



# Einzelhandelskonzept



**für die**  
**Verbandsgemeinde Kirchberg (Hunsrück)**

im Auftrag der  
Verbandsgemeinde Kirchberg (Hunsrück)

**März 2021**

MARKT UND STANDORT · BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Am Weichselgarten 26, 91058 Erlangen  
Tel. (09131) 973 769 0, FAX. (09131) 973 769 70  
Norbert.Lingen@marktundstandort.de



Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden.  
Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.



## Inhaltsverzeichnis

<b>A</b>	<b>Vorbemerkung</b>	<b>8</b>
A.1	Aufgabenstellung	8
A.2	Untersuchungsmethode	8
A.3	Verwendete Datengrundlagen	9
<b>B</b>	<b>Entwicklungstrends und Standortraum</b>	<b>11</b>
B.1	Überregionale Entwicklungstrends	11
B.2	Der Einzelhandel in Deutschland	13
B.2.1	Allgemeine Entwicklungen	13
B.2.2	Periodischer Bedarf	13
B.2.3	Aperiodischer Bedarf	14
B.2.4	Online-Handel	14
B.3	Regionale Einordnung	18
B.3.1	Raumordnerische Vorgaben	18
B.3.2	Demographische Entwicklung	19
B.3.3	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	19
<b>C</b>	<b>Das Einzugsgebiet der Verbandsgemeinde Kirchberg</b>	<b>21</b>
<b>D</b>	<b>Kaufkraftanalyse Verbandsgemeinde Kirchberg</b>	<b>22</b>
D.1	Marktpotenzial	22
D.2	Kaufkraft nach Sortimentsgruppen	24
D.3	Potenziale aus dem Flughafen und der Polizeischule	25
<b>E</b>	<b>Analyse Einzelhandelsbestand und einzelhandelsrelevanter Aspekte</b>	<b>25</b>
E.1	Verkaufsflächen, Umsätze und Entwicklung	26
E.2	Analyse des Einzelhandelsbestandes	28
E.2.1	Einzelhandelbestand in der Verbandsgemeinde Kirchberg	28
E.2.2	Entwicklung des Einzelhandels seit 2008	32
E.3	Zentralität	33
E.4	Bewertung der Kaufkraft-, Umsatz- und Zentralitätsentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg	34
E.5	Raum- und Flächenbedarf	36
E.5.1	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	37
E.5.2	Nahrungs- und Genussmittel	38
<b>F</b>	<b>Die repräsentative Haushaltsbefragung in der Verbandsgemeinde Kirchberg</b>	<b>40</b>
F.1	Methode und Vorgehensweisen	40
F.1.1	Zielsetzung der Befragung	40
F.1.2	Stichprobe	40
F.1.3	Inhalte der Befragung	41
F.1.4	Methode der Befragung	41
F.1.5	Online und schriftliche Befragung zum Selbstausfüllen	41
F.2	Befragungsergebnisse	42



F.2.1	Einkaufsverhalten nach Sortimentsgruppe	42
F.2.1.1	Lebensmittel	42
F.2.1.2	Drogeriewaren	48
F.2.1.3	Bekleidung und Schuhe	49
F.2.1.4	Haushaltswaren	49
F.2.1.5	Andere Waren	50
F.2.2	Fehlende Einzelhandelssortimente, -branchen und -betriebe	51
F.2.3	Prozentuale Einzelhandelsausgaben in der Verbandsgemeinde Kirchberg	52
F.2.4	Beurteilung verschiedener Angebote und Waren in der Verbandsgemeinde Kirchberg	52
F.2.5	Beurteilung der Ortszentren Kirchberg und Sohren	54
F.2.6	Zusammengefasste Ergebnisse der Haushaltsbefragung	55
<b>G</b>	<b>Gewerbevereine und Kundenherkunftsanalyse</b>	<b>55</b>
<b>G.1</b>	<b>Gespräche mit den Gewerbevereinen</b>	<b>55</b>
<b>G.2</b>	<b>Analyseergebnisse</b>	<b>56</b>
<b>H</b>	<b>Entwicklungs- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel</b>	<b>57</b>
<b>H.1</b>	<b>Rahmenvorgaben des Landesentwicklungsprogrammes LEP IV</b>	<b>57</b>
<b>H.2</b>	<b>Definitorische Grundlagen der Zentren und Standorte in der Verbandsgemeinde Kirchberg</b>	<b>61</b>
H.2.1	Funktionale Definition	61
H.2.2	Städtebauliche Definition	62
<b>H.3</b>	<b>Wichtige Standortvorgaben zum Zentrenkonzept</b>	<b>62</b>
<b>H.4</b>	<b>Praktische Bedeutung von Zentralen Versorgungsbereichen</b>	<b>63</b>
H.4.1	Definition und Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche	63
H.4.2	Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen	64
<b>I</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche und Einzelhandelsstandorte – Gebietsbeschreibung, Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen (Standortkonzept)</b>	<b>64</b>
<b>I.1</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	<b>68</b>
I.1.1	Definition, Abgrenzung und Zielsetzungen für ZVB Stadt-/Ortszentrum	68
I.1.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Kirchberg	70
I.1.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum Sohren	72
I.1.2	Definition, Abgrenzung und Zielsetzungen für ZVB Nahversorgung (NVZ)	74
I.1.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren	75
I.1.2.2	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Sohren (Norma)	78
I.1.2.3	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Sohren (Netto)	80
I.1.2.4	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Kirchberg	82
I.1.3	Solitärstandorte	84
I.1.4	Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen	85
I.1.5	Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben in Bezug auf die zentralen Versorgungsbereiche (Nahversorgung)	85
<b>J</b>	<b>Beurteilung von Erweiterungsabsichten und Ansiedlungsvorhaben in sonstigen Lagen (Maßnahmen für die Bauleitplanung)</b>	<b>86</b>
<b>J.1</b>	<b>Sonstige Lagen / Standorte im Bereich von Baugebieten</b>	<b>86</b>
J.1.1	Gewerbegebiete	86
J.1.2	Industriegebiete	87
J.1.3	Neue Sondergebiete mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten	87
J.1.4	Mischgebiete	87



<b>J.2</b>	<b>Standorte im Innenbereich gemäß §34 BauGB</b>	<b>88</b>
J.2.1	Sonstige Lagen und Standorte	88
J.2.2	Exkurs zu §34 – Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile	88
<b>J.3</b>	<b>Nachnutzung/ Umnutzung von Leerständen</b>	<b>90</b>
<b>J.4</b>	<b>Zusammenfassung der Maßnahmen für die Bauleitplanung</b>	<b>90</b>
<b><u>K</u></b>	<b><u>Kirchberger Liste</u></b>	<b><u>90</u></b>
<b><u>L</u></b>	<b><u>Gesamtfazit</u></b>	<b><u>93</u></b>
<b><u>M</u></b>	<b><u>Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des zentralen Einzelhandels</u></b>	<b><u>94</u></b>
<b><u>N</u></b>	<b><u>Beschlussfassung</u></b>	<b><u>97</u></b>
<b><u>O</u></b>	<b><u>Anhang</u></b>	<b><u>99</u></b>
<b>O.1</b>	<b>Absatzformen - Definitionen</b>	<b>99</b>
<b>O.2</b>	<b>Markt und Standort Warengruppensystematik 2020</b>	<b>102</b>



## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes.....	9
Abbildung 2 Wirkungsgefüge im Standortraum Kirchberg .....	12
Abbildung 3 Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen .....	16
Abbildung 4 Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Online-Handel .....	17
Abbildung 5 Raumordnerische Gliederung (nach Regionalem Raumordnungsplan).....	18
Abbildung 6 Bevölkerungsentwicklung 2017 bis 2040 (regionalisierte Vorausberechnung, mittlere Variante) ..	19
Abbildung 7 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100) (Verbandsgemeinde) .....	20
Abbildung 8 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100) (Konkurrenzzentren)	21
Abbildung 9 Das Einzugsgebiet der Verbandsgemeinde Kirchberg .....	22
Abbildung 10 Kaufkraftpotenzial in der Verbandsgemeinde Kirchberg nach Sortimenten in Mio. Euro .....	24
Abbildung 11 Verkaufsflächen nach Sortimentseinheiten in m <sup>2</sup> in der Verbandsgemeinde Kirchberg (gesamt)	26
Abbildung 12 Betriebsgrößenstruktur der Einzelhandelsbetriebe.....	27
Abbildung 13 Umsätze nach Sortimenten in Mio. Euro in der Verbandsgemeinde Kirchberg (gesamt).....	27
Abbildung 14 Entwicklung der Einzelhandelsumsätze nach Sortimentsgruppen 2008 bis 2020.....	28
Abbildung 15 Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Kirchberg.....	29
Abbildung 16 Verteilung der Verkaufsflächen und Umsätze des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg .....	29
Abbildung 17 Einzelhandelsbestand der Stadt Kirchberg .....	30
Abbildung 18 Einzelhandelsbestand der Gemeinden Sohren und Büchenbeuren .....	31
Abbildung 19 Verkaufsflächen in den drei Grundzentren der Verbandsgemeinde Kirchberg.....	32
Abbildung 20 Zentralität.....	33
Abbildung 21 Zentralität 2008 und 2020.....	34
Abbildung 22 Umsatz- und Kaufkraftentwicklung seit 2008 in der Verbandsgemeinde Kirchberg.....	35
Abbildung 23 Kaufkraftströme Gesundheits- und Körperpflegeartikel .....	37
Abbildung 24 Kaufkraftströme Nahrungs- und Genussmittel.....	38
Abbildung 25 Anteile der Betriebstypen in der VG Kirchberg.....	39
Abbildung 26 Verteilung der Stichprobe .....	40
Abbildung 27 Stichprobenverteilung online und schriftlich.....	41
Abbildung 28 Einkaufsort Lebensmittel (Telefoninterview & Selbstausfüller) .....	42
Abbildung 29 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Kirchberg Lebensmittel einkaufen.....	43
Abbildung 30 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Sohren Lebensmittel einkaufen.....	44



Abbildung 31 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Büchenbeuren Lebensmittel einkaufen.....	45
Abbildung 32 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Simmern Lebensmittel einkaufen.....	46
Abbildung 33 Wichtigste Einkaufsort für Lebensmittel (Telefoninterview).....	47
Abbildung 34 Wichtigste Einkaufsort für Lebensmittel (Selbstaussfüller) .....	47
Abbildung 35 Einkaufsort Drogeriewaren .....	48
Abbildung 36 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in <u>Kirchberg</u> Drogeriewaren einkaufen.....	49
Abbildung 37 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in <u>Sohren</u> Drogeriewaren einkaufen.....	49
Abbildung 38 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in <u>Büchenbeuren</u> Drogeriewaren einkaufen.....	49
Abbildung 39 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in <u>Simmern</u> Drogeriewaren einkaufen.....	49
Abbildung 40 Wichtigster Einkaufsort Drogeriewaren (Telefoninterview).....	48
Abbildung 41 Wichtigster Einkaufsort Drogeriewaren (Selbstaussfüller) .....	48
Abbildung 42 Einkaufsort Bekleidung und Schuhe.....	49
Abbildung 43 Einkaufsort Haushaltswaren .....	49
Abbildung 44 Einkaufsort andere Waren .....	50
Abbildung 45 Fehlende Einzelhandelssortimente oder -branchen (Telefoninterview & Selbstaussfüller).....	51
Abbildung 46 Fehlende Einzelhandelssortimente oder -branchen (Telefoninterview & Selbstaussfüller .....	52
Abbildung 47 Beurteilung Warenangebot Verbandsgemeinde Kirchberg (Telefoninterview & Selbstaussfüller).	53
Abbildung 48 Beurteilung des Ortszentrum Kirchberg (Telefoninterview & Selbstaussfüller) .....	54
Abbildung 49 Beurteilung des Ortszentrum Sohren (Telefoninterview & Selbstaussfüller) .....	54
Abbildung 50 Kundenherkunftsanalyse Kirchberg .....	56
Abbildung 51 Kundenherkunftsanalyse Sohren .....	57
Abbildung 52 Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche.....	61
Abbildung 53 Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht.....	64
Abbildung 54 Standorthierarchie in der Verbandsgemeinde Kirchberg .....	65
Abbildung 55 Standortkonzept Verbandsgemeinde Kirchberg.....	66
Abbildung 56 Zentrenkonzept Verbandsgemeinde Kirchberg .....	66
Abbildung 57 Konzeptionelle Überlegungen zu den Standorträumen .....	67
Abbildung 58 Begründung des Zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum Kirchberg.....	70
Abbildung 59 Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Kirchberg .....	71
Abbildung 60 Begründung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortszentrum Sohren .....	72
Abbildung 61 Zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum Sohren.....	73



Abbildung 62 Übersicht zentrale Versorgungsbereiche Sohren und Büchenbeuren.....	75
Abbildung 63 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren .....	76
Abbildung 64 Abgrenzung des ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren .....	77
Abbildung 65 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren (Norma) .....	78
Abbildung 66 Nahversorgungszentrum Sohren Norma .....	79
Abbildung 67 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren (Netto) .....	80
Abbildung 68 Nahversorgungszentrum Sohren (Netto).....	81
Abbildung 69 Übersicht zentrale Versorgungsbereiche Kirchberg .....	82
Abbildung 70 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg.....	83
Abbildung 71 Abgrenzung des ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg .....	84
Abbildung 72 Kirchberger Liste .....	91
Abbildung 73 Öffentliche und private Akteure in der Stadt.....	94

#### **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1 Ausgewählte Trends im Einzelhandel .....	13
Tabelle 2 Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl).....	15
Tabelle 3 Veränderungsdaten Online und Offline 2019 nach Branchen im Vergleich zum Vorjahr.....	15
Tabelle 4 Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in € pro Kopf und Jahr (Bundesdurchschnitt).....	23
Tabelle 5 Einzelhandelsrelevante Potenziale im Einzugsgebiet .....	24
Tabelle 6 Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen 2008 zu 2020 .....	26
Tabelle 7 Einzelhandelsvergleich 2008 zu 2020 .....	32
Tabelle 8 Entwicklung der Einzelhandelsausgaben pro Kopf von 2008 bis 2020 in der VG Kirchberg .....	34
Tabelle 9 Umsatzentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg 2008 bis 2020 .....	35



## **A Vorbemerkung**

### **A.1 Aufgabenstellung**

Die Verbandsgemeinde Kirchberg hat im Februar 2020 eine raumordnerisches und städtebauliches Entwicklungskonzeption der Region Flughafen/B50 und der Verbandsgemeinde Kirchberg beschlossen. Dieses Konzept soll auch als Grundlage für die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg und der Region Flughafen /B50 verwendet werden. Dort sind Vorgaben für potenzielle Einzelhandelsstandorte herausgearbeitet. Darüber hinaus ist eine Aktualisierung der Entwicklungsaussagen für die Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Kirchberg erforderlich. Das letzte Einzelhandelskonzept stammt aus dem Jahr 2008. Eine Fortschreibung aus dem Jahr 2017 für die Verbandsgemeinde Kirchberg wurde nicht zur Beschlussreife gebracht.

Die Verbandsgemeinde Kirchberg benötigt die Fortschreibung ihres Einzelhandelskonzeptes zur Steuerung der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Verbandsgebiet unter der Berücksichtigung der neu erarbeiteten Entwicklungsvorgaben. Neben der Etablierung großflächigen Einzelhandels auf Grundlage des o.g. Entwicklungskonzeptes steht die Fortentwicklung der einzelgemeindlichen Nahversorgungsstandorte im Mittelpunkt der Aufgabenstellung.

Auf der Grundlage fundierter Aussagen zur gegenwärtigen Situation und zu den künftigen Rahmenbedingungen soll das geplante Einzelhandelskonzept auch als Steuerungsinstrument für die Bauleitplanung und bauplanungsrechtlicher Entscheidungen genutzt werden. Dazu ist eine räumliche und branchenspezifische Differenzierung der konzeptionellen Aussagen unabdingbar. Nur so sind auch justiziable Aussagen für die Bauleitplanung zu erreichen.

### **A.2 Untersuchungsmethode**

Grundlage der Fortschreibung ist das Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Kirchberg von 2008.

Für die Fortschreibung der Einzelhandelsanalyse sind umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und die Ermittlung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen erforderlich. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

Fachliche Grundlagen der Untersuchung sind zum einen umfassende Erhebungen der betrachteten Zentren sowie die Recherche der im Einzugsbereich ansässigen (großflächigen) Einzelhandelsbetriebe. Erhoben wurden alle Einzelhandelsbetriebe im Verbandsgebietegebiet.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

In der Verbandsgemeinde Kirchberg wurde eine Totalerhebung aller Einzelhandelsbetriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Erhebung erfolgte sortimentspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortimentspezifischen Erhebung jedes Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs-, als auch eine sortiments- oder auch standortbasierte Auswertung vorgenommen werden. Darüber hinaus wurden innerhalb des Einzugsbereiches alle, für die Sortimentsstruktur des Vorhabens maßgeblichen, großflächigen Einzelhandelsbetriebe berücksichtigt.

Die aktuelle Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes dient der Erarbeitung von Entwicklungsmöglichkeiten und -notwendigkeiten des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg, sowie zur Unterstützung der Bauleitplanung.



Abbildung 1 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes



eigene Darstellung

Es ist von erheblicher Bedeutung, die bestehende Einzelhandels- und Zentrenstruktur auf ihre Entwicklungsmöglichkeiten hin zu untersuchen und mittels vorsorglicher Bauleitplanung die Weichen zukunftsfähig zu stellen.

### A.3 Verwendete Datengrundlagen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2020
- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln, aktuelle Fassung
- Markt und Standort, Regionale Kaufkraftpotenziale, Erlangen 2020
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2020
- Ministerium des Inneren und für Sport, Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) und aktuelle Fortschreibungen
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Rheinland-Pfalz 2070 - Vierte regionalisierte Bevölkerungsvorausbe-rechnung (Basisjahr 2017), Bad Ems 2019
- Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, Koblenz 2017
- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau: Der Tourismus in Rheinland-Pfalz, 2016
- Regionaldatenbank Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Gemeindeebene „Mein Dorf, meine Stadt“, The-menauswahl „Tourismus“ (Abruf am 12.08.2020)
- HDE, Online Monitor 2020
- dwif, Tagesreisen der Deutschen Schriftenreihe Nr. 55, München 2013
- dwif, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München, 2012
- World Travel & Tourism Council (WTTC), Travel & Tourism Economic Impact 2018 Germany, 2018
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Eigene Erhebungen, Juli 2020
- Kundenherkunftsanalyse August 2020
- Haushaltsbefragung August/September 2020
- Die Bearbeitung des Gutachtens wurde im Oktober 2020 abgeschlossen.



Die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes wurde von einem Arbeitskreis begleitet. Es fanden drei Arbeitskreissitzungen statt. Folgende Arbeitskreise fanden statt:

- |                                                       |                       |
|-------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1. 1. Arbeitskreis (Aufgabenstellung, Vorgehensweise) | am 16. Juli 2020      |
| 2. 2. Arbeitskreis (Bestand und Analyse)              | am 14. August 2020    |
| 3. 3. Arbeitskreis (Konzeption)                       | am 23. September 2020 |

Darüber hinaus fanden Präsentationen vor dem Stadtrat von Kirchberg sowie den Ortsgemeinderäten von Sohren und Büchenbeuren am 8. Oktober 2020 statt.

Teilnehmer an den Arbeitskreisen waren:

Name	Institution	Teilnahme AK 1	Teilnahme AK 2	Teilnahme AK 3
Bongard, Hans Gerd	VG Rat	✗	✓	✓
Bongard, Markus	Ortsbürgermeister	✓	✓	✓
Bonn, Sabine	Verwaltung	✓	✓	✓
Chudy-Endres, Agnes	Ortsbürgermeisterin	✓	✗	✗
Roos, Elke	Beigeordnete	✗	✗	✓
Dillmann-Stipp, Claudia	VG Rat	✗	✓	✓
Eiserloh, Tobias	VG Rat	✓	✓	✗
Kauer, Ralf	VG Rat	✓	✓	✓
Klein, Simone	Kreisverwaltung, Landesplanung	✓	✓	✗
Monteith, Katharina	VG Rat	✓	✓	✓
Rosenbaum, Harald	VG Bürgermeister	✓	✓	✓
Scherer, Guido	Ortsbürgermeister	✓	✓	✓
Weckmüller, Günter	Verwaltung	✓	✓	✓
Wöllstein, Werner	Ortsbürgermeister	✓	✓	✓
Maaser, Franziska	Markt und Standort	✓	✓	✓
Lingen, Norbert	Markt und Standort	✓	✓	✓



## B Entwicklungstrends und Standortraum

### B.1 Überregionale Entwicklungstrends

Nach unterschiedlichen Studien aus den letzten Jahren zu den zukünftigen Entwicklungschancen und -risiken der räumlichen Entwicklung lassen sich einige Megatrends ableiten. Diese zeigen sich in den Bereichen

**'Technologie und Technik'** durch

- die 'Computertechnologie und Informationsverarbeitung'
- die 'Life Sciences' (Bio- und Gentechnologie, Gesundheit)
- die 'Werkstoff- und Mikrotechnologie'

**'Menschliches Verhalten, Werte und Präferenzen'** durch

- den 'Wertewandel, die Überalterung und Desorientierung'
- die 'Individualisierung der Nachfrage und Pluralisierung der Lebensformen'

**'Geschäfts- und wirtschaftsrelevante Spielregeln'** durch

- die 'Globalisierung, wirtschaftliche Allianzen und Kooperationen'
- die 'lernenden Organisationen' als Struktur- und Führungsprinzip

**'Nachhaltigkeit und Regionalität'** durch

- die 'GloKalisierung<sup>1</sup>, regionale wirtschaftliche Kreisläufe'
- die 'lernende Region' als Entwicklungsprinzip
- die 'Nischengenese, als Überlebensstrategie'

**'Rahmenbedingungen nationaler und internationaler Politik'** durch

- die 'regionalen Allianzen' strukturstarker Regionen'
- die 'nationale Deregulierung und internationale Regulierung'.

Diese Megatrends werden sich unterschiedlich auf die Lebens- oder Arbeitsqualitäten an ländlich strukturierten Standorten auswirken.

Diese aufgezeigten überregionalen Entwicklungstrends wirken grundsätzlich gleichartig und gleichgerichtet auf alle Standorte und Wirtschaftsräume. Erst deren jeweilige Potenzial-, Produktions- und Faktorstruktur, aber auch Infrastruktur und Entwicklungsmentalitäten - bestimmen über Art und Ausmaß der regionalen Betroffenheit und Veränderung. Für die unterschiedlichen Räume sind die Prognosen uneinheitlich. Allerdings werden ihnen dann mehr Entwicklungschancen eingeräumt, wenn es ihnen gelingt, über innovative organisatorisch-konzeptionelle Anstrengungen Impulse aus wirtschaftsräumlichen Kooperationen mit dynamischen Wirtschaftszentren zu gewinnen.

