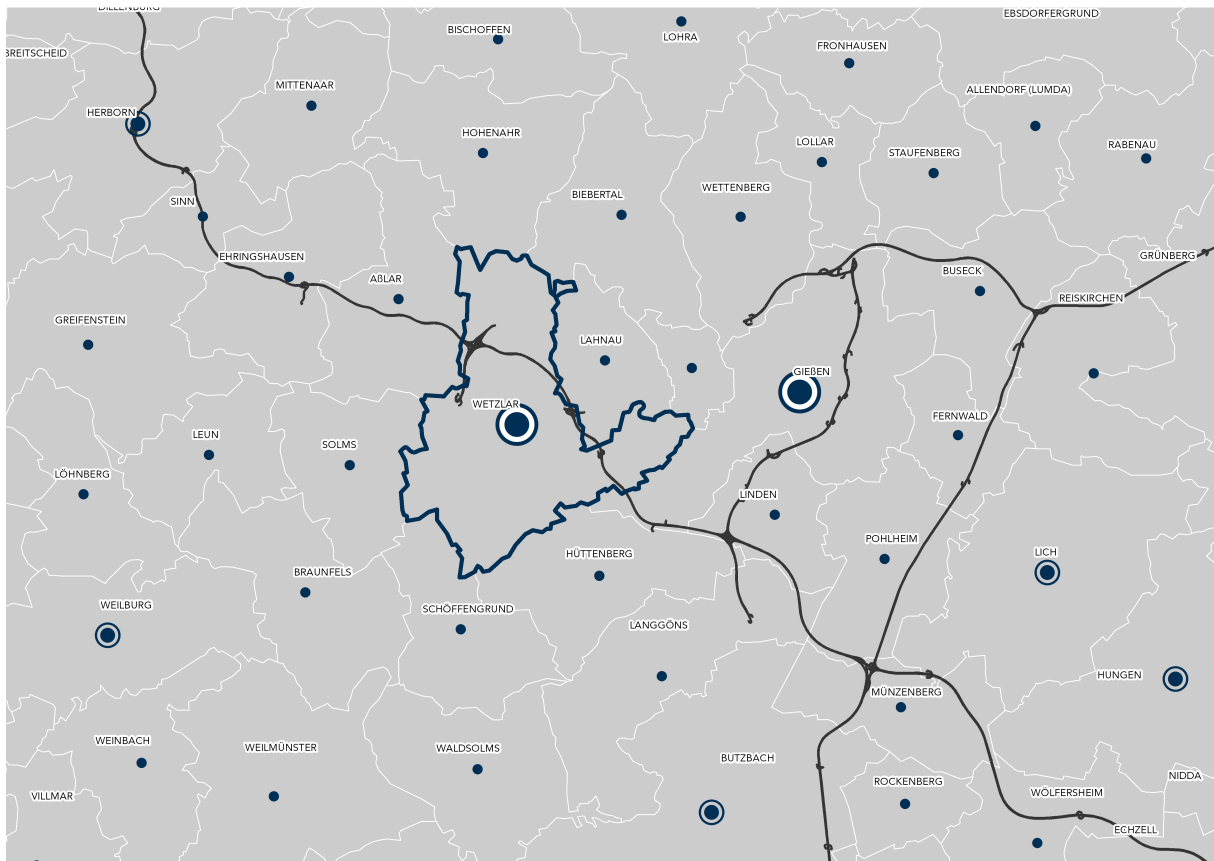


Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar; Einwohnerzahlen: Ekom21 GmbH, (Stand 06.2018).

Verkehrsinfrastruktur

Durch die A 45 bzw. die das Stadtgebiet kreuzenden B 49 und B 277 ist Wetzlar gut an das überregionale Fernverkehrsnetz angebunden. Eine Anbindung an das öffentliche Personenverkehrsnetz wird zudem insbesondere durch den Wetzlarer Bahnhof sowie den benachbarten Busbahnhof gewährleistet.

Abbildung 5: Lage Wetzlars in der Region



Quelle: Eigene Darstellung 2018; Kartengrundlage OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.3 Angebotsanalyse

In der Stadt Wetzlar sind insgesamt 402 Einzelhandelsbetriebe ansässig, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 208.400 m² verfügen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner verdeutlicht, dass auf jeden Einwohner Wetzlars aktuell rd. 3,8 m² Verkaufsfläche entfallen. Damit liegt die Stadt deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rd. 1,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner¹⁸.

Sortimentsschwerpunkte bestehen in Wetzlar vorrangig im mittelfristigen Bedarfsbereich.

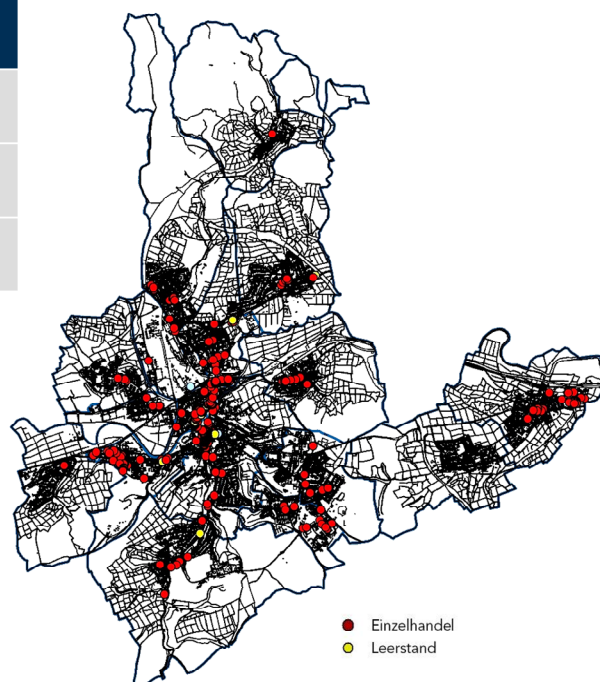
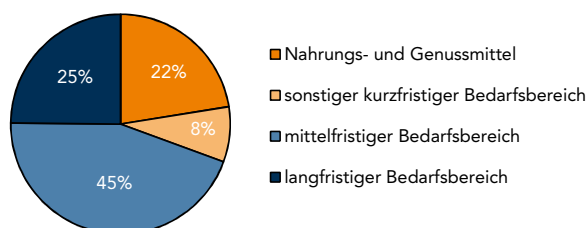
¹⁸ Vgl. EHI 2017.

Abbildung 6: Einzelhandelsbestand in der Stadt Wetzlar

	Bestandserhebung 09/2016, 01/2018
Anzahl der Betriebe*	402
Gesamtverkaufsfläche (VKF)*	208.400 m ²
Verkaufsfläche / Einwohner	4,0 m ²

*ohne Leerstände, VKF gerundet

Verkaufsflächen nach Bedarfsstufen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 9/2016 bzw. 01/2018.

In der nachfolgenden Tabelle ist die Einzelhandelsstruktur der Stadt Wetzlar nach ausgewählten städtebaulichen Lagebereichen untergliedert aufgeführt. Hierbei fand eine Orientierung an den in Kapitel 6 ausgewiesenen, in den verwaltungsinternen Abstimmungen sowie den Arbeitskreisen (Begleitgremien) intensiv diskutierten und abgestimmten zentralen Versorgungsbereichen bzw. den gewählten Zentrenumrissen statt.

Anhand der nachstehenden Tabelle wird deutlich, dass im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum mehr als 40 % aller Einzelhandelsbetriebe der Stadt Wetzlar verortet sind, welche rund ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche einnehmen. Im zentralen Versorgungsbereich Altstadtzentrum sind darüber hinaus rd. ein Fünftel aller Einzelhandelsbetriebe, die rd. 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen einnehmen, verortet. Im Altstadtbereich zeigt sich anhand dem Verhältnis aus Betriebszahl und Gesamtverkaufsfläche eine für historisch geprägte Innenstadtbereiche typische kleinteilige Verkaufsflächenstruktur (überwiegend Fachgeschäfte/kleinere Betriebe), die insbesondere durch die vorherrschenden Fachwerkstrukturen bedingt wird. Die Betriebstypenstrukturen im ZVB Innenstadtzentrum sind dagegen sowohl durch großformatige Betreiber (insbesondere Forum und Herkules-Center), als auch durch kleinteilige Geschäftsstrukturen (Bahnhofstraße, Karl-Kellner-Ring und Langgasse) geprägt.

An den Standortbereichen Silhöfer Aue (Westend), Gewerbegebiet Dutenhofen und Hörnsheimer Eck sind überwiegend großformatige Einzelhandelsbetriebstypen angesiedelt. Die Standortbereiche verfügen über rd. 27 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen (rd. 56.960 m²), die sich auf 45 Betriebe (11 %) verteilen.

Tabelle 3: Einzelhandelsstruktur nach ausgewählten Standortbereichen

	ZVB Innenstadt	ZVB Altstadt	Sturzkopf	Naunheimer Straße	Silhöfer Aue (Westend)	Gewerbe- gebiet Dutenhofen	Hörnsheimer Eck
Anzahl Einzelhandelsbetriebe*	167	74	5	6	22	15	8
Anteil gesamtstädtisch	42 %	18 %	1 %	1 %	5 %	4 %	2 %
Verkaufsfläche in m ^{2*}	51.750	7.000	1.410	5.350	20.080	23.630	13.250
Anteil gesamtstädtisch	25 %	3 %	1 %	3 %	10 %	11 %	6 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 9/2016, 1/2018; VKF-Angaben gerundet;
* ohne Leerstand; VKF-Angaben gerundet; Bestand gemäß Abgrenzungen in Kapitel 6.

Während in städtebaulich integrierten Lagen 88 % der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 63 % (rd. 130.260 m²) verortet sind, nehmen die Einzelhandelsbetriebe in nicht integrierten Lagen (rd. 12 %) einen Verkaufsflächenanteil von rd. 37 % ein¹⁹. Insgesamt zeigt sich in Wetzlar somit ein Übergewicht der Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen und in den städtebaulich integrierten Lagen gegenüber den Verkaufsflächen in den nicht integrierten Lagen.

Der dennoch im Bereich der nicht integrierten Lagen bestehende Verkaufsflächenschwerpunkt wird insbesondere durch die an den Standortbereichen Silhöfer Aue (Westend), Gewerbegebiet Dutenhofen und Hörnsheimer Eck angesiedelten strukturprägenden Betriebe (4allSports, Adler, 3x ALDI Süd, dm, expert, Freßnapf, Futterhaus, Globus, Globus Getränkemarkt, K+K, 2x KiK, 2x LiDL, real, REWE Center, Rofu Kinderland, Schöfer Herrenmode, Takko) mit zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sowie die weiteren im Stadtgebiet angesiedelten strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe bedingt. Darüber hinaus befinden sich an den genannten Standortbereichen vereinzelt strukturprägende Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (Blumen Risse, Blumenhof Rosenberg, Nord Möbel, Wohnwelt Dutenhofen).

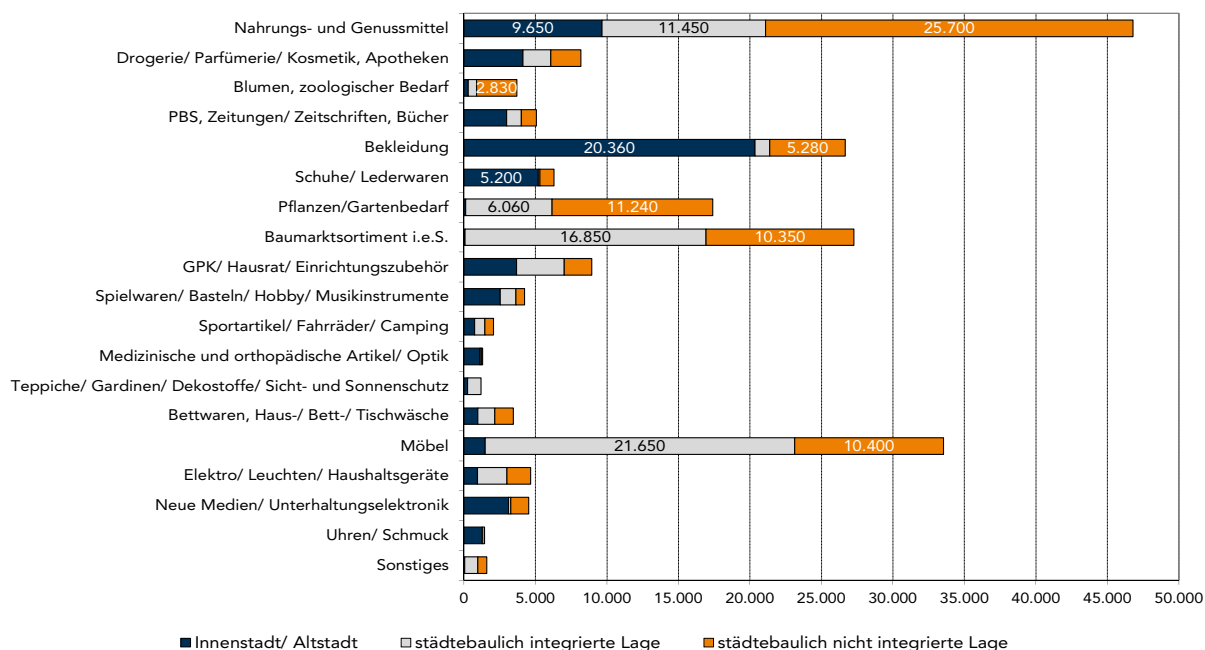
Bei der detaillierten Betrachtung des Verkaufsflächenbestands nach einzelnen Sortimentsgruppen ist eine starke Ausprägung des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel (0,87 m²

¹⁹ Hinsichtlich des im Jahr 2017 angesiedelten IKEA-Marktes wurde die in der Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses angenommene Lageeinordnung als (teil-)integrierter Standort übernommen und der IKEA-Markt den integrierten Lagen zugerechnet.

je Einwohner²⁰) sowie deutlich nachrangig ein Schwerpunkt in den Sortimenten Möbel (überwiegend IKEA), Baumarktsortiment i. e. S, Bekleidung und Pflanzen/Gartenbedarf festzustellen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Auffällig ist diesbezüglich zum einen der hohe Verkaufsflächenanteil des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel in den nicht integrierten Lagen (rd. 55 % der Verkaufsflächen) sowie zum anderen die hohen Verkaufsflächenanteile in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Schuhe/Lederwaren in den innerstädtischen ZVB (Innenstadt und Altstadt).

Abbildung 7: Einzelhandelsbestand (in m² VKF) nach Warengruppen und Lagebereichen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 9/2016, 1/2018, VKF-Angaben gerundet; GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürowaren/Schreibwaren, siL = städtebaulich integrierte Lage, niL = städtebaulich nicht integrierte Lage; Sonstiges umfasst u. a. KFZ-Zubehör.

Die siedlungsstrukturelle Integration des Einzelhandels in Wetzlar ist insgesamt als befriedigend zu bewerten, da fast zwei Drittel der Verkaufsflächen in integrierten Lagen (und ZVB) verortet sind.

Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf bestehende Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Stadtgebiets insbesondere zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und den Standortbereichen Silhöfer Aue (Westend), Gewerbegebiet Dutenhofen und Hörnsheimer Eck hin. Vor dem Hintergrund der Nähe zum Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung) ist zugleich auf regionaler Ebene von einem bestehenden Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte auszugehen. Die benachbarten Mittelzentren (bspw.

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

Herborn und Weilburg) spielen aufgrund eines deutlich schwächer ausgeprägten Einzelhandelsangebots diesbezüglich eine eher geringe Rolle.

4.4 Nachfrageanalyse

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

Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte aus der Passantenbefragung und der Kundenherkunftserhebung können zudem einzelhandelsrelevante Kaufkraftflüsse aus Wetzlar heraus dargestellt werden, so dass u. a. die lokale Einkaufsorientierung branchenspezifisch angegeben werden kann. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Wetzlars durch die Kunden. Zudem können über die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung sowie der Händlerbefragung Aussagen über das Wetzlarer Einzugsgebiet sowie über die erzielten Umsätze im Einzelhandel getroffen werden.

4.4.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

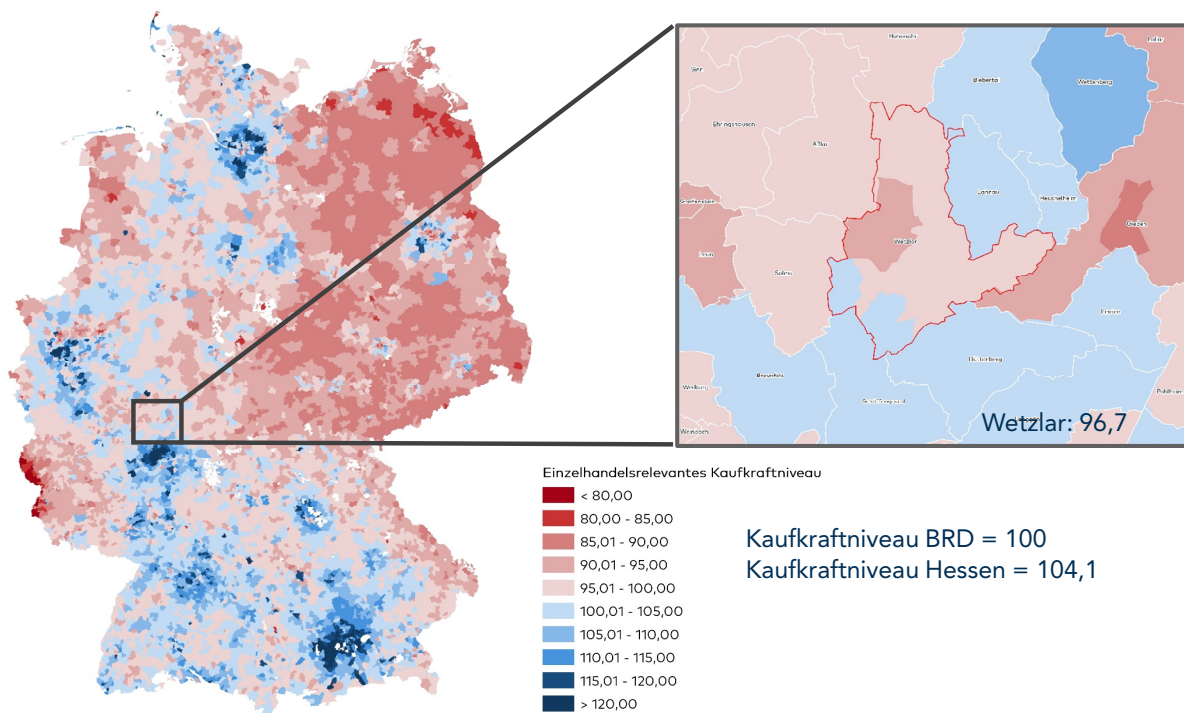
Wetzlar verfügt gemäß IFH (2017) über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. 301,7 Mio. Euro pro Jahr²¹. Der Schwerpunkt der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft liegt mit etwa 122,2 Mio. Euro pro Jahr in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (einschl. Backwaren/ Fleischwaren und Getränke).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100). Mit einem Wert von 96,7²² wird in Wetzlar ein im Vergleich zum Bundes- und Landesdurchschnitt (Land Hessen 104,1) leicht unterdurchschnittlicher Wert ersichtlich.

²¹ Einwohnerzahlen: Hessisches Statistisches Landesamt (Stand 31.12.2016).

²² IFH 2017.

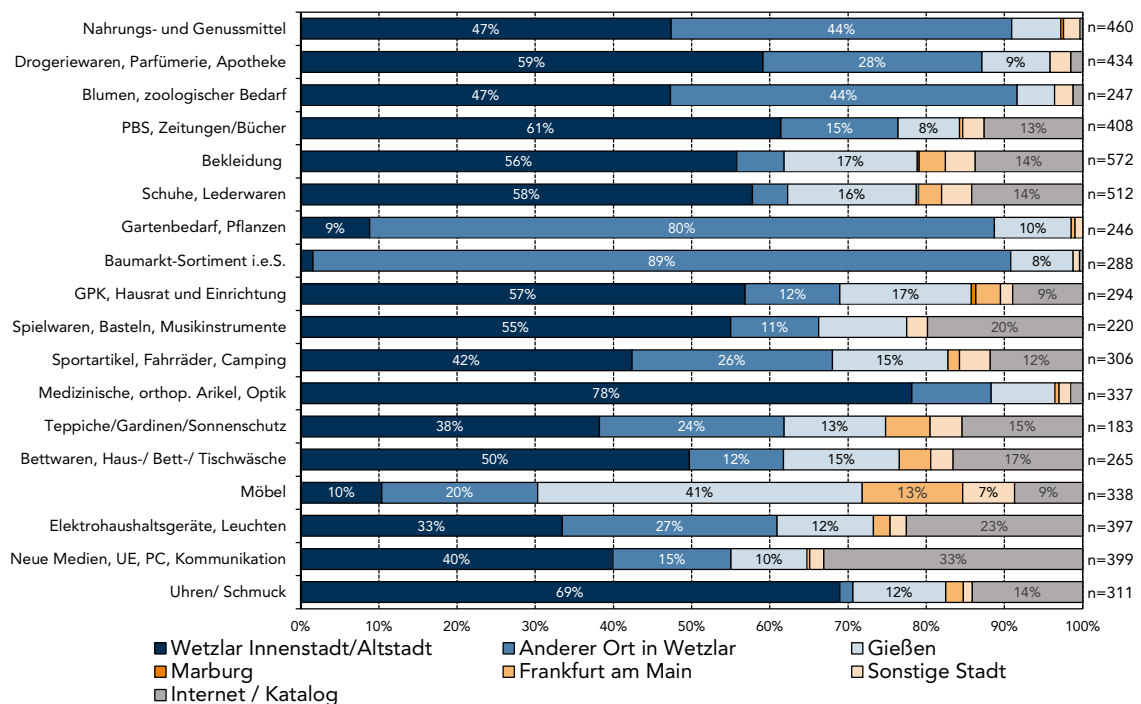
Abbildung 8: Einzelhandelsbezogenes Kaufkraftniveau in Wetzlar



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der IfH Kaufkraftkennziffern Deutschland 2017, Karten-
grundlage: ESRI (2005) PLZ-5-Gebiete.

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

Abbildung 9: Lokale Einkaufsorientierung in Wetzlar – Warengruppen nach Einkaufsorten



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/2016; Befragung in Wetzlar; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik, UE= Unterhaltungselektronik,

Die Ergebnisse der Passantenbefragung zeigen, dass Wetzlar über nahezu alle Sortimente²³ hinweg eine lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Wetzlarer Einwohner) von durchschnittlich 60 % aufweist, was – in Hinblick auf den zentralörtlichen Status als Oberzentrum (in Funktionsverbindung) – als angemessen zu bewerten ist und sich insbesondere aus der Funktion Wetzlars als eines von drei Oberzentren in Mittelhessen sowie aus der Konkurrenzsituation mit dem Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung) ergibt.

Darüber hinaus wird ersichtlich, dass Wetzlar bei den kurzfristigen Bedarfsgütern eine sehr hohe lokale Einkaufsorientierung erzielt. Dies gilt insbesondere für die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie, Parfümerie, Kosmetik, Apotheke bezüglich welcher fast 90 % der in Wetzlar wohnenden Kunden angaben, diese Waren im Stadtgebiet einzukaufen.

Auch im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgruppen wird mit Werten zwischen 60 und 70 % eine hohe Einkaufsorientierung der Wetzlarer auf das Stadtgebiet ersichtlich. In den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/ Einrichtung, Spielwaren, Sportartikel wird zudem ersichtlich, dass für die Wetzlarer Kunden auch das in Gießen bereitgestellte Angebot genutzt wird bzw. auch der Einkauf im Internet eine Rolle spielt.

²³ Ausnahmen bilden hier die Sortimente Möbel sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik.

Im langfristigen Bedarfsbereich bewegt sich die lokale Einkaufsorientierung überwiegend zwischen 50 und 60 %. Ausnahmen bilden hier die Sortimente Möbel sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik. Es ist jedoch zu beachten, dass die Passantenbefragung vor der Eröffnung von IKEA in Wetzlar durchgeführt wurde. Mittlerweile ist nach der Eröffnung von IKEA von einer höheren lokalen Einkaufsorientierung im Sortimentsbereich Möbel auszugehen. Bei den Sortimenten Neue Medien/Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten wird zudem die hohe Onlineaffinität der Sortimente bzw. die entsprechend anzunehmenden Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel ersichtlich.

4.4.2 Umsatzermittlung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze²⁴ im Einzelhandel in Wetzlar basiert auf allgemeinen und für Wetzlar spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zugrunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Wetzlar) eine Datenübersicht des Umsatzes im Einzelhandel in Wetzlar.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung bzw. der Bestandsaktualisierung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs.
- Auf Basis der Passantenbefragung konnte darüber hinaus die Einkaufsorientierung der Wetzlarer Bürgerinnen und Bürger ermittelt werden; ein Parameter der die Umsatzabschätzung ebenfalls wesentlich beeinflusst.

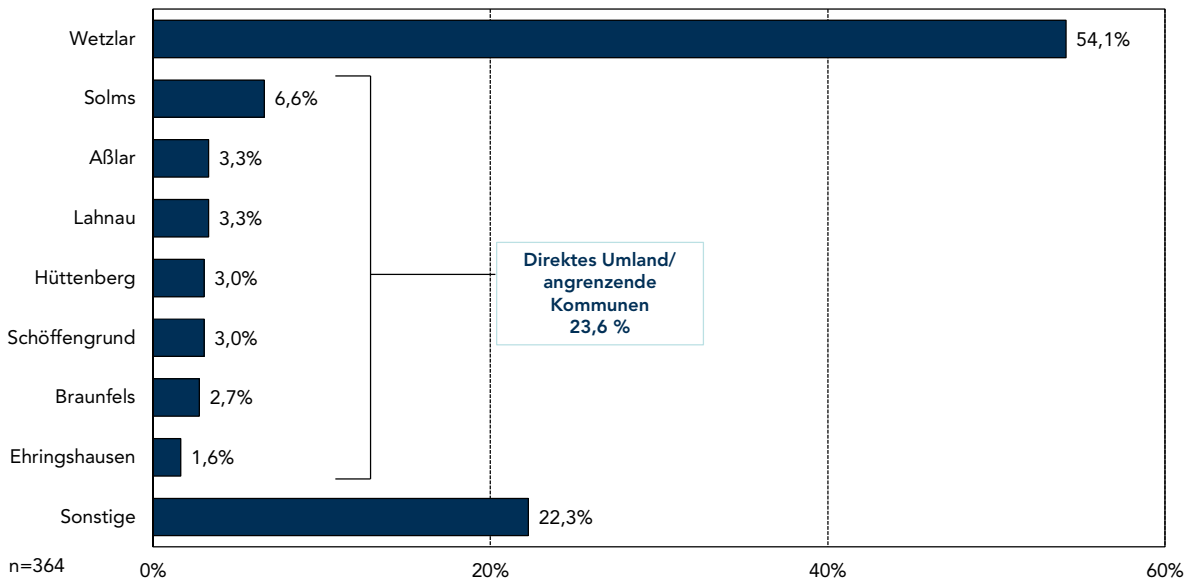
Kundenherkunft und Einzugsbereich von Wetzlar

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

²⁴ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

Abbildung 10: Herkunft der befragten Kunden und Besucher der Stadt Wetzlar

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



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/ 2016.