Dabei haben Standorte im ländlichen Raum tendenziell geringere Chancen auf Impulse der größeren Verdichtungsräume. Der Flughafen Frankfurt-Hahn sowie die Polizeihochschule in der Ortsgemeinde Büchenbeuren, als oberzentrale Einrichtung in einer grundzentralen Struktur, wäre eine solche nutzbringende Struktur für die Verbandsgemeinde Kirchberg. Die Impulse auf die örtliche Wirtschaft sind aktuell messbar, allerdings ist angesichts der derzeitigen Corona-bedingten Entwicklung der Luftfahrtbranche eine dauerhafte positive Entwicklung in Frage gestellt.

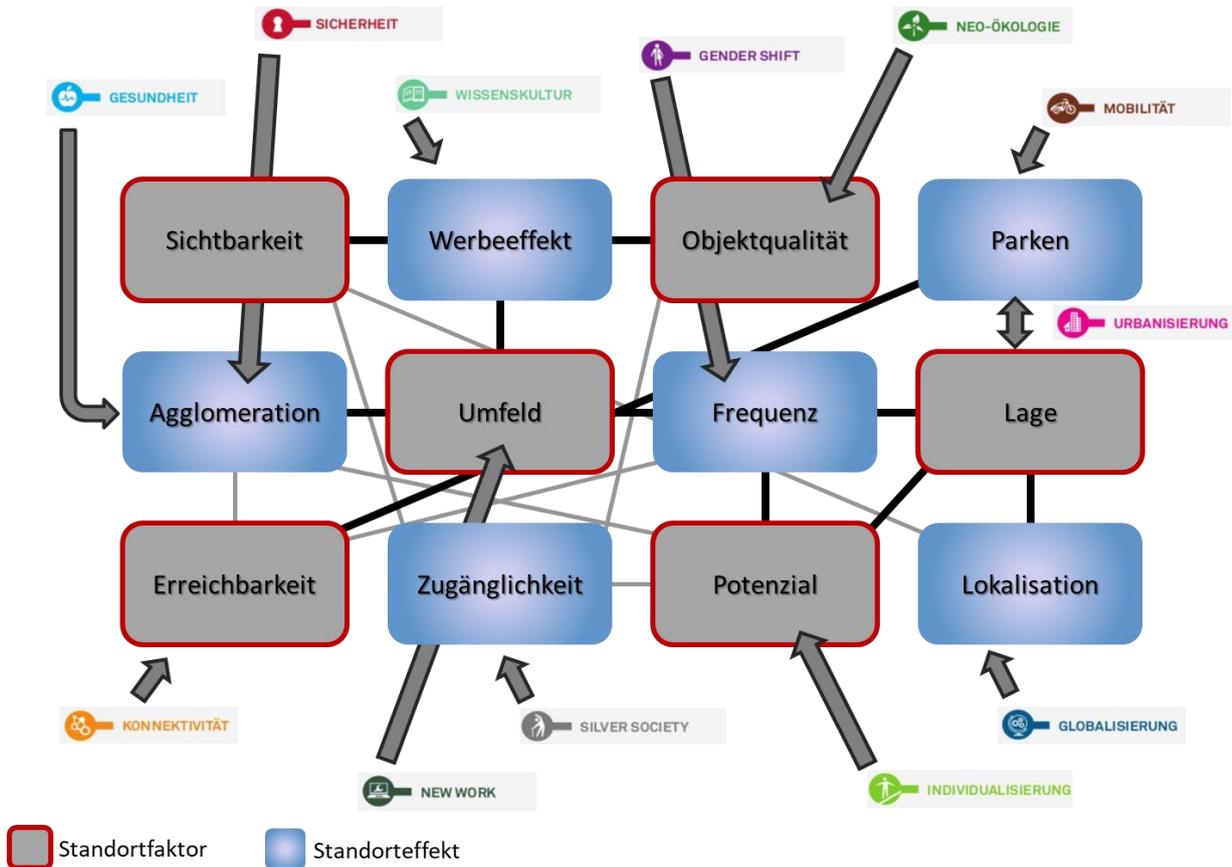
---

<sup>1</sup> GloKalisierung ist der Synthesetrend zwischen Globalisierung und Lokalisierung.



Abbildung 2 Wirkungsgefüge im Standortraum Kirchberg

### Wirkungsgefüge am Standort und Einflüsse der Megatrends



Quelle: eigene Darstellung, Teile: Zukunftsinstitut 2016

Die Versorgung der Bevölkerung ist ein wichtiges Thema der Entwicklungsplanung in Städten und Gemeinden. Es werden in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von Problemen diskutiert, die sich naturgemäß in verdichteten Gebieten anders darstellen als im ländlichen Raum. Dabei hängen die diskutierten Probleme sehr eng mit der Marktentwicklung und den Anforderungen der versorgenden Unternehmen zusammen, die zu immer größeren Betriebseinheiten und Einzugsbereichen führen.

Der Einzelhandel ist einem stetigen Wandel unterzogen. Dies führt dazu, dass sowohl Unternehmen als auch Verbraucher, die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg von Trends entscheiden, diesen Wandel verursachen, aber auch bedingen. Jede Verbandsgemeinde muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeten Konzepten die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken. Denn wachsende Betriebsgrößen, veränderte Betriebsformen, die Internationalisierung im Einzelhandel und die Flexibilität des Verbrauchers fordern eine Anpassung der Städte an diese neuen Trends.

Der strukturelle, gesellschaftliche und ökonomische Wandel in Kirchberg zeigt die Notwendigkeit eines integrierten Einzelhandelskonzeptes, um auch in Zukunft eine wohnungsnaher Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel) sicherzustellen (vor allem für die Ortsgemeinden) und funktionierende kooperierende Grundzentren zu gewährleisten. Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf die zentralen Versorgungsbereiche zu legen. Ein attraktiver Einzelhandel ist identitätsstiftend für die Bevölkerung. Dabei resultiert die Attraktivität der Zentren aus einem attraktiven Nutzungsmix mit zentrenbildenden Funktionen. Dem Einzelhandel wird dabei traditionell eine besonders starke zentrenbildende Funktion zugesprochen (Leitfunktion für die Innenstadt).



## B.2 Der Einzelhandel in Deutschland

### B.2.1 Allgemeine Entwicklungen

Der Einzelhandel in Deutschland ist erheblichen Umstrukturierungsprozessen und starken Einflüssen von außen und innen ausgesetzt. Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel verlieren, sowohl durch zusätzliche Steuern und Abgaben als auch durch die Fokussierung der Ausgaben auf andere Konsumbereiche, an Gewicht im Segment des privaten Verbrauchs. Die Entwicklung des Anteiles der Einzelhandelsausgaben am Privaten Verbrauch ist in letzten Jahren bis 2011 rückläufig, stagnierte bis 2016 und steigt seitdem wieder an, wobei das Niveau aus dem Jahr 2000 bei weitem nicht wieder erreicht ist.<sup>2</sup> Auf der Anbieterseite wird mit Verdrängungswettbewerb und aggressiver Preispolitik reagiert.

In Zukunft, wie in der Vergangenheit schon, sind Versorgungs- und Erlebniseinkauf deutlich zu unterscheiden. Speziell für Waren des täglichen Bedarfs bedeutet dies, dass zunehmend Anbieter bevorzugt werden, die durch Standards ihre Qualität sichern und ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen. Der Versorgungseinkauf wird somit durchrationalisiert und zeitoptimiert. Gleichzeitig wünscht derselbe Kunde jedoch auch kompetente Fachberatung in abwechslungsreicher und ansprechender Umgebung. Dieser freizeitorientierte Erlebniseinkauf stellt den zweiten Pol der Entwicklung dar.

Gewinner der Trends sind vor allem die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (Versorgungseinkauf) sowie die spezialisierten Fachgeschäfte und Boutiquen in den Zentren, aber auch die fachhandelsorientierten Einkaufscenter, Shoppingcenter, Fachmarktstandorte und Outletcenter an der Peripherie (Erlebniseinkauf).

Der Einzelhandel in Deutschland ist sehr dynamischen Veränderungen unterworfen. Die Ursachen liegen in der Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage. Aus diesem Wirkungszusammenhang lassen sich einige raum- und strukturwirksame Trends ablesen:

**Tabelle 1 Ausgewählte Trends im Einzelhandel**

Angebotsseite	Nachfrageseite
Konzentration der Unternehmen	Sinkende Bevölkerung mit regionalen Disparitäten
Verkaufsflächenwachstum	Steigende Mobilität
Sinkende Flächenproduktivität	Erlebniseinkauf vs. Versorgungseinkauf
Discountorientierung	Preisbewusstsein

### B.2.2 Periodischer Bedarf

Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf immer weniger Standorte, die dann allerdings sehr konkrete Anforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Erreichbarkeit und bspw. Einsehbarkeit erfüllen müssen. Dabei divergieren städtebauliche Zielvorstellungen der Kommunen oft mit dem unternehmerischen Standortverhalten. Weiterhin verschwinden bestimmte Formen von Anbietern. Supermärkte der ersten Generation mit Verkaufsflächen zwischen 300 und 400 qm sind fast gänzlich durch heute marktgerechte Größen bis rund 1.500 qm ersetzt worden. Dieser Trend ist auch bei den Discountmärkten zu verzeichnen, die bislang überwiegend Flächen um 700 qm aufwiesen. Aktuell realisieren sie Verkaufsflächen von 1.000 qm bis 1.400 qm. Auch die Artikelzahlen sind stetig gestiegen. Heute führen die Betriebstypen folgende Artikelzahlen (vgl. EHI, Handel aktuell 2019, S. 90):

- Lebensmitteldiscounter            ca. 2.300 Artikel
- Supermarkt                            ca. 11.800 Artikel
- Verbrauchermarkt                    ca. 25.000 Artikel
- SB-Warenhaus                        ca. 49.000 Artikel

<sup>2</sup> vgl. Statista 2020, HDE; Statistisches Bundesamt;



### B.2.3 Aperiodischer Bedarf

Die Dominanz der Innenstädte als Standort für den Einzelhandel innerhalb der Kommune ist Geschichte. Innenstädte sind zwar aus städtebaulicher Sicht entscheidend für die kommunale Entwicklung, verlieren aber kontinuierlich an Bedeutung im Vertriebsnetz des Einzelhandels. Hier ist seit einigen Jahren auch die dynamische Entwicklung des Online-Handels verantwortlich. Die langfristige Entwicklung zeigt einen schleichenden Bedeutungsverlust innerstädtischer Standorte für die Einzelhandelsunternehmen. Steigende Flächenbedarfe, immer weiter differenzierende Vertriebskonzepte, dynamischer Zuwachs an nachgefragten bzw. verfügbaren Artikeln führen immer wieder zu Flächenansprüchen, die in Innenstädten nicht zu bewältigen sind. Die Bewältigung scheitert nicht immer an Raumverknappung, sondern auch an Verkehrsproblemen, Grundstücks- und Planungskosten sowie raumstrukturellen, planungsrechtlichen, denkmalpflegerischen Einschränkungen und nicht zuletzt an Flächenkonkurrenzen mit anderen Branchen.

So entwickeln sich Betriebs- und Absatzformen, die auf Standorte außerhalb der Innenstädte spezialisiert sind. Insbesondere aufgrund ihres Flächenbedarfes ergibt sich letztlich eine Aufgabenteilung für die Versorgung der Verbraucher zwischen Innen- und Außenstädten. Beste Beispiele hierfür sind die Möbel- und Einrichtungshäuser, Baumärkte sowie Gartencenter.

Innenstädten erwächst zudem Konkurrenz durch diverse Fachmarktkonzepte, Shopping-Center an nicht-integrierten Standorten und nicht zuletzt durch Outlet-Center und den stark dynamisierten Online-Handel, der den Versandhandel der „Pre-Internet-Zeit“ weit übertrifft.

Krisen der Warenhauskonzerne, der fortschreitende Rückzug des klassischen Fachhandels, die Tendenz zur Einkaufslagenkonzentration in Verbindung mit einer starken Filialisierung verstärken die Probleme der Innenstädte.

Trotz dieser oft krisenhaft wahrgenommenen Entwicklungsphasen haben die Innenstädte in den meisten Städten zentraler Prägung ihren festen Platz und können sich gegen die nicht-integrierte Konkurrenz behaupten. Investitionen in Innenstadtimmobilien sind nach wie vor lohnend. Konzepte wie Shopping-Center, die sich weitgehend auf Innenstädte fokussieren oder zum Beispiel die aktuellen Überlegungen von IKEA in Richtung innerstädtischer Standorte stärken diese Entwicklung.

Ungeachtet aller auch positiven Aspekte ist der städtebauliche Schutz des Bestandes und auch der Entwicklungsmöglichkeiten von Innenstädten nach wie vor zwingend erforderlich.

#### Fazit:

Der Einzelhandel hat nur wenig von den gestiegenen Konsumausgaben der letzten Jahre profitieren können. Dies liegt vor allem an den deutlich gestiegenen Ausgabenpositionen für bspw. Versicherung, Miete, Heizkosten, Benzin, etc. Vor allem die beiden letzten Positionen sorgen für eine deutliche Umschichtung beim privaten Verbrauch. Trotzdem steigen die Einzelhandelsausgaben moderat. Nicht nur im Lebensmittelbereich, also bei der Nahversorgung, ist festzustellen, **dass kleine Betriebstypen** zugunsten großflächiger oft discountorientierter Konzepte verschwinden und **gleichzeitig deren Ein- und Anbindung an Innenstädte aufgrund der Flächenanforderungen fast unmöglich wird.**

### B.2.4 Online-Handel

Der Online-Handel wächst weiter. Nach dem HDE-Online Monitor liegt der Gesamtumsatz 2019 bei 59,2 Mrd. Euro, ein Plus von 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In einigen Kategorien (z.B. Unterhaltungselektronik, Bücher) ist die Wachstumsdynamik geringer geworden, in anderen Warengruppen (z.B. Heimwerkerbedarf, Möbel und Einrichtung, Periodischer Bedarf) beginnt das Wachstum gerade erst (HDE 2020). Wie auch immer die Entwicklung verlaufen mag: Die Händler müssen die Kunden dort „abholen“, wo sie gerade einkaufen wollen: egal, ob beim Einkaufsbummel in der Innenstadt, mit dem Tablet-PC auf der Couch oder per Smartphone (vgl. Deutsche Post DHL 2014; HDE 2013; Roland Berger/ECE 2013).



**Tabelle 2 Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)**

Treiber	Gegenkräfte
Verbesserung und Optimierung der Webseiten (v.a. mobiler Zugriff)	Stellenwert des „haptischen“ Einkaufserlebnisses, Gemeinschaftserlebnis
Besserer Lieferservice	Bereits erreichte Marktanteile und die Schwierigkeit neue Zuwächse zu „kaufen“
Erlertes und akzeptiertes Kaufverhalten für immer breitere Käuferschichten	Verminderung des Preisvorteils (online) durch Maßnahmen der Hersteller
Immer bessere Online-Sortimente und Preise	Stärkung des Multichannels und Käuferakzeptanz nützt dem stationären Handel
Optimierter Netzausbau (WLAN-Verfügbarkeit und Zugriffsgeschwindigkeiten)	Teile des Konsums sind für den Onlinehandel nur sehr schwer zu erreichen
Online-Beratungsfeatures	Optimierung im stationären Handel
Spracherkennung und optimierte Bestelloptionen	Profitabilitätsvorteile bestehender stationärer Händler

Quelle: eigene Darstellung

Besonderer Fokus ist auf folgende Sortimente zu legen:

- Fashion und Accessoires, wegen der hohen Bedeutung dieser Sortimente für die Innenstadt; ferner wegen der Umsatzbedeutung für Shoppingcenter;
- Lebensmittel, aufgrund der Gesamtbedeutung für den Einzelhandel (Anteil am Gesamtumsatz);
- Elektronik, wegen der Bedeutung für Fachmarktzentren sowie teilweise auch Shoppingcenter;
- Wohnen und Einrichten, wegen der Bedeutung insbesondere für Großflächen (z.B. Wohnkaufhäuser) in Stadtrandlagen die zur Gesamtzentralität von Städten maßgeblich beitragen.

Auch bei einem abgeschwächten Wachstum des Online-Handels wird der stationäre Handel insgesamt Umsatzeinbußen erleiden. Je nach Branche werden diese mehr oder weniger stark ausfallen. Prognosen für den umsatzstärksten Einzelhandelsbereich, Lebensmittel bzw. erweitert „Fast Moving Consumer Goods“<sup>3</sup>, sind mit besonders hohen Unsicherheiten verbunden (s.o.). Käme es hier zu einer stark zunehmenden Online-Nachfrage, so hätte dies relativ große Auswirkungen auf den Einzelhandel insgesamt sowie auf die Innenstadt- und Nahversorgungsstandorte – und zwar in Form von Standort-schließungen.

**Tabelle 3 Veränderungsraten Online und Offline 2019 nach Branchen im Vergleich zum Vorjahr**

Branche	Umsatzanteil Online 2019 in %	Veränderung Online, in Mrd.€	Veränderung Offline in Mrd. €
Fashion & Accessoires	30,0%	+1,33	-0,48
CE/Elektro	30,5%	+1,35	--1,50
Heimwerken & Garten	6,0%	+0,22	+0,47
Wohnen & Einrichten	15,0%	+0,55	--0,93
Freizeit & Hobby	28,9%	+0,97	-0,55
FMCG	2,5%	+0,71	+2,74

Quelle: HDE Online-Monitor, 2020

<sup>3</sup> „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) Bezeichnet Konsumgüter, die besonders häufig gekauft und in der Regel täglich benötigt werden (zum Beispiel Lebensmittel, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte).



Die Betriebe sind dieser Entwicklung jedoch nicht völlig ausgeliefert. Sie haben Möglichkeiten, um auf den skizzierten Umsatzdruck zu reagieren. Diese bestehen beispielsweise in verbessertem Marketing, Kostenreduktionen (etwa im Personalbereich), verbesserter Warenbeschaffung und dadurch Margengewinnen oder im Erschließen von Umsatzchancen im Online-Bereich – etwa im Rahmen von Multichannel-Strategien. Allerdings erfordert gerade Letzteres wie weiter oben ausgeführt hohe Investitionen, die viele Betriebe angesichts des Margendrucks nicht (mehr) leisten können. Ferner besteht für stationäre Betriebe die Möglichkeit, mehr Ware auf weniger Fläche zu verkaufen, und zwar durch die Teildigitalisierung von Sortimenten. Es ist aber noch nicht absehbar, ob dies in größerem Umfang von Konsumenten akzeptiert wird. Allerdings deutet sich in Pilotprojekten an, dass solche Virtualisierungsansätze Chancen bieten. Die Auswirkung wäre eine veränderte Nachfrage nach gegebenenfalls vergleichsweise kleineren Handelsflächen.

**Abbildung 3 Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen**

	Offline		Online	
	Umsatzanteil 2018 in %	Umsatzanteil 2019 in %	Umsatzanteil 2018 in %	Umsatzanteil 2019 in %
Fashion & Accessoires	7,3	7,0	24,9	24,7
Schmuck und Uhren	0,9	0,9	1,7	1,7
Elektro	6,2	5,8	24,3	24,4
Heimwerken/Garten	8,1	8,0	4,3	4,2
Wohnen und Einrichten	6,7	6,4	9,3	9,3
Büro und Schreibwaren	0,6	0,6	1,6	1,6
Freizeit und Hobby	4,7	4,5	14,9	15,1
FMCG (Lebensmittel)	42,3	42,0	8,4	8,7
Gesundheit und Wellness	4,6	4,6	6,3	6,3

Quelle: HDE Online-Monitor, 2020

Der Online-Handel manifestiert sich im Raum lediglich durch Rechenzentren, die Büros der Verwaltung, durch Warenlager (Logistik) und durch verschiedene Ausprägungen von Abholeinrichtungen (Abholstationen im Sinne von Automaten oder mit Personal). Ob und in welcher Ausgestaltung Abholeinrichtungen des Online-Handels als Einzelhandel (Verkaufsfläche) oder als sonstiger Gewerbebetrieb einzustufen sind, ist bislang nicht abschließend rechtlich geklärt. Unabhängig hiervon greift § 11 Abs. 3 BauNVO allerdings regelmäßig nicht, da es sich um nicht großflächige Betriebe mit weniger als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche handelt.

Logistikeinrichtungen können als Lagerhäuser oder Lagerflächen, aber auch als sonstige Gewerbebetriebe eingestuft werden. Soweit sie – auch unter Berücksichtigung der von ihnen ausgehenden Störungen – gebietsverträglich sind, können sie in fast allen Baugebieten zumindest als Ausnahme zugelassen werden. Elemente des Logistiksystems wie Abholstationen können also selbst in allgemeinen Wohngebieten (WA) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die dadurch ausgelöste Verkehrsentwicklung gebietsverträglich ist.

Eine Ausschlussplanung, wie sie zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche für den stationären Einzelhandel gebräuchlich und bewährt ist, scheidet gegenüber Vertriebsanlagen im Online-Handel aus. Die üblichen zur Begründung entsprechender Planungen heranzuziehenden Auswirkungsanalysen untersuchen Umsatzzumlenkungen eines konkreten Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens des Einzelhandels auf den bestehenden Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen. Diese Analysen greifen beim Online-Handel nicht, da die Wirkung auf einen konkreten zentralen Versorgungsbereich unspezifisch ist. Lediglich über Begleiteffekte können Einrichtungen des Online-Handels vor Ort (gebietsbezogen) mit Verweis auf andere städtebauliche Gründe (Verkehrserzeugung, Immissionsschutz, Erhaltung des Gebietscharakters) ausgeschlossen werden.



**Abbildung 4 Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Online-Handel**

Sortimentsgruppe	Innenstadtrelevanz	Anteil Fläche	Gefährdung
Lebensmittel und Reformwaren	Gering	8,6%	Gering
Gesundheit und Körperpflege	Hoch	6,7%	Gering
Bekleidung und Wäsche	Hoch	35,0%	Hoch
Schuhe und Lederwaren	Hoch	2,8%	Hoch
Elektro, EDV, Foto	Hoch	7,0%	Hoch
Sport, Spiel, Hobby	Mittel	4,9%	Hoch
Haushalt, GPK	Hoch	11,6%	Gering
Bücher, Schreibwaren	Hoch	4,3%	Hoch
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Gering	1,4%	Mittel
Möbel, Teppiche, Heimtextilien	Mittel	17,3%	Mittel

Quelle: BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017 – Entwicklung des Online-Handels bis 2025 aus Schulz 2016, Berechnungen auf Datenbasis von Bayerische Staatsregierung 2013; CIMA 2011: 8 ff.; Destatis 2015c.