Als Ergebnis ist festzuhalten, dass mit rd. 54 % etwas mehr als die Hälfte der Befragten Kunden und Besucher aus der Stadt Wetzlar selbst stammt. Darüber hinaus stammen rd. 24 % der Befragten aus dem Wetzlarer Umland bzw. aus den an Wetzlar angrenzenden Kommunen. Das aus der Passantenbefragung ersichtliche Einzugsgebiet der Stadt Wetzlar wird durch die Ergebnisse der durchgeführten Händlerbefragung bestätigt.

Umsätze und Zentralitäten

Insgesamt lässt sich für Wetzlar ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 583,1 Mio. Euro brutto pro Jahr ermitteln. Rund 52 % dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rd. 32 % des Umsatzes entfallen auf mittelfristige und rd. 16 % auf die langfristigen Bedarfsgüter. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität von rd. 193 %²⁵. Dieser Wert verdeutlicht, dass Wetzlar auch Versorgungsfunktionen für die umliegenden Mittel- und Grundzentren übernimmt und insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ihrer oberzentralen Versorgungsfunktion²⁶ (in Funktionsverbindung) gerecht wird.

²⁵ Die Zentralität gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

²⁶ Nach den Zielstellungen der Regional- und Landesplanung sollen Grundzentren die Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung sicherstellen.

Tabelle 4: Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Wetzlar

Warengruppen	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	46.800	230,3	122,2	188%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	8.160	34,8	19,2	181%
Blumen, zoologischer Bedarf	3.720	6,9	5,9	116%
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	5.060	18,4	9,1	202%
kurzfristiger Bedarfsbereich	63.740	303,0	156,4	194%
Bekleidung	26.670	77,2	28,1	275%
Schuhe/Lederwaren	6.310	18,6	7,6	246%
Pflanzen/Gartenbedarf	17.410	13,1	4,5	294%
Baumarktsortiment i.e.S.	27.280	51,8	25,7	201%
GPK/ Hausrat/Einrichtungszubehör	8.930	13,2	3,6	362%
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	4.230	13,7	7,1	194%
Sportartikel/Fahrräder/Camping	2.060	6,2	5,9	105%
mittelfristiger Bedarfsbereich	92.890	187,2	82,4	227%
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	1.320	7,7	4,3	179%
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1.210	3,7	3,3	112%
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	3.450	6,9	3,2	217%
Möbel	33.540	56,8	16,4	346%
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	4.680	17,2	9,1	189%
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	4.530	34,4	20,9	165%
Uhren/ Schmuck	1.440	7,4	3,9	188%
Sonstiges*	1.600	2,2	1,7	126%
langfristiger Bedarfsbereich	51.770	92,9	62,9	148%
Gesamt	208.400	583,1	301,7	193%

Quelle: Eigene Berechnung Stadt + Handel 2018 auf Basis ständiger Auswertung handelspezifischer Fachliteratur; Kaufkraftzahlen; IFH 2017; VKF-Angaben gerundet; PBS: Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK: Glas/ Porzellan/ Keramik
* Sonstiges umfasst auch KFZ-Zubehör.

Die Zentralitätswerte in kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich variieren in Wetzlar deutlich.

Insgesamt wird im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von 194 % erzielt, welche insbesondere durch die Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher bedingt wird. Die hohe Zentralität im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel wird insbesondere auch durch die vier, im Wetzlarer Stadtgebiet angesiedelten SB-Warenhäuser bedingt, die infolge ihrer größeren Angebotsbreite und -tiefe bzw. ihrer Dimensionierung in einem deutlich geringeren Maße auf die Nahversorgung ausgerichtet sind und einen entsprechend weitläufigen Einzugsbereich aufweisen. Damit einher geht die seitens der Konsumenten ausgeprägte typische geringere Taktung in der Frequentierung der Versorgungseinrichtung („Wochenendeinkauf“). Mit (Mindest-)Einzugsbereichen von 15.000 - 20.000 Einwohnern und mehr bilden sie somit ein spezifisches Segment des Lebensmitteleinzelhandels ab, welches vorrangig in Mittelzentren und Oberzentren angesiedelt und dort auch raumordnerisch zu verorten ist.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei insgesamt 227 %, wobei die einzelnen Sortimentsgruppen entsprechend der Angebotssituation deutliche Differenzen bezüglich ihrer Zentralitätswerte aufweisen. So werden im mittelfristigen Bedarfsbereich

Zentralitäten zwischen 362 % (GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör) und 105 % (Sportartikel/Fahrräder/Camping) erzielt.

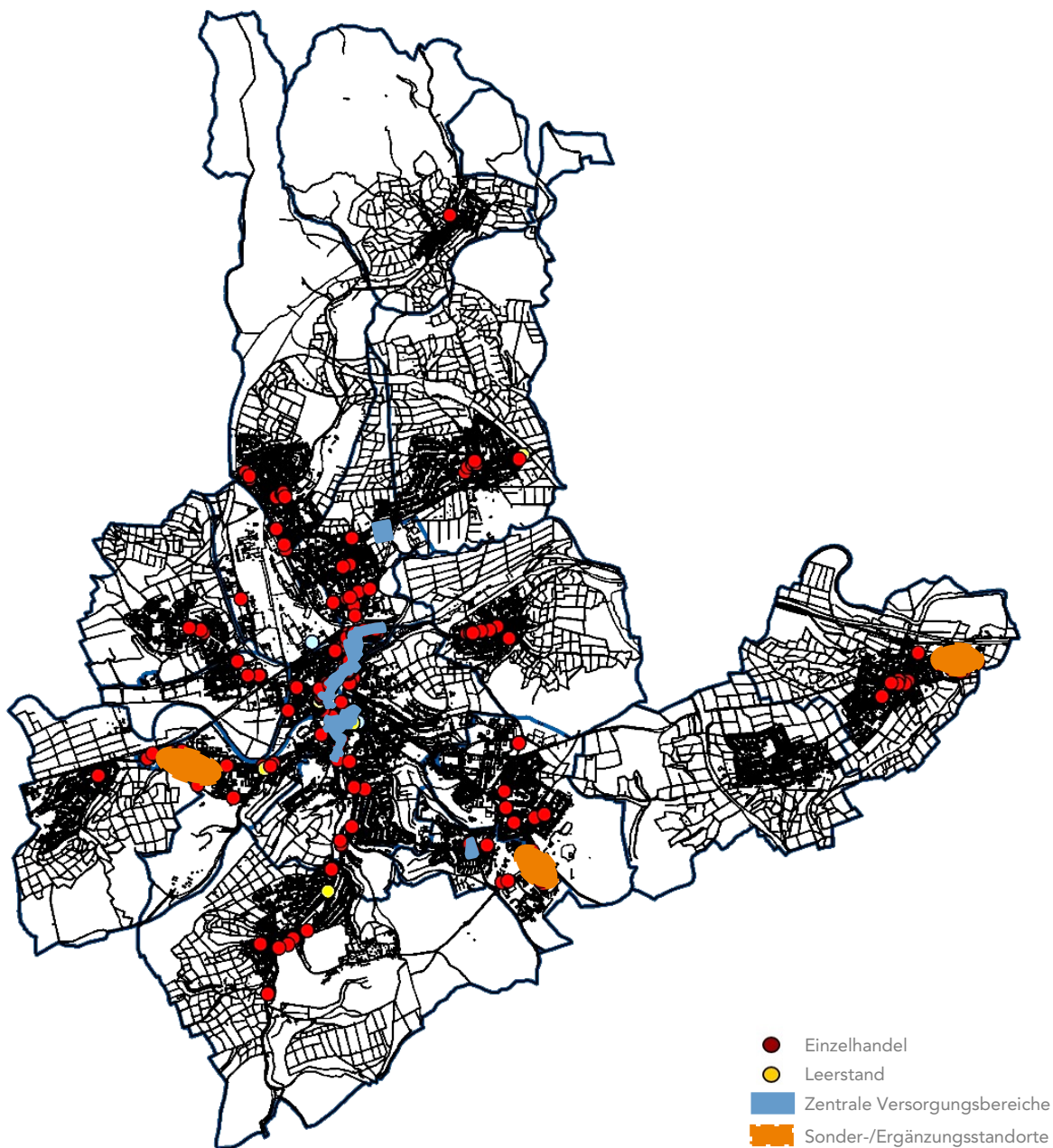
Die Gesamtzentralität der langfristigen Bedarfsgüter beträgt 148 %, woraus sich ebenfalls ein Kaufkraftzufluss erkennen lässt. Auch hier variieren die Zentralitäten warengruppenspezifisch zwischen 112 % in der Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz und 346 % in der Warengruppe Möbel.

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

4.5 Übersicht über die Zentren- und Standortstruktur in Wetzlar

Die Stadt Wetzlar verfügt über eine Zentrenstruktur, die durch mehrere zentrale Versorgungsbereiche unterschiedlicher hierarchischer Ebenen geprägt ist. Darüber hinaus bestehen im Stadtgebiet weitere, zu berücksichtigende Standorte mit besonderer Bedeutung für die Nahversorgung (Nahversorgungsstandorte – vgl. Kapitel 6.7) sowie Einzelhandelskonzentrationen an überwiegend nicht integrierten Standortbereichen (Sonder-/Ergänzungsstandorte). Die nachstehende Abbildung zeigt die Zentren- und Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Wetzlar auf (hier ohne Nahversorgungsstandorte).

Abbildung 11: Die Zentren- und Standortstruktur in Wetzlar



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 9/2016 bzw. 01/2018.; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar; Abgrenzung der ZVB gemäß Kapitel 6.

Eine ausführliche Beschreibung, Bewertung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Wetzlar erfolgt in Kapitel 6. In diesem Kapitel werden die Standorte näher analysiert und bewertet sowie abschließend sowohl Empfehlungen zur künftigen Versorgungsfunktion der einzelnen Standorte als auch Optionen zur Weiterentwicklung der Standorte unter Berücksichtigung der übergeordneten gesamtstädtischen Ziele und der gesamtstädtischen Ansiedlungspotentiale näher dargestellt.

4.6 Zwischenfazit: Handlungsbedarfe zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Wetzlar

Der Einzelhandel in Wetzlar ist durch folgende wesentliche Rahmenbedingungen geprägt:

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Wetzlar liegt mit rd. 96,7 leicht unter dem Bundes- (= 100) und Landesdurchschnitt (Land Hessen 104,1).
- Auf regionaler Ebene besteht insbesondere mit dem Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung) ein Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte. Die benachbarten Mittelzentren (bspw. Herborn und Weilburg) spielen aufgrund eines deutlich schwächer ausgeprägten Einzelhandelsangebots diesbezüglich eine eher geringe Rolle.
- Ein deutlicher Bevölkerungsschwerpunkt besteht in der Wetzlarer Kernstadt mit rd. 59 % der Einwohner. Die weiteren Stadtteile Wetzlars weisen deutlich geringere Einwohneranteile auf.
- Die lokale Einkaufsorientierung auf die Stadt Wetzlar ist in allen Sortimentsbereichen stark ausgeprägt. Eine sehr hohe lokale Einkaufsorientierung ist im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter insbesondere in den Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie, Parfümerie, Kosmetik, Apotheke festzustellen.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 402 Einzelhandelsbetrieben sind rd. 60 % in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt- und Altstadtzentrum angesiedelt. Diese nehmen eine Verkaufsfläche von rd. 58.750 m² (rd. 28 %) ein. Im Altstadtbereich zeigt sich eine für historisch geprägte Innenstadtbereiche typische kleinteilige Verkaufsflächenstruktur (überwiegend Fachgeschäfte/kleinere Betriebe), die insbesondere durch die vorherrschenden städtebaulichen Strukturen bedingt ist. Die Betriebstypenstrukturen im ZVB Innenstadtzentrum sind dagegen sowohl durch großformatige Betreiber (insbesondere Forum und Herkules-Center), als auch durch kleinteilige Geschäftsstrukturen (Bahnhofstraße, Karl-Kellner-Ring und Langgasse) geprägt. Es findet eine gute wechselseitige Ergänzung der Angebotsstrukturen beider ZVB (Innenstadt- und Altstadtzentrum) statt.
- Ein deutlicher Anteil der Verkaufsflächen in den typischerweise innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen Bekleidung (rd. 76 %) und Schuhe/Lederwaren (rd. 82 %) befindet sich im Wetzlarer Innenstadt- und Altstadtzentrum.
- Wetzlar verfügt über nahezu alle Sortimente hinweg über eine lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Wetzlarer Einwohner) von durchschnittlich 60 %, was – in Hinblick auf den zentralörtlichen Status als Oberzentrum (in Funktionsverbindung) – als angemessen zu bewerten ist und sich insbesondere aus der Funktion Wetzlars als eines von drei Oberzentren in Mittelhessen sowie aus der Konkurrenzsituation mit dem Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung) ergibt.

- Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter erreicht Wetzlar eine sehr hohe lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Wetzlarer Einwohner).
- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgruppen wird mit Werten zwischen 60 und 70 % eine hohe Einkaufsorientierung der Wetzlarer auf das Stadtgebiet ersichtlich.
- Im langfristigen Bedarfsbereich bewegt sich die lokale Einkaufsorientierung überwiegend zwischen 50 und 60 %.
- An der Zentralität Wetzlars von rd. 193 %, werden deutliche Kaufkraftzuflüsse in das Wetzlarer Stadtgebiet aus dem Umland ersichtlich.
- Die überdurchschnittlichen Zentralitätswerte im Bereich der mittel- und langfristigen Bedarfsgüter (rd. 227 bzw. rd. 148 %) sind ein Beleg dafür, dass die Stadt Wetzlar die ihr als Oberzentrum (in Funktionsverbindung) zugewiesene Versorgungsfunktion erfüllt (kurzfristige Bedarfsgüter/Grundversorgung auch in Grund- und Mittelzentren).

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- In Wetzlar nehmen die nicht integrierten Lagen einen Verkaufsflächenanteil von rd. 37 % ein. Bedingt werden diese insbesondere durch die an den Sonder-/Ergänzungsstandorten Silhöfer Aue (Westend), Gewerbegebiet Dutenhofen und Hörnsheimer Eck angesiedelten strukturprägenden Betriebe mit u.a. zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie weitere im Stadtgebiet angesiedelte strukturprägende Nahversorgungsbetriebe.
- Es bestehen ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Wetzlarer Stadtgebiets insbesondere zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und den Standortbereichen (Sonder-/Ergänzungsstandorten) Silhöfer Aue (Westend), Gewerbegebiet Dutenhofen und Hörnsheimer Eck.
- Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel befinden sich rd. 55 % der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen.
- In den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/ Einrichtung, Spielwaren, Sportartikel wird ersichtlich, dass für die Wetzlarer Kunden auch das in Gießen bereitgestellte Angebot genutzt wird bzw. auch der Einkauf im Internet eine Rolle spielt.
- Bei den Sortimenten Neue Medien/Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten werden in der lokalen Einkaufsorientierung der Wetzlarer die hohe Onlineaffinität der Sortimente bzw. die entsprechend anzunehmenden Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel ersichtlich.
- Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt zudem daraus, dass einerseits die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Wetzlars für die Zukunft gesichert werden und

nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Andererseits sollten praxisnahe und marktgerechte Optimierungslösungen für diejenigen Aspekte entwickelt werden, die eher kritisch zu bewerten sind. Solche Lösungen werden in den anschließenden Kapiteln dieses Konzepts sowohl in städtebaulicher Sicht als auch funktional erarbeitet.

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

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

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

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

5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

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

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

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

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

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

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungsspielräume auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potentialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Eben-

so können Betriebsverlagerungen innerhalb Wetzlars gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotential neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist²⁷.

5.1.2 Methodik und Berechnung

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

Abbildung 12: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: Eigene Darstellung.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwick-

²⁷ Im Sinne der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotentiale würde sich eine entsprechende Verlagerung neutral verhalten. Jedoch können mit Betriebsverlagerungen durchaus städtebauliche Auswirkungen auf die Zentren- und Standortstruktur der Stadt Wetzlar verbunden sein.

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

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

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

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Zur Untersuchung der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Wetzlar werden Daten des Landes Hessen (Prognoseebene Regierungsbezirk Gießen) zugrunde gelegt. Nach den Bevölkerungsprognosen sind für die Stadt Wetzlar bis zum Jahr 2020 Bevölkerungsabnahmen von rd. 2,5 % (Basisjahr 2014) sowie zwischen 2020 und 2030 leichte Bevölkerungsrückgänge von rd. - 1,7 % zu erwarten²⁸. Insgesamt ergibt sich zwischen 2014 und 2030 ein prognostizierter leichter Bevölkerungszuwachs von rd. 0,7 %.

Falls sich die Bevölkerungsentwicklung der letzten Jahre (Bevölkerungszuwachs) weiter fortsetzt, ist auch in den nächsten Jahren vom einem weiteren Bevölkerungszuwachs in Wetzlar auszugehen. Dies belegt auch der regionale Konjunkturbericht 2013, welcher entgegen der für die hessischen Landkreise und kreisfreien Städte vom Institut für Wohnen und Umwelt prognostizierten Abnahme der Bevölkerung auf Kreisebene für die Stadt Wetzlar zwischen 2020 und 2030 eine Bevölkerungszunahme prognostiziert.

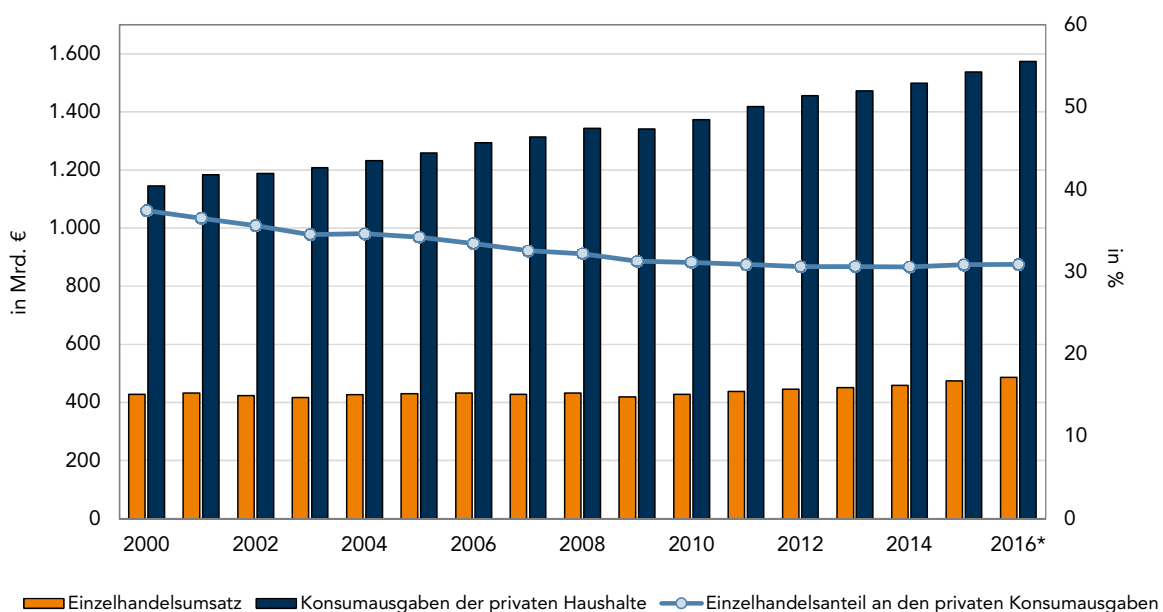
Aus der vergangenen sowie der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind daher leicht positive Impulse für die künftige einzelhandelsrelevante Kaufkraft zu erwarten. Aufgrund des demographischen Wandels wird es darüber hinaus in einigen Warengruppen zu Kaufkraftverschiebungen kommen. Beispielsweise werden durch die Zunahme älterer Altersgruppen medizinische und orthopädische Artikel stärker nachgefragt als bislang, respektive wird von einem Nachfragerückgang z.B. im Bereich der Spielwaren auszugehen sein.

²⁸ Bevölkerungsprognose des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung (Basisjahr 2014).

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt knapp 33 % (rd. 390 Mrd. Euro) auf rd. 1.570 Mrd. Euro deutlich gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft wuchs dagegen im gleichen Zeitraum nur um rd. 12 % (rd. 54 Mrd. Euro). In der Zusammenschau wird offensichtlich, dass der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben, welcher im Jahr 2000 noch bei rd. 37,4 % lag, bis zum Jahr 2016 nach einem nahezu stetigen Rückgang nur noch rd. 30,9 % ausmacht (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 13: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2018 nach Statistisches Bundesamt 2018; EHI 2018; *Prognose.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben²⁹ in der Summe seit Jahren stagnieren bzw. zurückgehen (vgl. Kapitel 4.1). Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts der aktuellen unsicheren konjunkturellen Lage für den Einzelhandel und dessen einzelne Branchen nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens werden zum einen die aktuellen Kaufkraftwerte des Jahres 2017³⁰ sowie zum anderen als mögliche

²⁹ Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf ein zusätzliches absatzwirtschaftlich tragfähiges Entwicklungspotential ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

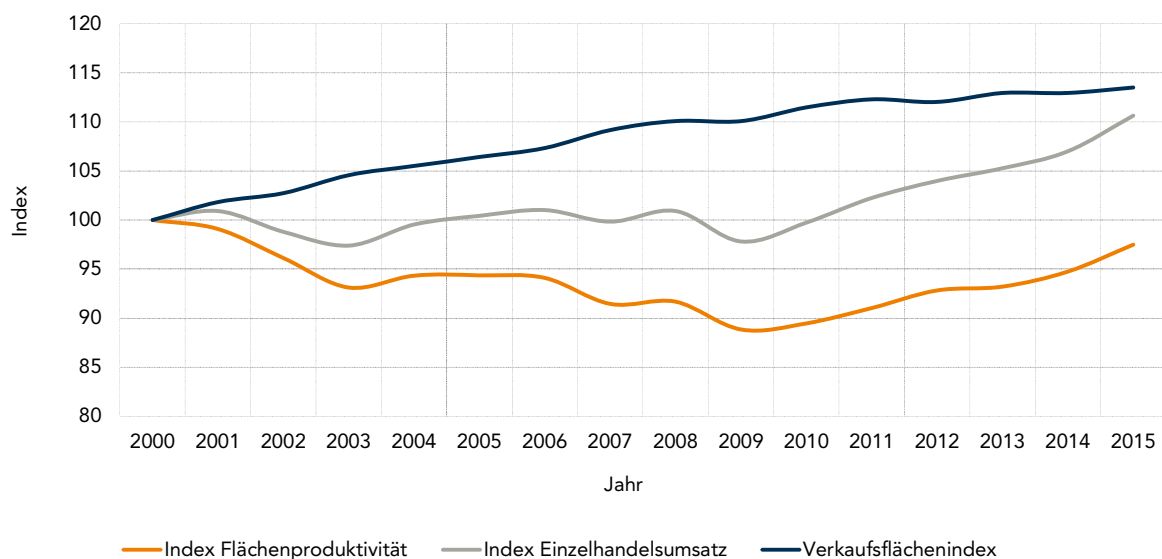
³⁰ Kaufkraftwerte des Jahres 2017 des INSTITUTS FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH (IfH).

Spannweite sowohl eine moderat steigende als auch eine stagnierende zukünftig zu erwartende Kaufkraftentwicklung eingestellt.

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 2000 bis 2015 erfolgte bundesweit ein nahezu stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung bis zum Jahr 2009 nahezu, so dass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

Abbildung 14: Entwicklungsindex der Flächenproduktion von 2000 bis 2015



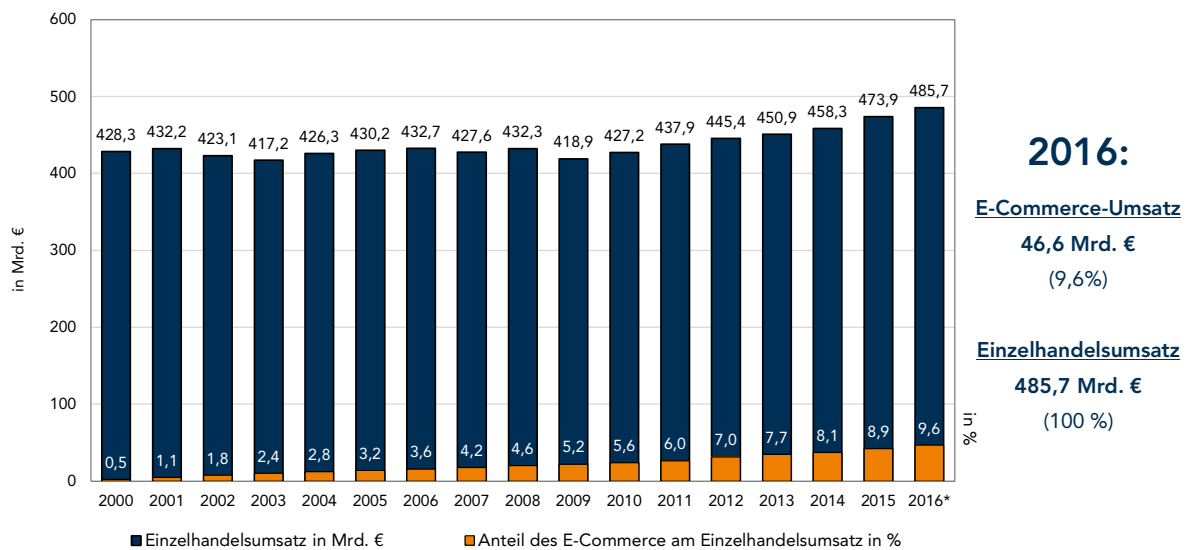
Quelle: Eigene Berechnungen nach Hahn Gruppe 2000 bis 2017

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

Online-Handel als Herausforderung für den Einzelhandel

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

Abbildung 15: Anteil des E-Commerce am Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland von 2000 bis 2015 und Prognose für 2016



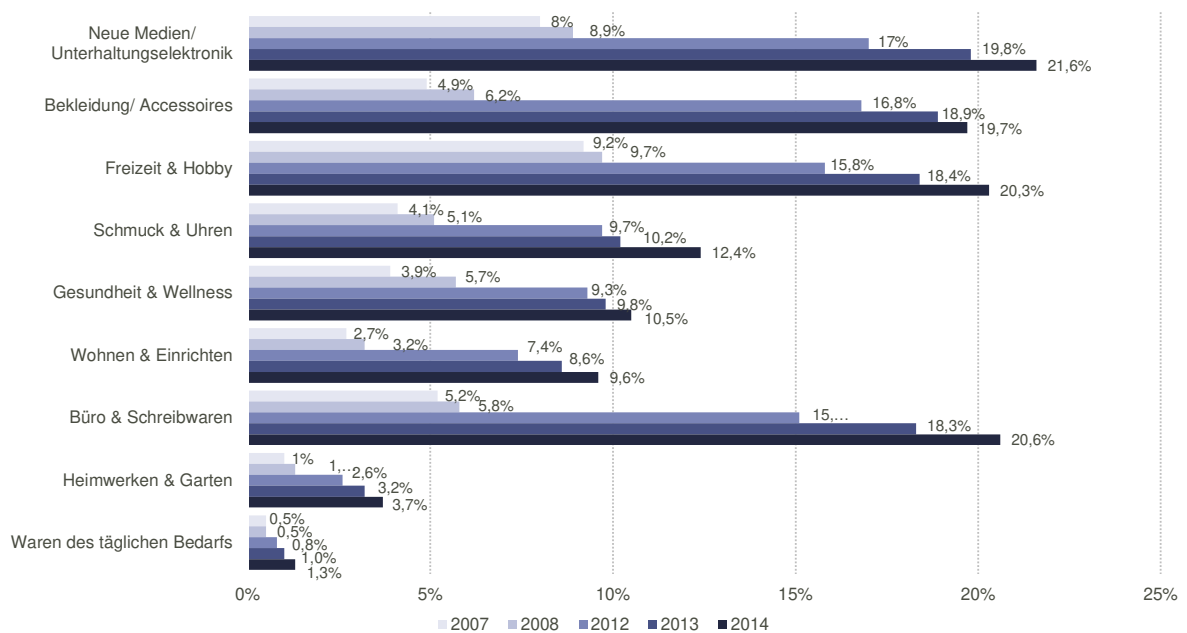
Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2018 nach EHI 2018; *Prognosewerte für 2016.

Im Jahr 2016 umfasste der E-Commerce insgesamt ein Volumen von rd. 46,6 Mrd. Euro (rd. 9,6 % des Gesamtumsatzes) mit stetig wachsenden Umsatzanteilen. In welcher Form dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen jedoch davon aus, dass der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2025 bei rd. 20 bis 25 % liegen wird.

Hinsichtlich der Bedeutung des E-Commerce sind zwischen den einzelnen Warengruppen große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen bereits im Jahr 2014 signifikante Marktanteile i.H.v. 20 bzw. 22 %³¹ und mehr auf. In anderen (insbesondere kurzfristigen) Warengruppen des täglichen Bedarfs (u.A. Nahrungs- und Genussmittel) vollzieht sich die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen auf einem deutlich niedrigerem Niveau (2014: 1,0 %).

³¹ Anteile des Online-Handels am Gesamtumsatz der jeweiligen Warengruppe. Nach: Handelsdaten 2018, Statista 2018, Fashion 2025.

Abbildung 16: Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz einzelner Sortimentsbereiche in % in Deutschland



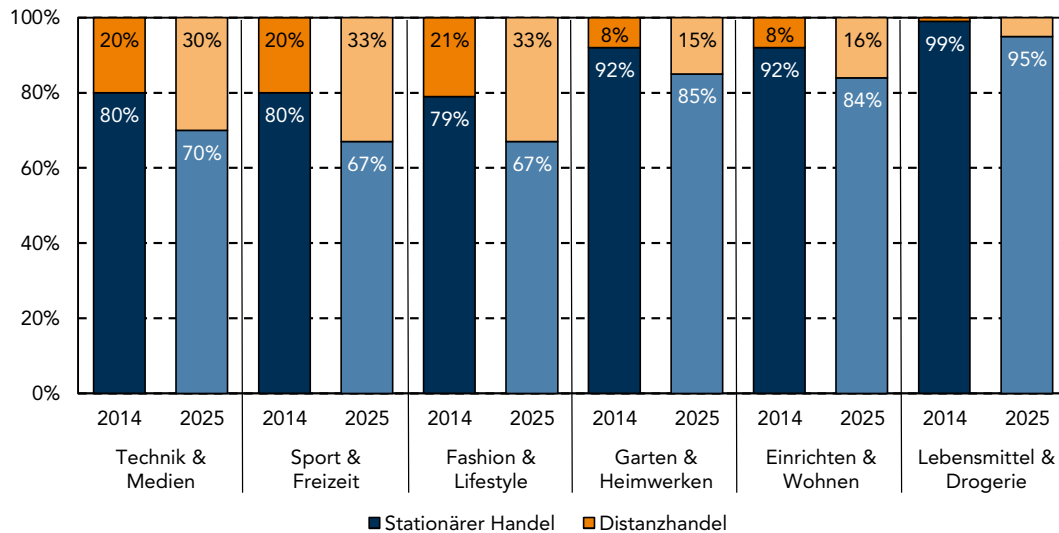
Quelle: Eigene Darstellung nach Handelsdaten 2018, Statista 2018, Fashion 2025.

Werden die Umsätze des durch den Online-Handel bisher nur geringfügig betroffenen Lebensmitteleinzelhandels nicht berücksichtigt, so wird hinsichtlich der weiteren Warengruppen eine deutlich höhere Bedeutung des E-Commerce ersichtlich.

Auf Basis der dargestellten Entwicklungen und Prognosen wurden sortimentspezifische Annahmen für die Entwicklung des Online Handels bis 2026 (Prognosejahr des Absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens) abgeleitet und in die Modellierung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens eingestellt.

Abbildung 17: Sortimentspezifische Entwicklung des Distanzhandels

Anteile am Einzelhandelsumsatz je Warengruppe 2014 und Prognose 2025 in %

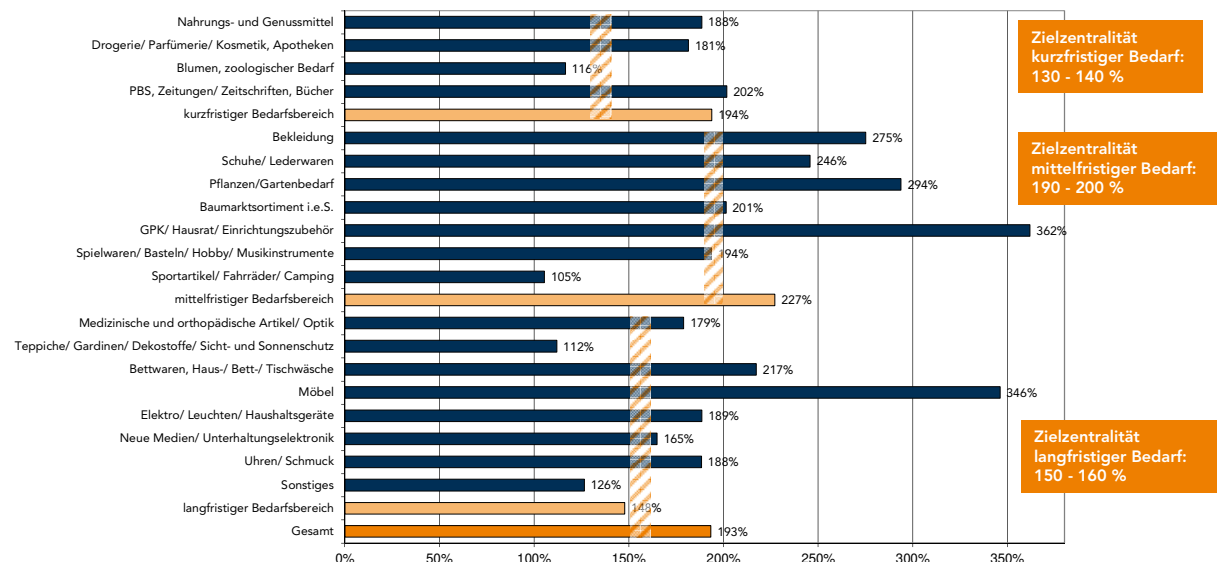


Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach GfK GeoMarketing GmbH 2015

Versorgungsauftrag: Ziel-Zentralitäten

Die heutige Einzelhandelszentralität von Wetzlar beträgt rd. 193 % (vgl. Kap. 4). Anhand dieses Kennwerts wird ersichtlich, dass die Stadt ihrem Versorgungsauftrag als Oberzentrum (in Funktionsverbindung) nahezu in allen Sortimentsbereichen gerecht wird.

Abbildung 18: Zentralitäten nach Sortimentsgruppen



Quelle: Eigene Annahmen auf Basis der ermittelten Zentralitätswerte.

In den Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs erzielt die Stadt Wetzlar bereits heute eine Zentralität von rd. 194 %. Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs ist dauerhaft eine Ziel-Zentralität von bis zu rd. 130 - 140 % entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen, gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, vollständig zur Verfügung gestellt werden sollen. In den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken und PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher erreicht die Stadt Wetzlar bereits heute Zentralitäten zwischen 181 und 202 %.

Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs werden in Wetzlar aufgrund der Wettbewerbssituation im Umfeld der Stadt – Konkurrenz zum östlich liegenden Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung) - Grund- und Mittelzentren im Norden, Süden, Westen - sowie im Hinblick auf den landesplanerischen Versorgungsauftrag Ziel-Zentralitäten von 190 - 200 % im mittelfristigen Bedarfsbereich und Ziel-Zentralitäten von 150 - 160 % im langfristigen Bedarfsbereich angenommen.

Aufgrund der bereits aktuell bestehenden guten Angebotssituation in Wetzlar resultieren in Verbindung mit den angenommenen Ziel-Zentralitäten nur Entwicklungsbedarfe für einige wenige Warengruppen.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich bestehen zur Sicherung und weiteren Qualifizierung der Nahversorgung insbesondere in den Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel und Blumen, zoologischer Bedarf Verbesserungspotentiale zur Arrondierung und für Neuansiedlungen. Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgüter sind Verbesserungspotentiale zur Arrondierung bei den Zentralitätswerten für die Sortimentsbereiche Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Baumarktsortiment i.e.S. und Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente sowie Verbesserungspotentiale zur Arrondierung und für Neuansiedlungen im Sortimentsbereich Sportartikel/Fahrräder/Camping festzustellen. Darüber hinaus bestehen im langfristigen Bedarfsbereich Verbesserungspotentiale zur Arrondierung bei den Zentralitätswerten für die Sortimentsbereiche Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz, Möbel und Neue Medien/Unterhaltungselektronik (vgl. auch Tabelle 8).

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Wetzlar

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

Tabelle 5: Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Wetzlar bis 2026

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

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

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016, partielle Aktualisierung Januar 2018; Werte gerundet

Für Wetzlar bedeuten die Prognoseergebnisse des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens, dass

- die Stadt Wetzlar die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion nahezu in allen Sortimentsbereichen erfüllt.
- nur in einigen wenigen Warengruppen noch nennenswerte Entwicklungsmöglichkeiten bestehen.
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotential neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu).
- bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche Wetzlars einerseits oder die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert.
- angesichts des teils begrenzten Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell müssen diese Ansiedlungsspielräume stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; da nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotential einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt

entspricht. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht zu berücksichtigende Marktfaktoren³² zugrunde; diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen.

Die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Wetzlar wird zum einen durch die bereits aktuell bestehende Verkaufsflächenausstattung (bzw. das gute qualitative und quantitative Angebot) sowie durch die regionale Wettbewerbssituation (mit dem angrenzenden Oberzentrum Gießen (in Funktionsverbindung)), gehemmt.

Darüber hinaus wird die Einzelhandelsentwicklung in Wetzlar auch durch allgemeine Trends, bspw. durch den zukünftig prognostizierten weiteren Kaufkraftabfluss in den Onlinehandel (vorrangig in den onlineaffinen Sortimentsbereichen) sowie rückläufige Expansionstätigkeiten aufgrund einer steigenden Marktsättigung, beeinflusst.

Somit ist perspektivisch nicht von einem – trotz der z. T. erkennbaren rechnerischen Entwicklungspotenziale – hohen Neuansiedlungsdruck in den zentralen Versorgungsbereichen Wetzlars auszugehen. Erschwerend hinzukommt, dass die in den ZVB vorhandenen Ladeneinheiten z. T. nicht den aktuellen Anforderungen expansiver Einzelhandelsformate/Betreiber entsprechen.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die prognostizierten Entwicklungspotenziale keine „Grenze der Entwicklung“ darstellen, sondern vielmehr als Orientierungsmaßstab verstanden werden. Auch Vorhaben, die die absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenspielflächen überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Wetzlar korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

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

Kurzfristiger Bedarfsbereich

In diesem Sortimentsbereich ist ein gewisser, wenn auch begrenzter absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen zur Sicherung und weiteren Qualifizierung der Nahversorgung vorhanden. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel kann das Verkaufsflächenpotential zur Arrondierung bestehender oder zur Ansiedlung neuer Betriebe genutzt werden. Optimal wären Ansiedlungen in jenen Bereichen bzw. Stadtteilen, in denen aktuell räumliche Nahversorgungsdefizite bestehen. Berücksichtigt werden muss hierbei auch, dass Grundzentren nach den Zielstellungen der Regional- und Landesplanung die wohnortnahe Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung sicherstellen sollen. Grundzentren erfüllen oft jedoch nicht die Rahmenbedingungen zur Ansiedlung aktuell marktgängiger Konzepte von

³² Stellung im regionalen Wettbewerb, Positionierung gegenüber Mitbewerbern etc.

Lebensmittelanbietern (insbesondere notwendige Mantelbevölkerung). Entwicklungspotenziale bestehen zudem im Sortimentsbereich Blumen, zoologischer Bedarf für die Ansiedlung eines kleinen Fachmarktes. In den weiteren Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs kann das Verkaufsflächenpotential zur Arrondierung der bestehenden Betriebe genutzt werden. Nähere Empfehlungen zur Verbesserung der Nahversorgungsstruktur werden in Kapitel 6.6.3 vorgestellt.

Mittelfristiger Bedarfsbereich

Das Verkaufsflächenpotential im mittelfristigen Bedarfsbereich ergibt sich im Wesentlichen durch die Warengruppe Sportartikel/Fahrräder/Camping, in welcher Verkaufsflächenpotentiale zur Ansiedlung eines Fachmarktes bestehen. In den weiteren Sortimentsgruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs (bspw. in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Baumarktsortiment i.e.S., Spielwaren/Basteln/ Hobby/Musikinstrumente) kann das Verkaufsflächenpotential zur Arrondierung der bestehenden Angebotsstrukturen und zur Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Wetzlar genutzt werden.

Langfristiger Bedarfsbereich

Im langfristigen Bedarfsbereich ergeben sich aufgrund der bereits aktuell guten Verkaufsflächenausstattung der Stadt Wetzlar insbesondere Verkaufsflächenpotentiale zur Arrondierung der bestehenden Angebotsstrukturen.

5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Wetzlar

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

1. Stärkung der Zentralen Versorgungsbereiche: Stärkung des ZVB Innenstadtzentrums und des ZVB Altstadtzentrums in ihrer Versorgungsfunktion entsprechend der bestehenden spezifischen Strukturen/funktionalen Ausrichtung und formulierten Entwicklungszielstellungen. Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf andere ZVB sowie die flächendeckende Nahversorgung vermeiden.
2. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung: Sinnvolle Standorte - insbesondere die Nahversorgungszentren sowie die Nahversorgungsstandorte - sichern, stärken und ergänzen. Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die anderen ZVB vermeiden. Ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung in kleineren Ortsteilen entwickeln.
3. Bereitstellung von ergänzenden Sonderstandorten: Ergänzend und im Rahmen einer eindeutigen Regelung Standorte für den großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel bereitstellen, ohne hierbei die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen durch restriktiven Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten.

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

Für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung ist zum einen eine genaue Definition der zentrenrelevanten bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente (vgl. Kapitel 6.8) und zum anderen ein entsprechend konzipiertes Zentren- und Standortkonzept (vgl. Kapitel 6 ff.), welches auf diese Entwicklungszielstellung näher eingeht und diese räumlich konkretisiert, erforderlich. Darüber hinaus ist auch die Erarbeitung von Ansiedlungsleitsätzen mit Bezug auf die definierten Sortimentsgruppen essentieller Bestandteil des vorliegenden Einzelhandelskonzepts (vgl. Kapitel 6.9).

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Entwicklungszielstellung: Im Fokus der Entwicklung stehen die zentralen Versorgungsbereiche, die gesichert und gestärkt werden sollen.

Abbildung 19: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Wetzlar

1. Ziel: Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche

▪ Ausweisung und Entwicklung der ZVB:

ZVB:

- Stärkung der ZVB entsprechend ihrer funktionalen Ausrichtung durch die Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen
- Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf andere ZVB und auf die Nahversorgung vermeiden

2. Ziel: Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

- 1. Priorität: ZVB - Sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen
- 2. Priorität: Nahversorgungsstandorte - Sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen
- In den Stadtteilen: Stadtteilspezifisch angepasste Nahversorgung

- Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf andere ZVB und auf die Nahversorgung vermeiden

3. Ziel: Bereitstellung ergänzender Standorte

- Arrondierung des städtischen Angebots mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel
- Anpassung/ Beachtung übergeordnete Planung (z. B. LEP Hessen)
- Restriktive Handhabung zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

Quelle: Eigene Darstellung.

6 Einzelhandelskonzept für Wetzlar

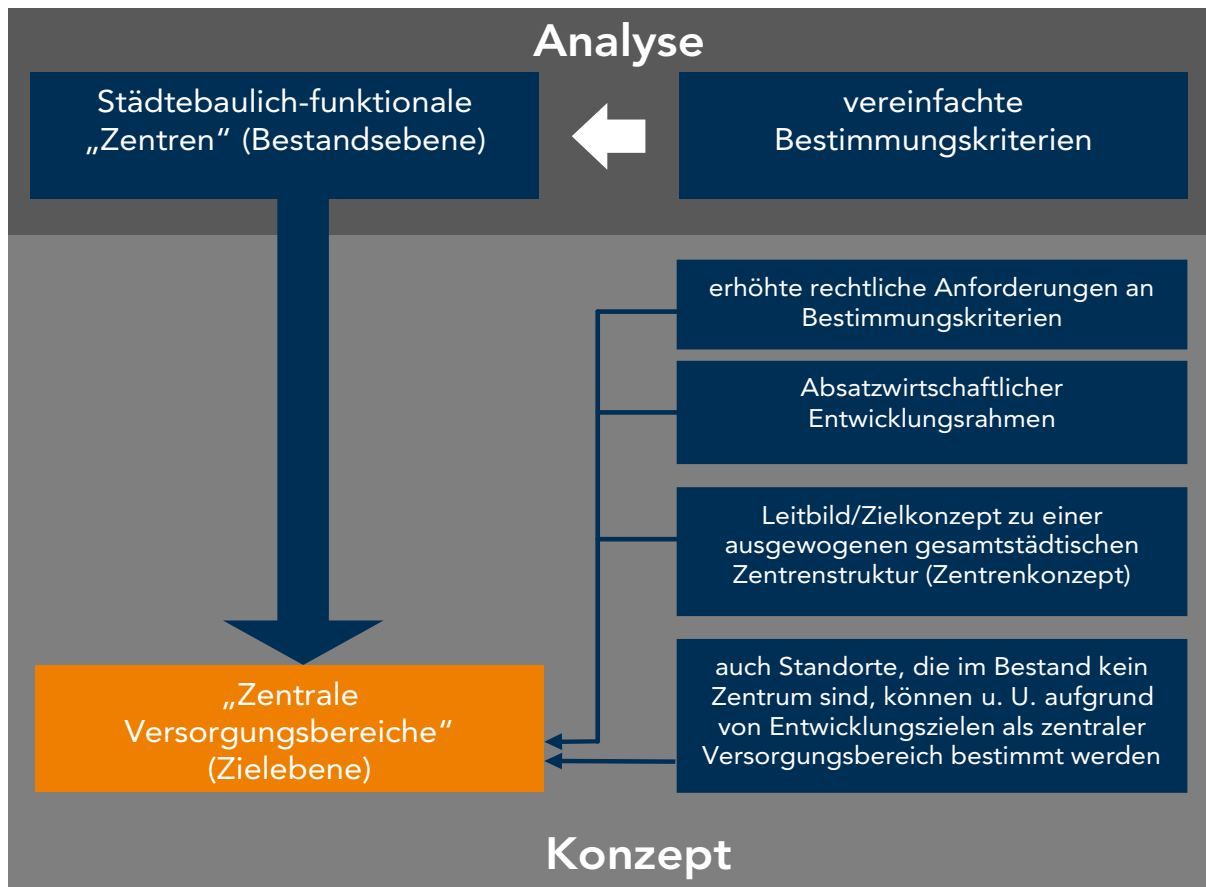
Auf den übergeordneten Leitlinien aufbauend werden im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente vorgestellt. Diese sind neben dem Zentren- und Standortkonzept (Kap. 6.1 bis 6.4) und der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Sortimentsliste Wetzlar“, Kap. 6.8) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze (Kap. 6.9). Das Umsetzungs- und Steuerungskonzept wird vervollständigt durch planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen für Wetzlar (vgl. Kapitel 6.10).

6.1 Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche in Wetzlar

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

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

Abbildung 20: Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren



Quelle: Eigene Darstellung.

In Wetzlar werden vier Zentren als zentrale Versorgungsbereiche für die Zukunft empfohlen:

ZVB Innenstadtzentrum und ZVB Altstadtzentrum

- Hierarchisch kommt dem Innenstadtzentrum und dem Altstadtzentrum eine gleichwertige Bedeutung zu. Bedingt durch die deutlich unterschiedlichen Strukturen beider ZVB wird hier das Grundprinzip einer funktionalen Aufgabenzuweisung bzw. einer ausgewogenen Aufgabenteilung zugrunde gelegt, so dass es dauerhaft nicht zu einer wechselseitigen Beeinträchtigung der Entwicklungsoptionen beider Teilbereiche untereinander kommt.

Nahversorgungszentrum Am Sturzkopf und Nahversorgungszentrum Nauanheimer Straße

- Neben dem Innenstadt- und dem Altstadtzentrum werden die Nahversorgungszentren Am Sturzkopf und Nauanheimer Straße empfohlen. Diese sind hierarchisch den ZVB Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum untergeordnet und sollen konzeptionell heute, wie auch zukünftig, insbesondere Nahversorgungsfunktionen übernehmen.

Obschon weitere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen lassen, weisen diese Standorte nicht die erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei diesen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass diese Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen insbesondere im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter übernehmen können und sollten, etwa die Funktion als Nahversorgungsstandorte (vgl. hierzu Kapitel 6.7.2).

6.2 Zentrale Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum

Die in der Hierarchisierung gleichwertigen zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen für die in der Kernstadt Wetzlars lebende Bevölkerung. Darüber hinaus erfüllen die beiden Zentralen Versorgungsbereiche auch Versorgungsfunktionen für die in den anderen Stadtteilen Wetzlars lebenden Einwohner. Als städtebauliche Zentren der regional- und landesplanerisch als Oberzentrum (in Funktionsverbindung) ausgewiesenen Kommune sollen die ZVB Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualitätsstufen, ergänzt um langfristig nachgefragte Bedarfsgüter, bereithalten.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen; er trägt somit erheblich zu einer vitalen kulturellen, handwerks- und dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt bei. Die Multifunktionalität der innerstädtischen ZVB wird durch das Wohnen und eine angemessene Verkehrsinfrastruktur sowie nicht zuletzt durch öffentliche Einrichtungen und Freizeitangebote ergänzt. Als vitale und vielfältige Mittelpunkte der Stadt sollen die ZVB Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum (trotz der in Teilbereichen bestehenden Defizite – vgl. nachfolgende Kapitel) nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt Wetzlar, insbesondere des Kernstadtbereichs, fördern.

Lage und Anbindung

Das Wetzlarer Innenstadtzentrum und das Altstadtzentrum liegen zentral in der Kernstadt Wetzlars und sind für den motorisierten Individualverkehr gut zu erreichen. Durch den Anschluss an die den ZVB Innenstadtzentrum im Norden tangierende B 49 bzw. die innerhalb des Stadtgebiets liegenden Autobahnanschlussstellen Wetzlarer Kreuz, Wetzlar Ost und Wetzlar Süd besteht eine Einbindung in das überregionale Fernverkehrsnetz. Zudem wird durch die Bundesstraßen B 49 und B 277 sowie verschiedene Landstraßen eine gute Anbindung des Innenstadt- und Altstadtzentrums an die weiteren Stadtteile Wetzlars und das

Umland gewährleistet. Durch den im Norden an den ZVB Innenstadtzentrum anschließenden Bahnhof besteht darüber hinaus über mehrere Buslinien sowie RB- und RE-Züge eine sehr gute ÖPNV-Anbindung. Innerhalb beider Zentren sind die Voraussetzungen für eine fußläufige Erschließung durch Straßen und Wege als gut zu bewerten.

Räumliche Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums und des Altstadtzentrums als zentrale Versorgungsbereiche erforderlich.

Die im Einzelhandelsentwicklungskonzept 1999 vorgenommene Abgrenzung des Einzelhandelsentwicklungsbereichs in der Wetzlarer Kernstadt entspricht nicht den aktuellen Anforderungen an eine parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Zudem sind seit dem Jahr 1999 erhebliche Veränderungen des Einzelhandelsbestands erfolgt, welche eine Anpassung des Zentrenumrisses erfordern. Die bestehende (1999) Abgrenzung des Einzelhandelsentwicklungsbereichs sowie die zukünftigen Abgrenzungen (2018) des ZVB Innenstadtzentrum und des ZVB Altstadtzentrum sind Abbildung 21 und Abbildung 23 zu entnehmen. Hierbei ist zu beachten, dass der Einzelhandelsentwicklungsbereich 1999 sowohl das Gebiet des Innenstadtzentrums, als auch das Gebiet des Altstadtzentrums umfasste. Im aktuellen Konzept erfolgt mit der Ausweisung des ZVB Innenstadtzentrum und des ZVB Altstadtzentrum eine funktionale und räumliche Differenzierung der Einzelhandelsstrukturen in der Wetzlarer Innenstadt.