Es besteht inzwischen weitgehend Einigkeit, dass der Online-Handel nicht der Auslöser der Probleme des stationären Handels in Städten und Gemeinden ist, dass er jedoch Trends und Entwicklungen beschleunigt. Die Unterschiede zwischen starken und schwachen Betriebskonzepten sowie zwischen starken und schwachen Städten treten deutlicher zutage und verstärken sich immer mehr.

Städte und Gemeinden sind aktiv, um die Rahmenbedingungen für attraktive Innenstädte und Stadtteilzentren weiter positiv zu gestalten. Die dabei verwendeten Handlungsansätze reichen von der Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts über eine Vielzahl von Marketingaktivitäten bis hin zur Unterstützung alternativer Shop-Konzepte. Eine Mehrzahl der Ansätze setzt dabei auf Kooperation zwischen den für Innenstadt-/Stadtentwicklung relevanten Akteuren, bezieht also auch die Einzelhändler, Immobilieneigentümer und andere ein.

Auch der stationäre Handel reagiert inzwischen verstärkt auf die Entwicklungen im Online-Handel und versucht, die dort wachsenden Potenziale aktiv zu nutzen: Diskussionen und bereits umgesetzte Beispiele in den Bereichen Multi-channel, Cross- und Omni-Channel (kanalübergreifende Angebote) zeigen dies. Neben einem Online-Shop bzw. Cross-Channel-Ansatz und Lieferdiensten bieten sich dem stationären Handel weitere Möglichkeiten, die Bequemlichkeit des Einkaufs für den Kunden zu erhöhen. Ein wesentliches Kriterium bei allen Maßnahmen sind einfache Regelungen, wie z.B. einheitliche Öffnungszeiten aller Händler eines Standortes, ein gemeinsames WLAN-Angebot am Standort (im Gegensatz zu einem fragmentierten WLAN-Service) oder die Erhöhung der Warenverfügbarkeit durch die Nutzung von Automaten außerhalb der Geschäftszeiten. Ferner verfügt der stationäre Einzelhandel über die Möglichkeit, dem Kunden großzügige Umtauschregelungen anzubieten, um im Sinne der Risikoreduktion mit dem Online-Handel gleichzuziehen. Sinnvoll ist es dabei, wenn die Mitglieder der Werbegemeinschaft einheitliche Regelungen anbieten und kommunizieren.

Neben oder außerhalb von Stadtmarketing gibt es weitere wichtige Instrumente der Kommunikation. Zu diesen gehören interne und offene Arbeitskreise und/oder Runde Tische mit den betroffenen Akteuren. So lässt sich eine „Kultur der Kommunikation“ zwischen den Handelnden schaffen. Dies bedeutet, ein offenes Ohr zu haben für die Belange der Betroffenen, aber auch offensiv auf diese zuzugehen und offen über Grenzen und Möglichkeiten sowie die zukünftige Rollenverteilung zu diskutieren. Dadurch können neue Formen der Kooperation – z.B. Business Improvement Districts (BID) oder Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG) – angestoßen oder (kleinere) Projekte auf den Weg gebracht werden.

Um langfristig eine hohe Kaufkraftbindung an zentralen Standorten zu sichern, ist der Handel sowohl auf funktionsfähige räumliche und architektonische Strukturen als auch auf attraktive und belebte Innenstädte und Stadtteilzentren angewiesen. Städte sehen in der Aufwertung des öffentlichen Raumes einen Vorteil für den stationären Handel. Stadtmarketing, Business Improvement Districts (BID) und Immobilien-Standortgemeinschaften (ISG) unterstützen dies.

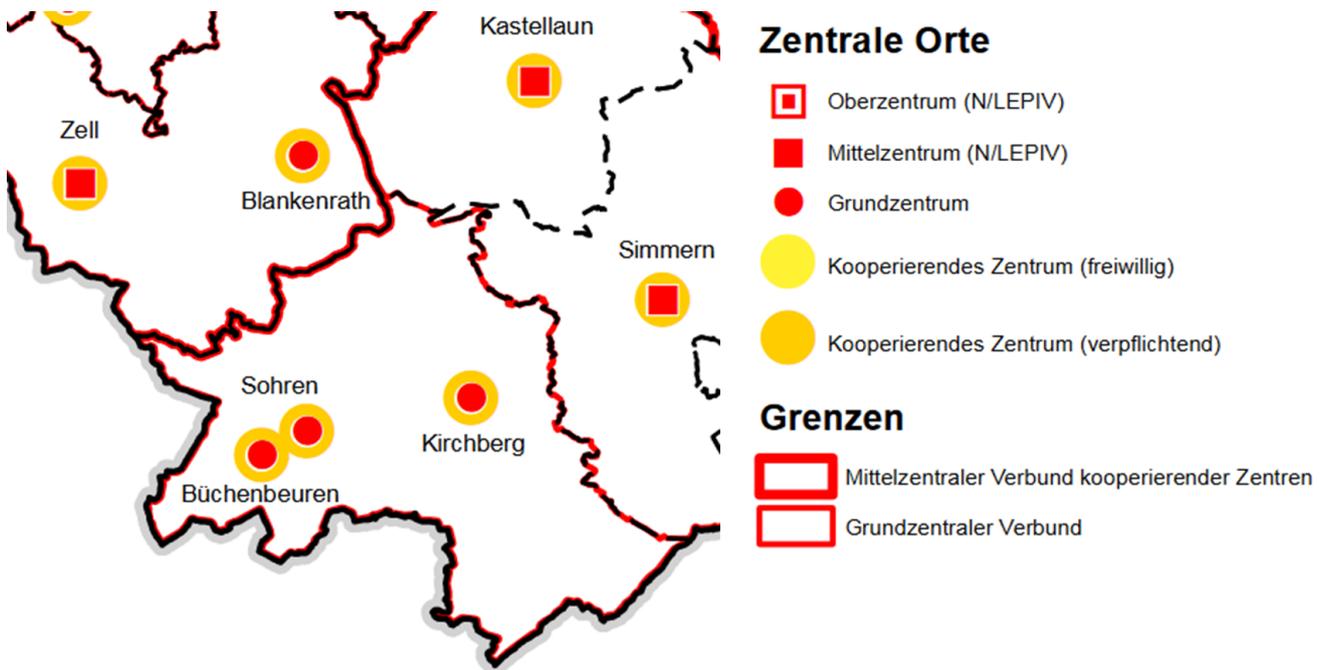


## B.3 Regionale Einordnung

### B.3.1 Raumordnerische Vorgaben

Grundlage für die Landesplanung in Rheinland-Pfalz ist das Landesplanungsgesetz (LPIG). Das für Raumordnung und Landesplanung zuständige Ministerium (Landesplanungsbehörde) hat gemäß § 7 LPIG ein Landesentwicklungsprogramm erlassen, das Ziele und Grundsätze der Landesplanung für die Gesamtentwicklung des Landes Rheinland-Pfalz formuliert. Das Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) ist im November 2008 in Kraft getreten. Die letzte Teilfortschreibung erfolgte 2017

Abbildung 5 Raumordnerische Gliederung (nach Regionalem Raumordnungsplan)



Quelle: Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, 2017

Im regionalen Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald von 2017 wurde die Verbandsgemeinde Kirchberg als Grundzentraler Verbund eingestuft. In diesem Verbund sind die drei Grundzentren Kirchberg, Sohren und Büchenbeuren festgelegt. Grundzentren in einem grundzentralen Verbund sind dazu verpflichtet zu kooperieren und gemeinsam für die Verbandsgemeinde grundzentrale Funktionen zu übernehmen.

Folgende Definition im RROP ist in diesem Zusammenhang maßgeblich (Ziel 26):

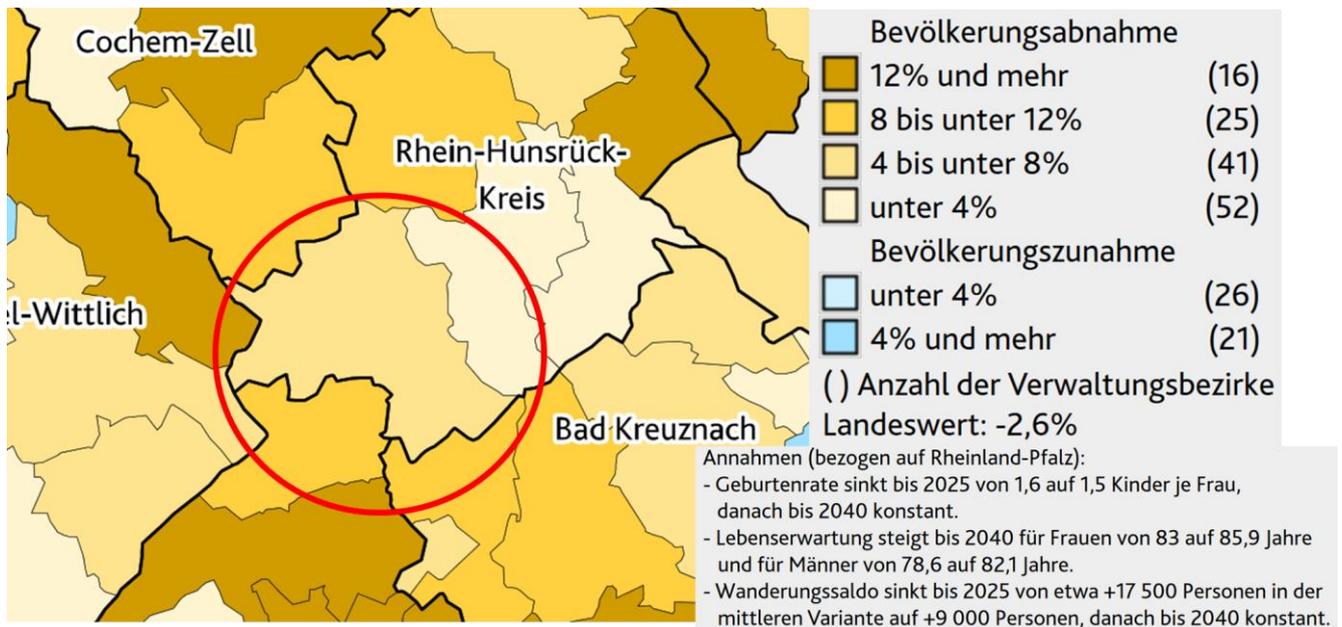
Grundzentren im grundzentralen Verbund nehmen die Grundversorgung im jeweiligen Nahbereich gemeinsam wahr und berücksichtigen die langfristige Sicherung der vorhandenen grundzentralen Einrichtungen in den benachbarten Grundzentren innerhalb des Nahbereiches und der Mittelzentren. Die grundzentralen Orte innerhalb des Nahbereichs sind zu intensiver Zusammenarbeit verpflichtet (Kooperationsgebot).



### B.3.2 Demographische Entwicklung

Grundlage der Abbildungen bildet die Regionale Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes sowie deren Vorausberechnungen.

Abbildung 6 Bevölkerungsentwicklung 2017 bis 2040 (regionalisierte Vorausberechnung, mittlere Variante)



Quelle: StaLa (2019): Bevölkerungsvorausberechnung für Verbandsgemeindeebene bis 2040

Die Bevölkerungsvorausberechnungen der letzten acht Jahre hat eines gezeigt: Die Zielgenauigkeit der Prognosen ist durch unerwartete Ereignisse (z.B. deutlich stärkere Geburtenraten, Wanderungsströme) eingeschränkt. Auf der Grundlage der Bevölkerungsdaten von 2017, zeigt die Verbandsgemeinde Kirchberg bis ins Jahr 2040 eine Bevölkerungsabnahme von 4% - 8%.

### B.3.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

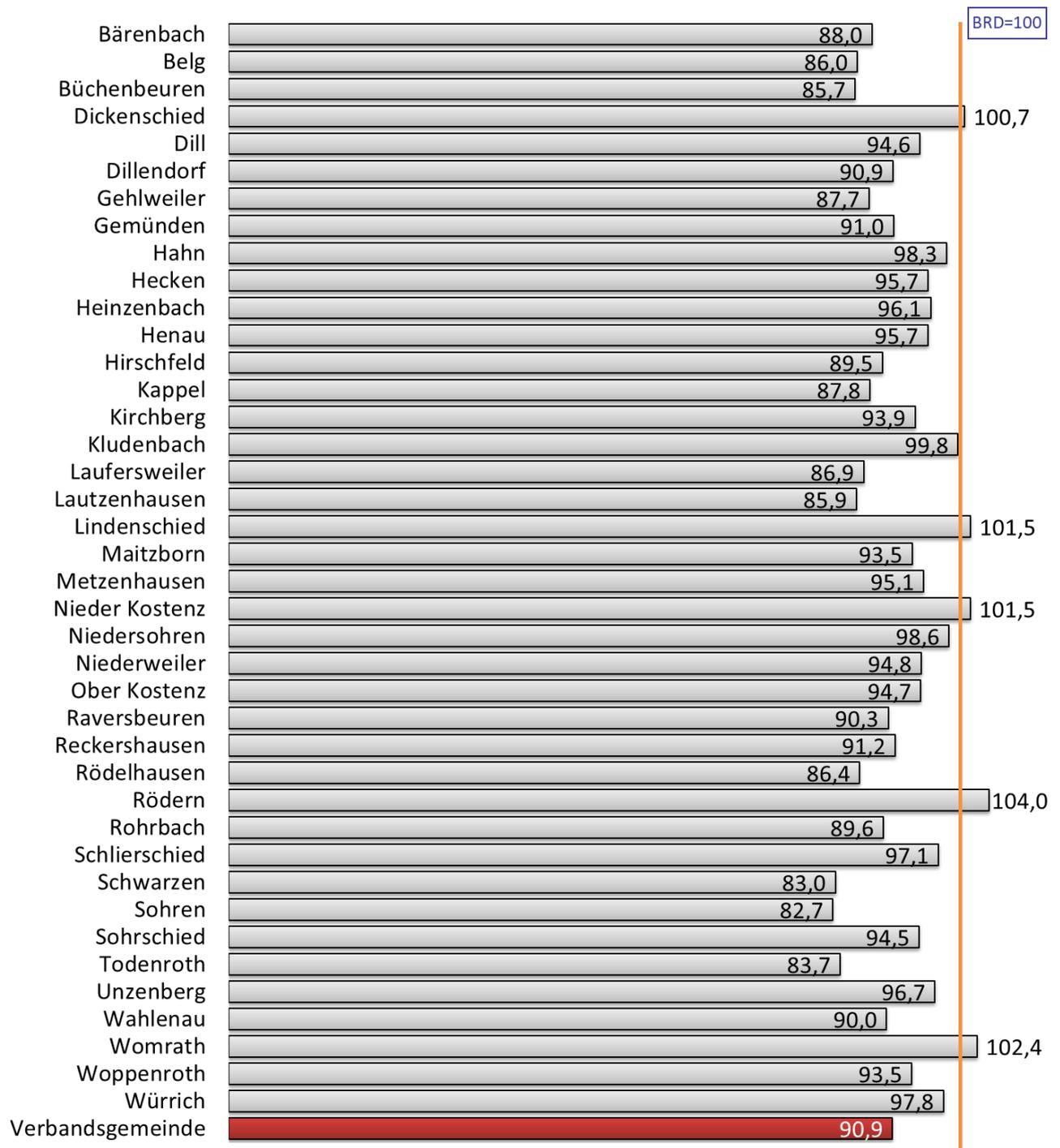
Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern darstellen. Die Kaufkraftkennziffern<sup>4</sup> geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbraucherfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung, erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

<sup>4</sup> Kaufkraftkennziffern sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindeverten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundesweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietszuschnitten in die Vergangenheit die Methode der Wahl.



Die ausgewiesenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindices messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert. Der Bundesdurchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft, ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftindices sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in Beziehung gesetzt.

**Abbildung 7 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100) (Verbandsgemeinde)**

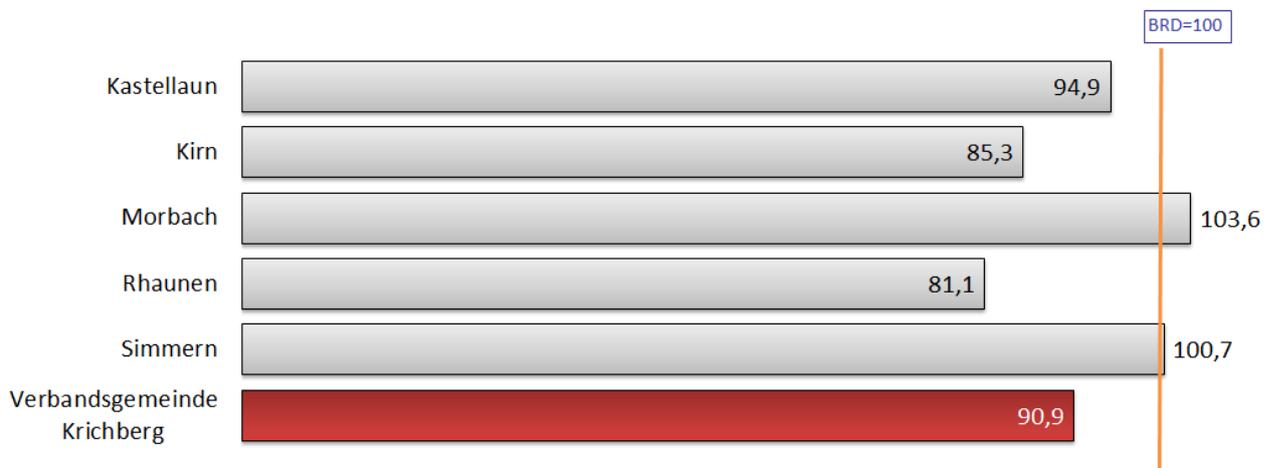


Quelle: MB-Research, Nürnberg 2020



Danach herrschen sehr unterschiedliche durchschnittliche einzelhandelsbezogene Einkommen in der Region vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben haben. Fünf der 40 Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Kirchberg liegen über dem Bundesdurchschnitt. Die Verbandsgemeinde selbst hat einen Kaufkraftindex von 90,9 und liegt somit um 9,1 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt. 14 Gemeinden haben einen Index, der unterhalb des Durchschnitts der Verbandsgemeinde liegt. Bei den Grundzentren steht Kirchberg mit 93,9 am besten da, gefolgt von Büchenbeuren mit 85,7 und Sohren mit 82,7. Keine Aussage kann auf Basis dieser Informationen über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um einen ersten regionalen Benchmark.

**Abbildung 8 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100) (Konkurrenzzentren)**



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2020

Beim Vergleich mit den Konkurrenzzentren hat nur das Mittelzentrum Simmern und das Grundzentrum Morbach einen Wert über 100. Das Mittelzentrum Kirn und das Grundzentrum Rhaunen liegen beide unter dem Bundesdurchschnitt und unter dem Durchschnitt der Verbandsgemeinde.

### **C Das Einzugsgebiet der Verbandsgemeinde Kirchberg**

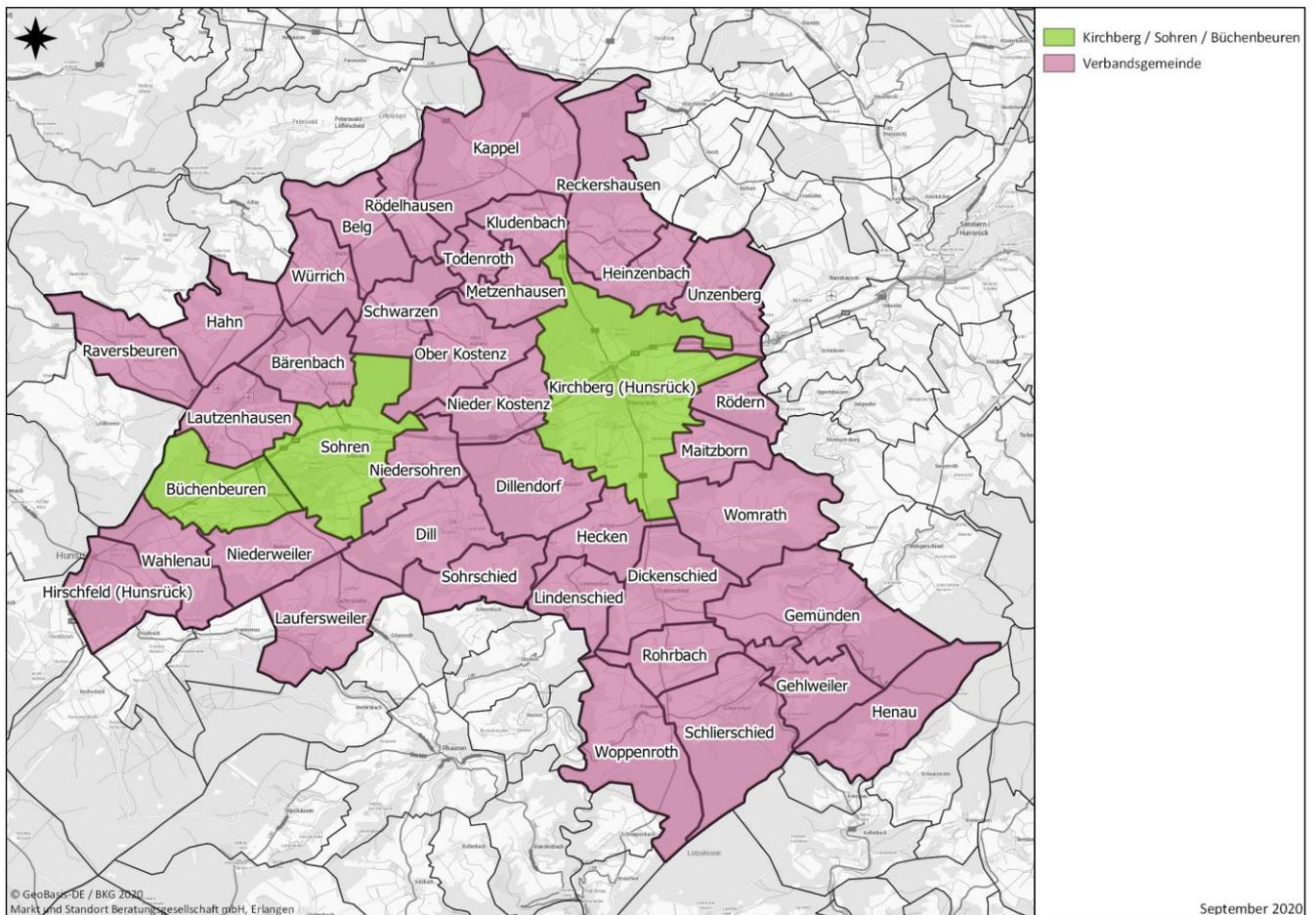
Das Marktgebiet bzw. das Einzugsgebiet umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Art und Verkaufsfläche der großflächigen Einzelhandelsbetriebe bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Verbandsgemeinde. Die Größe des Marktgebietes wird auf Basis von Distanz- und Zeit-Isochronen, empirischer Erfahrungswerte, Pendlerverflechtungen sowie auf Grundlage von Kunden- und Einzelhändlerbefragungen ermittelt. Dabei hat die Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Als maßgebliche Instrumente zur Abgrenzung des Marktgebietes wurden die Aussagen der Regionalplanung in Bezug auf die Abgrenzung von Verflechtungsbereichen sowie die Bewertung der umliegenden Konkurrenzzentren herangezogen. Daneben fließen auch topographische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten sowie die übergemeindliche Wettbewerbssituation und die Pendlerbeziehungen in das Abgrenzungsverfahren mit ein.

Es ist davon auszugehen, dass der Einzugsbereich der Verbandsgemeinde Kirchberg, wie auch schon im Einzelhandelskonzept 2008, sich auf das Verbandsgebiet begrenzt. Die Nachbargemeinde Simmern setzt den Einzelhandel der Verbandsgemeinde einem starken Wettbewerbsdruck aus. Durch die im Gemeindegebiet ansässige Polizeischule und durch den Flughafen Hahn ist jedoch anzunehmen, dass in gewissem Umfang auch Kunden von außerhalb des Gemeindegebietes zu erwarten sind. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass einzelne Fachbetriebe aus der Verbandsgemeinde aufgrund ihrer individuellen Attraktivität einen Einzugsbereich erschließen, der über das Verbandsgebiet hinausragt.



Abbildung 9 Das Einzugsgebiet der Verbandsgemeinde Kirchberg



Quelle: eigene Darstellung

Das Einzugsgebiet beinhaltet das komplette Verbandsgemeindegebiet. Die Grundzentren Kirchberg und Sohren zusammen mit Büchenbeuren teilen sich das Einzugsgebiet in der Verbandsgemeinde untereinander auf bzw. überschneiden sich entsprechend ihrem Kooperationsauftrag. Wie durch die repräsentativen Haushaltsbefragung ermittelt wurde, erschließt die Stadt Kirchberg das östliche Verbandsgemeindegebiet als Einzugsbereich. Sohren und Büchenbeuren teilen sich das westliche Verbandsgemeindegebiet als Einzugsbereich.

## D Kaufkraftanalyse Verbandsgemeinde Kirchberg

### D.1 Marktpotenzial

In der Verbandsgemeinde Kirchberg ergibt sich eine durchschnittliche ortspezifische **konsumnahe einzelhandelsrelevante Kaufkraft** von **6.195 Euro je Einwohner<sup>5</sup>**, die in 11 Warengruppen differenziert dargestellt wird. Dieser Wert resultiert aus der Gewichtung des bundesdeutschen Durchschnittswertes für Ausgaben im Einzelhandel (Basis: Markt und Standort Warengruppensystematik) mit dem jeweiligen Kaufkraftindex.

Der bundesweite Durchschnittswert der Pro-Kopfausgaben im Einzelhandel liegt für das Jahr 2020 bei 6.819 Euro pro Kopf.

<sup>5</sup> Rundungsdifferenzen sind möglich



Multipliziert mit der jeweiligen Einwohnerzahl (Hauptwohnsitz) ergibt sich das Kaufkraftvolumen. Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben, die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsausgaben sind. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.

**Tabelle 4 Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in € pro Kopf und Jahr (Bundesdurchschnitt)**

Bedarfsgruppe	Pro-Kopf-Ausgaben in €
Nahrungs- und Genussmittel	2.786
Apotheke, Parfümerie, Drogeriewaren (kurzfristig)	461
Zeitungen, Unterhaltungszeitschriften	85
Schnittblumen	54
<b>Zwischensumme kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.385</b>
Medizinisch-orthopädische Artikel, Drogeriewaren (mittelfristig)	129
Bekleidung	650
Schuhe	159
Galanteriewaren, Geschenkartikel	24
Schreib- und Papierwaren, Bücher, Fachzeitschriften	118
Haus- und Heimtextilien	60
Zoo, Pflanzen, Baumarktbedarf (mittelfristig)	147
Sportartikel, Spielwaren	186
<b>Zwischensumme mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.474</b>
Textilien (Meterware)	17
Uhren, Schmuck, Edelmetallwaren, Optik	112
Hausrat	92
Elektro	583
Büromaschinen, Organisationsmittel	11
Möbel und Einrichtungsbedarf	562
Baumarktbedarf (langfristig)	382
Freizeitartikel (langfristig)	201
<b>Zwischensumme langfristiger Bedarf</b>	<b>1.960</b>
<b>Gesamtsumme</b>	<b>6.819</b>

Quelle: eigene Berechnung 2020

Auf den kurzfristigen Bedarf entfallen mit 3.385 € pro Kopf fast 50% aller Einzelhandelsausgaben. Beim mittelfristigen Bedarf sind es 15% mit 1.474 € pro Kopf. Auf den langfristigen Bedarf entfallen mit 1.960 € rund 35% aller Einzelhandelsausgaben.

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.



**Tabelle 5 Einzelhandelsrelevante Potenziale im Einzugsgebiet**

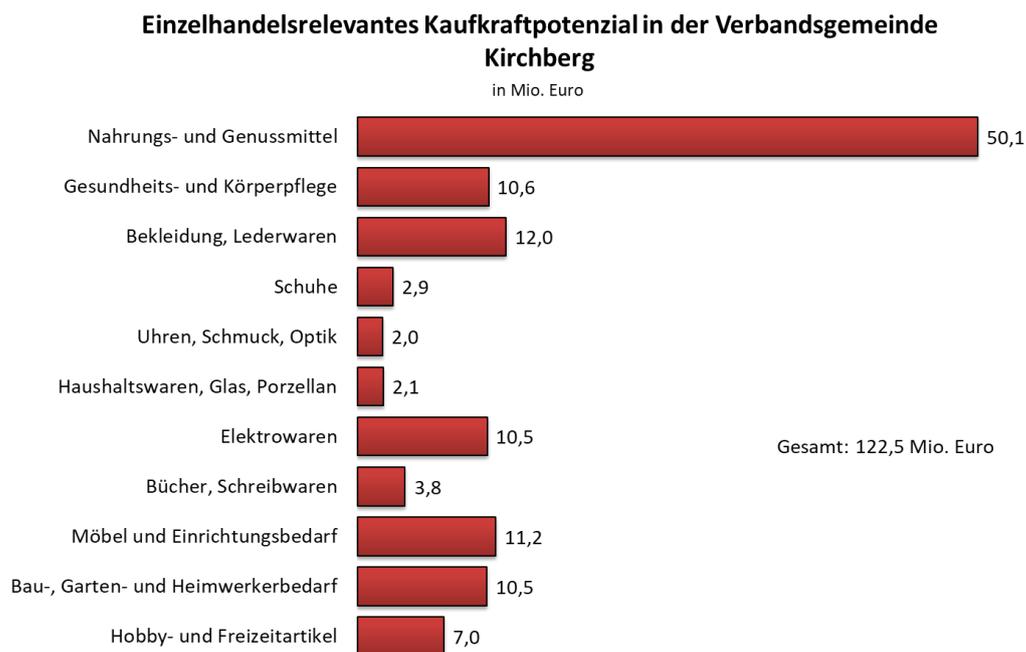
Gebiet	Einwohner 2020	Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex (gewichtet) 2019	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro
Kirchberg, Stadt	4.017	93,9	25,7
Sohren	3.194	82,7	18,0
Büchenbeuren	1.750	85,7	10,2
andere Ortsgemeinden	10.811	91,9	67,8
<b>Verbandsgemeinde Kirchberg</b>	<b>19.772</b>	<b>90,9</b>	<b>122,5</b>

Quelle: eigene Berechnung 2020, MB-Research 2020

## D.2 Kaufkraft nach Sortimentsgruppen

Betrachtet man das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial<sup>6</sup> im Einzugsbereich der Verbandsgemeinde Kirchberg, so ergibt sich folgendes Bild:

**Abbildung 10 Kaufkraftpotenzial in der Verbandsgemeinde Kirchberg nach Sortimenten in Mio. Euro**



Quelle: eigene Berechnung 2020, MB-Research 2020

Die höchsten Anteile der Kaufkraft im Einzugsbereich entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (50,1 Mio. Euro), gefolgt von Bekleidung, Lederwaren (12,0 Mio. Euro), Möbel und Einrichtungsbedarf (11,2 Mio. Euro), Gesundheits- und Körperpflege (10,6 Mio.) und Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf (10,6 Mio. Euro).

Insgesamt stehen den Verbrauchern aus der Verbandsgemeinde Kirchberg jährlich rd. 122,5 Mio. Euro an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zur Verfügung.

<sup>6</sup> Rechenweg: Einwohner im spezifischen Gebiet mal einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex mal sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgabe



### D.3 Potenziale aus dem Flughafen und der Polizeischule

Im Gebiet der Verbandsgemeinde Kirchberg liegt sowohl der Flughafen Frankfurt Hahn, als auch der Standort der Hochschule der Polizei Rheinland-Pfalz. Beide bringen ein für den Einzelhandel nutzbares Potenzial in die Verbandsgemeinde. Vor allem aufgrund der Vielzahl von Arbeitsplätzen am Flughafen Frankfurt-Hahn orientieren sich etwa 3.800 Einpendler<sup>7</sup> auf die Ortsgemeinden Lautzenhausen (2.202) und Kirchberg (1.609) in der Verbandsgemeinde Kirchberg. Aus Erfahrungswerten, durch verschiedene Pendlerbefragungen ermittelt, kauft etwa ein Drittel aller Einpendler am Arbeitsort auch regelmäßig ein. Somit kann angenommen werden, dass rund 1.200 Einpendler eine Einkaufsneigung am Arbeitsort haben und folglich ein Ausgabenpotenzial in die Verbandsgemeinde Kirchberg bringen.

Dabei ist davon auszugehen, dass Pendler nicht den vollen Ausgabenbetrag für den täglichen Bedarf in der Verbandsgemeinde Kirchberg konsumieren. Ein Ausgabenbetrag von rund einem Viertel der gesamten Ausgaben im täglichen Bedarf werden veranschlagt.

Daraus ergibt sich durch die Beschäftigten am Flughafen Frankfurt/Hahn ein zusätzliches Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg von rund

- 0,8 Mio. Euro mit Lebensmitteln und rund
- 0,2 Mio. Euro mit Gesundheits- und Körperpflegeartikel.

Ähnlich verhält es sich mit den Studierenden an der Polizeischule. Dort sind 1.600 Studierende eingeschrieben. 1.000 Studierende wohnen direkt vor Ort und können folglich mit einer Ausgabenquote von 75% des Budgets für den täglichen Bedarf vermerkt werden. 300 Studierende sind mindestens fünf Tage die Woche vor Ort und haben damit eine Ausgabenquote von 50%. Die restlichen 300 Studierenden sind weniger als fünf Tage die Woche vor Ort und haben dementsprechend nur eine Ausgabenquote von 25%.

Aus diesen Annahmen ergeben sich folgende Ausgaben für die Verbandsgemeinde Kirchberg:

- 2,5 Mio. Euro mit Lebensmitteln und rund
- 0,5 Mio. Euro mit Gesundheits- und Körperpflegeartikel.

Diese zusätzlichen regelmäßigen Ausgaben kommen dem Einzelhandel der Verbandsgemeinde Kirchberg zugute.

Zusammenfassende Darstellung der Zusatzpotenziale, die außerhalb der grundzentralen Funktion der Verbandsgemeinde Kirchberg entstehen und dem örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehen:

#### Nahrungs- und Genussmittel

Basierend auf der Wohnbevölkerung	Potenzial:	50,1 Mio. Euro	Zentralität: 102,3
Zusatzpotenziale (Airport und Hochschule)	Potenzial:	3,3 Mio. Euro	
<b>Gesamt</b>	<b>Potenzial:</b>	<b>53,4 Mio. Euro</b>	<b>Zentralität: 96,0</b>

#### Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Basierend auf der Wohnbevölkerung	Potenzial:	10,6 Mio. Euro	Zentralität: 64,4
Zusatzpotenziale (Airport und Hochschule)	Potenzial:	0,7 Mio. Euro	
<b>Gesamt</b>	<b>Potenzial:</b>	<b>11,3 Mio. Euro</b>	<b>Zentralität: 60,2</b>

### E Analyse Einzelhandelsbestand und einzelhandelsrelevanter Aspekte

Im Rahmen der Untersuchung wurden im Juli 2020 alle Einzelhandelsbetriebe in der Verbandsgemeinde Kirchberg auf Basis ihrer Branche und Verkaufsflächen sortimentsbezogen ermittelt. Nicht in die Erhebung einbezogen wurden die Betriebe des Großhandels, des KFZ- Handels und der Brennstoffe jeglicher Art. Die Verkaufsshops von Tankstellen sowie die Verkaufsräume von Dienstleistern und Handwerksbetrieben (soweit Waren tatsächlich direkt verkauft werden und nicht nur Showroom sind) wurden ebenfalls erfasst. Des Weiteren wurden im und um die zentralen Versorgungsbereiche die Dienstleister mit Erdgeschossnutzung aufgenommen.

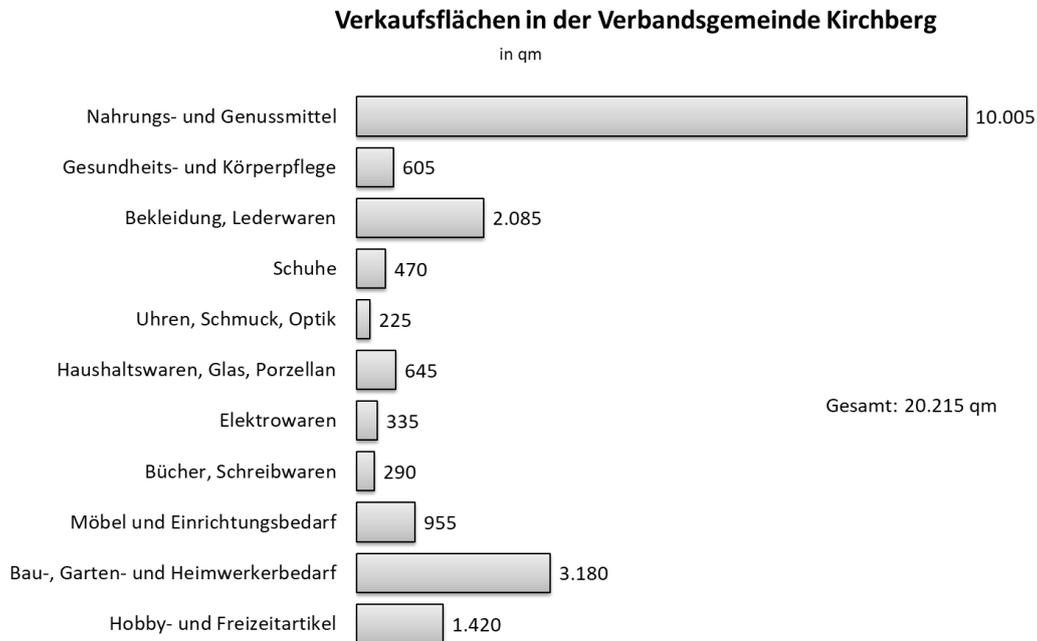
<sup>7</sup> Quelle: Destatis, „Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeits- und Wohnort, Ein- und Auspendler über Gemeindegrenzen, Stichtag: 30.06.2019, 13111-08-02-5-B



## E.1 Verkaufsflächen, Umsätze und Entwicklung

Die Verkaufsflächen in der Verbandsgemeinde Kirchberg setzen sich wie folgt zusammen.

**Abbildung 11 Verkaufsflächen nach Sortimentseinheiten in m<sup>2</sup> in der Verbandsgemeinde Kirchberg (gesamt)**



Quelle: eigene Erhebung 2020

Insgesamt verfügt die Verbandsgemeinde Kirchberg über rd. 20.215 qm Verkaufsfläche. Die Verbandsgemeinde Kirchberg verfügt über keinen Baumarkt, kommt aber durch vier Baustoffhandel und Nebensortimente in anderen Betrieben auf 3.180 qm Verkaufsfläche beim Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf. Im Vergleich zu den Einzelhandelserhebungen aus 2008 hat sich der Verkaufsflächenbestand um 2.515 qm positiv (+14,2%) verändert.

**Tabelle 6 Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen 2008 zu 2020**

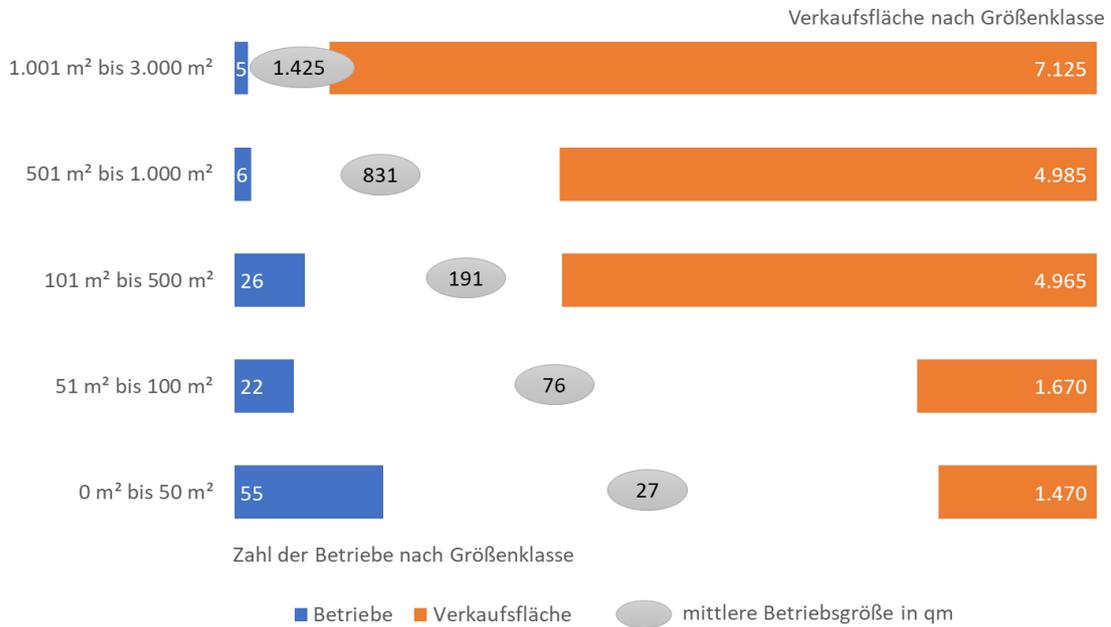
Einzelhandelsbestand nach Branche	Verkaufsfläche 2008	Verkaufsfläche 2020
Nahrungs- und Genussmittel	7.720	10.005
Gesundheit, Körperpflege	590	605
Restliche Branchen	9.390	9.605
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>17.700</b>	<b>20.215</b>
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>8.650</b>	<b>11.440</b>
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.490</b>	<b>3.140</b>
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>6.560</b>	<b>5.635</b>

Quelle: eigene Erhebungen 2020 und Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Kirchberg 2008

Der größte Teil der Betriebe (68%) ist kleiner als 100 qm. Die Kleinstbetriebe, die unterhalb von 30 qm liegen, machen einen Anteil von 48% aus. Somit konzentrieren sich auf nur 15% der Verkaufsflächen (3.140 qm) über Zweidrittel der Betriebe (77).

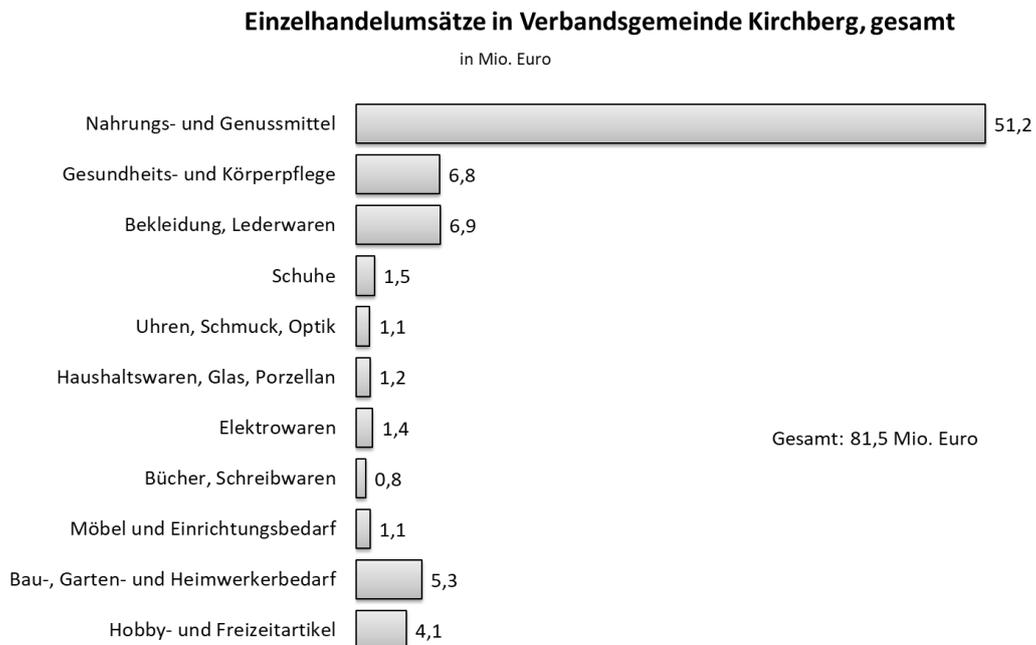


**Abbildung 12 Betriebsgrößenstruktur der Einzelhandelsbetriebe**



Quelle: eigene Erhebung und Berechnungen 2020

**Abbildung 13 Umsätze nach Sortimenten in Mio. Euro in der Verbandsgemeinde Kirchberg (gesamt)**

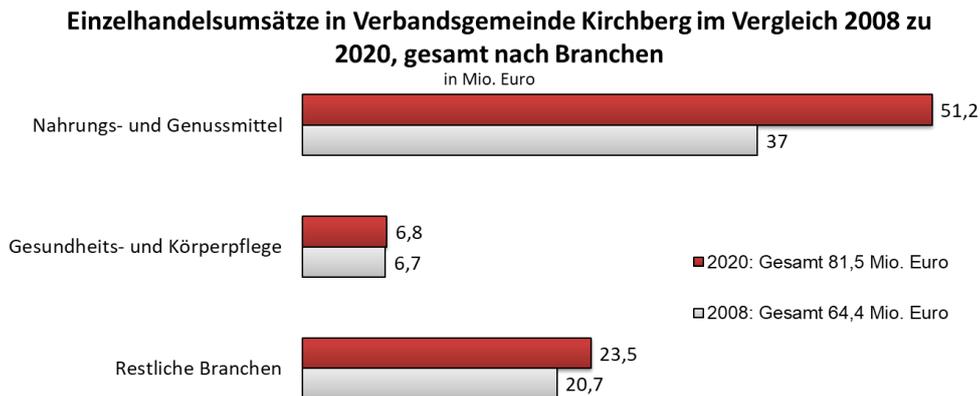


Quelle: eigene Berechnungen 2020 (Grundlage: Sortiments- bzw. betreiberspezifische Durchschnittsraumleistungen in Deutschland)



Die Berechnung der in der Verbandsgemeinde Kirchberg getätigten Umsätze resultiert aus der Verknüpfung von Verkaufsfläche (vor Ort erhoben) und durchschnittlicher Flächenproduktivität je nach Betriebsform und Größe (Umsatz je qm Verkaufsfläche)<sup>8</sup>. Je nach Standort und Sortiment wurde die durchschnittliche Raumleistung variiert. Insgesamt wird im Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg ein Umsatz von rund 81,5 Mio. Euro erzielt.