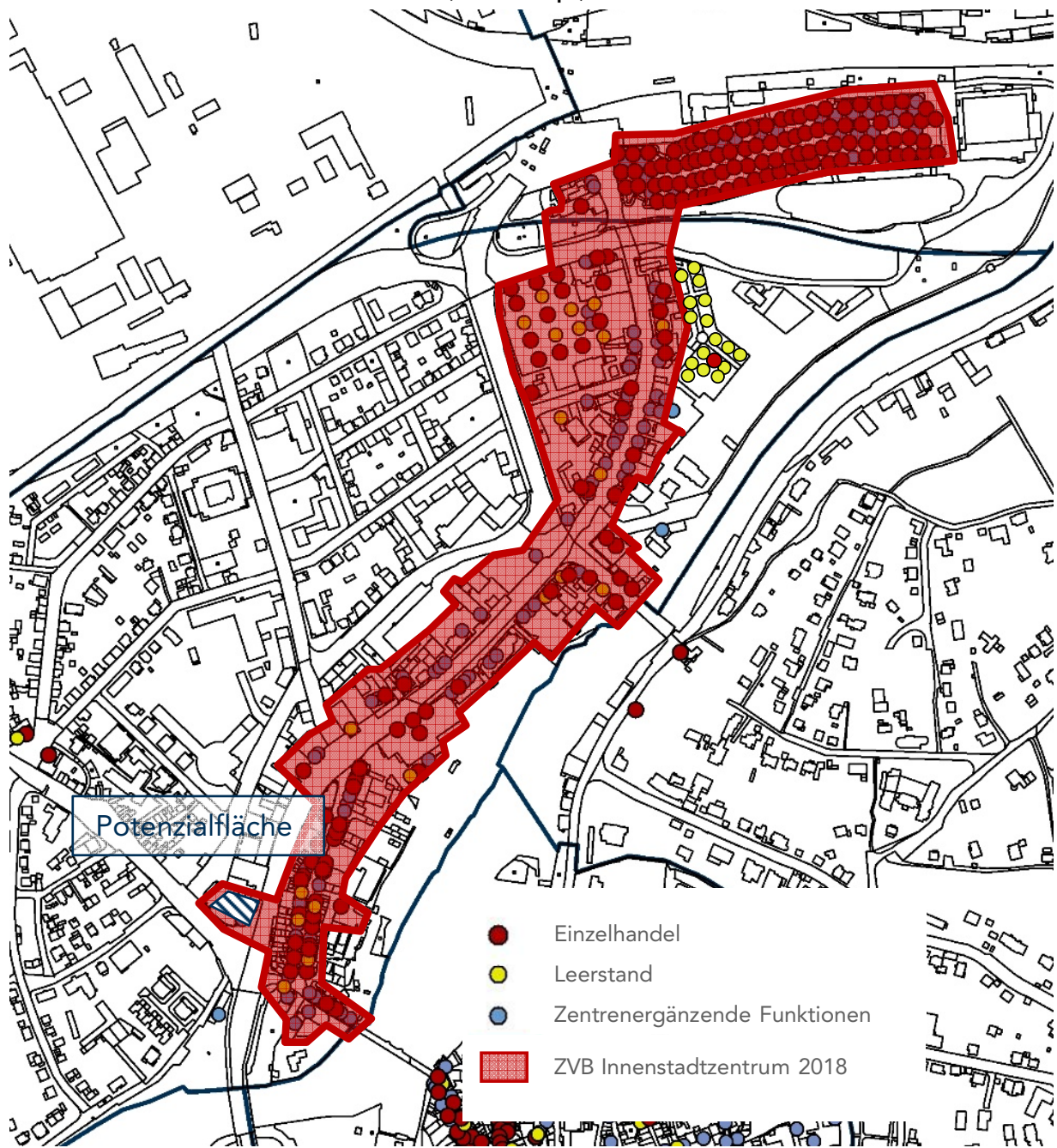
6.2.1 Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

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

Es ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien begründete, Abbildung 21 zu entnehmende Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs:

Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen, umfasst der zentrale Versorgungsbereich die zentrale, von Norden nach Süden verlaufende Achse Bahnhofstraße, Karl-Kellner-Ring (zwischen Buderusplatz und Langgasse) und Langgasse. Mit einbezogen wird zudem das am nördlichen Ende des ZVB gelegene Einkaufszentrum Forum sowie das Herkules-Center. Außerhalb dieser Begrenzung ist nur noch ein stark perforierter Einzelhandelsbesatz und ein stark ausgedünnter Besatz an zentrenergänzenden Funktionen verortet (Ausnahme der östlich der Lahn anschließende ZVB Altstadtzentrum), der keinen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich aufweist. Darüber hinausgehende Bereiche sind überwiegend durch Wohnbebauung geprägt.

Abbildung 21: Abgrenzung und räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum aktuell (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016 und Bestandsaktualisierung im Innenstadtzentrum 01/2018; Einzelhandelsentwicklungskonzept Wetzlar 1999; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

Standortmerkmale

Im ZVB Innenstadtzentrum befinden sich 167 Einzelhandelsbetriebe (rd. 42 % aller Einzelhandelsbetriebe), welche im Jahr 2018 über eine Verkaufsfläche von rd. 51.750 m² (rd. 25 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) verfügen. Der ZVB Innenstadtzentrum weist räumlich

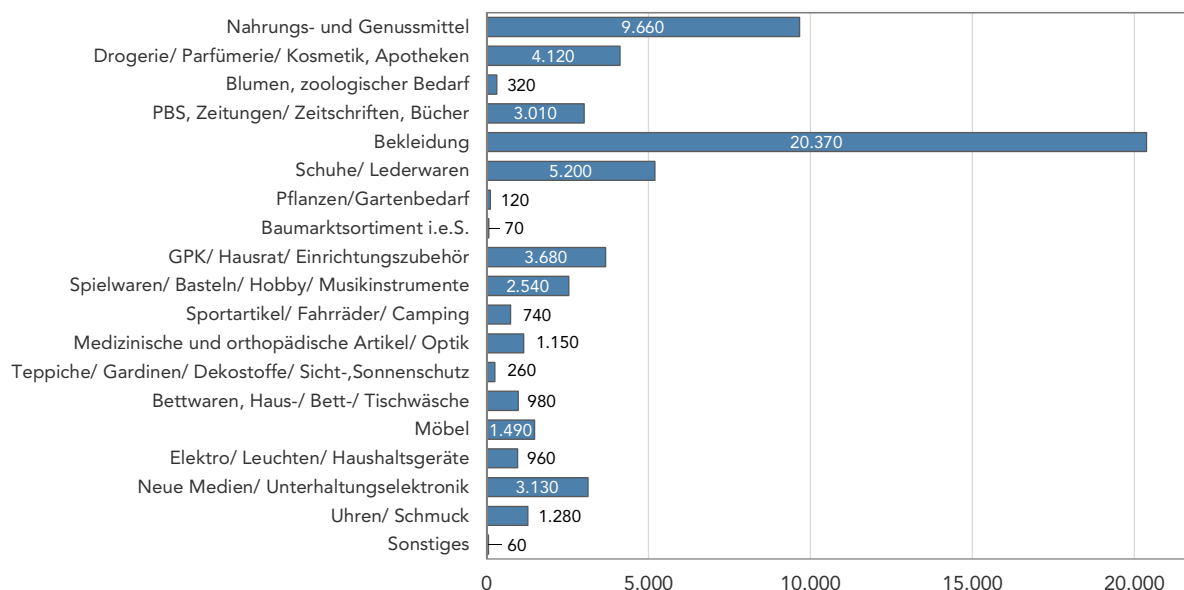
deutlich variierende Einzelhandelsstrukturen und auch deutlich variierende städtebauliche Strukturen auf.

Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch 115 zentrenergänzende Funktionen (u.a. Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe), welche die Gesamtfunktionalität des zentralen Versorgungsbereichs deutlich fördern. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen, Schneidereien zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Die zentrenergänzenden Funktionen sind räumlich über das Innenstadtzentrum verteilt.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird das Einzelhandelsangebot zudem durch den in der Bahnhofstraße stattfindenden Wochenmarkt arrondiert, welcher auch als wichtiger Frequenzbringer fungiert.

Mit einem Verkaufsflächenanteil von 57 % liegt ein deutlicher Angebotsschwerpunkt des ZVB Innenstadtzentrum im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgüter und hier insbesondere im Bereich der typischen zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren (rd. 47 % der innerstädtischen Verkaufsflächen, vgl. nachstehende Abbildung).

Abbildung 22: ZVB Innenstadtzentrum Wetzlar – Verkaufsflächen nach Warengruppen



Quelle: Eigene Darstellung nach Einzelhandelsbestandsaktualisierung Stadt + Handel 01/2018.

Zum Zeitpunkt der Bestandsaktualisierung (01/2018) standen im ZVB Innenstadtzentrum insgesamt 15 Ladenlokale³³ leer. Bei den Leerständen handelt es sich zum größten Teil um kleinere Ladenlokale. Bezogen auf das Innenstadtzentrum ergibt sich insgesamt eine Leer-

³³ ohne Leerstände Herkules-Center – Ansiedlung Poco Domäne geplant, ohne Fielmann Ladenumbau und ohne Leerstände in den Lahnhöfen.

standsquote von rd. 8 % an allen verfügbaren Ladenlokalen. Dies stellt einen durchschnittlichen Wert für ein Innenstadtzentrum eines Oberzentrums (in Funktionsverbindung) dar. Eine gewisse Konzentration der Leerstände ist im Bereich der Langgasse festzustellen, in welcher erste Ansätze einer Leerstandsproblematik erkennbar werden. Dieser sollte mittels baldigen Nachnutzungen oder Zwischennutzungen der Ladenleerstände entgegengewirkt werden. Bedingt durch die geringen Verkaufsflächendimensionen der Leerstände, die größtenteils unter 50-100 m² liegen bzw. die baulichen Strukturen der Leerstände (keine optimalen Flächenzuschnitte, baulicher Zustand), kommen als Nachnutzung nur Einzelhandelsortimente mit geringem Flächenbedarf, oder andere Kleinflächenkonzepte (auch zentrenergänzende Funktionen) in Frage.

Nutzungsstrukturen

Im Norden des ZVB wird der Einzelhandelsbesatz insbesondere durch klein- und großflächige, überwiegend filialisierte Betriebe geprägt, die im Einkaufszentrum Forum sowie in dem in der Bahnhofstraße befindlichen Herkules-Center angesiedelt sind. Mit verschiedenen Lebensmittelmärkten, Bekleidungs-, Schuh- und Elektronikanbietern sind viele Magnetbetriebe der Wetzlarer Innenstadt im Norden des ZVB konzentriert. Der in der Fußgängerzone Bahnhofstraße anschließende Geschäftsbesatz ist dagegen überwiegend kleinteilig und durch viele zentrenergänzende Funktionen geprägt. Dem Einzelhandelsbesatz kommt hier nur eine untergeordnete Bedeutung zu. Die Bahnhofstraße übernimmt somit wichtige Ergänzungsfunktionen zu dem deutlich ausgeprägten Einzelhandelsschwerpunkt im Norden des ZVB. In den letzten Jahren ist eine deutliche Verbesserung des Geschäftsbesatzes in der Bahnhofstraße festzustellen, was unter anderem auch auf verschiedenen städtischen Investitionen – Aufkauf und Abriss mehrerer Problemimmobilien (bspw. Kaufhaus Mauritius) mit Leerständen – zurückzuführen ist. Zudem ist eine weitere städtebauliche und funktionale Aufwertung der Fußgängerzone Bahnhofstraße durch anstehende bzw. geplante Projektentwicklungen im Bereich des ehemaligen Kaufhaus Mauritius sowie der Lahnhöfe (bspw. Wohnen, zentrenergänzende Funktionen) sowie durch die geplante Ansiedlung von Poco Domäne im Herkules-Center zu erwarten. Darüber hinaus sind weitere städtebauliche Aufwertungen durch eine Umgestaltung des Straßenraumes - auch im Rahmen des Stadumbaufördergebiets für den Bereich der Bahnhofstraße und des Karl-Kellner-Rings - geplant.

Südlich der Bahnhofstraße schließt der Buderusplatz sowie der Karl-Kellner-Ring an. Mit der Drogerie Müller (Buderusplatz), den alteingesessenen Fachhändlern Leder Meid und Schuh Braun (Brückenstraße) sowie dem Fachmarkt Action (Karl-Kellner-Ring) besteht hier eine weitere, wenn auch hinsichtlich der Dimensionierung im Vergleich zu Forum und Herkules-Center deutlich kleinere Agglomeration wichtiger Magnetbetriebe der Wetzlarer Innenstadt. Zwischen Buderusplatz und Langgasse ist der ZVB Innenstadtzentrum (Karl-Kellner-Ring) durch einen straßenbegleitenden Besatz an Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen gekennzeichnet. Obwohl in Teilen Lücken im Geschäftsbesatz bestehen (bspw. westliche Straßenseite im Norden des Karl-Kellner-Rings) und der Karl-Kellner-Ring als

zweispurige Einbahnstraße eine gewisse Barrierewirkung entfaltet, ist sowohl städtebaulich als auch funktional ein Zusammenhang der Einzelhandelslagen erkennbar. Deutlich wird dies insbesondere auch an den bestehenden Kundenläufen zwischen Altstadt über Langgasse, Karl-Kellner-Ring und Bahnhofstraße zum Forum bzw. dem Herkules-Center. Eine wichtige Funktion kommt hinsichtlich der Kundenläufe den im Bereich des südlichen Abschnitts des Karl-Kellner-Rings (Bereich im ZVB) gelegenen Magnetbetrieben Penny und Woolworth (ergänzt um den Textildiscounter KIK) zu. Der Penny-Markt übernimmt darüber hinaus insbesondere als Nahversorger eine wichtige Funktion.

Bestandteil des ZVB Innenstadtzentrum ist außerdem die an den Karl-Kellner-Ring anschließende Langgasse, der westliche Teil der Alten Lahnbrücke sowie die parallel zur Langgasse verlaufende Hintergasse. Die als Einbahnstraße gestaltete Langgasse ist durch einen nahezu geschlossenen Besatz an überwiegend kleinteiligen und inhabergeführten Fachgeschäften und zentrenergänzende Funktionen gekennzeichnet. Als wichtige strukturprägende Anbieter des südlichen Bereichs des ZVB Innenstadtzentrum sind insbesondere Möbel Schmidt (Hintergasse) und Betten Ruhe zu nennen. Vereinzelt sind Leerstände im Bereich der Langgasse festzustellen.

Mit einbezogen in den ZVB Innenstadtzentrum wird zudem als zukünftige Potenzialfläche das westlich an den Bereich Langgasse anschließende Gebäude des Karl-Kellner-Ring 15, in welchem sich aktuell eine Videothek befindet.

Neben dem - trotz unterschiedlicher Strukturen - bereits aktuell erkennbaren städtebaulich funktionalen Zusammenhang innerhalb des ZVB Innenstadtzentrum ist eine weitere Stärkung des Zusammenhangs durch verschiedene, zukünftig von der Stadt Wetzlar angestrebte Maßnahmen – Stärkung des Geschäftsbesatzes, Aufwertung des öffentlichen Raumes, Verkehrsneuordnung – zu erwarten.

6.2.2 Der zentrale Versorgungsbereich Altstadtzentrum

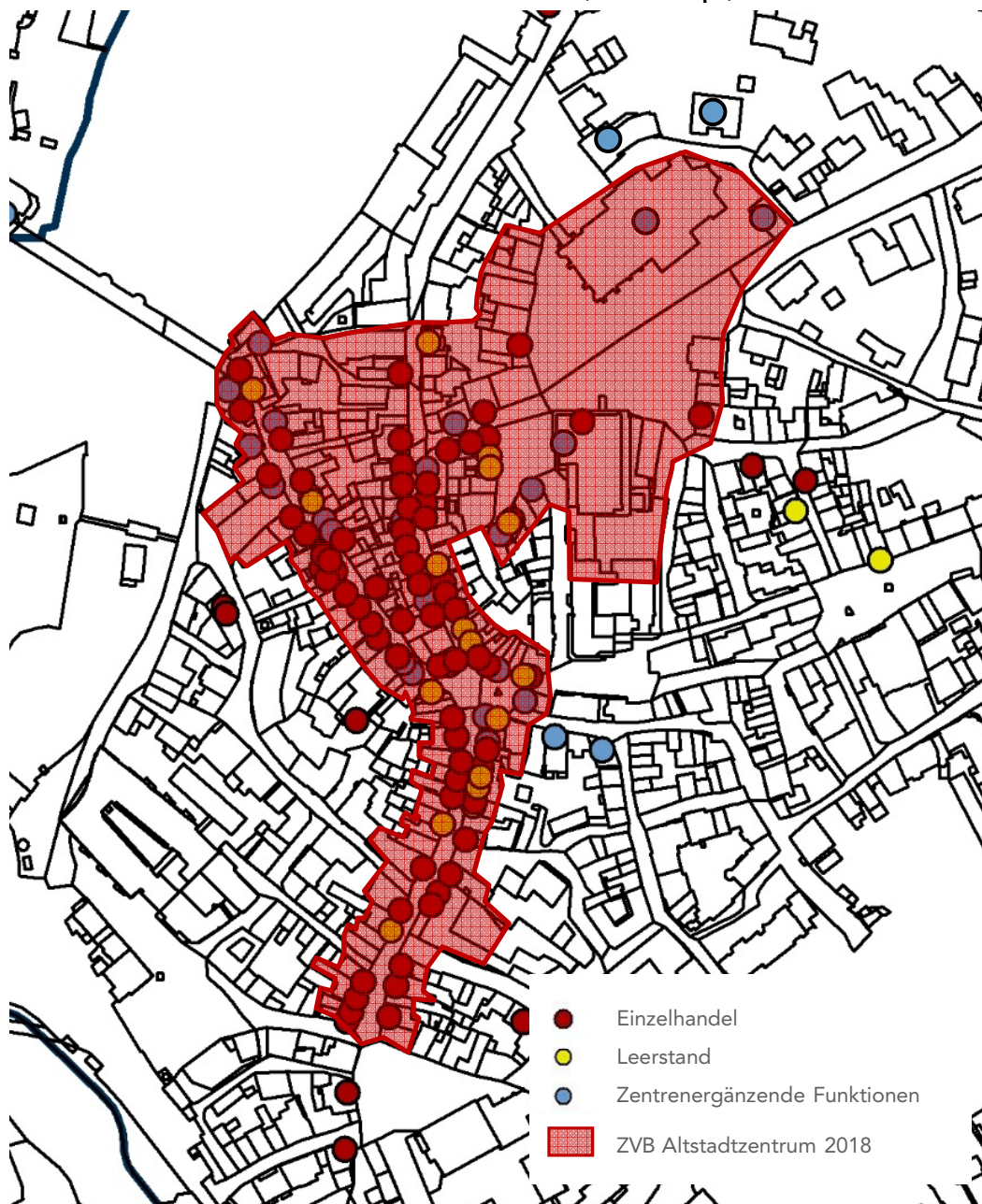
Der zentrale Versorgungsbereich Altstadtzentrum umfasst insbesondere die Hauptlage des Einzelhandels in der Wetzlarer Altstadt östlich der Lahn. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also die Hauptlage mit ihren relevanten Kundenläufen und mit ihren Magnetbetrieben sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen.

Es ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien begründete, Abbildung 23 zu entnehmende Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs:

Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen, umfasst der zentrale Versorgungsbereich das durch Einzelhandel geprägte historische Zentrum der Stadt Wetzlar. Der ZVB Altstadtzentrum erstreckt sich somit über die Silhöfer Straße bis zum Schillerplatz, über die Krämerstraße, die Lahnstraße, die Schwarzadlergasse und die Weißadlergasse sowie über den Eisenmarkt und den Domplatz. Kleinere zwischen den genannten Straßen liegende,

hier nicht explizit genannte Stichstraßen werden ebenfalls vom ZVB umfasst. Außerhalb dieser Begrenzung ist nur noch ein stark perforierter Einzelhandelsbesatz und ein stark ausgedünnter Besatz an zentrenergänzenden Funktionen verortet (Ausnahme der westlich der Lahn anschließende ZVB Innenstadtzentrum), der keinen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich aufweist. Darüber hinausgehende Bereiche sind überwiegend durch Wohnbebauung geprägt.

Abbildung 23: Abgrenzung und räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadtzentrum aktuell (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 09/2016; Einzelhandelsentwicklungskonzept Wetzlar 1999; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

Standortmerkmale

Das Wetzlarer Altstadtzentrum liegt in der Kernstadt des Wetzlarer Stadtgebiets. Es umfasst, wie bereits dargestellt, den historischen Ortskern der Stadt Wetzlar und erstreckt sich überwiegend entlang der Silhöfer Straße, der Krämerstraße und der Lahnstraße, welche durch einen dichten Besatz an Einzelhandel und ergänzenden Funktionen geprägt sind.

Besonderes Merkmal des Wetzlarer Altstadtzentrums ist der nahezu geschlossene historische Fachwerkbesatz. Die Fachwerkhäuser der Wetzlarer Altstadt weisen in der Regel im Erdgeschoss einzelhandels- oder gewerbliche Nutzungen bzw. Gastronomie oder andere zentrenergänzende Funktionen und in den Obergeschossen Wohnnutzungen auf. Weite Bereiche der Wetzlarer Altstadt sind durch das für Altstädte typische Kopfsteinpflaster geprägt.

Abbildung 24: Das Wetzlarer Altstadtzentrum



Quelle: Aufnahme Stadt + Handel 2018

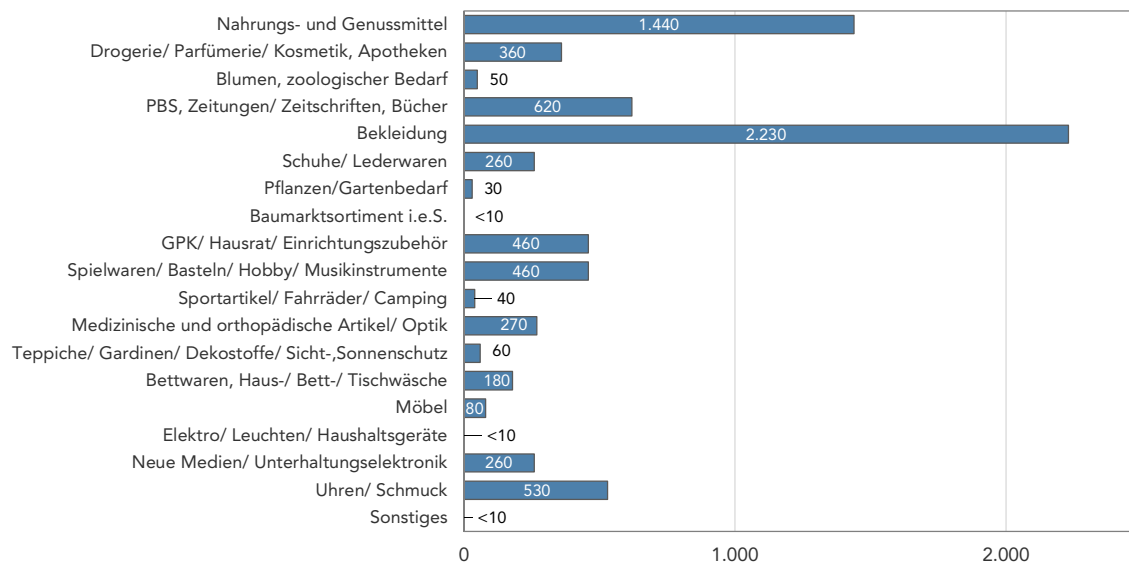
Im ZVB Altstadtzentrum befinden sich 74 Einzelhandelsbetriebe (rd. 18 % aller Einzelhandelsbetriebe), welche im Jahr 2016 über eine Verkaufsfläche von rd. 7.000 m² (rd. 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) verfügen. Der ZVB Altstadtzentrum ist, bedingt durch die historischen Fachwerkstrukturen, durch einen überwiegend kleinteiligen Besatz an inhabergeführten Fachgeschäften geprägt. Die wichtigsten strukturprägenden Betriebe sind der EDEKA-Markt in der Silhöfer Straße, welcher auch als Nahversorger eine besondere Bedeutung besitzt sowie das Modehaus Beck am Dom und der Spielwarenanbieter Holz-wurm.

Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch 43 zentrenergänzende Funktionen (u.a. Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe), welche die Gesamtfunktionalität des zentralen Versorgungsbereichs deutlich fördern. Besondere Bedeutung kommt, insbesondere aus touristischer Sicht, den vielen im Altstadtbereich bestehenden Gastronomiebetrieben zu.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird das Einzelhandelsangebot zudem durch den am Domplatz stattfindenden Wochenmarkt arrondiert, welcher auch als wichtiger Frequenzbringer fungiert.

Mit einem Verkaufsflächenanteil von 50 % liegt ein deutlicher Angebotsschwerpunkt des ZVB Altstadtzentrum im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgüter und hier insbesondere im Bereich der typischen zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung (rd. 30 % der altstädtischen Verkaufsflächen, vgl. nachstehende Abbildung).

Abbildung 25: ZVB Altstadtzentrum Wetzlar – Verkaufsflächen nach Warengruppen



Quelle: Eigene Darstellung nach Einzelhandelsbestandsaktualisierung Stadt + Handel 01/2018.

Die weitgehend geschlossenen Strukturen der Altstadt bieten keine größeren unbebauten Areale (Baulücken), die zur Etablierung von Einzelhandelsstrukturen geeignet sind. Potenzialflächen sind im Altstadtzentrum somit nur in Form von leerstehenden Ladenlokalen verfügbar. Eine Ausnahme stellt diesbezüglich das im Süden des Domplatzes befindliche Areal des „Stadthauses am Dom“ dar. Der hier aktuell bestehende, stark sanierungsbedürftige Gebäudekomplex soll perspektivisch durch eine Neubebauung ersetzt werden.

Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung (09/2016) standen im ZVB Altstadtzentrum insgesamt 17 Ladenlokale leer. Bei den Leerständen handelt es sich den Strukturen der Wetzlarer Altstadt entsprechend um kleinere Ladenlokale. Bezogen auf das Altstadtzentrum ergibt sich insgesamt eine Leerstandsquote von rd. 19 % an allen verfügbaren Ladenlokalen. Die Leerstandsquote des Altstadtzentrums liegt somit deutlich über der Leerstandsquote des Innenstadtzentrums. Eine gewisse Konzentration der Leerstände ist im Bereich der oberen Silhöfer Straße/unteren Krämerstraße festzustellen, in welcher erste Ansätze einer Leerstandsproblematik erkennbar werden. Dieser sollte mittels baldigen Nachnutzungen oder Zwischennutzungen der Ladenleerstände entgegengewirkt werden. Bedingt durch die geringen Verkaufsflächendimensionen der Leerstände, die größtenteils unter 50-100 m² liegen bzw. die baulichen Strukturen der Leerstände (keine optimalen Flächenzuschnitte, baulicher Zustand), kommen unter Berücksichtigung der zu erwartenden weiteren Verschärfung der Konkurrenzsituation im Einzelhandel (auch durch den Online-

handel) neben der Ansiedlung von Einzelhandelsgeschäften³⁴ insbesondere zentrenergänzende Funktionen und unter diesen im Hinblick auf eine weitere touristische Profilierung der Altstadt gastronomische Betriebe als Nachnutzung in Frage.

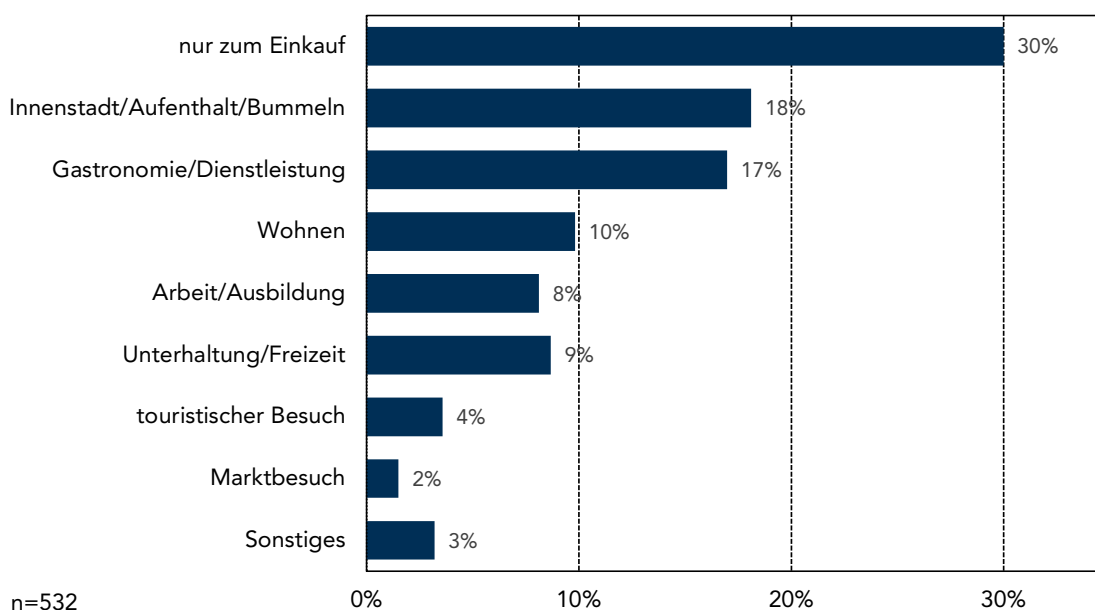
6.2.3 Bewertungen der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt aus Sicht der Kunden und Besucher

In der Passantenbefragung wurden neben den Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art insbesondere zur Wetzlarer Innenstadt/Altstadt abgefragt. Diese qualitativen Einschätzungen der befragten Passanten runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich Besuchsgrund der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt, Einkaufshäufigkeit, vermisser Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Wetzlar ab.

Besuchsgründe

Die in der Innenstadt und Altstadt von Wetzlar befragten Kunden und Besucher suchen die Innenstadt/Altstadt vorrangig zum Einkaufen und Bummeln auf (vgl. nachstehende Abbildung). Darüber hinaus spielen die in der Innenstadt befindlichen zentrenergänzenden Funktionen, insbesondere das Gastronomie- und Dienstleistungsangebot sowie Freizeitaktivitäten und die Wohnfunktion eine große Rolle.

Abbildung 26: Passantenbefragung - Besuchsgrund der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/2016.

Zur weiteren Konkretisierung des Besuchsgrundes wurden die befragten Passanten darum gebeten, die üblicherweise in der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt aufgesuchten und somit die für den Besuch ausschlaggebenden Betriebe zu nennen. Die nachstehende Tabelle

³⁴ Anhaltspunkte zu weiteren Qualifizierung des Angebots in der Altstadt liefern auch die von den in Wetzlar befragten Kunden und Besuchern geäußerten fehlenden Angebote (vgl. Kapitel 6.2.3).

zeigt diesbezüglich, dass das Einkaufszentrum Forum bzw. die im Forum angesiedelten Einzelhandelsbetriebe für rd. 40 % der Befragten ausschlaggebend für den Besuch der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt am Befragungstag waren. Häufig wurden diesbezüglich die Betriebe Kaufland, Media Markt, Thalia und dm genannt. Darüber hinaus wurden auch verschiedene Magnetbetriebe im Bereich der Bahnhofstraße, des Buderusplatzes, des Karl-Kellner-Rings und der Langgasse genannt. Hervorzuheben sind hier insbesondere Drogerie Müller, C&A und H&M. Im Bereich der Altstadt wurde neben verschiedenen Fachgeschäften insbesondere der EDEKA-Markt als wichtiger Magnetbetrieb von den Kunden angegeben.

Diese Ergebnisse bestätigen die Bedeutung der Wetzlarer Innenstadt als Einzelhandelschwerpunkt in den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten Bekleidung und Schuhe, welche bereits in der Sortimentszusammensetzung der Verkaufsflächen des Innenstadtzentrums (Verkaufsflächenschwerpunkte in diesen Sortimentsbereichen (vgl. Kapitel 6.2.1)) ersichtlich wurde.

Tabelle 6: Passantenbefragung – Üblicherweise aufgesuchte Betriebe

Betrieb	%	Anzahl
Forum (u.a. Deichmann, Douglas, Gerry Weber, Jack&Jones, Mc Paper, Mister Lady, Pandora, S.Oliver, Vögele, Xenos etc.)	40%	104
- darunter Kaufland	8%	22
- darunter Media Markt	6%	15
- darunter Thalia	3%	8
- darunter dm	3%	7
Bahnhofstraße, Karl-Kellner-Ring, Langgasse (u.a. Bettenfachgeschäft, Coloraden, Penny, Rossmann, Schuhhaus, Woolworth etc.)	24%	63
- darunter Müller	10%	27
- darunter C&A	2%	6
- darunter H&M	2%	6
Altstadt (u.a. Bastlerzentrale, Galerie, Parfümerie Seibel, Weltladen etc.)	13%	34
- darunter Edeka	6%	15
Markt	3%	7
Gastronomie	3%	8
Sonstiges (u.a. Apotheke, Arzt, Bank, Bäckerei, Friseur etc.)	18%	47
Gesamt		263

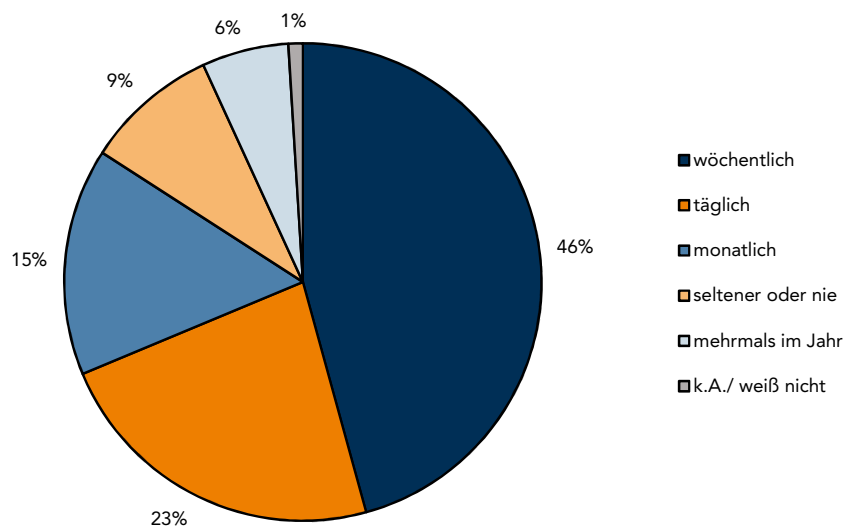
Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/ 2016; n=263.

Darüber hinaus sind verschiedene zentrenergänzende Funktionen ein wichtiger Besuchsgrund der Kunden und Besucher des Wetzlarer Innenstadt- und Altstadtzentrums.

Einkaufshäufigkeit

Neben dem Besuchsgrund der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt wurden die befragten Kunden und Besucher zudem darum gebeten die Einkaufshäufigkeit in der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt anzugeben.

Abbildung 27: Passantenbefragung - Einkaufshäufigkeit



n=409

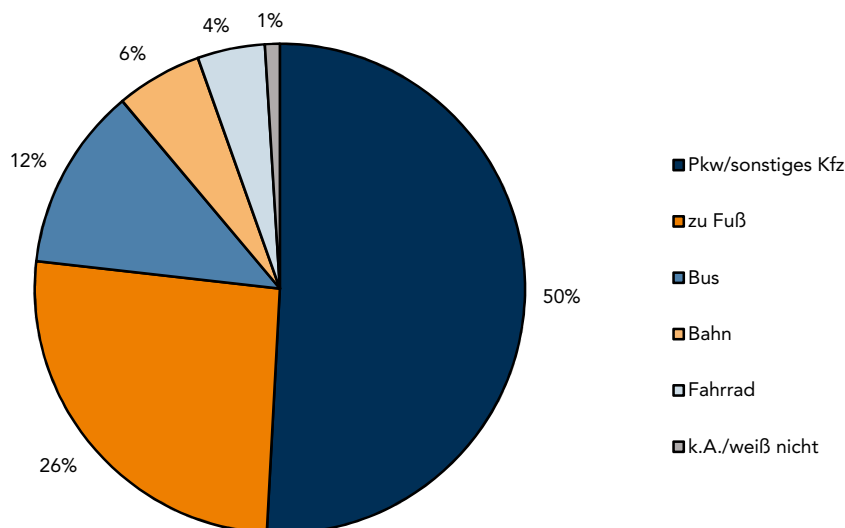
Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/ 2016.

Hinsichtlich der Einkaufshäufigkeit wird ersichtlich, dass das Wetzlarer Innenstadt- bzw. Altstadtzentrum von 69 % der befragten Passanten mehrfach im Monat und somit regelmäßig aufgesucht wird.

Verkehrsmittelwahl

Darüber hinaus wurden die in der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt befragten Kunden und Besucher nach dem am Befragungstag zur Anreise genutzten Verkehrsmittel befragt.

Abbildung 28: Passantenbefragung - Verkehrsmittelwahl



n=409

Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/ 2016.

Hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl wird ersichtlich, dass zur Anreise in das Wetzlarer Innenstadt- bzw. Altstadtzentrum von 50 % der befragten Passanten der PKW genutzt wird. Eine hohe Bedeutung hat darüber hinaus, insbesondere für die in der Wetzlarer Kernstadt wohnenden Kunden die gute fußläufige Erreichbarkeit der Innenstadt und der Altstadt (26 % der Nennungen).

Vermisste Angebote

Welche Angebote im Wetzlarer Innenstadt- und Altstadtzentrum vermisst werden, veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

Abbildung 29: Passantenbefragung – Vermisste Artikel in der Innenstadt/Altstadt



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/ 2016.

Zu den vermissten Artikeln der befragten Kunden und Besuchern zählen in erster Linie die Sortimentsgruppen Bekleidung und Schuhe in einer hochwertigen Qualitätsstufe (17 %) sowie Angebote für junge Altersgruppen (11 %). Darüber hinaus wurde von 11 % der befragten der Wunsch nach mehr Fachgeschäften, unter anderem mit den Sortimenten CDs, Schallplatten, Modellbau, Kurzwaren und Bücher geäußert.

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

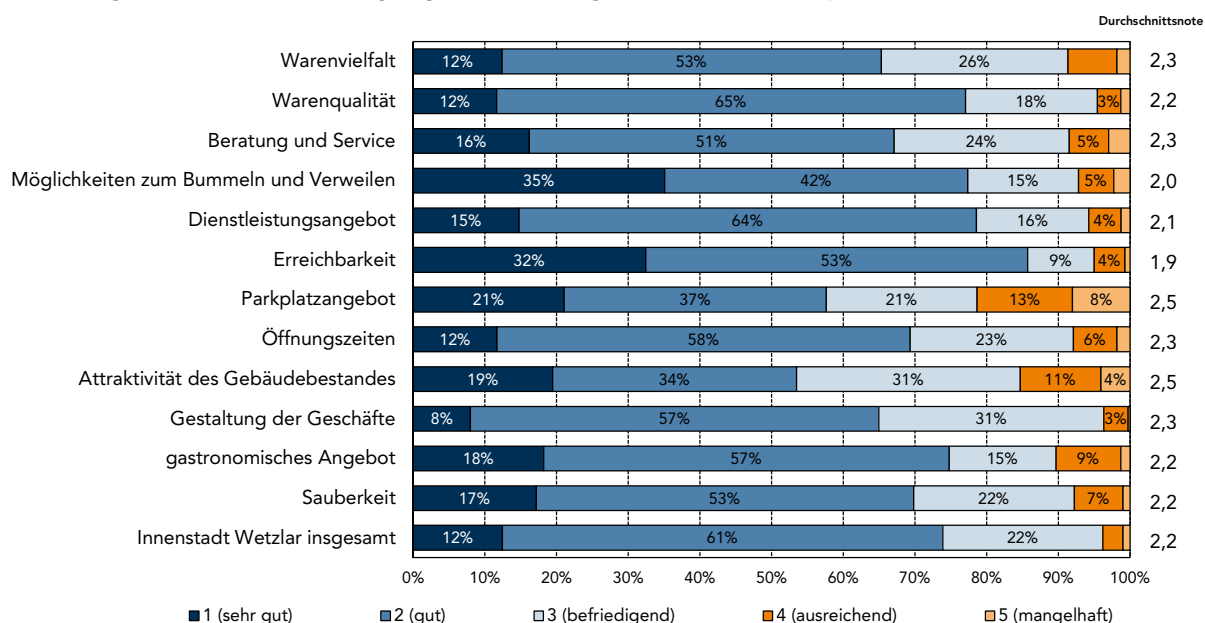
Hinweis auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungspotenziale dar, die im Weiteren näher überprüft werden müssen.

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

Bewertung der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt

Darüber hinaus wurden die befragten Kunden und Besucher darum gebeten verschiedene Aspekte der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt zu bewerten und Verbesserungsvorschläge zu äußern.

Abbildung 30: Passantenbefragung – Bewertung verschiedener Aspekte der Innenstadt/Altstadt



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/ 2016.

Insgesamt wird ersichtlich, dass die Kunden und Besucher der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt mit dem Einkaufsstandorten zufrieden sind und diese überwiegend als positiv beurteilen. Verbesserungspotenziale werden aus Kundensicht insbesondere bei dem Zustand der Immobilien und beim Parkplatzangebot gesehen. Darüber hinaus wurde von den befragten Kunden auch die verbesserungsbedürftige Aufenthaltsqualität, insbesondere im Bereich der Bahnhofstraße und im Bereich des Karl-Kellner-Rings sowie Wünsche nach einem verbesserten gastronomischen Angebot genannt.

6.2.4 Entwicklungsziele und Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum

Die Innenstadt und die Altstadt stellen in der Hierarchie gleichwertige zentrale Versorgungsbereiche der Wetzlarer Kernstadt dar. Sie übernehmen mit einem vielfältigen Einzelhandelsangebot, einem umfangreichen Angebot zentrenergänzender Funktionen und Sortimentsschwerpunkten im mittelfristigen Bedarfsbereich Versorgungsaufgaben für das gesamte Stadtgebiet sowie auch für die umgebenden Mittel- und Grundzentren. Als städtebauliche und funktionale Zentren sollen die Innenstadt und auch die Altstadt (wie bisher) auch zukünftig Angebotsschwerpunkte des mittel- und auch kurzfristigen Bedarfs in verschiedenen Qualitäten sowie ergänzend langfristige Bedarfsgüter bereithalten.

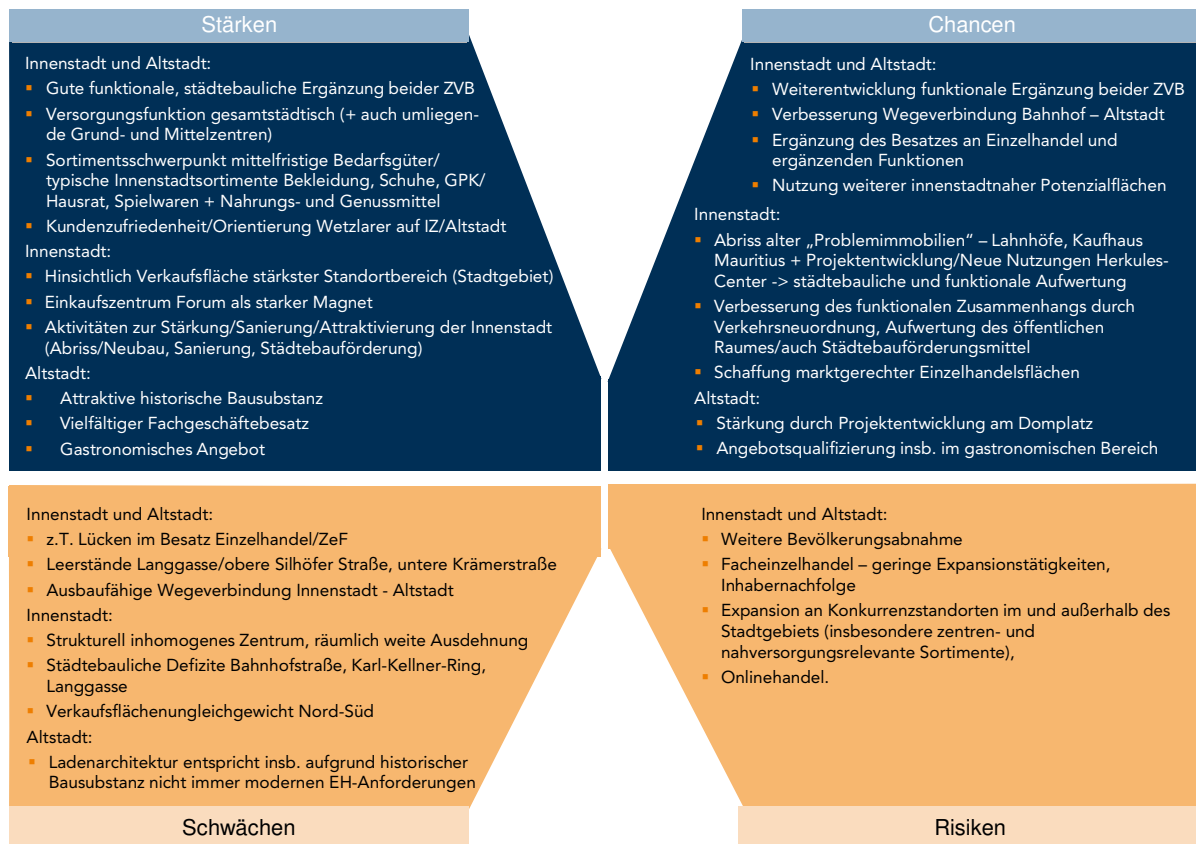
Wie in den vorigen Kapiteln dargestellt wurde, variieren die funktionalen und städtebaulichen Strukturen beider Zentraler Versorgungsbereiche deutlich. Ersichtlich wird dies insbesondere hinsichtlich der Angebotsstrukturen im Einzelhandelsbereich, wobei eine gute gegenseitige Ergänzung beider zentraler Versorgungsbereiche in der Sortimentsstruktur und den Betriebsformen festzustellen ist. Die bestehende funktionale Differenzierung beider ZVB sollte auch zukünftig weiter fokussiert werden.

Mit seiner Leitfunktion bildet der Einzelhandel eine maßgebliche Basis für ein vergleichsweise hohes Besucheraufkommen in den Zentralen Versorgungsbereichen, von dem auch die weiteren dort ansässigen zentrenergänzenden Funktionen profitieren. Damit leistet er einen erheblichen Beitrag zu einer vitalen, kulturellen, dienstleistungsbezogenen und gastronomischen Nutzungsvielfalt, die wesentliche Voraussetzung für die Etablierung von funktionierenden urbanen und lebendigen Innenstadtzentren ist. Im Ergebnis ist daher darauf hinzuwirken, dass die Innenstadtzentren nicht nur mit Blick auf ihre zentrale Versorgungsfunktion betrachtet werden, sondern als Motor auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt befördern sollten.

Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken - Entwicklungszielstellungen

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

Abbildung 31: SWOT-Analyse des Wetzlarer Innenstadt- und Altstadtzentrums



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2018.

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

Stärken:

Positiv bzw. als Stärke des Innenstadt- und Altstadtzentrums ist insbesondere:

- die starke gesamtstädtische Aufstellung des Wetzlarer Einzelhandels, von welcher auch das Innenstadt- und Altstadtzentrum profitieren,
- die gute funktionale und auch städtebauliche Ergänzung beider ZVB, insbesondere der Sortimentsstruktur und der Betriebsformen im Einzelhandelsbereich,
- die gesamtstädtische Versorgungsfunktion sowie die Versorgungsfunktion für die umliegenden Grund- und Mittelzentren,
- der bestehende Sortimentschwerpunkt im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgüter bzw. der typischen Innenstadtsortimente Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat, Spielwaren + Nahrungs- und Genussmittel,
- die hohe Kundenzufriedenheit/Orientierung der Wetzlarer auf die Innenstadt und die Altstadt,

zu bewerten.

Hinsichtlich des **Innenstadtzentrums** ist als Stärke darüber hinaus:

- die Verkaufsflächendimensionierung als stärkster Standortbereich im Stadtgebiet,
- das hinsichtlich Sortiment und Betriebsformen vielfältige Angebot mit dem Einkaufszentrum Forum als starken Magneten,
- sowie die Aktivitäten zur Stärkung/Sanierung/Attraktivierung der Innenstadt (Abriss/Neubau, Sanierung, Städtebauförderung)

zu nennen.

Hinsichtlich des **Altstadtzentrums** ist als Stärke darüber hinaus:

- die attraktive historische Bausubstanz,
- der vielfältige Fachgeschäftebesatz,
- sowie das gastronomische Angebot

zu nennen.

Schwächen:

Negativ bzw. als Schwäche des **Innenstadt- und Altstadtzentrums** sind dagegen:

- die in Teilen bestehenden Lücken im Besatz des Einzelhandels bzw. der zentreneergänzenden Funktionen,
- die in der Langgasse sowie in der oberen Silhöfer Straße, unteren Krämerstraße vermehrt auftretenden Leerstände sowie
- die noch ausbaufähige/verbesserungsbedürftige Wegeverbindung zwischen Innenstadt und Altstadt

zu bewerten.

Hinsichtlich des **Innenstadtzentrums** ist als **Schwäche** darüber hinaus:

- die deutlich variierenden städtebaulichen Strukturen innerhalb der Zentrums sowie die räumlich weite Ausdehnung des ZVB,
- die bestehenden städtebaulichen Defizite in der Bahnhofstraße, im Karl-Kellner-Ring und der Langgasse sowie
- das deutliche zwischen Nord- und Süd bestehende Verkaufsflächenungleichgewicht

zu nennen.

Hinsichtlich des **Altstadtzentrums** ist als **Schwäche** darüber hinaus:

- insbesondere die Ladenarchitektur zu nennen, welche aufgrund der historischen Bausubstanz nicht immer den modernen Anforderungen von Einzelhandelsbetrieben entspricht.

Aus den Stärken und Schwächen des Wetzlarer Innenstadt- und Altstadtzentrums lassen sich insbesondere im Hinblick auf die aktuellen bzw. die zu erwartenden Entwicklungen des Einzelhandels Chancen und Risiken der zukünftigen Innenstadtentwicklung bzw. Entwicklungsziele für das Innenstadt- und Altstadtzentrum ableiten.

Risiken:

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

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

beeinflusst bzw. verschlechtert werden.

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

Chancen:

Chancen bzw. Entwicklungsziele der zukünftigen **Innenstadt- und Altstadtentwicklung** bestehen in Wetzlar insbesondere in:

- der langfristigen Sicherung des Bestands an Einzelhandelsbetrieben und zentrenergänzenden Funktionen, wobei zur weiteren Qualifizierung des Angebots (Branchenmix) eine Orientierung an den Lücken im bestehenden Einzelhandelsangebot erfolgen sollte. Hinweise hierzu liefern die von den Kunden und Passanten geäußerten vermisten Angebote.
- dem gezielten Entgegenwirken der bestehenden Leerstandssituation, insbesondere in den Bereichen mit Leerstandskonzentrationen (Langgasse sowie in der oberen Silhöfer Straße, unteren Krämerstraße). Neben Zwischen- oder Nachnutzungen in Form von Kleinflächenkonzepten des Einzelhandels oder zentrenergänzenden Funktionen (auch Gastronomie) sollten auch Möglichkeiten des Ladenumbaus im Form von Modernisierungsmaßnahmen oder Maßnahmen zur Zusammenlegung von Geschäftseinheiten geprüft werden. Fördermöglichkeiten bestehen diesbezüglich

insbesondere über das Effe-Förderprogramm: „Lokale Ökonomie im städtischen Umfeld im Rahmen der Förderung des Unternehmergeistes“.

- der Weiterentwicklung der bereits bestehenden funktionalen Ergänzung beider ZVB unter weiterer Herausarbeitung der für die Zentren spezifischen Besonderheiten/Qualifikationen (Innenstadt als Einkaufsstraße/Altstadt als Zentrum für Facheinzelhandel und gastronomische Nutzungen – auch touristische Profilierung).
- der Verbesserung der Wegeverbindung zwischen Bahnhof und Altstadt, damit beide Zentren von einer gesteigerten Frequentierung profitieren können.
- der Nutzung weiterer innenstadtnaher Potenzialflächen. Hierbei bieten beispielsweise die Potenzialflächen Lahninsel, Stadion, Bachweide und Philippsgelände innenstadtnahe Entwicklungsräume für Wohnen und Einzelhandel, wodurch gleichzeitig eine Stärkung des Innenstadt- und Altstadtzentrums erfolgen kann.

Darüber hinaus sind als **Chancen bzw. Entwicklungsziele** für das **Innenstadtzentrum**:

- die in Teilen bereits begonnene weitere städtebauliche und funktionale Aufwertung anzustreben (Abriss alter „Problemimmobilien“ – Lahnhöfe, Kaufhaus Mauritius + Projektentwicklung/Neue Nutzungen Herkules-Center) sowie
- eine Verbesserung des funktionalen Zusammenhangs durch Verkehrsneuordnung, Aufwertung des öffentlichen Raumes/auch Städtebauförderungsmittel
- sowie die Schaffung marktgerechter Einzelhandelsflächen festzuhalten.