**Abbildung 14 Entwicklung der Einzelhandelsumsätze nach Sortimentsgruppen 2008 bis 2020**



Quelle: eigene Berechnungen 2020 (Grundlage: Sortiments- bzw. betreiberspezifische Durchschnittsraumleistungen in Deutschland) und Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Kirchberg 2008

Entsprechend der Verkaufsflächensteigerung sind auch die Einzelhandelsumsätze gestiegen. Die Verteilung der Umsatzzuwächse in den Sortimentsgruppen ist unterschiedlich. Der höchste Zuwachs ist in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel zu verzeichnen. Insgesamt steigt der Einzelhandelsumsatz in der Verbandsgemeinde Kirchberg um 26,5 % im Vergleich zum Jahr 2008. In der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel wird sowohl ein hoher Umsatzzuwachs als auch ein hoher Verkaufsflächenzuwachs verzeichnet. Dies lässt sich mit neuen Lebensmittelläden in der Verbandsgemeinde Kirchberg und einer Steigerung der Raumleistungen in den aktuellen Betrieben begründen.

## E.2 Analyse des Einzelhandelsbestandes

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches entspricht den neuen konzeptionellen Grundlagen zur Abgrenzung die in Kapitel I beschrieben werden.

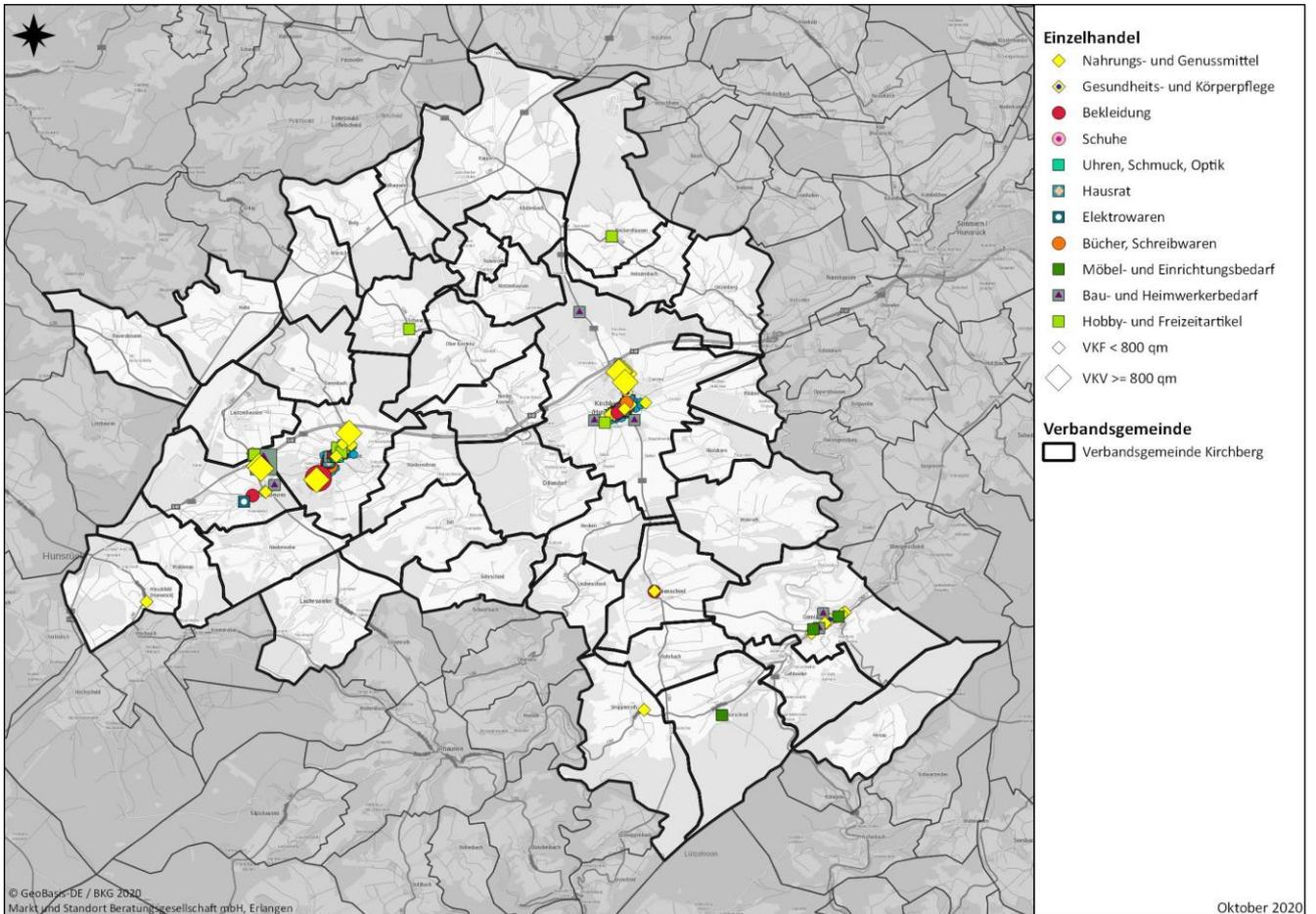
### E.2.1 Einzelhandelbestand in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg konzentriert sich auf drei Standorte und zwar auf die Grundzentren Kirchberg, Sohren und Büchenbeuren. In den restlichen Gemeinden ist nur vereinzelt Einzelhandel zu finden.

<sup>8</sup> Dabei wurden die im EHI (Handel aktuell) belegbaren Umsatzkennziffern nach Betriebsformen und Anbietern zugrunde gelegt.



Abbildung 15 Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Kirchberg

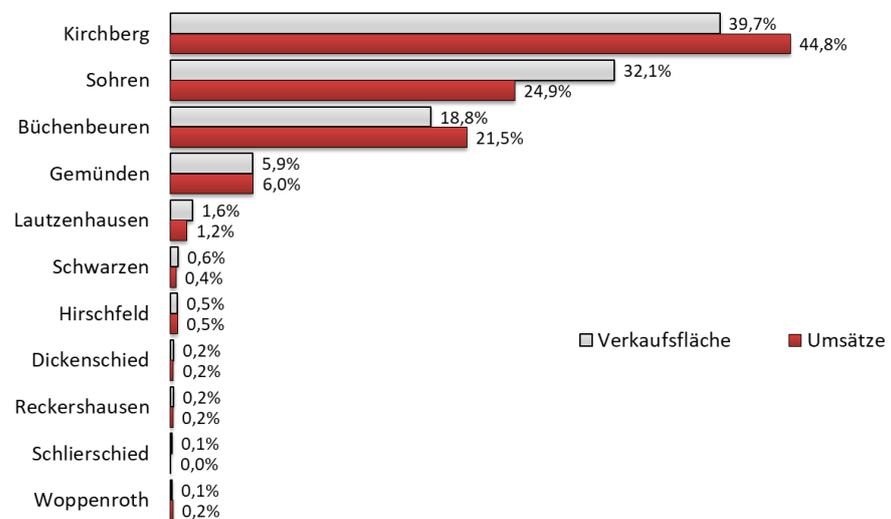


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Abbildung 16 Verteilung der Verkaufsflächen und Umsätze des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Verteilung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg

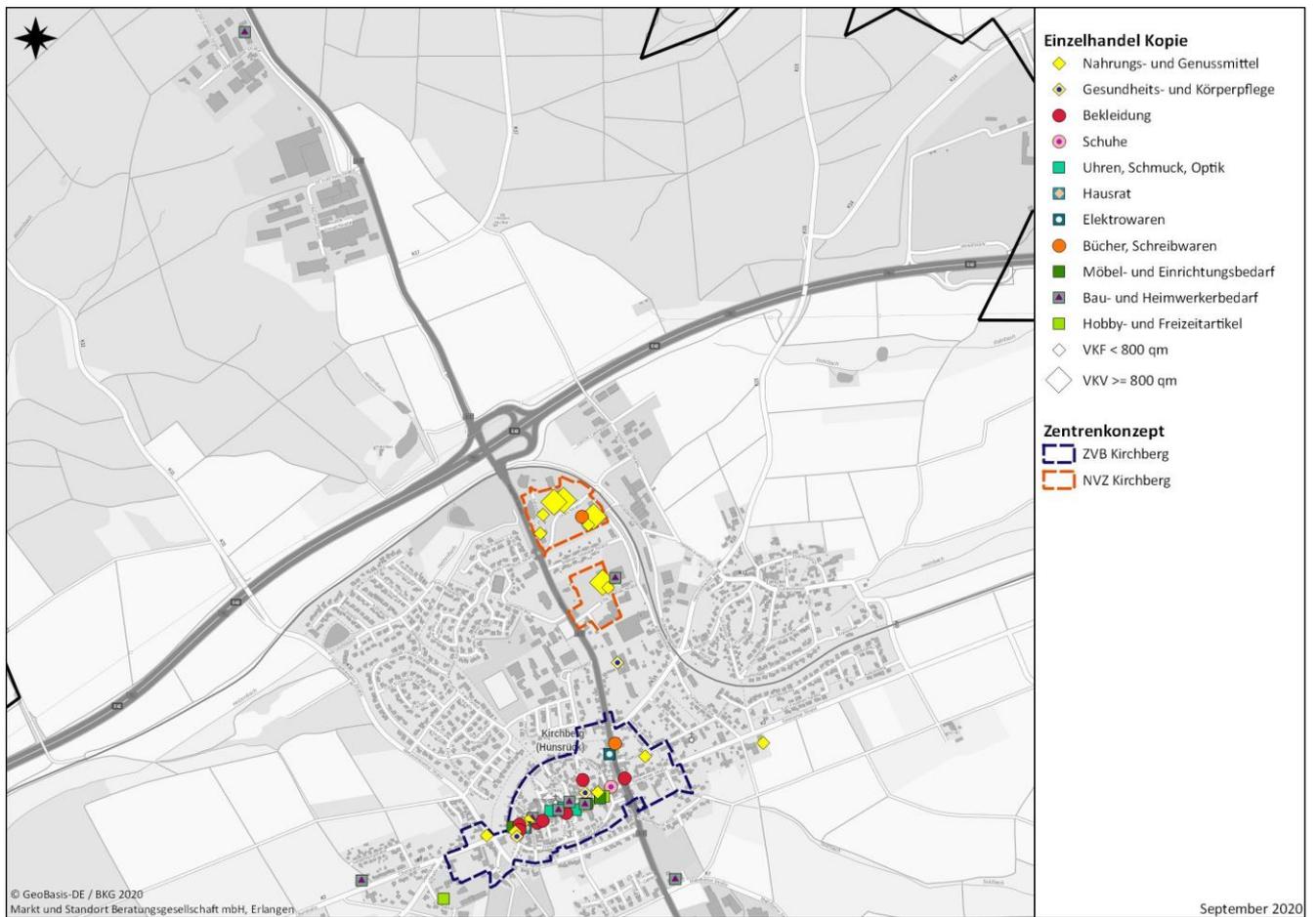
in v.H.



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung



Abbildung 17 Einzelhandelsbestand der Stadt Kirchberg

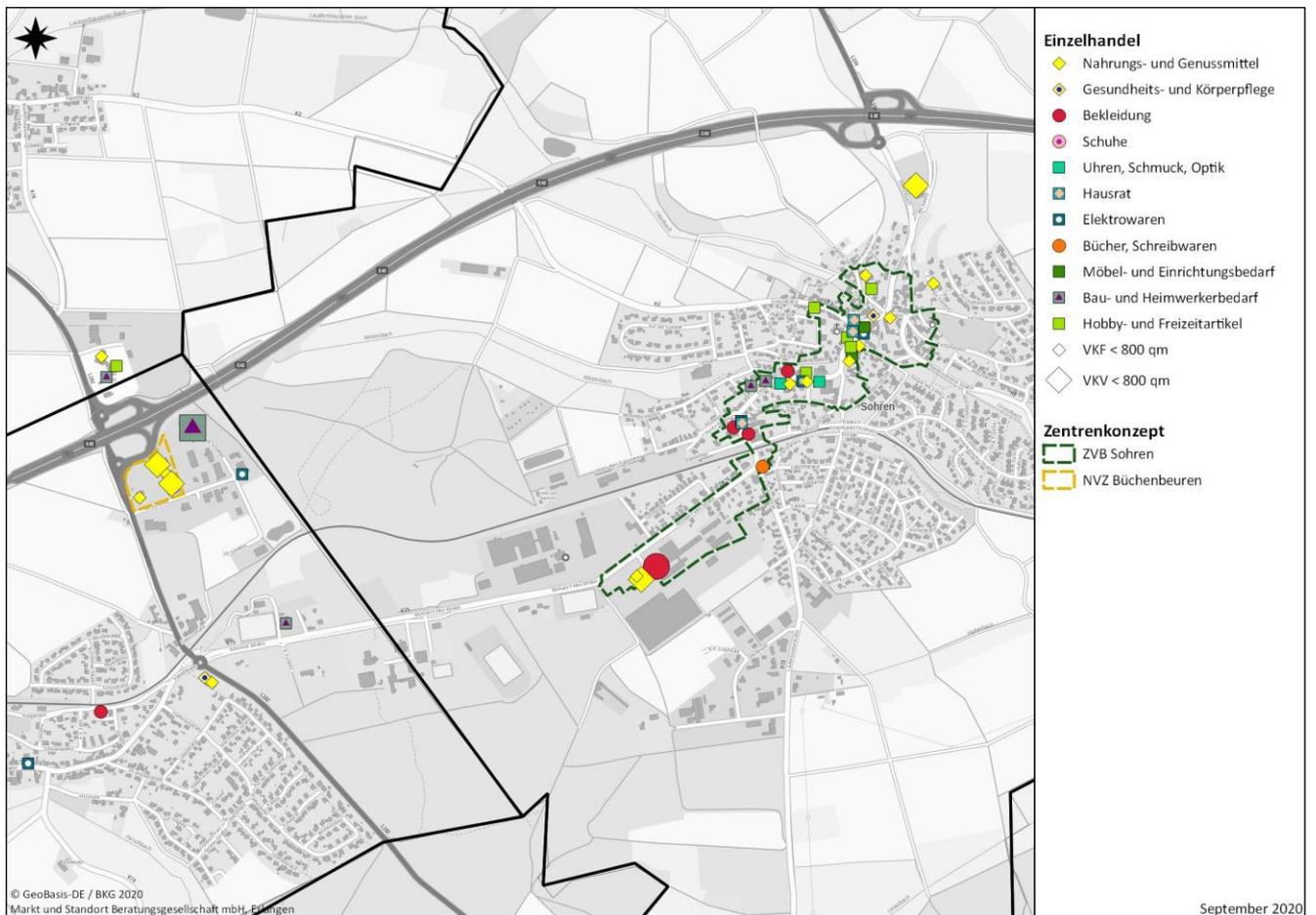


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

In der Stadt Kirchberg konzentriert sich der Einzelhandel auf den zentralen Versorgungsbereich und das Nahversorgungszentrum.



Abbildung 18 Einzelhandelsbestand der Gemeinden Sohren und Büchenbeuren

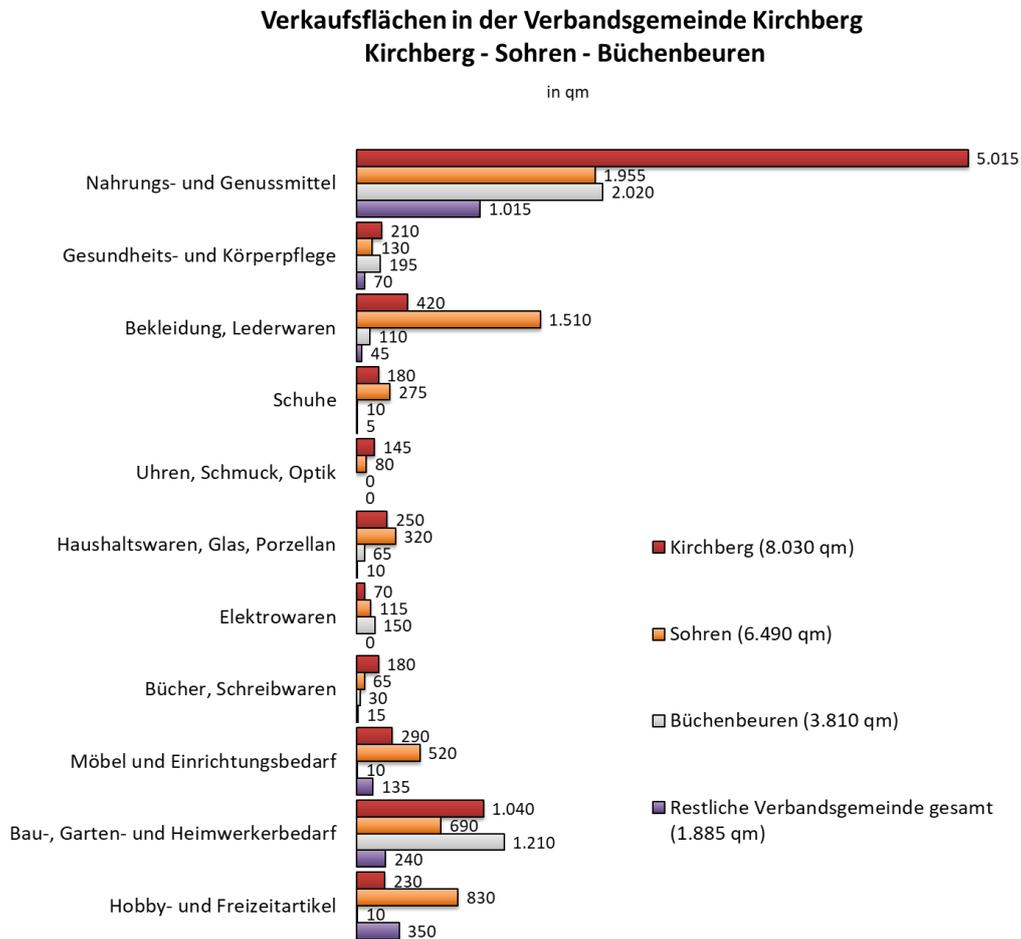


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Auch in der Ortsgemeinde Sohren konzentriert sich der Einzelhandel in der Hauptstraße im zentralen Versorgungsbereich. In der Gemeinde Büchenbeuren befinden sich die meisten Einzelhändler im oder um den Nahversorgungsstandort.



Abbildung 19 Verkaufsflächen in den drei Grundzentren der Verbandsgemeinde Kirchberg



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

## E.2.2 Entwicklung des Einzelhandels seit 2008

Der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg hat sich im Vergleich zum Einzelhandelskonzept von 2008 stark verändert.

Tabelle 7 Einzelhandelsvergleich 2008 zu 2020

Einzelhandelsbestand	2008	2020	Veränderung abs. / prozentual	
Anzahl der Betriebe	141	114	- 27	- 19,1
Verkaufsflächen in qm	17.700	20.215	+ 2.515	+ 14,2
Umsatz in Mio. Euro	64,6	81,5	+ 16,9	+ 26,2
Verkaufsflächen je Betrieb in qm	126	176	+ 50	+ 39,7
Verkaufsfläche je 1.000 EW	871	1.022	+ 151	+ 17,3
Zentralität	66,5	66,5	0	0

Quelle: eigene Erhebungen 2020 und Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Kirchberg 2008

Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in der Verbandsgemeinde Kirchberg ist um 27 auf 114 gesunken. Das entspricht einem Rückgang von 19,1%. Somit hat nahezu jeder fünfte Einzelhandelsbetrieb in den letzten 12 Jahren geschlossen bzw.



wurde in seiner Nutzung umgewandelt. Gleichzeitig hat aber die Verkaufsfläche um 14,2% und die durchschnittliche Betriebsgröße um 39,7% zugenommen. Folglich haben sich auch neue und größere Einzelhändler in der Verbandsgemeinde Kirchberg niedergelassen.

An diesen Zahlen lässt sich der Rückzug des kleinteiligen Einzelhandels eindrucksvoll demonstrieren. Die entscheidenden Auslöser für diese Entwicklung sind die fehlende Marktgängigkeit vieler kleinerer und auch veralteter Betriebskonzepte, verbunden mit dem Problem des Generationenwechsels. Die Frage der Nachfolge steht auch heute noch im Mittelpunkt vieler betrieblicher Existenzen in der Verbandsgemeinde Kirchberg. Insofern ist davon auszugehen, dass diese Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist.

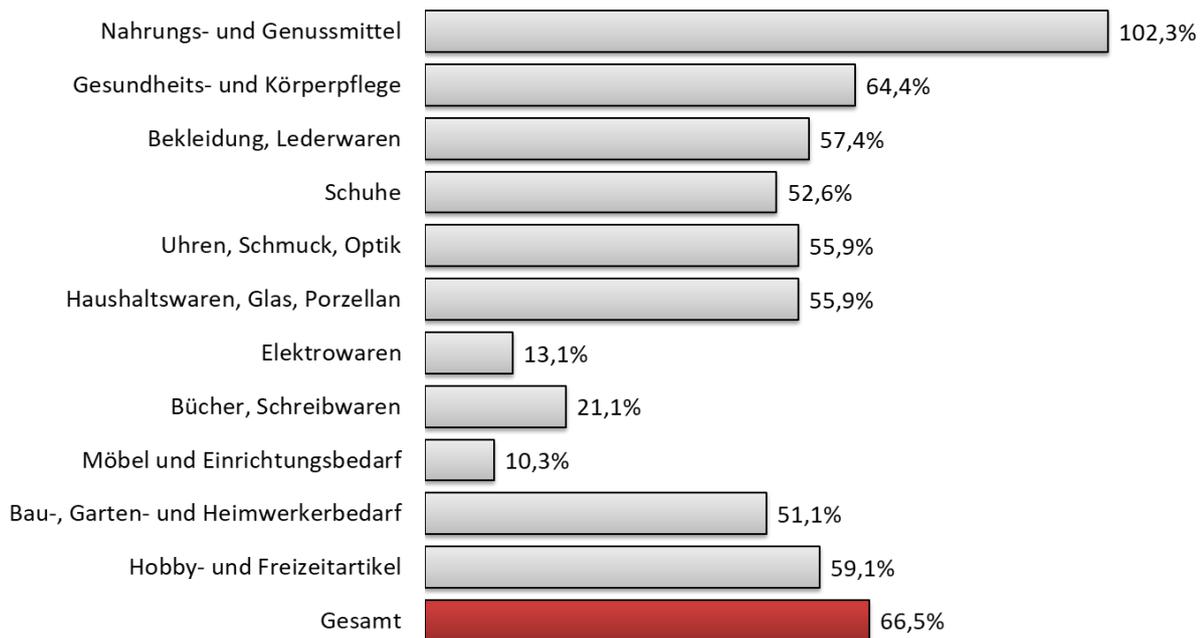
### E.3 Zentralität

Die berechneten Zentralitätsquoten sind ein Indikator zur Abschätzung von möglichem Flächenbedarf in einer Kommune.

Abbildung 20 Zentralität

#### Zentralität nach Sortimentsgruppen in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Einzelhandelsumsatz in Prozent vom Potenzial

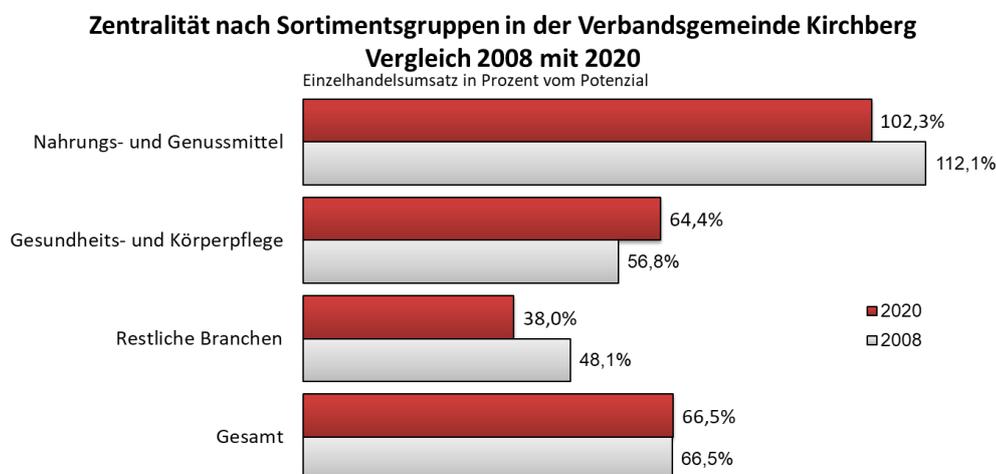


Quelle: eigene Erhebung und Berechnungen 2020

Der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg bindet insgesamt 66,5% der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Gemeindegebiet. Die geringste Zentralitätsquote wird bei Möbel und Einrichtungsbedarf und auch Elektrowaren erzielt. Die höchste Zentralität erreicht der Einzelhandel in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel, gefolgt mit einem großen Abstand von Gesundheits- und Körperpflege.



Abbildung 21 Zentralität 2008 und 2020



Quelle: eigene Erhebung und Berechnungen 2020, Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Kirchberg 2008

Vergleicht man die Zentralitäten der Jahre 2008 und 2020, so ist die Gesamtzentralität gleichgeblieben. In der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel ist die Zentralität zurückgegangen, gleichzeitig bei Gesundheits- und Körperpflege jedoch gestiegen. Bei den restlichen Branchen ist auch ein Rückgang der Zentralität zu verzeichnen.

#### E.4 Bewertung der Kaufkraft-, Umsatz- und Zentralitätsentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Veränderungen der Zentralitätsquoten sind zum einen abhängig von Umsatzveränderungen. Steigende Umsätze bedeuten in der Regel einen Zuwachs an Zentralität. Allerdings kann auch die Veränderung der Bevölkerungszahl oder die Entwicklung der Ausgabenbeträge im Einzelhandel die Zentralitätsquote erheblich beeinflussen. In der Verbandsgemeinde Kirchberg wird seit 2008 ein Umsatzzuwachs von 27% beobachtet. Trotzdem verändert sich die Zentralitätsquote der Verbandsgemeinde nicht. Dies ist vor allem auf die starken Wachstumsdifferenzen zwischen Kaufkraft und Umsatz in den Bedarfsstufen zurückzuführen.

Eine differenziertere Betrachtung nach Sortimentsgruppen zeigt eine erhebliche Diskrepanz. Während die Ausgaben im täglichen Bedarf stark steigen, wachsen sie in den meisten anderen aperiodischen Sortimentsgruppen nicht so stark oder sie stagnieren. Die Kaufkraftentwicklung des Lebensmittelhandels hat sich gewissermaßen von der übrigen abgekoppelt.

Tabelle 8 Entwicklung der Einzelhandelsausgaben pro Kopf von 2008 bis 2020 in der VG Kirchberg

Sortimentsgruppe	Pro-Kopf-Wert 2008 in Euro	Pro-Kopf-Wert 2020 in Euro	Index 2008 = 100	Index Veränderung 2020
Nahrungs- und Genussmittel	1.679	2.531	100	151
Gesundheits- und Körperpflege	613	536	100	87
Bekleidung, Lederwaren	578	606	100	105
Schuhe	104	144	100	139
Uhren, Schmuck, Optik	88	102	100	116
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	100	105	100	105
Elektrowaren	415	530	100	128
Bücher, Schreibwaren	173	195	100	112
Möbel und Einrichtungsbedarf	636	565	100	89
Bau- und Heimwerkerbedarf	615	529	100	86
Hobby- und Freizeitartikel	218	352	100	162
<b>Einzelhandelsausgaben pro Kopf in Euro</b>	<b>5.219</b>	<b>6.195</b>	<b>100</b>	<b>119</b>

Quelle: eigene Berechnungen 2008 und 2020



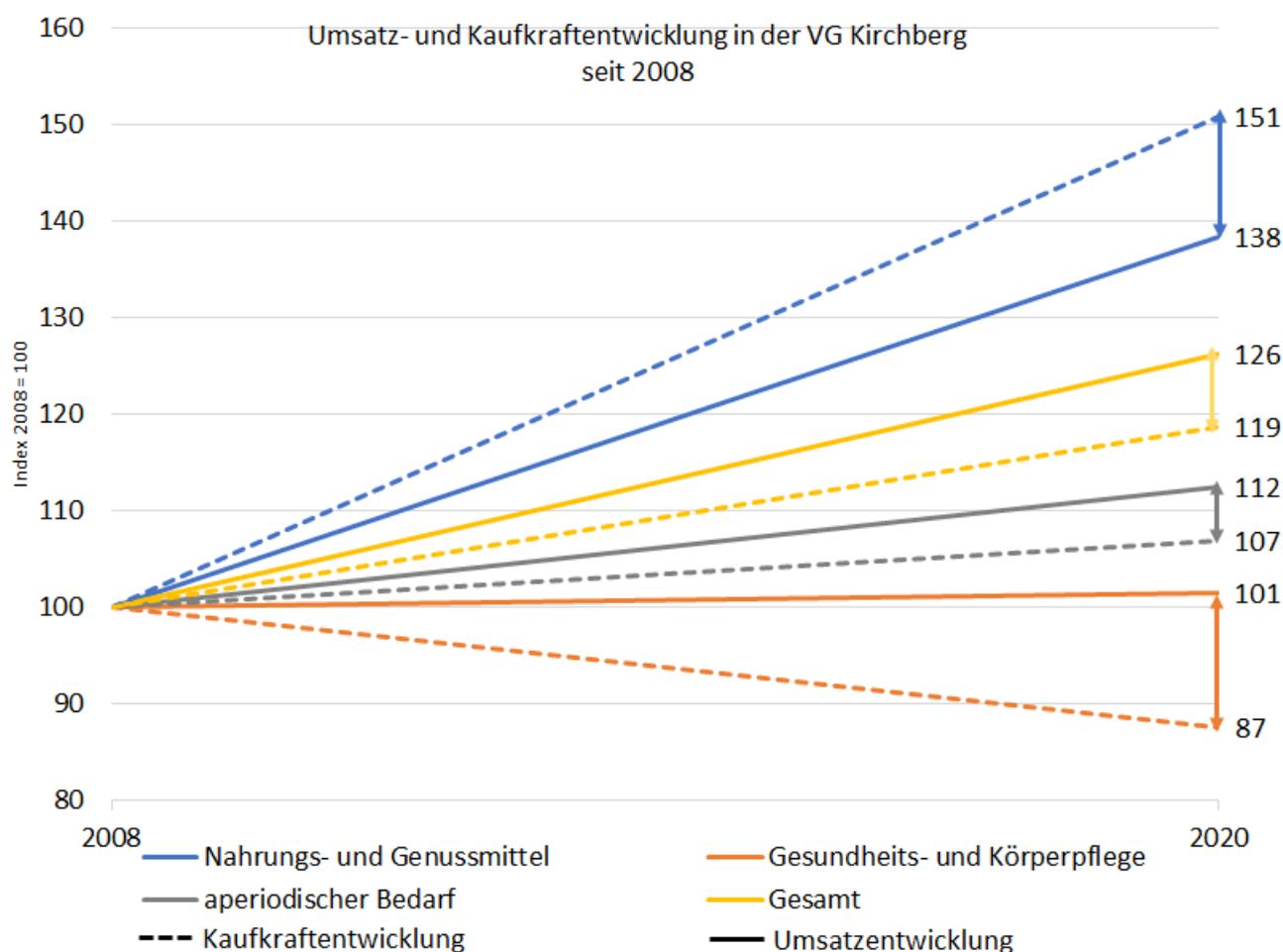
**Tabelle 9 Umsatzentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg 2008 bis 2020**

Umsatzentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg	Umsatz in Mio. €		Index (2008=100)	
	2008	2020	2008	2020
Nahrungs- und Genussmittel	37,0	51,2	100	138
Gesundheits- und Körperpflege	6,7	6,8	100	101
aperiodischer Bedarf	20,9	23,5	100	112
<b>Gesamt</b>	<b>64,6</b>	<b>81,5</b>	<b>100</b>	<b>126</b>

Quelle: eigene Berechnungen und Einzelhandelskonzept 2008, Seite 39

So hat sich die Umsatzentwicklung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg in den letzten zwölf Jahren im Wesentlichen auf den Lebensmittelhandel konzentriert. Ein vergleichbarer Zuwachs im zweiten wichtigen Sortimentsfeld des periodischen Bedarfs, den Gesundheits- und Körperpflegeartikel ist allerdings ausgeblieben und in den übrigen Branchen ist der Zuwachs aufgrund der Vielzahl von kleineren Geschäftsaufgaben vergleichsweise mäßig. So sind die Umsatzzuwächse in Kirchberg in erster Linie auf den periodischen Bedarf zurückzuführen. Trotzdem ist die Zentralitätsquote im Lebensmittelsektor in Kirchberg seit 2008 deutlich gesunken.

**Abbildung 22 Umsatz- und Kaufkraftentwicklung seit 2008 in der Verbandsgemeinde Kirchberg**



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen, GMA, Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Kirchberg, 2008

Der Vergleich der Entwicklung der Lebensmittelkaufkraft und der Lebensmittelumsätze für die Verbandsgemeinde Kirchberg macht, trotz der Umsatzzuwächse eine erhebliche Diskrepanz zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung deutlich. Während die Kaufkraft für Lebensmittel seit 2008 um 51% gestiegen ist, erreichen die entsprechenden Umsätze diese



Steigerungsrate bei weitem nicht. Das ist der maßgebliche Grund für die Abnahme der Zentralitätsquote für Lebensmittel. Der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg war in den letzten 12 Jahren nicht in der Lage, die erheblichen Kaufkraftzuwächse im Lebensmittelsegment auf sich zu binden. Nahezu die Hälfte der in den vergangenen Jahren beobachteten Kaufkraftzuwächse sind als Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Konkurrenzcentren geflossen.

Für die Gesundheits- und Körperpflegesparte stellt sich die Situation vollkommen anders dar. Hier sind Verkaufsflächenverluste in den vergangenen Jahren (z.B. Schleckerschließungen) in der Kirchberg und Sohren durch den ansässigen Lebensmittelhandel weitgehend aufgefangen worden. Allerdings liegt die Zentralitätsquote in diesem Segment seit 2008 konstant um die 60%, was für ein Grundzentrum eindeutig zu wenig ist.

**Aus dieser unbefriedigenden Angebotssituation ergibt sich ein erheblicher Entwicklungsbedarf für die Verbandsgemeinde Kirchberg. Insbesondere in Bezug auf zusätzliche Angebote im Drogeriemarktsegment sind aufgrund der geringen Kaufkraftbindung, die in den vergangenen Jahren keineswegs besser geworden ist, Ansiedlungen von Drogeriemärkten in der Verbandsgemeinde Kirchberg geboten. Auch der Nachholbedarf im Vollsortimentersegment liegt auf der Hand, da hier die positive Kaufkraftentwicklungen im Lebensmittelsektor des letzten Jahrzehnts nicht in der Verbandsgemeinde Kirchberg wirksam geworden ist.**

## E.5 Raum- und Flächenbedarf

Durch die zunehmende Überalterung, aber auch durch den leichten Rückgang der Bevölkerung im Einzugsbereich, müssen sich auch die Planung und die Politik auf veränderte Rahmenbedingungen hinsichtlich der Einzelhandelsentwicklung einstellen. Dies bedeutet eine bipolare Entwicklung für die Stadt.

Junge Bevölkerung und Familien	Senioren
gute Qualität	mehr Qualität
Discountangebote	mehr Beratung
attraktive Flächen	angepasste Sortimentsstrukturen (z.B. Sanitätsfachgeschäfte)
angepasste Sortimente (z.B. Baby- und Kinderbedarf)	gut erreichbare Standorte
gutes Parkplatzangebot	Lieferservice
gute Erreichbarkeit	Übersichtlichkeit im Laden (verbunden mit bspw. breiten Gängen)
[...]	[...]

Quelle: eigen Darstellung

Folgende Fakten sind dabei zu berücksichtigen:

- Angebotsstrukturen (Entfaltung)
- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse
- Polarisierung der Nachfragepräferenzen
- weiteres Aufklaffen der Schere zwischen Verkaufsfläche und Flächenproduktivität
- starke Betriebsformendynamik
- Fortsetzen des Flächenwachstums, wenn auch gedämpft



Gerade die Einzelhändler versuchen durch innovative und zukunftsgerichtete Konzepte sich auf die sich ändernden Rahmenbedingungen einzustellen und den Spagat zwischen den unterschiedlichen Verbraucherbedürfnissen zu schaffen.

Dabei ist eines klar: Modernes Ambiente und maßgeschneiderte Sortimentskonzepte benötigen deutlich mehr Raum als in unflexiblen planerischen Konzepten und Programmen vorgesehen wird. Durch vorsorgliche Bauleitplanung wird diesem Aspekt aktiv entgegengewirkt.

Die Kommune kann nur mittelbar, durch vorsorgliche Bauleitplanung und gezielte Steuerung der Ansiedlungspolitik sowie nachvollziehbare und konsequente Aussagen zu Entwicklungspotenzialen, steuernd eingreifen. Dies bedeutet nicht zuletzt auch den Schutz der zentralen Versorgungsbereiche und den Erhalt der Versorgungsstrukturen.

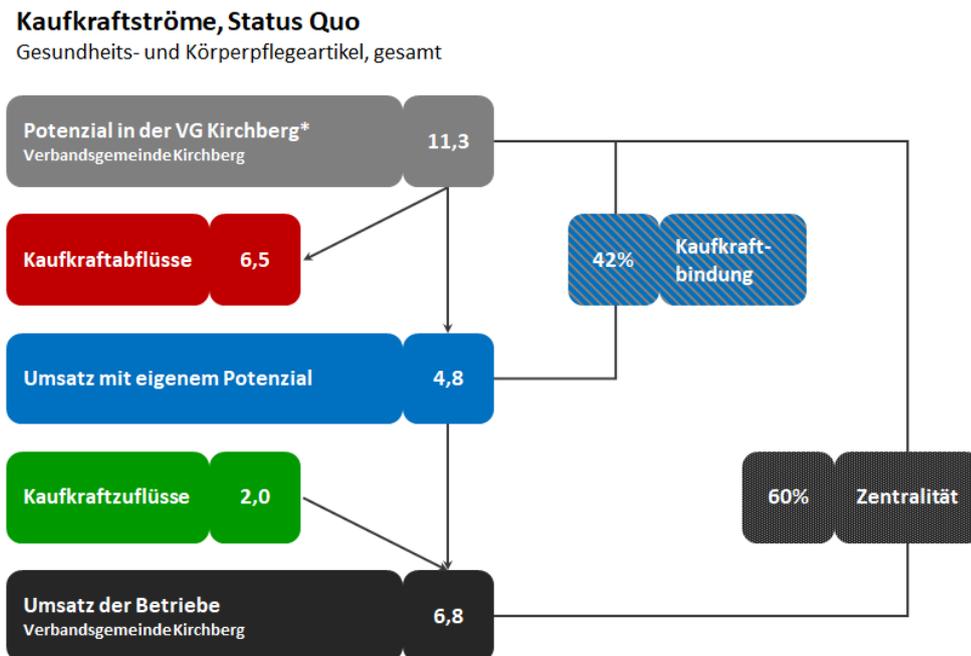
Ein konkreter Verkaufsflächenbedarf für die Verbandsgemeinde Kirchberg lässt sich, abgesehen von den eindeutigen Ergebnissen der Verbraucherbefragung, aus den bis hierhin ermittelten Befunden durchaus ableiten. Die unzureichende Kaufkraftbindung in der Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel, verbunden mit dem eindeutigen Wunsch der Verbraucher nach diesen Sortimenten lässt den Bedarf nach Drogerieverkaufsflächen eindeutig erscheinen.

Durch den Einsatz des Markt und Standort Modells können die aktuellen Einkaufsbeziehungen im Einzugsbereich des Projektes ermittelt werden. Mit Fokus auf die Verbandsgemeinde Kirchberg werden die Kaufkraftströme aus der Perspektive des ansässigen Einzelhandels und Verbrauchers dargestellt. Bei der Ermittlung der Kaufkraftströme werden, im Gegensatz zur Darstellung der Zentralität, keine bilanzierten Berechnungen vorgenommen, sondern auf Basis der einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten die Ströme (Zuflüsse und Abflüsse der Kaufkraft) simuliert. Diese basieren auf der Verwendung eines Simulationsmodells und stellen Modellrechnungen auf der Grundlage eines Gravitationsansatzes dar. Wesentliche Grundlage für die Bemessung der Kaufkraftabflüsse und der Umsätze mit eigenem Potenzial ergeben sich aus den Ergebnissen der repräsentativen Haushaltsbefragung.

### E.5.1 Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Die erheblichen Kaufkraftabflüsse im Bedarfssegment Gesundheits- und Körperpflegeartikel machen den Handlungsbedarf deutlich.

Abbildung 23 Kaufkraftströme Gesundheits- und Körperpflegeartikel



\* einschl. Potenziale aus Polizeihochschule und Flughafen Frankfurt-Hahn (0,7 Mio. €)

Angaben in Mio. Euro

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage von Modellrechnungen und der Ergebnisse der Verbraucherbefragungen



Eine Kaufkraftbindung von nur 42% der in der Verbandsgemeinde vorhandenen Kaufkraft erfordert die Ansiedlung von Drogerieflächen. Der Online Handel bindet derzeit im Segment Gesundheits- und Körperpflegeartikel rund 14,3%<sup>9</sup>, was rund 1,5 Mio. Euro entspricht. Diese Online Umsätze mit Kirchberger Bürgern sind in diesem Berechnungsmodell in die Kaufkraftabflüsse eingeflossen.

Die Ergebnisse der repräsentativen Haushaltsbefragung unterstützen die Berechnungsergebnisse eindrücklich. Der Bedarf nach Ansiedlungen im Drogeriesegment ist in allen Teilen der Verbandsgemeinde Kirchberg omnipräsent und aufgrund der Berechnungen auch objektiv nachvollziehbar.

**Eine Entwicklungsempfehlung für den Drogeriebereich basiert auf dem Ziel, Kaufkraftabflüsse, die derzeit rund 6,5 Mio. Euro betragen, in der Verbandsgemeinde Kirchberg zu binden und damit die verbrauchernahe Versorgung vor Ort sicherzustellen. Die Ansiedlung von zwei Drogeriemärkten ist damit tragfähig.**

## E.5.2 Nahrungs- und Genussmittel

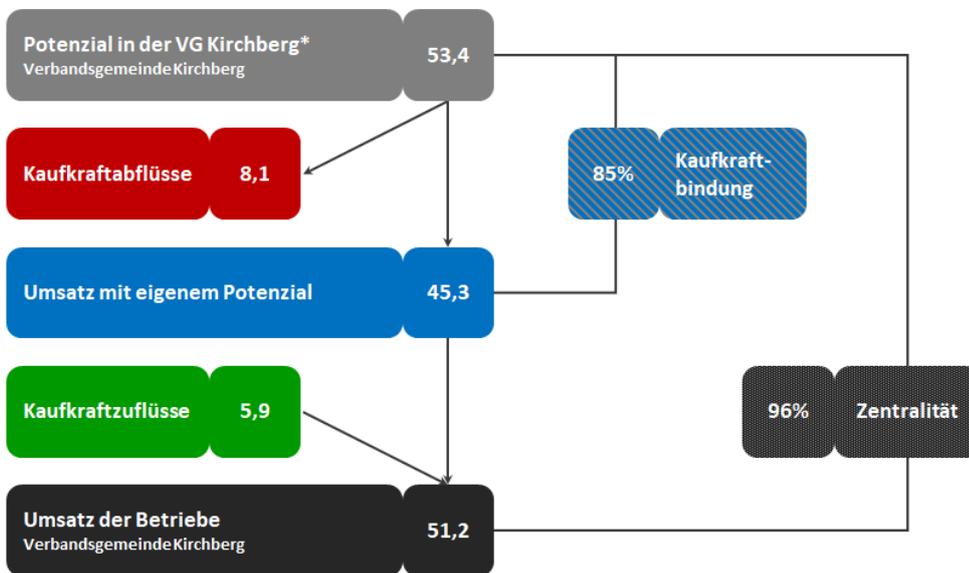
Die vergangene Entwicklung von Kaufkraft und Umsatz im Lebensmittelsektor hat gezeigt, dass erhebliche Kaufkraftzuwächse der vergangenen Jahre nicht in der Verbandsgemeinde Kirchberg gebunden werden konnten. Stattdessen sind sie in die Konkurrenzzentren, insbesondere nach Simmern geflossen.

Die nachfolgende Modellrechnung zeigt, über die bilanzierende Darstellung der Zentralität hinaus die Zu- und Abflüsse der Kaufkraft, die auf der Grundlage eines Gravitationsmodells und der Ergebnisse der Haushaltsbefragung ermittelt wurden.