Darüber hinaus sind als **Chancen bzw. Entwicklungsziele** für das **Altstadtzentrum** festzuhalten:

- Weitere Stärkung der Altstadt durch die geplante Projektentwicklung am Domplatz, im Rahmen welcher nach den aktuellen Planungen die Schaffung von Wohnraum sowie die Ansiedlung eines Kinos bzw. die Schaffung von Veranstaltungsräumen geplant ist. Die Projektentwicklung bietet darüber hinaus Möglichkeiten zur Schaffung neuer (eventuell auch großflächiger) Einzelhandelsflächen, wobei darauf zu achten ist, dass hierdurch keine schädlichen Effekte auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten der ZVB resultieren.
- Angebotsqualifizierung insbesondere auch im gastronomischen Bereich zur weiteren touristischen Profilierung.

Eine weitere Konkretisierung der Entwicklungsziele bzw. konkrete lagebezogene Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Wetzlarer Innen- und Altstadt können im Rahmen eines auf das EHZK aufbauenden innerstädtischen Entwicklungskonzepts für die zentralen Versorgungsbereiche (Schwerpunkt Einzelhandel und ergänzende Funktionen) erfolgen.

Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Wetzlar zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten der Zentralen Versorgungsbereiche oder die

flächendeckende Nahversorgung führen. Die Ansiedlungsleitsätze berücksichtigen diese zugrunde liegende ausgewogene Zielstellung (vgl. Kapitel 6.9.2).

6.3 Nahversorgungszentrum Am Sturzkopf

Neben dem Innenstadt- und dem Altstadtzentrum wird Am Sturzkopf die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums empfohlen. Das Nahversorgungszentrum liegt an der Volperthäuser Straße im Wetzlarer Stadtbezirk Sturzkopf (Kernstadt) und wird durch die Volpertshäuser Straße im Osten sowie die Cranachstraße und die östlich der Oskar-Bismarck-Straße verlaufende Parallelstraße begrenzt. Das Umfeld des Nahversorgungszentrums ist durch verdichteten Wohnungsbau (Ein- und Mehrfamilienhäuser sowie Geschosswohnungsbauten) geprägt.

Versorgungsfunktionen übernimmt das Nahversorgungszentrum insbesondere für die Stadtbezirke Büblingshausen, Stoppelberger Hohl und Sturzkopf.

Abbildung 32: Nahversorgungszentrum Am Sturzkopf



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

Aktuell sind im Nahversorgungszentrum fünf Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.410 m² angesiedelt. Als strukturprägender Betrieb mit wichtiger Nahversorgungsfunktion fungiert der im NVZ angesiedelte EDEKA-Markt. Ergänzt wird das überwiegend nahversorgungsrelevante Angebot des Zentrums durch eine Bäckerei, einen Blumenladen, eine Apotheke und einen Second-Hand-Laden. Die angesiedelten zentrenergänzenden Funktionen (Gastronomie 3x, Bank 2x und Hermesfiliale) ergänzen das bestehende Einzelhandelsangebot.

Hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgungszentrums ist eine Stärkung und Weiterentwicklung des Zentrums zu empfehlen. Dies sollte insbesondere durch die Ansiedlung weiterer Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und weiterer zentrenergänzender Funktionen erfolgen.

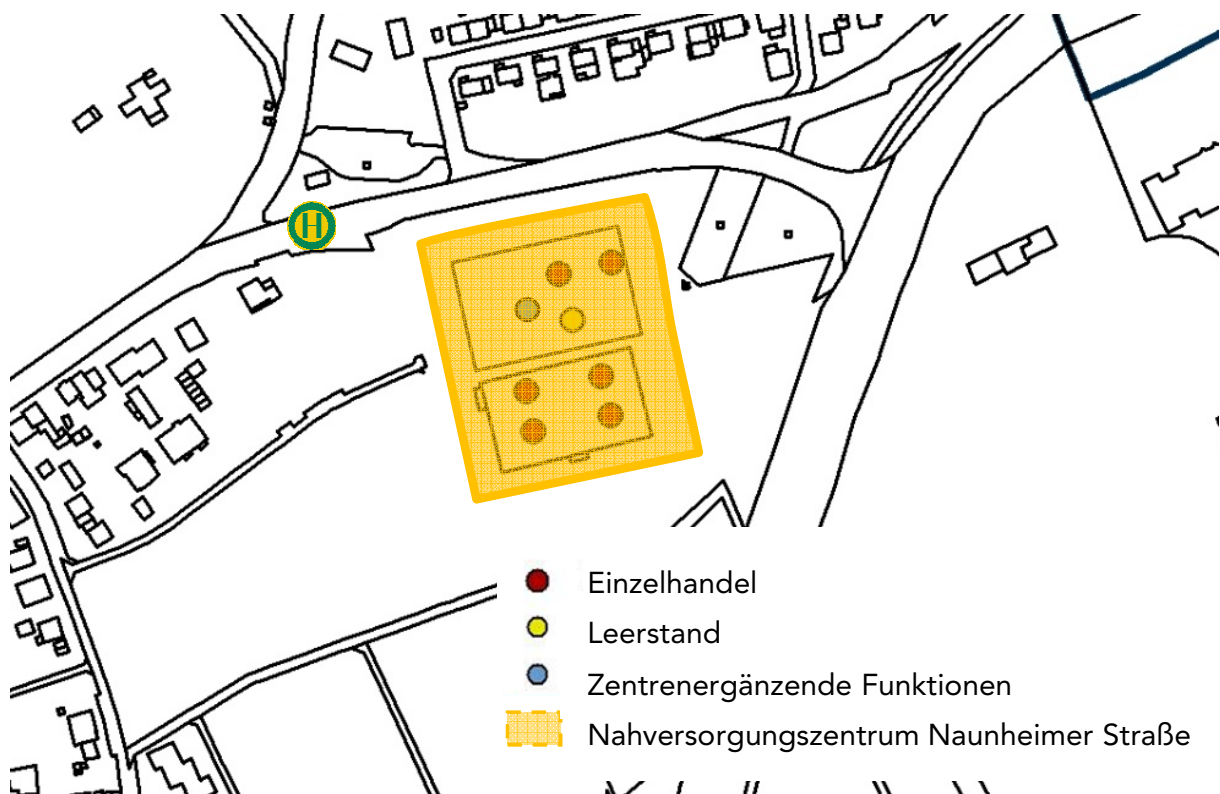
Darüber hinaus sollte geprüft werden, inwieweit im Rahmen der aktuellen Gebäudestrukturen oder unter Einbeziehung angrenzender Freiflächen eine marktadäquate Aufstellung des bestehenden EDEKA-Marktes (auch unter Verkaufsflächenerweiterungen) möglich ist.

6.4 Nahversorgungszentrum Naunheimer Straße

Neben dem NVZ Am Sturzkopf wird die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums an der Naunheimer Straße (Stadtbezirk Niedergirmes - Kernstadt) empfohlen. Das Zentrum wird begrenzt durch die Naunheimer Straße und die Dammstraße sowie durch die westlich der Einzelhandelsbetriebe verlaufende Stichstraße.

Das Umfeld des Nahversorgungszentrums ist durch Wohnungsbau (Ein- und Mehrfamilienhäuser) im Norden und Nord-Westen, durch Kleingartenanlagen im Westen und Süd-Westen sowie durch Grün- und Freiflächen bzw. Sportanlagen im Süden und Osten geprägt.

Abbildung 33: Nahversorgungszentrum Naunheimer Straße



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

Versorgungsfunktionen übernimmt das Nahversorgungszentrum insbesondere für die nördlichen Siedlungsbereiche des Stadtbezirks Niedergirmes, die westlichen Siedlungsbereiche des Stadtteils Naunheim und für die süd-östlichen Siedlungsbereiche des Stadtteils Hermannstein.

Aktuell sind im Nahversorgungszentrum sechs Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.350 m² angesiedelt. Als strukturprägende Betriebe mit wichtiger Nahversorgungsfunktion fungieren im NVZ ALDI Süd, REWE und Rossmann. Darüber hinaus sind ergänzende kleinteilige Betriebe (Bäcker, Zeitungsladen) sowie der Sonderpostenmarkt Thomas Philipps am Standort angesiedelt.

Als zentrenergänzende Funktion ist lediglich ein Fitnessstudio im Nahversorgungszentrum angesiedelt.

Hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgungszentrums ist ein Erhalt der Versorgungsfunktion des Zentrums zu anzustreben. Eine weitere Qualifizierung des NVZ sollte darüber hinaus insbesondere durch die Ansiedlung weiterer zentrenergänzender Funktionen erfolgen.

Zudem ist zukünftig eine verbesserte siedlungsräumliche Integration des Zentrums zu forcieren.

6.5 Exkurs Ansiedlung von IKEA im Wetzlarer Stadtgebiet

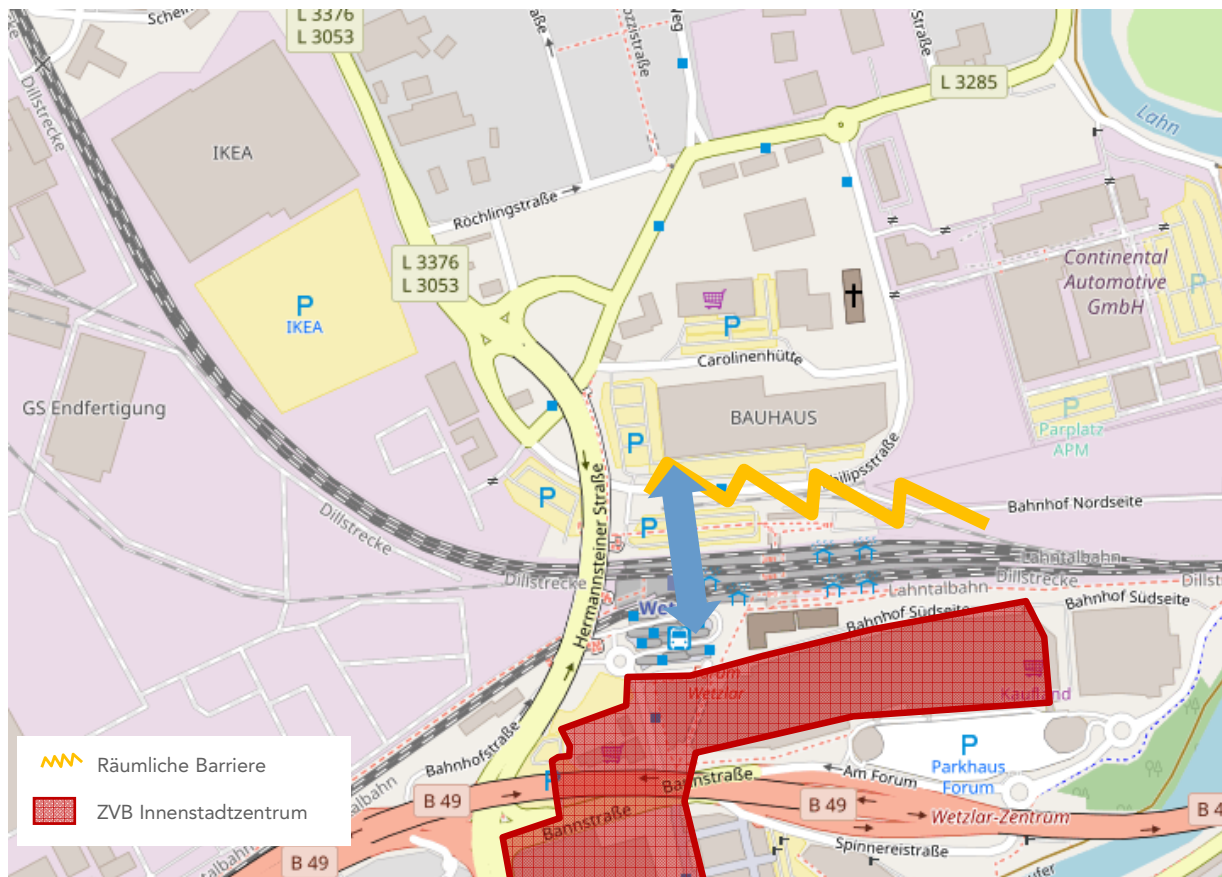
Im Jahr 2017 erfolgte die Ansiedlung des Möbelhauses IKEA an der Hermannsteiner Straße im Kernstadtgebiet der Stadt Wetzlar. Nachfolgend erfolgt eine kurze Einordnung des Möbelhauses in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wetzlar. Hierbei ist zu beachten, dass keine Prüfung oder Darstellung der Auswirkungen - insbesondere hinsichtlich der Wirkungen des IKEA auf Zentrale Versorgungsbereiche - erfolgt. Diese wurden im Rahmen eines vom EHZK unabhängigen Verträglichkeitsgutachtens geprüft.

Die sortimentspezifischen Verkaufsflächen des IKEA wurden im Zuge der Bestandsneuerhebung im Innenstadtzentrum mit in das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept einbezogen (vgl. Kapitel 3).

Hinsichtlich der Einzelhandelssituation im Wetzlarer Stadtgebiet wird ersichtlich, dass durch die Ansiedlung von IKEA das Angebot insbesondere im Sortimentsbereich Möbel quantifiziert und qualifiziert wurde. Hierdurch wurden bestehende Ausstattungsdefizite Wetzlars behoben. Gleichzeitig fand auch in verschiedenen zentrenrelevanten- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine Verbesserung des Angebots statt (u.a. Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat, Einrichtungszubehör/Pflanzen, Gartenbedarf/Bettwaren, Haus-, Bett-, Tischwäsche/Elektro, Leuchten, Haushaltsgeräte etc.). Die im Bereich der zentrenrelevanten- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente geschaffenen Angebote stellen in Teilen Überschneidungen zum Innenstadt- und Altstadtzentrum dar.

Darüber hinaus wird ersichtlich, dass das Wetzlarer Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum auch von der IKEA Ansiedlung profitieren können, da IKEA einen starken Magnetbetrieb mit großem Einzugsgebiet darstellt und die Ansiedlung in räumlicher Nähe zum Innenstadtzentrum erfolgte (rd. 500 m Luftlinie). Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Innenstadt- und Altstadtzentrum insbesondere mit dem Einzelhandelsbesatz sowie dem historischen Fachwerksbesatz (Altstadt) Qualitäten aufweisen (vgl. hierzu Kapitel 6.2.1 und Kapitel 6.2.2), die Kopplungseffekte zwischen IKEA und den beiden ZVB begünstigen. Problematisch stellt sich aktuell bezüglich fußläufiger Kopplungsbeziehungen insbesondere die Wegeverbindung zwischen IKEA und Innenstadtzentrum dar. Es bestehen mit einer Entfernung von rd. 500 m zwar eine fußläufige Distanz und auch gute Querungsmöglichkeiten der südlich des Innenstadtzentrums befindlichen Bahntrassen (Bahnhofsunterführung), eine räumliche Barriere stellt jedoch ein nördlich der Bahntrassen gelegenes Rangiergleis dar.

Abbildung 34: Verbindung IKEA zu Innenstadtzentrum



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: Open Street Map, veröffentlicht unter OdbL.

Zukünftige Handlungsfelder bestehen zur Verbesserung der fußläufigen Kopplungsrahmenbedingungen insbesondere in einer städtebaulichen Verbesserung des Verbindungsweges zwischen IKEA und Innenstadtzentrum durch Reduzierung bestehender Barrieren sowie einer Attraktivierung des Kopplungsweges für Fußgänger. Darüber hinaus können

Kopplungsaktivitäten auch durch eine verbesserte Kommunikation der geringen Entfernung bzw. guten Erreichbarkeit zum Innenstadt- und Altstadtzentrum (Fußgänger- und PKW-Leitsystem) sowie der Qualitäten beider Zentraler Versorgungsbereiche gefördert werden.

6.6 Konzept für die ergänzenden Standorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt- und Altstadtzentrum sowie den beiden Nahversorgungszentren Am Sturzkopf und Naunheimer Straße bestehen im Wetzlarer Stadtgebiet drei größere Einzelhandelsagglomerationen mit zum Teil deutlichen Standortgewichten - Silhöfer Aue (Westend), Gewerbegebiet Dutenhofen und Hörnsheimer Eck (vgl. Kapitel 4.3). Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für die Standorte grundsätzlich sowie im Einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind.

6.6.1 Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Standorten

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

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

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die im Innenstadtzentrum räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die die Zentren wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in den Wohngebieten in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

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

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,

- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumliche klare Fassung der jeweiligen Sonderstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden können, was insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen wird.

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

Für Wetzlar werden aufgrund der vorgenannten Aspekte sowie bestehender Vorprägungen im Stadtgebiet drei Sonderstandorte empfohlen, die dauerhaft spezifische Versorgungsfunktionen – wie nachstehend näher beschrieben – übernehmen sollen:

- Standortbereich Silhöfer Aue (Westend)
- Gewerbegebiet Dutenhofen
- Hörnsheimer Eck

Die empfohlenen Standortbereiche sollten im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze (vgl. dazu Kapitel 6.9.2) und dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zur Erweiterung oder Neuansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden.

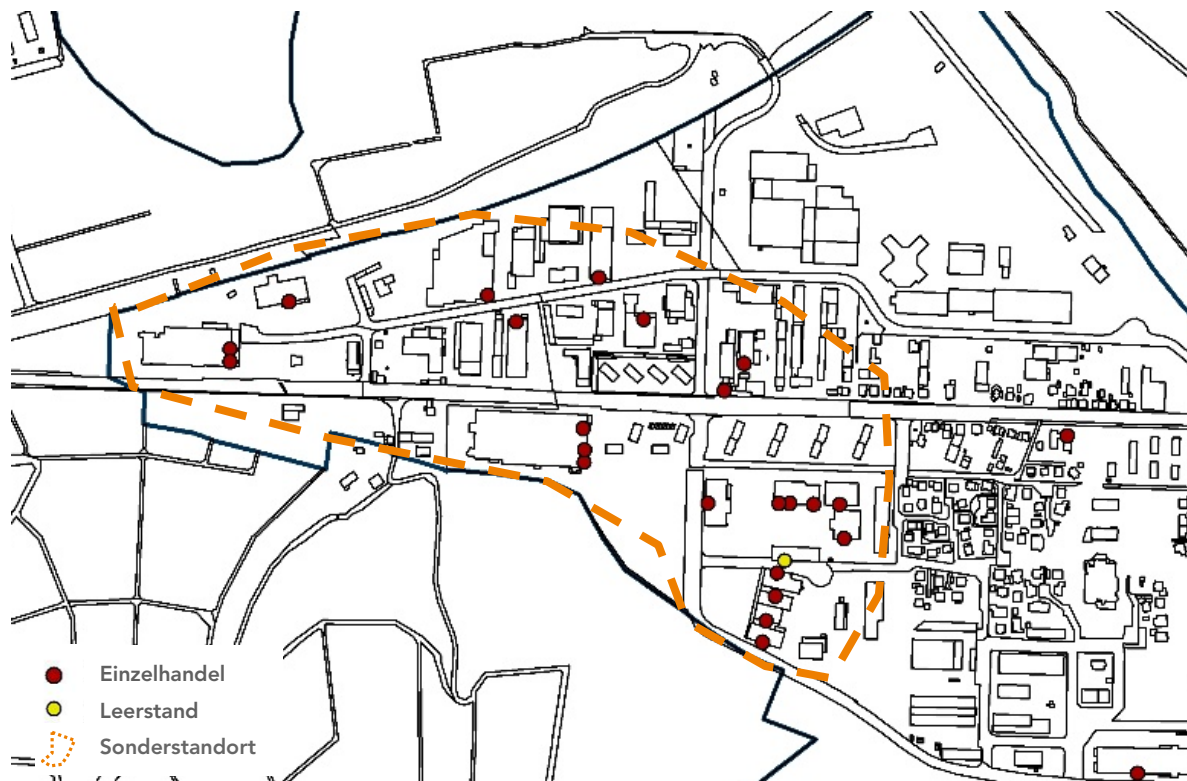
6.6.2 Standortbereich Silhöfer Aue (Westend)

Der Standortbereich Silhöfer Aue (Westend) ist gemessen an der Verkaufsfläche die drittgrößte Einzelhandelsagglomeration in Wetzlar.

Die Verkehrsanbindung des im westlichen Kernstadtgebiet (Stadtbezirk Silhöfer Aue/Westend) gelegenen Sonderstandorts kann aufgrund seiner Lage an der Braunfelder Straße für den Pkw-Verkehr als gut eingestuft werden. Da der Standortbereich sich innerhalb eines ansonsten eher gewerblich geprägten Gebiets befindet und nur im Osten ein Anschluss an die Wohnbebauung besteht, ist die Lage als nicht integriert einzustufen.

Der Sonderstandort verfügt bereits heute mit den Anbietern Blumen Risse, Nordmöbel sowie Bad- und Küchenstudios über Angebote aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereichen. Jedoch sind mit Adler, Aldi-Süd, dm, expert, K+K, KIK, REWE Center, Rofu und Takko auch einige Anbieter mit zentrenrelevanten- sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment am Standortbereich angesiedelt.

Abbildung 35: Standortbereich Silhöder Aue (Westend)



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar

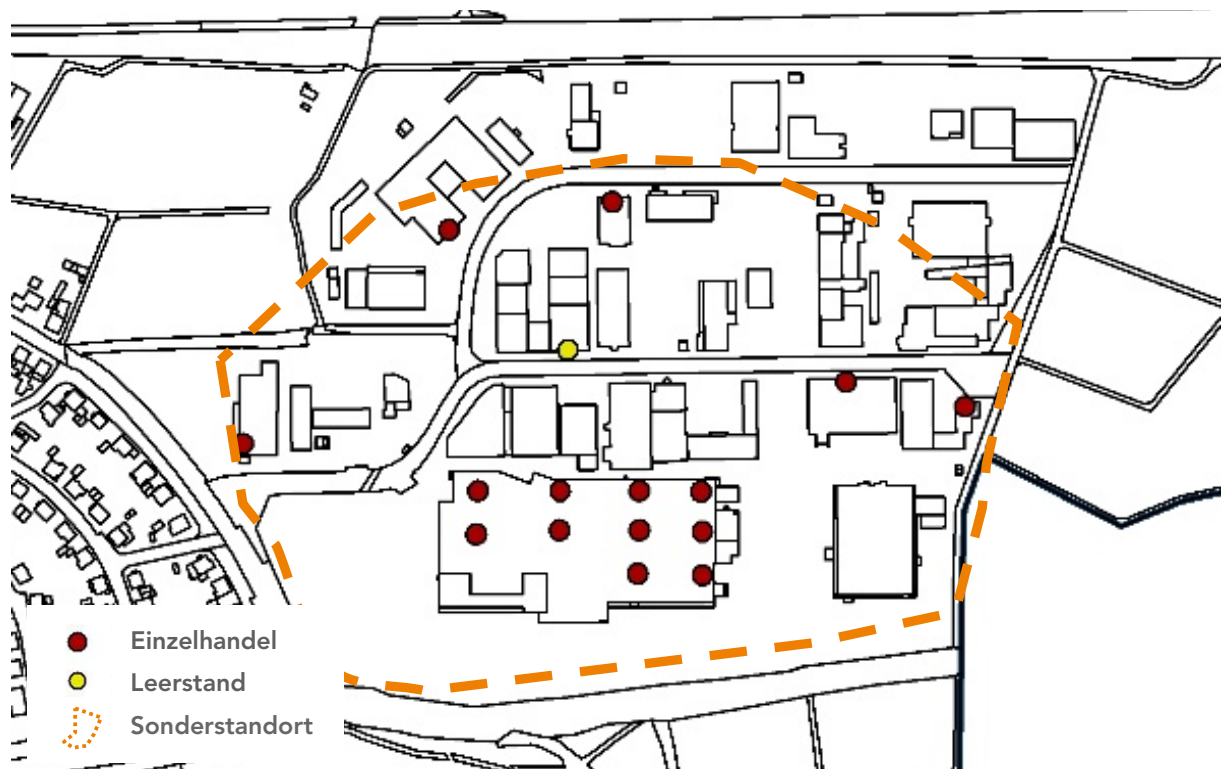
6.6.3 Standortbereich Gewerbegebiet Dutenhofen

Der Standortbereich Dutenhofen ist gemessen an der Verkaufsfläche die zweitgrößte Einzelhandelsagglomeration in Wetzlar.

Die Verkehrsanbindung des im Osten des Wetzlarer Stadtgebiets (Stadtteil Dutenhofen) gelegenen Sonderstandorts kann aufgrund seiner Lage an der Wetzlarer/Gießener Straße für den Pkw-Verkehr als gut eingestuft werden. Da der Standortbereich sich innerhalb eines ansonsten eher gewerblich geprägten Gebiets befindet und keinen Bezug zur Wohnbebauung aufweist, ist die Lage als nicht integriert einzustufen.

Der Sonderstandort verfügt bereits heute mit dem Anbieter Wohnwelt Dutenhofen nur über wenige Angebote im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Deutlich prägender sind für den Standort Anbieter zentrenrelevanter- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente wie 4-all-sports, ALDI Süd, Globus, Globus Getränkemarkt und Schäfer Herrenmoden.

Abbildung 36: Standortbereich Gewerbegebiet Dutenhofen



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar

6.6.4 Standortbereich Hörnsheimer Eck

Der Standortbereich Hörnsheimer Eck ist gemessen an der Verkaufsfläche die viertgrößte Einzelhandelsagglomeration in Wetzlar.

Die Verkehrsanbindung des im Stadtbezirk Büblingshausen gelegenen Sonderstandorts kann aufgrund seiner Lage an der Forsthausstraße für den Pkw-Verkehr als gut eingestuft werden. Da der Standortbereich sich innerhalb eines ansonsten eher gewerblich geprägten Gebiets befindet und keinen Bezug zur Wohnbebauung aufweist, ist die Lage als nicht integriert einzustufen.

Der Sonderstandort verfügt mit dem Anbieter Blumenhof Rosenberger nur über wenige Angebote aus den nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereichen. Deutlich prägender sind für den Standort Anbieter zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente wie ALDI Süd, KIK, LiDL und real.

Abbildung 37: Standortbereich Hörnsheimer Eck



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar

6.6.5 Entwicklungsempfehlungen für die Standortbereiche Silhöfer Aue (Westend), Dutenhofen Gewerbegebiet und Hörnsheimer Eck

Auch wenn bereits Einzelhandelsangebote aus den nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereichen an den Standortbereichen Silhöfer Aue (Westend), Dutenhofen Gewerbegebiet und Hörnsheimer Eck vorhanden sind, so stehen die zum Teil deutlich stärker ausgeprägten zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereiche in deutlicher Konkurrenz einerseits zum Innenstadt- und Altstadtzentrum, andererseits aber auch zu den bestehenden integrierten Nahversorgungsstrukturen. Damit die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit dieser zentralen Versorgungsbereiche gewährleistet werden kann, sollte der Verkaufsflächenanteil für zentrenrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente daher begrenzt und nicht weiter ausgebaut werden. Es wird dabei ein restriktiver Umgang mit Randsortimenten empfohlen.

Neue Einzelhandelsvorhaben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollten künftig in den zentralen Versorgungsbereichen oder an städtebaulich integrierten Standorten angesiedelt werden, sofern damit eine Verbesserung der Nahversorgungssitua-

tion verbunden ist (vgl. Ansiedlungsleitsätze in Kapitel 6.9). Somit verbleiben für die Sonderstandorte Standortbereiche Silhöfer Aue (Westend), Dutenhofen Gewerbegebiet und Hörnsheimer Eck folgende wesentliche und zugleich nicht unbedeutende Standortfunktionen: Sie sollen dauerhaft Standorte sein

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

6.7 Das Nahversorgungskonzept

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

6.7.1 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Wetzlar

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

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

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

Die Stadt Wetzlar verfügt gesamtstädtisch über eine quantitativ und qualitativ sehr gute Ausstattung im Bereich der Nahversorgung. So liegt sie z. B. bei der Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln bei rd. 0,87 m² Verkaufsfläche je Einwohner und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,40 m² (vgl. folgende Tabelle). Die hohe lokale Einkaufsorientierung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht zudem, dass sich die Wetzlarer Bürger nahezu ausschließlich innerhalb des Stadtgebiets mit Lebensmitteln versorgen. Die Versorgungsfunktion, welche die Stadt Wetzlar auch im kurzfristigen Bedarfsbereich für die in den Umlandkommunen wohnende Bevölkerung

übernimmt, zeigt sich insbesondere an der Zentralität von rd. 188 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

Tabelle 7: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Wetzlar

Verkaufsflächenausstattung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 0,87 m² VKF je EW (Bundesdurchschnitt: rd. 0,40 m² VKF/EW)
Betriebstypenmix	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 11x Lebensmitteldiscounter ▪ 6x Supermarkt ▪ 4x SB-Warenhaus ▪ 5x Getränkemarkt ▪ ergänzt um 88 weitere Lebensmittel-Fachgeschäfte (inkl. Tankstellen, Kioske und Lebensmittel-Handwerk)
Zentralität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 188 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Berechnungen Stadt + Handel; Einwohnerzahlen: Stadt Wetzlar, Ekom21 GmbH, Stand 06.2018.

Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot durch die in Wetzlar regelmäßig stattfindenden Wochenmärkte in der Bahnhofstraße sowie am Domplatz.

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

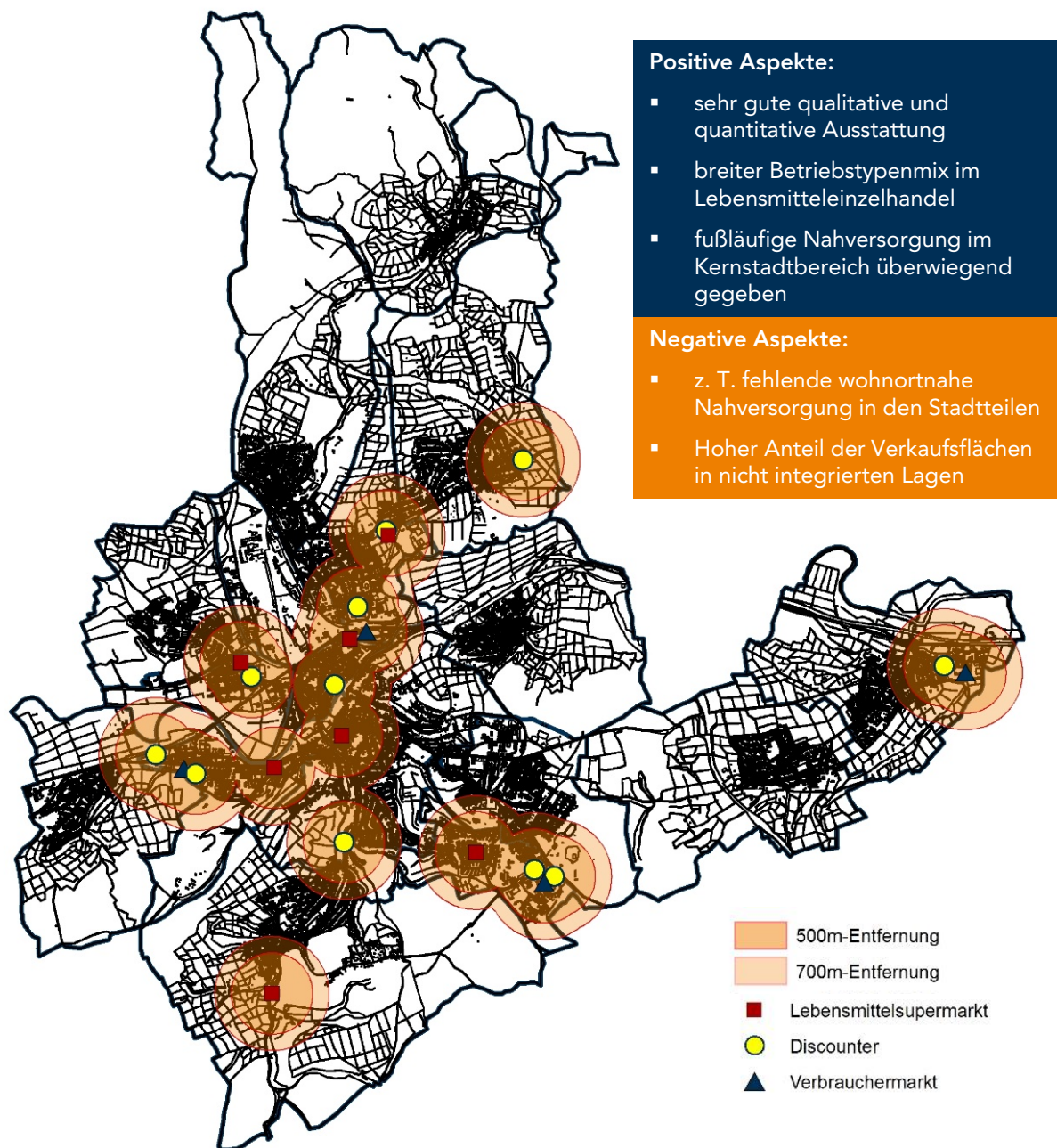
Nahversorgungsstruktur in Wetzlar

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

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m – 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.³⁵ In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Nachstehende Abbildung gibt einen Überblick über die bestehenden Lebensmittelmärkte in Wetzlar.

³⁵ Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rd. 700 m bzw. einem Zeitaufwand von rd. 10 Gehminuten entspricht.

Abbildung 38: Die Nahversorgungsstruktur in Wetzlar im Überblick



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar; Berücksichtigt werden Nahversorgungsbetriebe ab 400m² VKF.

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

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

- Insgesamt gute lokale Einkaufsorientierung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (Passantenbefragungen und Zentralität von 188) ;
- Mit elf Discountern, sechs Supermärkten und vier SB-Warenhäusern besteht ein breiter Betriebstypenmix;
- deutlich überdurchschnittliche Zentralität (hohe Kaufkraftzuflüsse), Versorgung der Wetzlarer Bevölkerung sowie der Bevölkerung der umliegenden Mittel- und Grundzentren;
- Quantitativ und qualitativ ist das Ausstattungsniveau im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel als sehr gut zu bewerten (vgl. hierzu auch den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen in Kapitel 5.1.3);
- Gute räumliche Ausstattung (nahezu flächendeckende fußläufige Nahversorgung) in der Wetzlarer Kernstadt;
- Fehlende wohnortnahe Nahversorgung insbesondere in den Stadtteilen Blasbach, Hermannstein, Garbenheim, Steindorf, Münchholzhausen sowie in der Kernstadt in den Stadtbezirken Dalheim, Hauserberg, Büblingshausen.

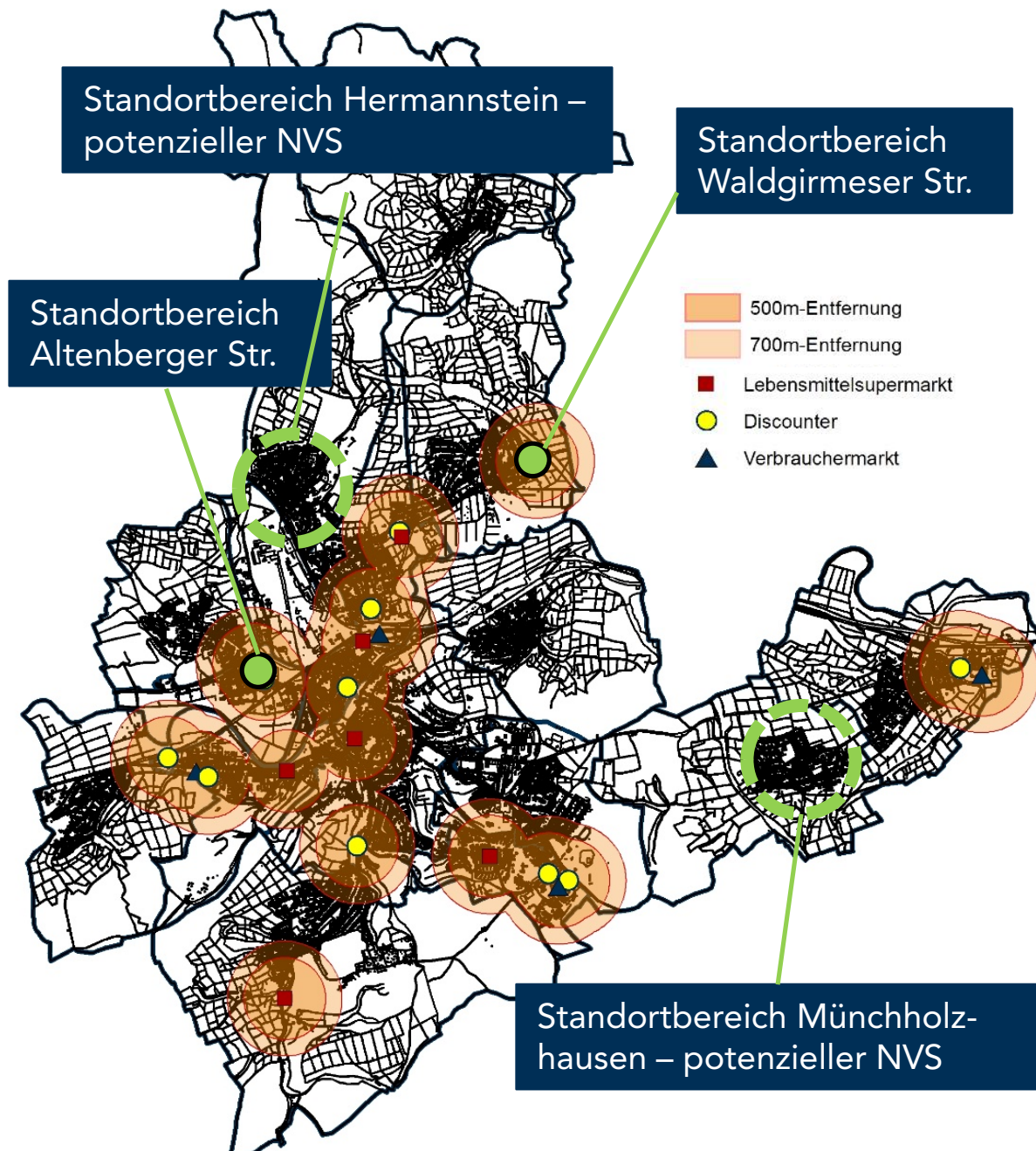
6.7.2 Nahversorgungsstandorte in Wetzlar

Neben den bereits in Kapitel 6.1 benannten zentralen Versorgungsbereichen werden keine weiteren Einzelhandelsstandorte als zentrale Versorgungsbereiche definiert. Zwar lassen mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen, sie weisen jedoch nicht die erforderlichen Merkmale entsprechend der Rechtsprechung für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten, etwa Versorgungsfunktionen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten für den unmittelbaren Nahbereich (Nahversorgungsstandorte).

Die nachfolgend aufgeführten Standorte mit besonderer Versorgungsfunktion erfüllen nicht die an zentrale Versorgungsbereiche gestellten Anforderungen und fallen daher auch nicht unter die Schutzwirkung des § 34 Absatz 3 BauGB. Sie stellen dessen ungeachtet Gebiete dar, die bereits heute eine besondere (Nah-)Versorgungsfunktion übernehmen oder deren Entwicklung eine besondere strategische Komponente im Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Wetzlar zukommt. Als Nahversorgungsstandorte werden im Wetzlarer Stadtgebiet die Standorte Altenberger Straße und Waldgirmeser Straße sowie

als potenzielle Nahversorgungsstandorte die Standorte Hermannstein und Münchholzhäuser empfohlen (siehe nachstehende Abbildung).

Abbildung 39: Nahversorgungsstandorte und potenzielle Nahversorgungsstandorte im Wetzlarer Stadtgebiet



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

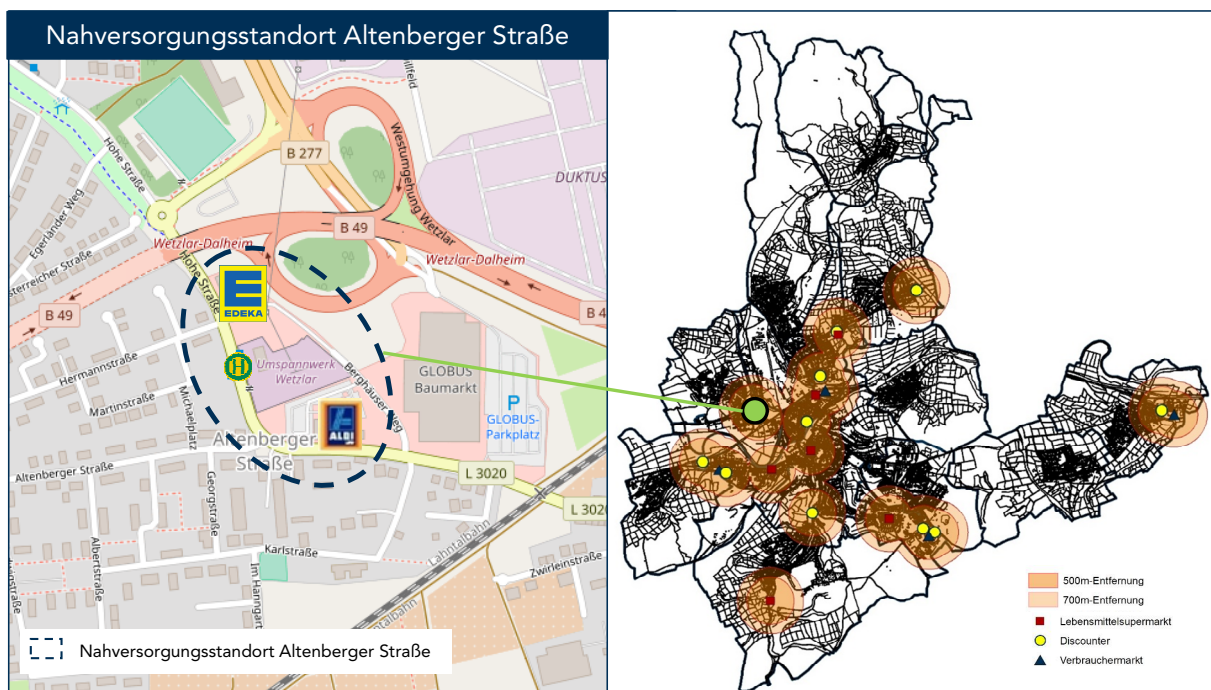
Standortbereich Altenberger Straße

Der Standortbereich Altenberger Straße weist aktuell eine Verkaufsfläche von rd. 1.990 m² auf und ist überwiegend durch den ansässigen Supermarkt EDEKA sowie durch den Le-

bensmitteldiscounter ALDI Süd geprägt. Weitere Einzelhandelsbetriebe oder zentrenergänzende Funktionen sind nicht am Standortbereich vorhanden. Der Standortbereich dient dabei überwiegend der Nahversorgung der im Stadtbezirk Dalheim lebenden Bevölkerung.

Auf Grund seiner aktuellen Funktion und Leistungsfähigkeit sowie der Lage des Standorts mit direktem Anschluss an die westlich und südlich befindliche Wohnbebauung, wird eine Ausweisung des Standorts Altenberger Straße als Nahversorgungsstandort empfohlen. Eine Arrondierung des standörtlichen Angebotes ist lediglich im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich in Form von Spielräumen für marktadäquate Erweiterungen bzw. in Form einer Ansiedlung ergänzender Fachgeschäfte und zentrenergänzender Funktionen sinnvoll, um den Aufbau eines Konkurrenzstandortes zu den bestehenden ZVB zu vermeiden.

Abbildung 40: Standortbereich Altenberger Straße



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

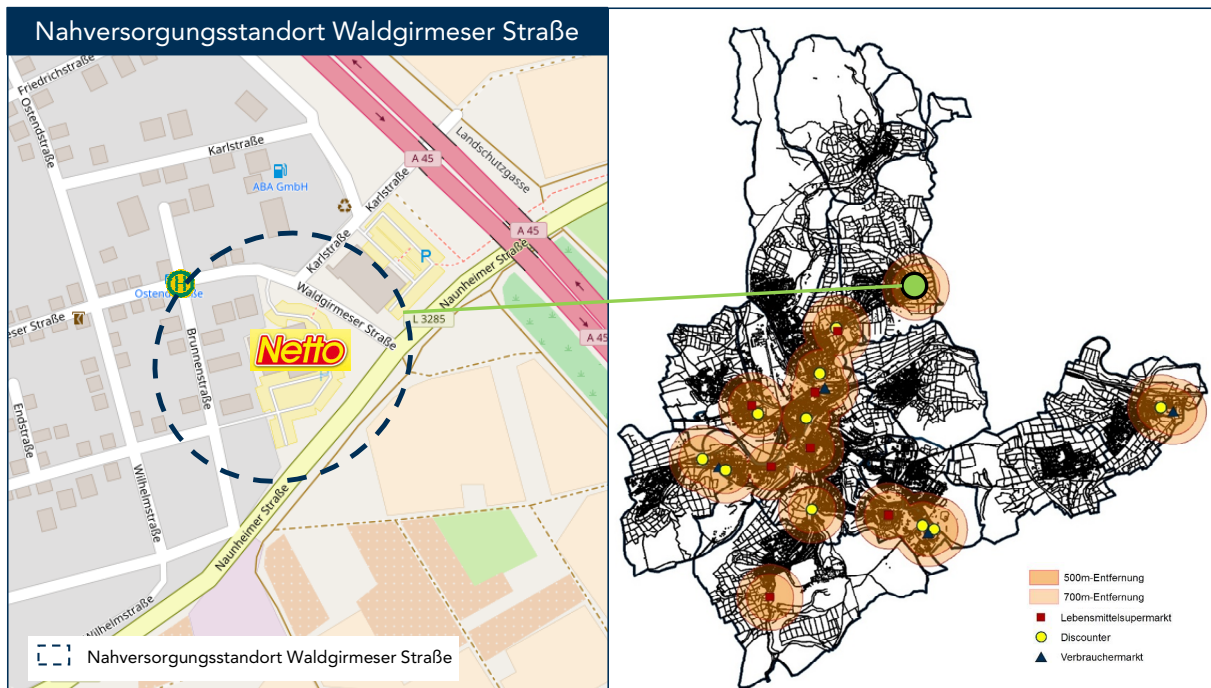
Standortbereich Waldgirmeser Straße, Naunheim

Der Standortbereich Waldgirmeser Straße wird aktuell überwiegend durch den ansässigen Lebensmitteldiscounter Netto sowie die in den Netto-Markt integrierte Bäckerei geprägt. Weitere Einzelhandelsbetriebe oder zentrenergänzende Funktionen sind nicht am Standortbereich vorhanden. Der Standortbereich fungiert überwiegend als wichtiger Nahversorgungsstandort für die im Stadtteil Naunheim lebende Bevölkerung.

Auf Grund seiner aktuellen Funktion und Leistungsfähigkeit sowie der Lage des Standorts mit direktem Anschluss an die westlich und nördlich befindliche Wohnbebauung, wird eine Ausweisung des Standorts Waldgirmeser Straße als Nahversorgungsstandort empfohlen. Eine Arrondierung des standörtlichen Angebotes ist lediglich im nahversorgungsrelevanten

Bedarfsbereich in Form von Spielräumen für marktadäquate Erweiterungen bzw. in Form einer Ansiedlung ergänzender Fachgeschäfte und zentrenergänzender Funktionen sinnvoll, um den Aufbau eines Konkurrenzstandortes zu den bestehenden ZVB zu vermeiden.

Abbildung 41: Standortbereich Waldgirmeser Straße



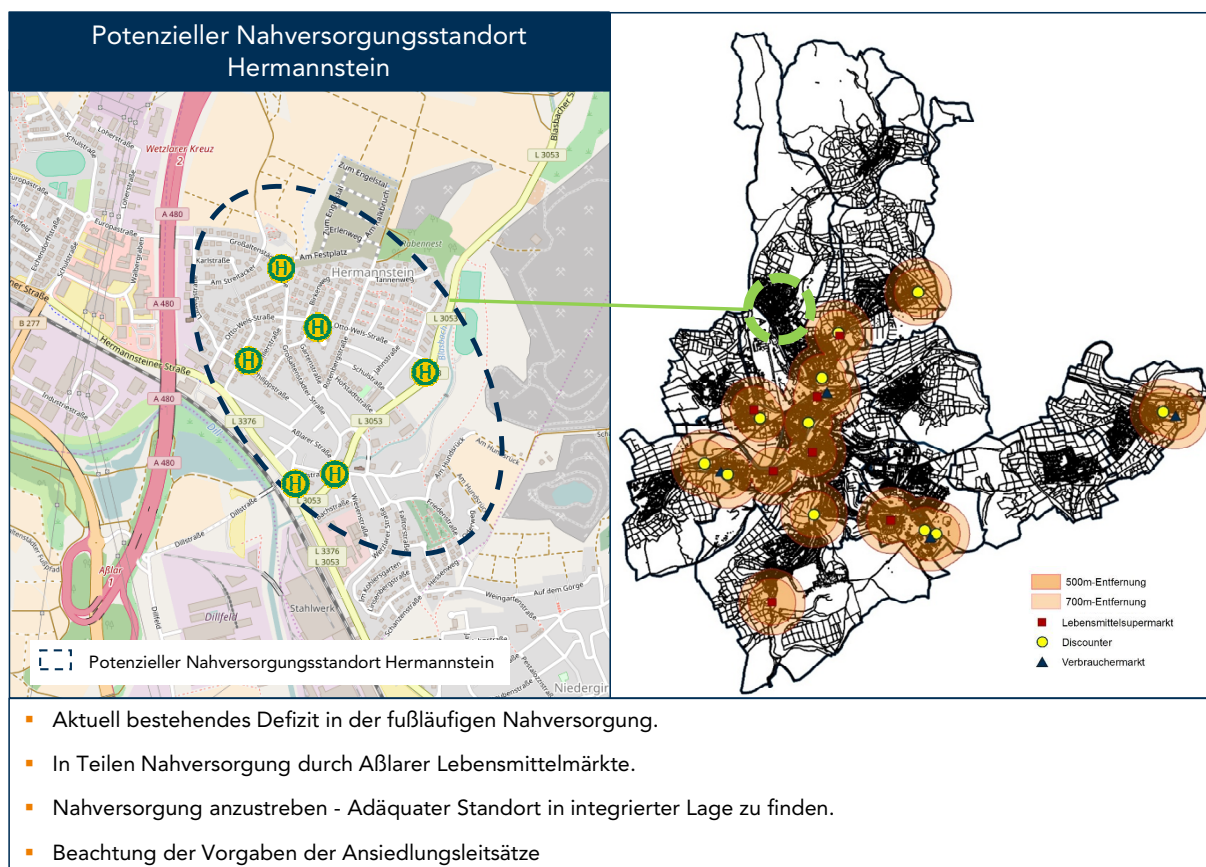
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

Standortbereich Hermannstein

Am Standortbereich Hermannstein besteht aktuell ein räumliches Nahversorgungsdefizit (vgl. Kapitel 6.7.1). Zwar wird die in Hermannstein lebende Bevölkerung aktuell in Teilen durch die an der Stadtgrenze im Aßlarer Stadtgebiet angesiedelten Lebensmittelmärkte mit versorgt, Zielstellung der Stadt Wetzlar ist es aber, eine flächendeckende fußläufige Nahversorgung in allen Stadtteilen zu gewährleisten.

Zur Behebung der aktuell im Stadtteil Hermannstein bestehenden räumlichen Nahversorgungsdefizite wird die Ausweisung eines potenziellen Nahversorgungsstandorts empfohlen. Anzustreben ist diesbezüglich die Schaffung eines standörtlichen Angebotes im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich in Form von Spielräumen für die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes oder Lebensmitteldiscounters sowie ergänzender Fachgeschäfte und zentrenergänzender Funktionen, um den Aufbau eines Konkurrenzstandortes zu den bestehenden ZVB zu vermeiden. Für die Ansiedlung des Nahversorgungsstandorts ist bei einer weiteren Konkretisierung der Planungen ein adäquater Standort in integrierter Lage, mit bestmöglichem Anschluss an die anschließende Wohnbebauung zu ermitteln.