**Abbildung 24 Kaufkraftströme Nahrungs- und Genussmittel**

### Kaufkraftströme, Status Quo

Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



\* einschl. Potenziale aus Polizeihochschule und Flughafen Frankfurt-Hahn (3,3 Mio.€)

Angaben in Mio. Euro

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage von Modellrechnungen und der Ergebnisse der Verbraucherbefragungen

Damit ist auch der Rückgang der Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln von 112,1 (2008) auf 102,3 (2020 ohne Sonderpotenziale Flughafen und Polizeihochschule) nachvollziehbar. Trotz der Ausweitung der Verkaufsflächen und Umsätze seit 2008 von 7.720 qm auf 10.005 qm bzw. von 37,0 Mio. Euro auf 51,2 Mio. Euro ist das Versorgungsniveau, rein quantitativ gesehen, im Verhältnis zur Kaufkraftentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg schlechter geworden

<sup>9</sup> vgl. HDE Online Monitor 2020, Seite 12

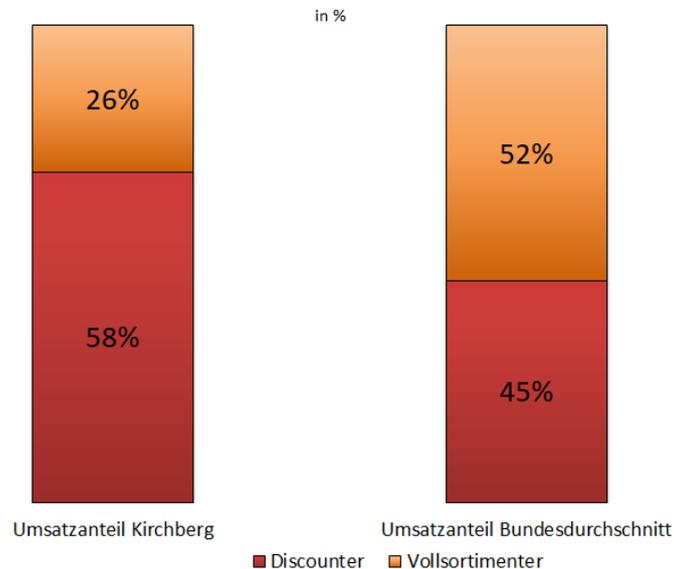


Die ermittelten Kaufkraftabflüsse im Lebensmittelsektor sind Ausfluss dieser Entwicklung. Der Kaufkraftabfluss von 8,1 Mio. Euro enthält die nach wie vor geringen Online-Anteile im Lebensmitteleinzelhandel, die derzeit bei rund 2,5%<sup>10</sup> des Lebensmittelgesamtumsatzes liegen. Das entspricht rund 1,3 Mio. Euro.

Die Angebotsqualität im Lebensmittelhandel, die sich unter anderem an der Betriebstypenstruktur festmachen lässt, ist in der Verbandsgemeinde Kirchberg eher kritisch zu sehen. Während im Bundesdurchschnitt der Umsatzanteil der Lebensmitteldiscounter bei rund 45% liegt, erreicht er in der Verbandsgemeinde Kirchberg derzeit rund 60% des Lebensmittelumsatzes. Vollsortimenter liegen im Bundesschnitt bei einem Umsatzanteil von rund 52%. In der Verbandsgemeinde Kirchberg erreichen sie nur rund 27%. Die Konsequenz dieser discounterlastigen Angebotsstrukturen wird deutlich, wenn man sich die durchschnittlich angebotene Artikelzahl in den unterschiedlichen Betriebstypen des Lebensmittelhandels vor Augen führt. Während ein Lebensmitteldiscounter im Durchschnitt rund 2.300 Artikel führt, liegt diese Zahl bei einem Supermarkt bereits bei 11.800. Ein Verbrauchermarkt führt im Durchschnitt 25.000 und SB-Warenhaus gar 45.000 Artikel. So ist zum einen die Anziehungskraft von Globus in Simmern nachvollziehbar und zum anderen die nicht zufriedenstellende Versorgungsniveau in der Verbandsgemeinde Kirchberg.

**Abbildung 25 Anteile der Betriebstypen in der VG Kirchberg**

**Umsatzverteilung Discounter und Vollsortimenter VG Kirchberg und Bundesdurchschnitt**



Quelle: Eigen Erhebungen und Berechnungen und EHI Handelsdaten aktuell 2019, Seite 78

Während in der Verbandsgemeinde Kirchberg der Umsatz mit Discountern 58% des Lebensmittelumsatzes ausmacht, liegt er im Bundesdurchschnitt nur bei 45%. Entsprechend niedriger ist der Anteil der Vollsortimenter in der VG Kirchberg. So zeigt sich in der Verkaufsfläche und den Umsatzsummen rein rechnerisch ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Kaufkraft und Umsatz. Tatsächlich ist ein großer Teil der Verkaufsflächen in der VG Kirchberg mit deutlich weniger Artikeln bestückt als im Bundesdurchschnitt, was auf eine „Discounterlastigkeit“ des Angebots in der VG Kirchberg zurückzuführen ist.

**Angesichts der Kaufkraftabflüsse und des Qualitätsgefälles in der VG Kirchberg ist die Ansiedlung eines weiteren Vollsortimenters in der Verbandsgemeinde notwendig. Eine Ergänzung von Vollsortimenterflächen verbessert die Angebotsqualität, reduziert Kaufkraftabflüsse und stärkt die grundzentrale Versorgungsfunktion der Verbandsgemeinde Kirchberg. Es ist sichergestellt, dass der überwiegende Umsatzanteil der neu angesiedelten Verkaufsflächen durch Kaufkraft aus der Verbandsgemeinde gespeist wird, denn er wird im Wesentlichen aus Kaufkraftrückflüssen stammen. Mit weiteren Discounterverkaufsflächen in der Verbandsgemeinde Kirchberg wäre eine solche Kaufkraftrückholung nicht erzielbar. Das schließt allerdings notwendige Verkaufsflächenerweiterungen der ansässigen Lebensmitteldiscounter durch Modernisierung künftig nicht aus.**

<sup>10</sup> vgl. HDE Online Monitor 2020, Seite 12



## F Die repräsentative Haushaltsbefragung in der Verbandsgemeinde Kirchberg

### F.1 Methode und Vorgehensweisen

#### F.1.1 Zielsetzung der Befragung

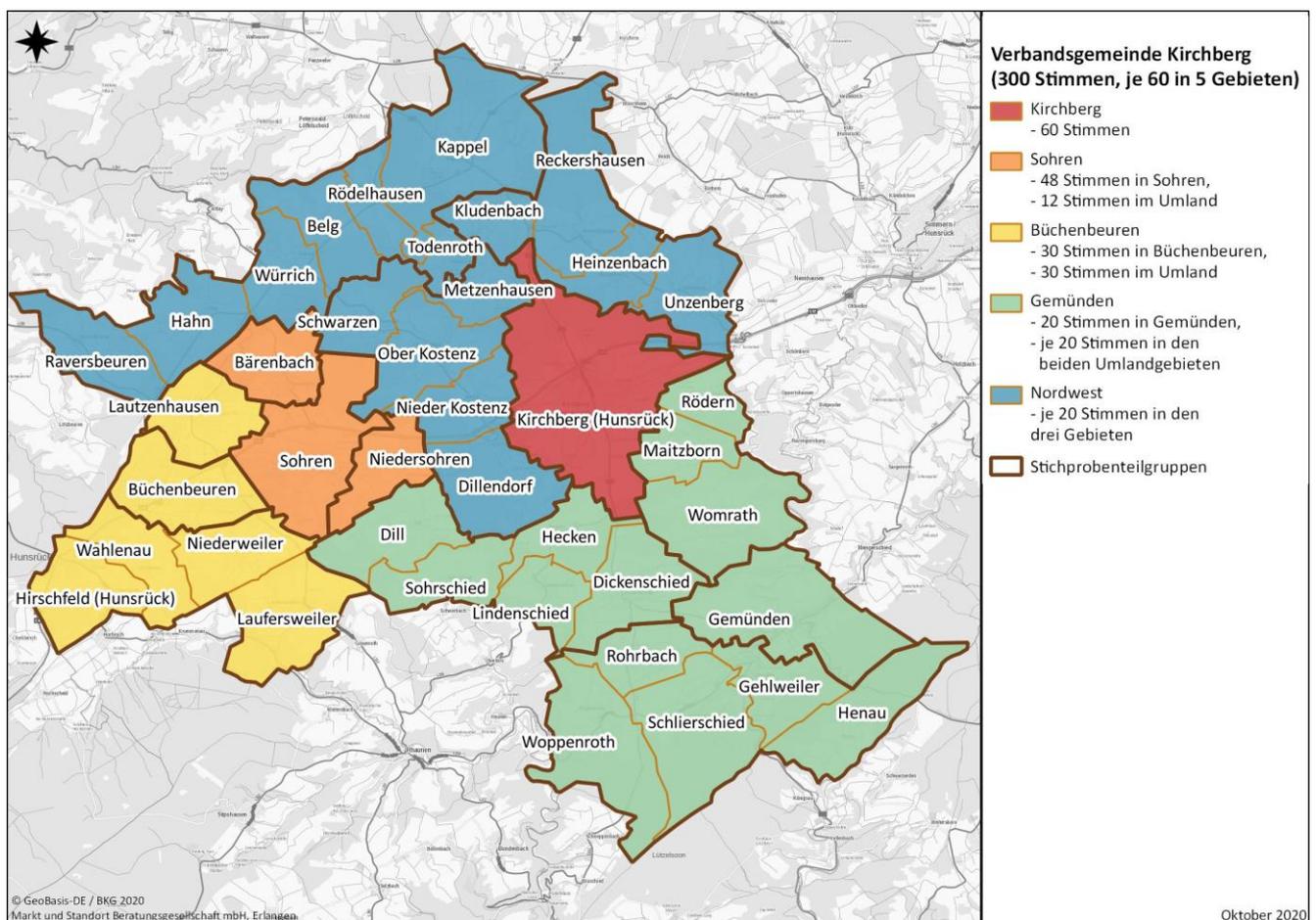
Die repräsentative Haushaltsbefragung verfolgt das Ziel, belastbare Aussagen über das Einkaufsverhalten der ansässigen Bürger zu erlangen. Auch soll mit der Befragung eine Wertung der derzeitigen Versorgungssituation durch die Bürger der Verbandsgemeinde Kirchberg erfolgen. Durch die Befragung wird die Beurteilung der aktuellen Wettbewerbssituation ermöglicht.

Durch die gewonnenen Erkenntnisse sollen entsprechende Handlungsempfehlungen für die Entwicklung der Nahversorgung und anderer Einzelhandelsstandorte abgeleitet werden.

#### F.1.2 Stichprobe

Grundlage für die räumliche Verteilung der Stichprobe ist die Verbandsgemeinde Kirchberg. 300 Stimmen werden disproportional über eine Zufallsstichprobe auf fünf Teilgebiete des Befragungsgebietes mit ungefähr gleich großer Bevölkerungszahl verteilt. Die Stimmen wurden bevölkerungsproportional auf die Gemeindegebiete verteilt.

Abbildung 26 Verteilung der Stichprobe



Quelle: eigene Darstellung

Eine leichte Verzerrung der Stichprobenauswahl könnte sich durch die geringe Anzahl von Haushalten, die keinen Telefonanschluss besitzen, ergeben. Bei einer aktuellen Telefondichte von 98,5% sind systematische Verzerrungen der Stichprobe aufgrund von undercoverage jedoch auszuschließen.

Letztendlich umfasst die Stichprobe 302 Interviews, da sowohl in Büchenbeuren als auch in Sohren eine Person mehr befragt wurde, als ursprünglich geplant.



### F.1.3 Inhalte der Befragung

Der Fragebogen umfasst, neben der Abfrage statistischer Merkmale fünf Fragenblöcke. Dabei wurden folgende Themen behandelt:

- Einkaufsverhalten für die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhe, Hausrat und sonstige Artikel
- Fehlende Einzelhandelssortimente, -branchen und -betriebe
- Prozentuale Einzelhandelsausgaben in der Verbandsgemeinde Kirchberg
- Beurteilung verschiedener Angebote und Waren in der Verbandsgemeinde Kirchberg
- Beurteilung verschiedener Aspekte in den Ortszentren Kirchberg und Sohren

Der vollständige Fragebogen befindet sich im Anhang.

### F.1.4 Methode der Befragung

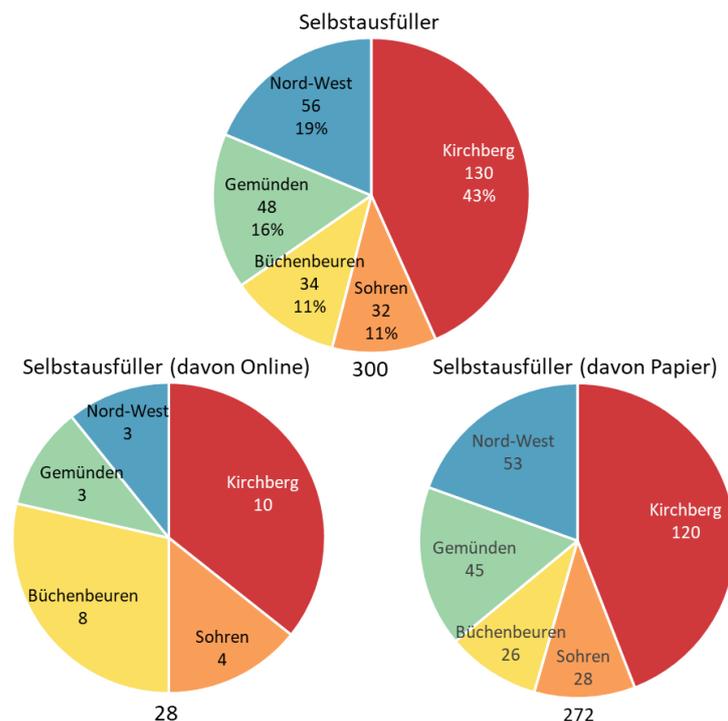
Die Befragung wandte sich an Privathaushalte und zwar immer an diejenige Person, die nach eigenen Angaben hauptsächlich für den Einkauf im Haushalt verantwortlich ist. Die Interviews wurden telefonisch durchgeführt und mit Hilfe des CATI-Systems erfasst und gesteuert. Die Befragung wurde von der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH selbst durchgeführt.

Jeder ausgewählte Haushalt wurde, falls er nicht unmittelbar erreichbar war, mindestens dreimal kontaktiert, bevor eine Ersatztelefonnummer verwendet wurde. Insgesamt waren 1.284 telefonische Kontakte erforderlich, um die 300 Interviews zu erhalten. Rund 38 % der kontaktierten Personen (493) verweigerten die Teilnahme am Interview. Gleichzeitig waren 38% (489 Kontakte) neutrale Ausfälle, d.h. diese Haushalte wurden trotz dreimaliger Anwahl nicht erreicht. Es wurden 5 Interviewer eingesetzt. Die Feldzeit dauerte vom 17.08.2020 bis zum 04.09.2020. Das durchschnittliche Interview dauerte ungefähr 15 Minuten.

### F.1.5 Online und schriftliche Befragung zum Selbstaussfüllen

Zusätzlich zu den Telefoninterviews wurde zeitgleich der Fragebogen auch online zum Ausfüllen zur Verfügung gestellt. Ebenso wurde der Fragebogen in drei Veröffentlichungen des Mitteilungsblatts abgedruckt. Durch diese beiden Varianten kamen noch einmal zusätzlich 300 weitere ausgefüllte Fragebögen zusammen.

Abbildung 27 Stichprobenverteilung online und schriftlich



Quelle: eigene Haushaltsbefragung



Nur 9% haben den Online-Fragebogen genutzt. Weitere 272 Personen haben den Fragebogen aus dem Gemeindeblatt ausgeschnitten, ausgefüllt und der Verbandsgemeinde zukommen lassen. Bei den Selbstausfüllern wurde jedoch keine bevölkerungsproportionale Verteilung über die Gemeindegebiete erreicht. Mit 43% wiegen die Stimmen der Kirchberger Bürger im Vergleich zur Telefonumfrage (20%) doppelt so stark.

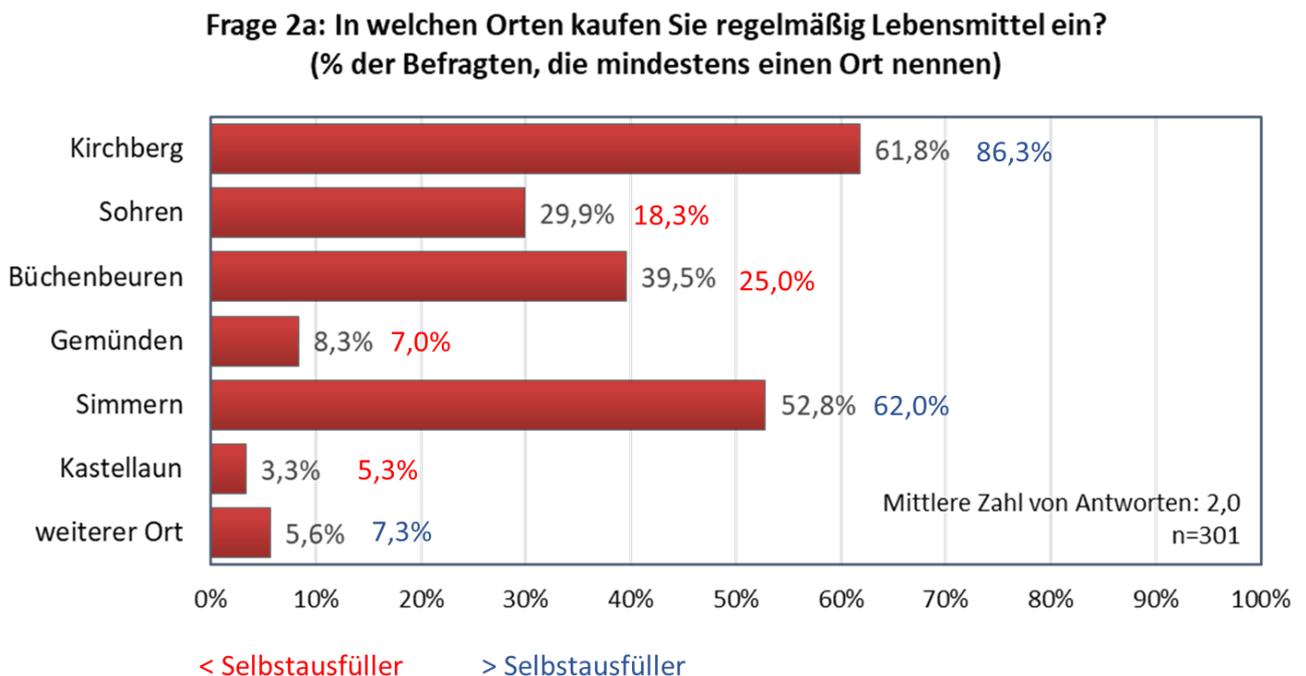
## F.2 Befragungsergebnisse

### F.2.1 Einkaufsverhalten nach Sortimentsgruppe

#### F.2.1.1 Lebensmittel

61,8% aller Befragten kaufen regelmäßig in Kirchberg ein. Büchenbeuren wird von 39,5% und Sohren von 29,9% genannt. Die Konkurrenzrolle des Standorte Simmern ist stark ausgeprägt. Rund 52,8% der Befragten geben an, regelmäßig dort einzukaufen.

Abbildung 28 Einkaufsort Lebensmittel (Telefoninterview & Selbstausfüller)



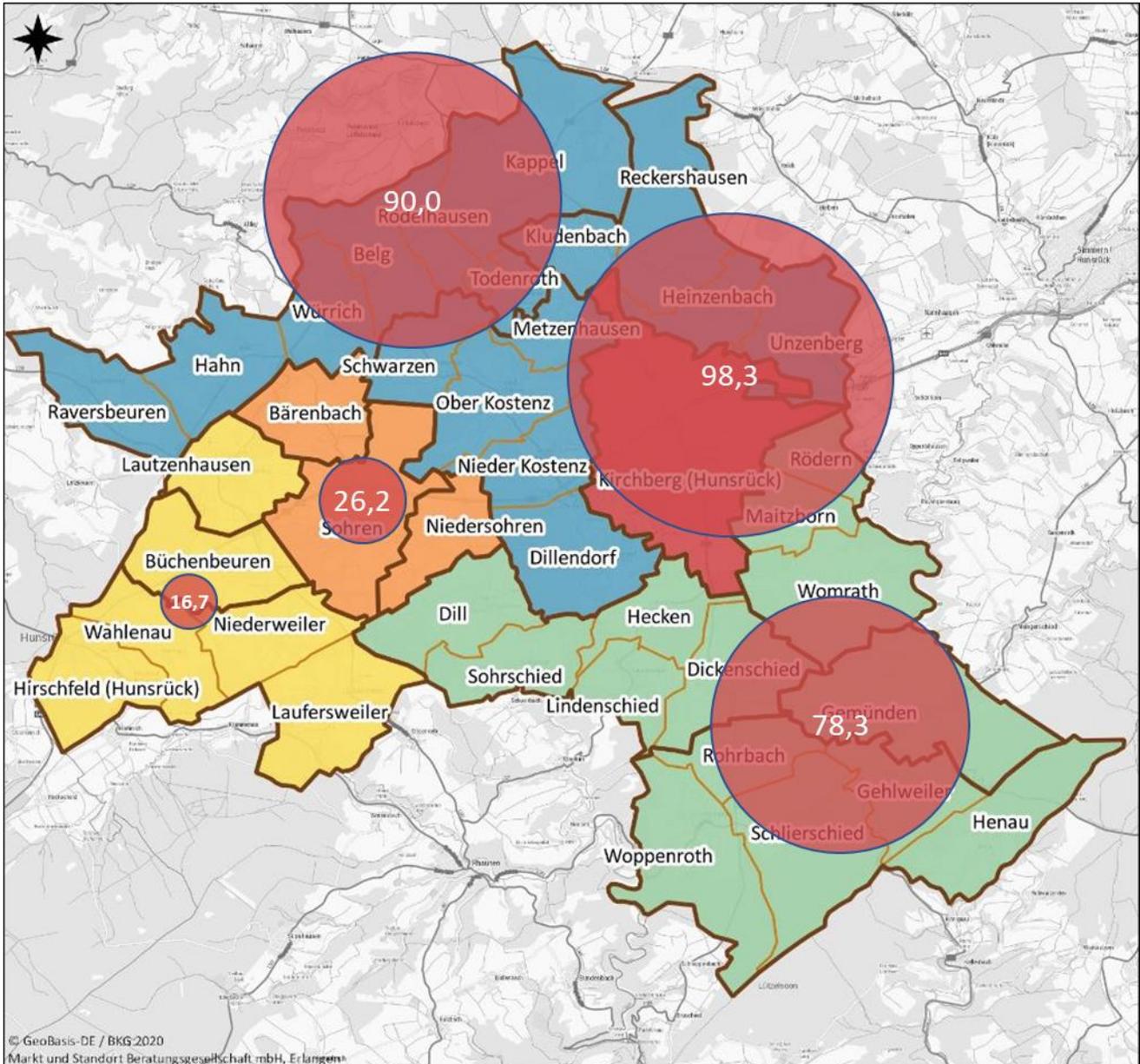
Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Vergleicht man die Antworten der repräsentativen Telefonbefragung mit den Selbstausfüllern, ist die Nennung Kirchbergs und Simmerns deutlich höher. Die anderen Orte werden entsprechend seltener genannt. Angesichts der Dominanz der Kirchberger in der Selbstausfüllergruppe ist eine solche Verschiebung des repräsentativen Ergebnisbildes nachvollziehbar.