Abbildung 42: Standortbereich Hermannstein



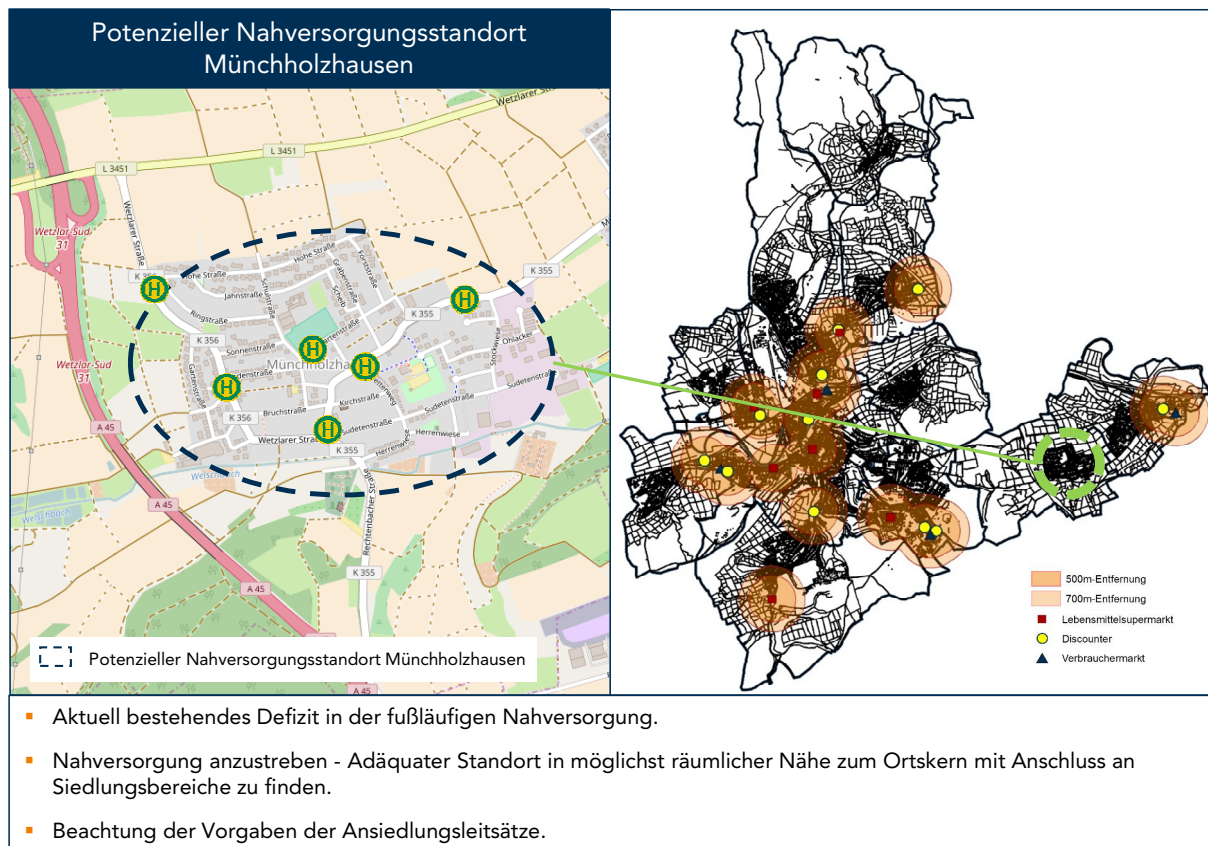
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

Standortbereich Münchholzhausen/Schattenlänge

Am Standortbereich Münchholzhausen/Schattenlänge besteht aktuell ein räumliches Nahversorgungsdefizit (vgl. Kapitel 6.7.1). Zielstellung der Stadt Wetzlar ist es, eine flächendeckende fußläufige Nahversorgung in allen Stadtteilen zu gewährleisten.

Zur Behebung der aktuell im Stadtteil Münchholzhausen bestehenden räumlichen Nahversorgungsdefizite wird die Ausweisung eines potenziellen Nahversorgungsstandorts empfohlen. Anzustreben ist diesbezüglich die Schaffung eines standörtlichen Angebotes im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich in Form von Spielräumen für die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes oder Lebensmitteldiscounters sowie ergänzender Fachgeschäfte und zentrenergänzender Funktionen, um den Aufbau eines Konkurrenzstandortes zu den bestehenden ZVB zu vermeiden. Die bauplanungsrechtlichen Grundlagen für die Schaffung eines Nahversorgungsangebots in integrierter Lage werden aktuell durch den in Aufstellung befindlichen B-Plan Schattenlänge geschaffen. Im Zuge der Schaffung des Nahversorgungsangebots wird auch ein an den Nahversorgungsstandort anschließendes Wohnungsneubauegebiet ausgewiesen.

Abbildung 43: Standortbereich Münchholzhausen/Schattenlänge



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016; Kartengrundlage: Stadt Wetzlar.

6.7.3 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Wetzlar

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

- dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen (Kap. 5.1),
- den übergeordneten Zielen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (Kap. 5.2),
- dem instrumentellen Zentren- und Standortkonzept (Kap. 6.1 bis 6.7) sowie
- den Ansiedlungsleitsätzen (Kap. 6.9).

Empfehlungen für die gesamtstädtische Nahversorgungsentwicklung in Wetzlar

Da das Ansiedlungspotential für Lebensmittelsortimente nicht unbegrenzt ist, und da mit zunehmendem Überschreiten der ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-

Down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Wetzlar aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

Tabelle 8: Empfehlungen zur Nahversorgung

Wetzlar
<p>1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf die ZVB</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung/Stärkung der bestehenden und perspektivischen Nahversorgungsstrukturen in den ZVB durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch Erweiterungen/Neuansiedlungen außerhalb der ZVB resultieren könnten. ▪ Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten, ggf. auch über das ermittelte VKF-Potential hinaus. <p>2. Priorität: Sicherung/Optimierung der Nahversorgung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstandorte zur Sicherung und Optimierung der wohnortnahen Versorgung (hier auch potenzielle Nahversorgungsstandorte Münchholzhausen/Schattenlänge und Hermannstein) -> Prüfschema ▪ Erweiterung/Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen nur zur Sicherung und zur Optimierung der wohnortnahen Versorgung -> Prüfschema <p>Ansonsten konsequenter Ausschluss von Neuansiedlungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in städtebaulich nicht integrierten, gewerblich geprägten Lagen.</p>

Quelle: Eigene Darstellung.

1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

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

2. Priorität: Sicherung/Optimierung der Nahversorgungsstruktur

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (städtebaulich integrierte Lage, Nahversorgungsstandorte und potenzielle Nahversorgungsstandorte) kann ein Nahversorgungsangebot zur Sicherung und Optimierung der Nahversorgungsstruktur in Wetzlar empfohlen werden. Hierdurch soll (gemäß der Entwick-

lungsziele) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei die zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen oder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Für **Vorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in städtebaulich integrierter Lage sind im Rahmen einer Prüfung der städtebaulich gewinnbringenden Entwicklung folgende Bewertungskriterien (Prüfschema) anzuwenden:

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

6.8 Sortimentsliste für die Stadt Wetzlar

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

Rechtliche Anforderungen

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

Auch ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde *sortimentspezifisch* und *abschließend* darzulegen,

welche aktuellen örtlichen Gründe jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentsliste sprechen.³⁶

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

Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsbestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Berücksichtigt werden sollten außerdem die Charakteristika (Besuchfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit) der einzelnen Sortimente. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzepts zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen³⁷. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

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

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

³⁶ Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z. B. OVG Münster Urteil vom 03.06.2002 - 7A D 92/99.NE, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg Urteil vom 02.05.2005 – AZ 8 S 1848/04.

³⁷ Vgl. hierzu den BVerwG Beschluss vom 10.11.2004 – AZ 4 BN 33.04 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg Urteil vom 30.01.2006 – AZ 3 S 1259/05.

Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

Tabelle 9: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

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

Zentren- und Nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

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

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

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

Quelle: Eigene Darstellung.

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

Tabelle 10: Sortimentsliste für die Stadt Wetzlar („Sortimentsliste Wetzlar“)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ³⁸	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Campingartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Computer (PC-Hardware und -Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit elektrischen Staubsauger, Nähmaschinen usw. für den Haushalt sowie Einzelhandel mit elektrischen Brotschneidemaschinen, Dosenöffnern usw. für den Haushalt)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnen-schutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä.
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen) ³⁹

³⁸ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

³⁹ Die Zuordnung zu Haushaltsgegenständen begründet sich aus der Überleitung des WZ 2003 zum WZ 2008.

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

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

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Nicht-zentrenrelevante und nicht-zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9 aus 47.52.1	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)</i> <i>Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)</i>
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32 45.40	<i>Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör</i> <i>Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträder)</i>
Leuchten/Lampen	aus 47.59.9	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a.n.g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)</i>
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1	<i>Einzelhandel mit Wohnmöbeln</i> <i>Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen</i>
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	<i>Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien</i>
Pflanzen/Samen	47.76.1	<i>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)</i>
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	<i>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)</i>
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	aus 47.76.2	<i>Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren</i>

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2016.

Leuchten/Lampen wurde als nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Hintergrund dieser Einstufung ist das aktuell bestehende Angebot von Lampen/Leuchten im Wetzlarer Stadtgebiet als Randsortiment der Baumärkte (Bauhaus, Globus Baumarkt, OBI), der SB-Warenhäuser und der Möbelhäuser in überwiegend nicht integrierten Lagen. Die Definition des Sortimentsbereichs Leuchten/Lampen als nicht-zentrenrelevant schließt die Ansiedlung von Fachgeschäften innerhalb der ZVB nicht aus.

Das im Sortimentsbereich Musikinstrumente und Musikalien im Wetzlarer Stadtgebiet bestehende Angebot wird aktuell nahezu ausschließlich durch den strukturprägenden Betrieb Musikfachhaus Siebert in nicht integrierter Lage im Stadtbezirk Nauborner Straße/Nauborn geprägt. Da mit dem strukturprägenden Betreiber die bestehende Nachfrage gedeckt sein dürfte, ist davon auszugehen, dass kein größeres Entwicklungspotenzial im Sortimentsbereich Musikinstrumente und Musikalien im Wetzlarer Stadtgebiet besteht. Im Sinne des dynamischen Bestandsschutzes wird das Sortiment Musikinstrumente und Musikalien daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Die Definition des Sortimentsbereichs Musikinstrumen-

te und Musikalien als nicht-zentrenrelevant schließt die Ansiedlung von Fachgeschäften innerhalb der ZVB nicht aus.

Im Wetzlarer Stadtgebiet wird zoologischer Bedarf insbesondere durch die Bau- und Gartenmärkte und die Randsortimente der Lebensmittelmärkte in überwiegend nicht integrierter Lage sowie durch Fachgeschäfte (auch im ZVB Innenstadtzentrum Wetzlar) angeboten. Neuansiedlungen strukturprägender Betriebe im Sortimentsbereich zoologischer Bedarf erfolgen erfahrungsgemäß meist in nicht integrierter Lage in der Form von Zoofachmärkten mit einem Schwerpunkt im Bereich Tierfutter und Tierzubehör. Der Sortimentsbereich zoologischer Bedarf und lebende Tiere wird daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Die Definition des Sortimentsbereichs zoologischer Bedarf und lebende Tiere als nicht-zentrenrelevant schließt die Ansiedlung von Fachgeschäften innerhalb der ZVB nicht aus.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.⁴⁰ Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

6.9 Ansiedlungsleitsätze

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

6.9.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

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

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Wetz-

⁴⁰ Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

lar insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen, tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste Wetzlar zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in der Stadt Wetzlar ansässiger Einzelhandelsbetriebe.⁴¹

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

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

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

6.9.2 Ansiedlungsleitsätze

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Wetzlar empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen „Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum“ unbegrenzt (Positivraum)⁴² anzusiedeln.

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten (aber nicht mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten) Hauptsortiment sollen grundsätzlich in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadtzentrum und Altstadtzentrum zulässig sein. Damit können die Innenstadtzentren in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.

⁴¹ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potentiale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Wetzlar, insbesondere des Innenstadt- und des Altstadtzentrums.

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

Gleichzeitig wird eine Streuung solch wichtiger Einzelhandelsangebote sowie ein Ungleichgewicht der weiteren Standorte gegenüber den Innenstadtzentren verhindert. Der aufgezeigte absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen dient in den Innenstadtzentren nur als Leitlinie (und nicht als Entwicklungsgrenze) deren Überschreiten in den stadtentwicklungspolitisch bedeutsamen Innenstadtzentren im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebots beitragen kann.

Insgesamt soll durch eine Steuerung zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote, die Entwicklung eines Ungleichgewichtes der sonstigen Lagen gegenüber dem Innenstadt- sowie dem Altstadtzentrum und eine mögliche Gefährdung dieser verhindert werden.

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

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

...ist in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln oder auszubauen, wenn keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind.

... kann zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an den Nahversorgungsstandorten bzw. den potenziellen Nahversorgungsstandorten und sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes angesiedelt oder erweitert werden,

- wenn es zur Sicherung und dem Ausbau der flächendeckenden Nahversorgung dient,
- wenn keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind,
- wenn die weiteren in Kapitel 6.7.3 genannten Prüfkriterien erfüllt werden,
- wenn eine Einzelfallprüfung durch Verträglichkeitsgutachten erfolgt.

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

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten *außerhalb* der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere Nahversorgungsstandorte, potenzielle Nahversorgungsstandorte und sonstige integrierte Standorte) kann ein Nahversorgungsangebot zugunsten der Gebietsversorgung empfohlen werden. Eine Überprüfung inwieweit ein Planvorhaben überwiegend der Versorgung des Nahbereiches dient, ist durchzuführen. Hierdurch soll (gemäß der „übergeordneten Entwicklungszielstellungen“) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei die zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen oder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Leitsatz III: Sondergebietspflichtiger, großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte primär an den ausgewiesenen Sonderstandorten Silhörer Aue (Westend), Hörnsheimer Eck und Gewerbegebiet Dutenhofen angesiedelt werden; kann jedoch auch im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden, wenn städtebauliche Gründe dafür sprechen⁴³.

- dabei ist die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente⁴⁴ analog des LEP Hessen sowie des Regionalplans Mittelhessen auf bis zu 10 % bzw. max. 800 m² der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zu begrenzen – eine weitere Begrenzung der zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

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

Hier ist jedoch zu beachten, dass zur Steigerung ihrer Attraktivität aus Kundensicht Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen, ergänzen. Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung derer. Um die zentralen Versorgungsbereiche vor diesen unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für die zentralen Versorgungsbereiche nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment

⁴³ Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-) Begrenzung erforderlich werden lassen.

⁴⁴ Der Begriff der Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil OVG NRW 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

auch jenseits des zentralen Versorgungsbereichs in begrenztem Umfang zugelassen werden. Diese Begrenzung soll bei 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen.

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

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

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

6.10 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

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

Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „unerwünschte“ Standorte⁴⁵ bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

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

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben in den Zentralen Versorgungsbereichen Wetzlars gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die ent-

⁴⁵ „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ im Sinne des Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen.

sprechenden Sortimente (insbesondere zentrenrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung des Planungsschadensrechts.

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

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

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

- dem jeweils individuellen Planerfordernis,
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung zu den zentralen Versorgungsbereichen (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot prägende Sortimente und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen einschließlich Leerstand usw.),
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungsstruktur sinnvoll erscheint und in welcher

Weise dies geschehen soll⁴⁶ (hierzu hält dieses Einzelhandelskonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor),

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

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

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelskonzepts⁴⁷ – bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

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

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus besonderen städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen⁴⁸.

Die Sortimentsliste Wetzlars - zentrenrelevante, zentren- und nahversorgungsrelevante und nicht-zentrenrelevanter Sortimente - sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der

⁴⁶ So z. B. die Begründung zum Entwurf eines Gesetzes zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte (BauGB-Novelle 2007) bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nach § 9 Abs. 2a BauGB (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11)

⁴⁷ Das Einzelhandelskonzept selbst stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

⁴⁸ Z. B. die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebiets, vgl. hierzu u. a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 C 77.84 vom 22.05.1987 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

Planung wird, bei konkreten Investitionsplanungen in den Festsetzungen des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden⁴⁹.

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

Empfohlene Musterfestsetzungen

a) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als Sondergebiet *Zweckbestimmung* nach BauNVO⁵⁰. In diesem Sondergebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb *Betriebstyp* (z. B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmittel-discounter, Kiosk usw.)* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von *xy* m² und dem Hauptsortiment *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Sortimentsliste Wetzlar).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz III:

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

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

Bei mehreren geplanten Einzelhandelsbetrieben innerhalb des gleichen Gebiets können die einzelhandelsbezogenen Festsetzungen im Rahmen eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans i. S. d. § 12 BauGB⁵¹ auf jeden Betrieb einzeln bezogen werden oder über Sondergebiete für jede Betrieb.

⁴⁹ Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

⁵⁰ Dieser Gebietstyp sollte i. d. R. ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden (vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008).

⁵¹ Für Angebotsbebauungspläne ist die Anwendung von baugebietsbezogenen Verkaufsflächengrenzen aufgrund des sog. „Windhundrennens“ nicht geeignet (vgl. auch BVerwG 4 CN 3.07 und BVerwG 4 CN 3.09).

Beispiel:

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

b) Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen⁵²

„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als *Gebietstyp nach BauNVO*. In diesem Gebiet sind zulässig *Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe* [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment entsprechend der nachstehenden Sortimentsliste Wetzlars nicht zulässig. Nicht zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die mehrere der in der Sortimentsliste Wetzlars angeführten zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nebeneinander anbieten⁵³ (*in der Begründung ist auf die beabsichtigte Stärkung der Zentren sowie ihre Erhaltung und Weiterentwicklung i. S. d. Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wetzlar einzugehen*).

⁵² Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre Bedeutung ist hinsichtlich des städtebaulich-funktionalen Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche allerdings eher marginal. Daher dürfte es stadtplanerisch regelmäßig in Betracht kommen, in den Bebauungsplanfestsetzungen eine Befreiungsmöglichkeit gem. § 31 Abs. 2 BauGB zur Ansiedlung von Kiosken einzuräumen (vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 109 ff. und 460).

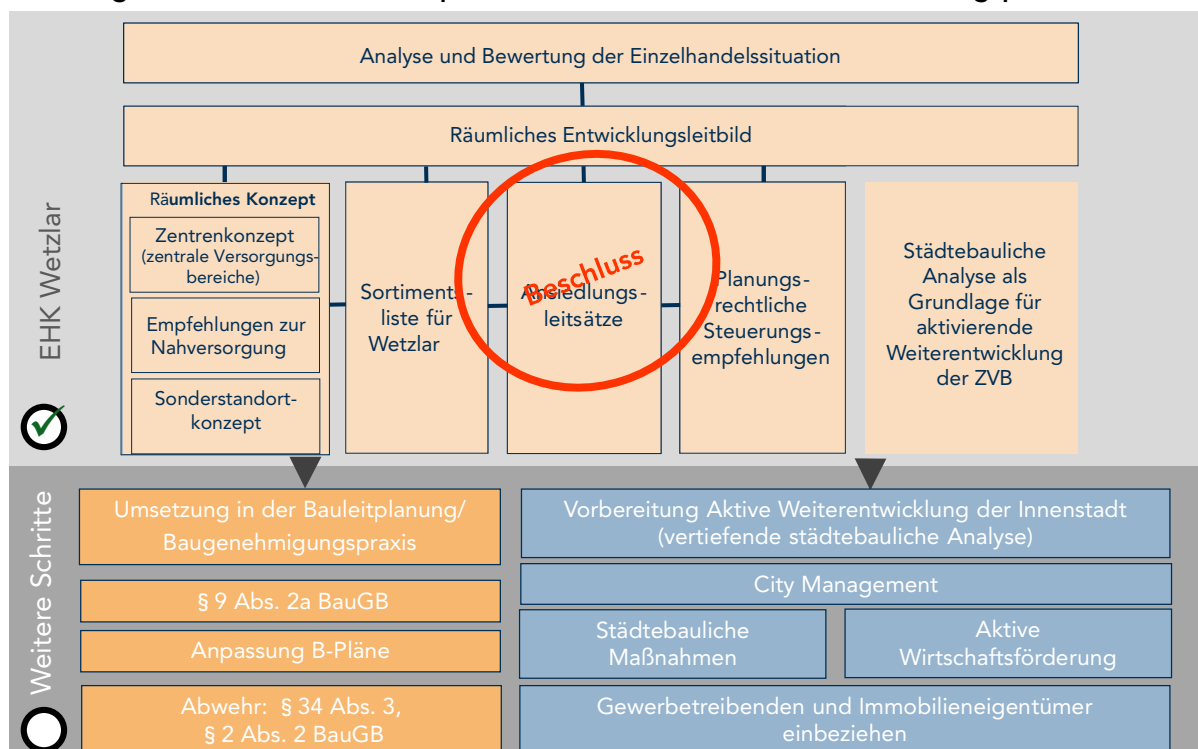
⁵³ In Form eines (Spezial-) Kauf- oder Warenhauses oder themenbezogene Kauf- oder Warenhäuser.

7 Schlusswort

Die Stadt Wetzlar verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche mit einer klar definierten Versorgungsaufgabe. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung sowie das Begleitgremium – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

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

Abbildung 44: Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik



Quelle: Eigene Darstellung.

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

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

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

Anhang

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur und Handelsfachdaten

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

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

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

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

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

Fashion (2025): Studie zur Zukunft des Fashion Marktes in Deutschland

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

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

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

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

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH (2015): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2016. Köln.

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

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

Regierungspräsidium Gießen (2010): Regionalplan Mittelhessen

Regionaler Konjunkturbericht (2013): Mittelhessischer Wohnungsmarkt VdW Südwest u. IWU Darmstadt.

Stadt Wetzlar Einwohnerdaten Stadt Wetzlar (Ekom21 GmbH, Stand 06.2018).

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

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

Sonstige Quellen

Handelsdaten (2018): www.handelsdaten.de

HDE (2018): www.einzelhandel.de

Statista (2018): www.statista.de

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft) _____	6
Abbildung 2:	Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept _____	14
Abbildung 3:	Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland _____	19
Abbildung 4:	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen _____	22
Abbildung 5:	Lage Wetzlars in der Region _____	23
Abbildung 6:	Einzelhandelsbestand in der Stadt Wetzlar _____	24
Abbildung 7:	Einzelhandelsbestand (in m ² VKF) nach Warengruppen und Lagebereichen _____	26
Abbildung 8:	Einzelhandelsbezogenes Kaufkraftniveau in Wetzlar _____	28
Abbildung 9:	Lokale Einkaufsorientierung in Wetzlar – Warengruppen nach Einkaufsorten _____	29
Abbildung 10:	Herkunft der befragten Kunden und Besucher der Stadt Wetzlar _	31
Abbildung 11:	Die Zentren- und Standortstruktur in Wetzlar _____	34
Abbildung 12:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens _____	39
Abbildung 13:	Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft _____	41
Abbildung 14:	Entwicklungsindex der Flächenproduktion von 2000 bis 2015 ____	42
Abbildung 15:	Anteil des E-Commerce am Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland von 2000 bis 2015 und Prognose für 2016 _____	43
Abbildung 16:	Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz einzelner Sortimentsbereiche in % in Deutschland _____	44
Abbildung 17:	Sortimentspezifische Entwicklung des Distanzhandels _____	45
Abbildung 18:	Zentralitäten nach Sortimentsgruppen _____	45
Abbildung 19:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Wetzlar _____	50
Abbildung 20:	Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren _____	52
Abbildung 21:	Abgrenzung und räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum aktuell (Zielkonzept) ____	55
Abbildung 22:	ZVB Innenstadtzentrum Wetzlar – Verkaufsflächen nach Warengruppen _____	56

Abbildung 23:	Abgrenzung und räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadtzentrum aktuell (Zielkonzept) _____	59
Abbildung 24:	Das Wetzlarer Altstadtzentrum _____	60
Abbildung 25:	ZVB Altstadtzentrum Wetzlar – Verkaufsflächen nach Warengruppen _____	61
Abbildung 26:	Passantenbefragung - Besuchsgrund der Wetzlarer Innenstadt/Altstadt _____	62
Abbildung 27:	Passantenbefragung - Einkaufshäufigkeit _____	64
Abbildung 28:	Passantenbefragung - Verkehrsmittelwahl _____	64
Abbildung 29:	Passantenbefragung – Vermisste Artikel in der Innenstadt/Altstadt	65
Abbildung 30:	Passantenbefragung – Bewertung verschiedener Aspekte der Innenstadt/Altstadt _____	66
Abbildung 31:	SWOT-Analyse des Wetzlarer Innenstadt- und Altstadtzentrums _	68
Abbildung 32:	Nahversorgungszentrum Am Sturzkopf _____	72
Abbildung 33:	Nahversorgungszentrum Naunheimer Straße _____	73
Abbildung 34:	Verbindung IKEA zu Innenstadtzentrum _____	75
Abbildung 35:	Standortbereich Silhöfer Aue (Westend) _____	78
Abbildung 36:	Standortbereich Gewerbegebiet Dutenhofen _____	79
Abbildung 37:	Standortbereich Hörnsheimer Eck _____	80
Abbildung 38:	Die Nahversorgungsstruktur in Wetzlar im Überblick _____	83
Abbildung 39:	Nahversorgungsstandorte und potenzielle Nahversorgungsstandorte im Wetzlarer Stadtgebiet _____	85
Abbildung 40:	Standortbereich Altenberger Straße _____	86
Abbildung 41:	Standortbereich Waldgirmeser Straße _____	87
Abbildung 42:	Standortbereich Hermannstein _____	88
Abbildung 43:	Standortbereich Münchholzhausen/Schattenlänge _____	89
Abbildung 44:	Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik _____	107

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) _____	7
Tabelle 2:	Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) _____	9
Tabelle 3:	Einzelhandelsstruktur nach ausgewählten Standortbereichen _____	25
Tabelle 4:	Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Wetzlar _____	32
Tabelle 5:	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Wetzlar bis 2026 _____	47
Tabelle 6:	Passantenbefragung – Üblicherweise aufgesuchte Betriebe _____	63
Tabelle 7:	Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Wetzlar _____	82
Tabelle 8:	Empfehlungen zur Nahversorgung _____	90
Tabelle 9:	Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten _____	93
Tabelle 10:	Sortimentsliste für die Stadt Wetzlar („Sortimentsliste Wetzlar“) _____	94

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

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

Bindungsquote

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

Business Improvement District (BID)

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

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

Einzelhandel

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

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

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

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

Fabrikladen (Factory Outlet)

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

Fachdiscounter

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

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m².

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

Factory-Outlet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Grenzrentabilität

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

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

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

Innenstadt

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

Innenstadtzentrum (IZ)

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

Kaufhaus

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

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

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

Kaufkraftkennziffer

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

Lebensmitteldiscounter

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

Nahversorgungsstandort

Nahversorgungsstandorte sind Standorte mit besonderer Versorgungsfunktion, die jedoch nicht die an zentrale Versorgungsbereiche gestellten Anforderungen erfüllen und somit nicht unter die Schutzwirkung des § 34 Absatz 3 BauGB fallen. Sie stellen dessen ungeachtet Gebiete dar, die bereits heute eine besondere (Nah-)Versorgungsfunktion übernehmen oder deren Entwicklung eine besondere strategische Komponente im Hinblick auf die kommunale Einzelhandelsentwicklung zukommt.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

SB-Warenhaus

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

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

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

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

Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

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

Beim Randsoriment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

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

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

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

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

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

Supermarkt

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

Trading-Down-Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben. Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung. Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „Trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „Trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige

Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebots, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standorts innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Verbrauchermarkt

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

Verkaufsfläche

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

Warenhaus

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

Zentraler Versorgungsbereich

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

Zentralitätskennziffer

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