Differenziert man den Einkaufsort nach dem Wohnort der Befragten, ist eine klare Trennung zwischen westlichem und östlichem Verbandsgemeindegebiet zu sehen. Dies wurde grafisch für die repräsentativen Ergebnisse der Telefonbefragung dargestellt,

**Abbildung 29 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Kirchberg Lebensmittel einkaufen**



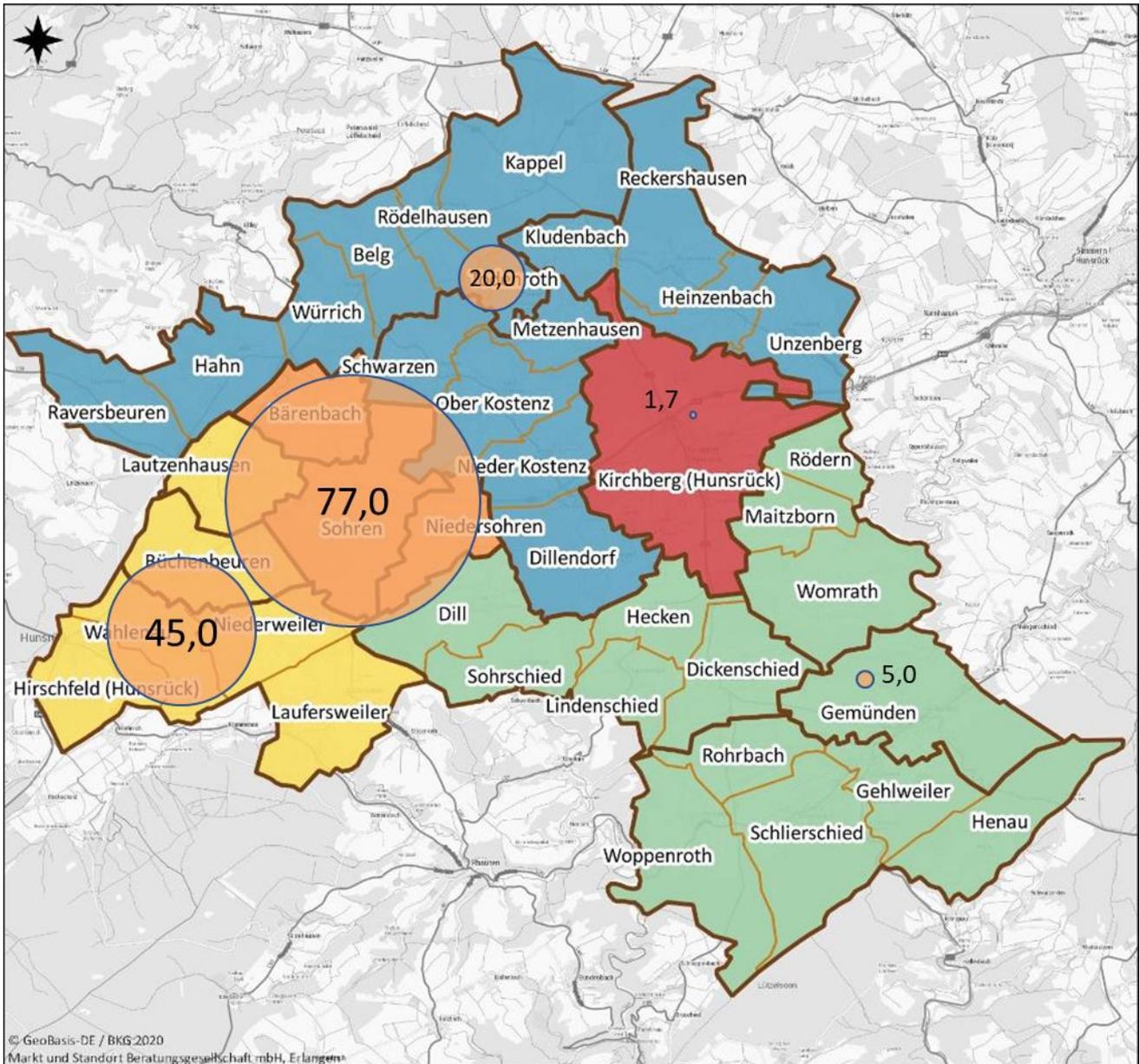
Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Zu lesen ist die Darstellung folgendermaßen: Die Befragten im grün eingefärbten Gebiet (Gemünden) geben zu 78,3 % an, Lebensmittel regelmäßig in Kirchberg zu kaufen. In Kirchberg sind es 98,3%, die sich in Kirchberg mit Lebensmitteln versorgen und auch im blau eingefärbten Gebiet, den nördlichen Gemeinden des Verbandsgemeindegebietes, liegt die Quote derjenigen die in Kirchberg einkaufen bei 90%.

Entscheidend sind die geringen Nennungen im Gebiet von Büchenbeuren und Sohren. In Büchenbeuren geben nur 16,7%, in Sohren nur 26,2% an, in Kirchberg regelmäßig Lebensmittel zu kaufen.



Abbildung 30 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Sohren Lebensmittel einkaufen

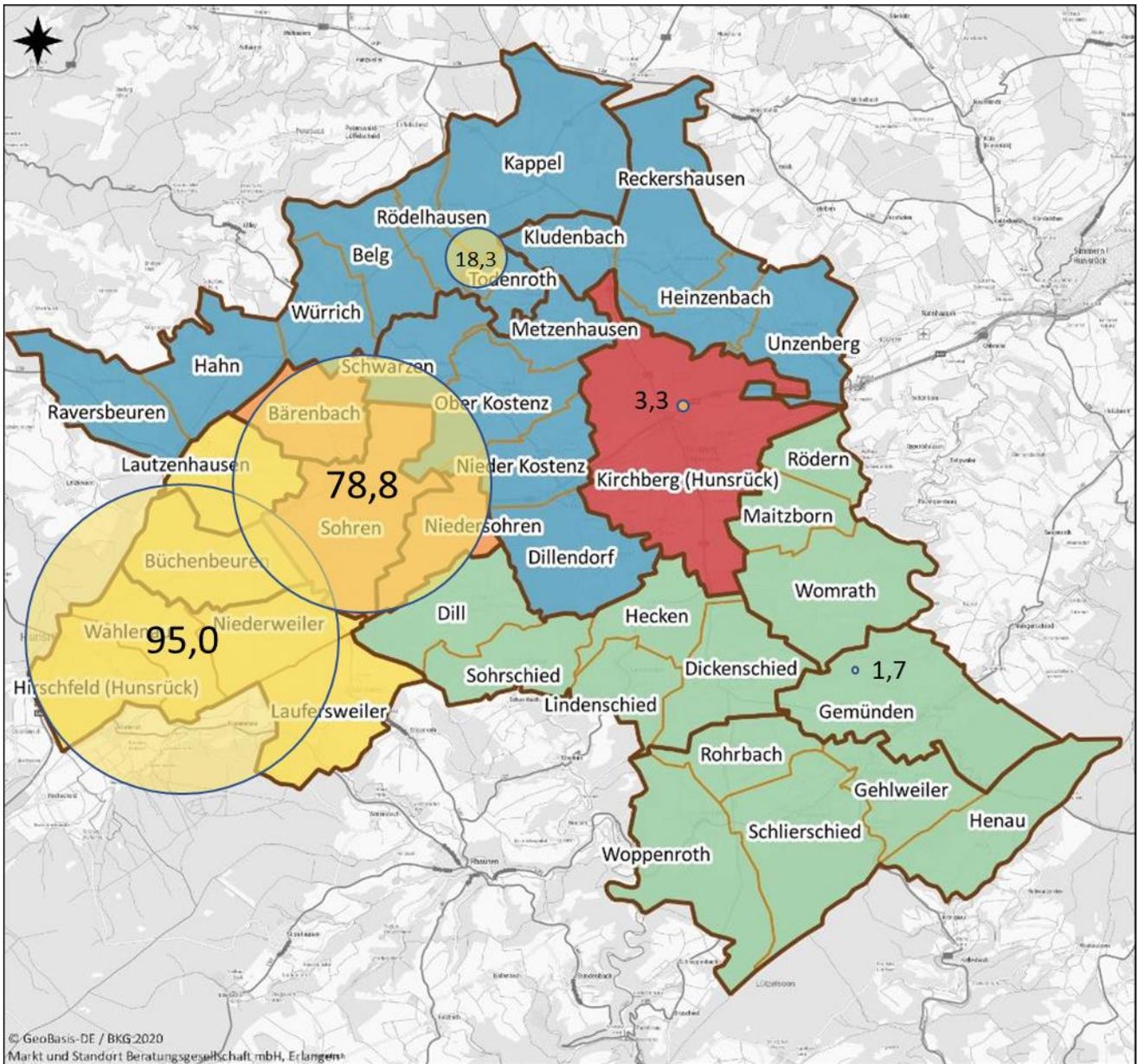


Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Analysiert man die Nennungen, derjenigen, die regelmäßig in Sohren Lebensmittel einkaufen, findet sich hier eine eindeutige Fixierung auf Sohren und Büchenbeuren. Die östlichen Gebiete werden so gut wie nicht genannt.



Abbildung 31 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Büchenbeuren Lebensmittel einkaufen

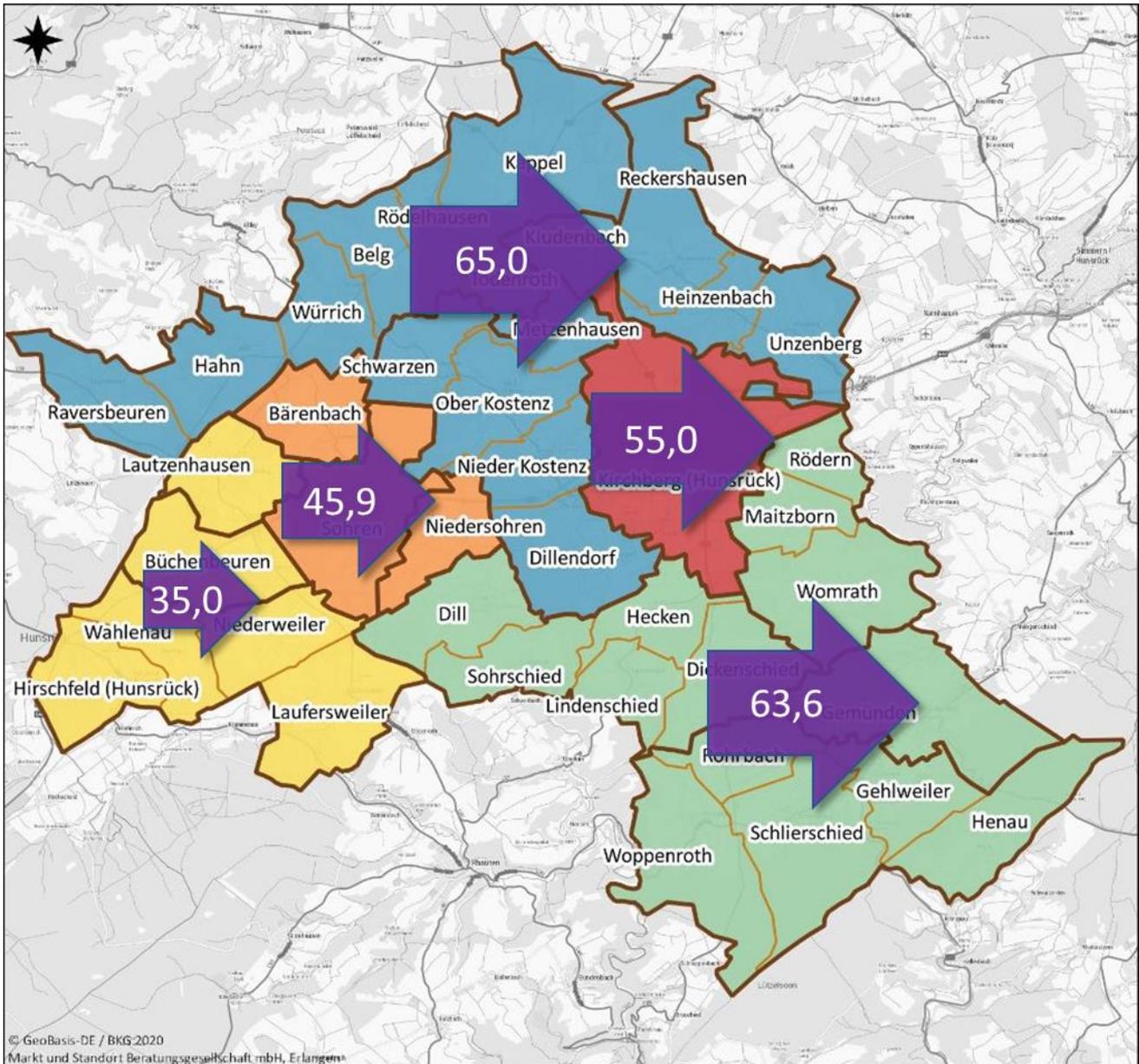


Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Auch die Betrachtung der Einkäufe in Büchenbeuren bestätigt das Gesamtbild. Die beiden Grundzentren Sohren und Büchenbeuren versorgen eindeutig das westliche Verbandsgemeindegebiet. Das Grundzentrum Kirchberg versorgt dagegen die östlich gelegenen Teile der Verbandsgemeinde Kirchberg.



Abbildung 32 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Simmern Lebensmittel einkaufen



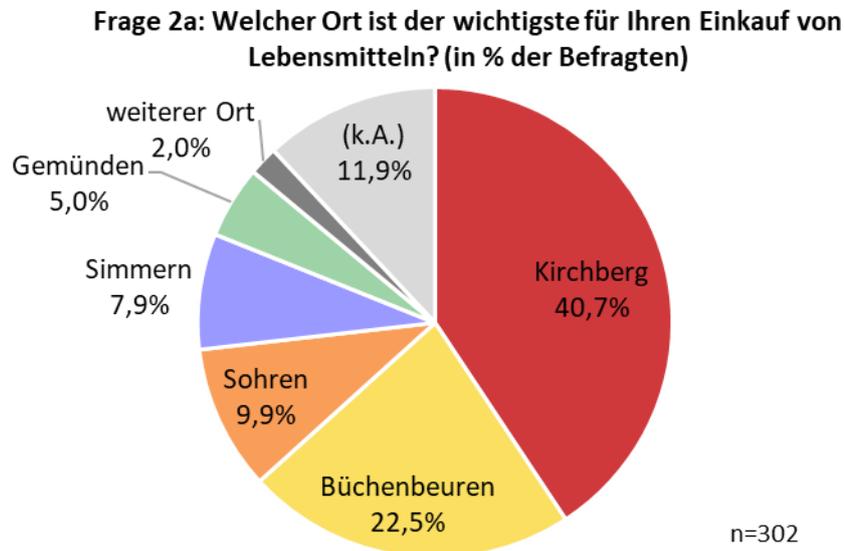
Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Die Bedeutung des Konkurrenzentrums Simmern sinkt offensichtlich mit der Distanz. Personen, die in Kirchberg bzw. im östlichen Teil der Verbandsgemeinde wohnen, gehen häufig dort oder auch in Simmern einkaufen. Personen aus Büchenbeuren und Sohren, gehen nur sehr selten nach Kirchberg zum Einkaufen und auch seltener nach Simmern.

Trotzdem, wenn auch die Nennungsquoten geringer sind, hat Simmern eine starke Marktposition bei der Versorgung mit Lebensmitteln in der Verbandsgemeinde Kirchberg. Eine Trennung der Versorgungsfunktionen zwischen West und Ost innerhalb der Verbandsgemeinde Kirchberg ist deutlich zu sehen.



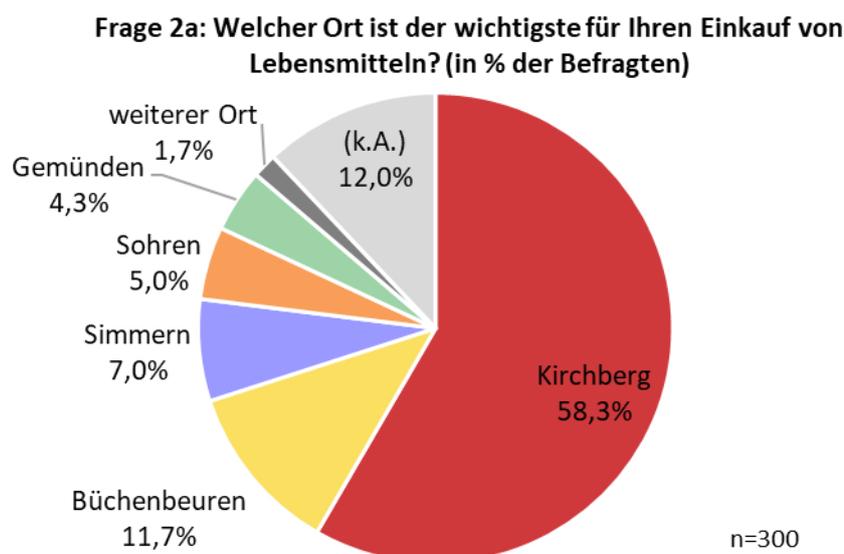
Abbildung 33 Wichtigste Einkaufsort für Lebensmittel (Telefoninterview)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Obwohl viele der Befragten nach Simmern zum Einkaufen fahren und auch viele, die in Büchenbeuren bzw. Sohren wohnen direkt dort vor Ort einkaufen, wird mit 40,7% Kirchberg als wichtigster Ort für die Versorgung mit Lebensmittel genannt. Büchenbeuren zieht nur 22,5% der Nennungen auf sich. Obwohl die grundsätzliche Bereitschaft offenbar groß ist, regelmäßig Simmern zum Einkauf aufzusuchen, ist Simmern jedoch nur für 7,9% der Befragten beim Lebensmitteleinkauf der wichtigste Einkaufsort. Für diese ist Simmern für die Lebensmittelversorgung unverzichtbar. Vermutlich spielen hier Pendlerbeziehung oder anderer regelmäßige räumliche Beziehungen nach Simmern eine wichtige Rolle. Der größte Teil der Lebensmitteleinkäufe in Simmern hat also nur ergänzenden Charakter. Hier sind Kaufkraftrückbindungen eher möglich, als bei den 7,9% der Befragten, für die Simmern der wichtigste Einkaufsort darstellt.

Abbildung 34 Wichtigste Einkaufsort für Lebensmittel (Selbstaussfüller)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Bei den Selbstaussfüller setzt sich, wegen der Überzahl der Kirchberger Befragten, wieder die Mehrzahl der Stimmen aus Kirchberg durch. Mit 58,3% überragt Kirchberg als der wichtigste Ort zum Lebensmitteleinkaufen alle anderen Orte. Einzig

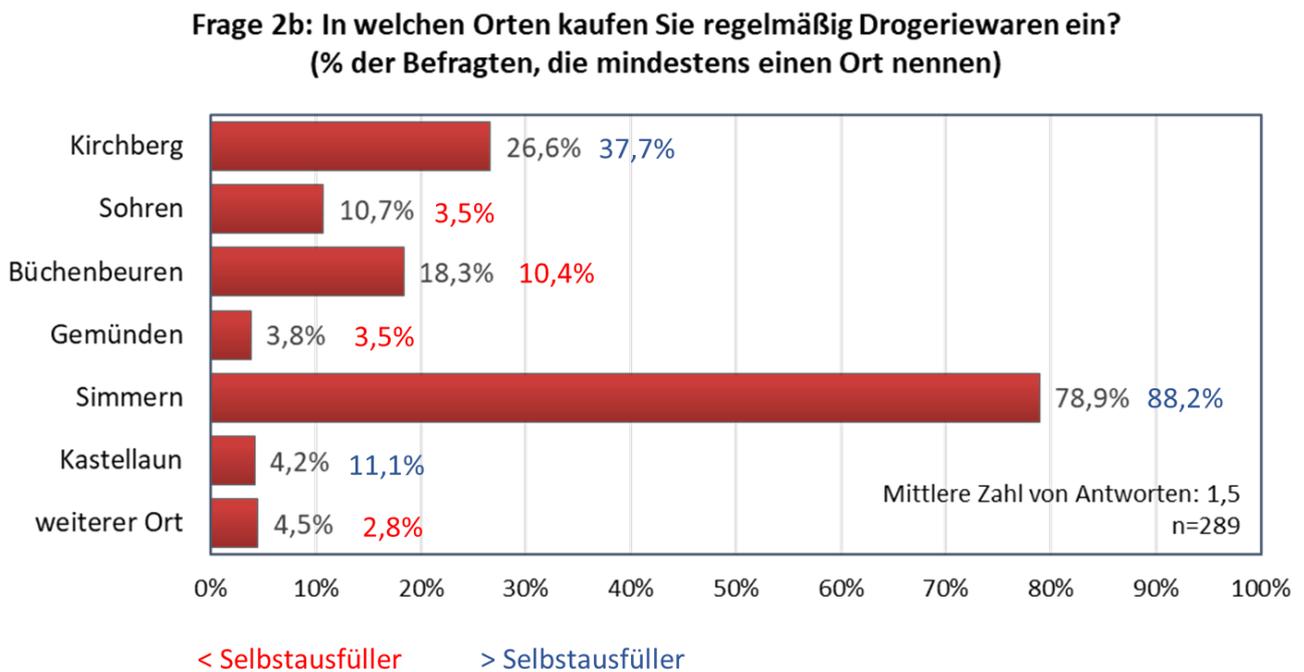


die Bedeutung von Simmern für den Lebensmitteleinkauf bleibt mit 7% auf etwa dem gleichen Niveau wie bei den Telefoninterviewern.

### F.2.1.2 Drogeriewaren

Auf die Frage nach dem Einkaufsort für Drogeriewaren antworten 78,9% der Befragten mit Simmern. In Kirchberg gehen nur noch 26,6% einkaufen. Büchenbeuren wird nur noch von 18,3% und Sohren lediglich von 10,7% genannt.

Abbildung 35 Einkaufsort Drogeriewaren



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

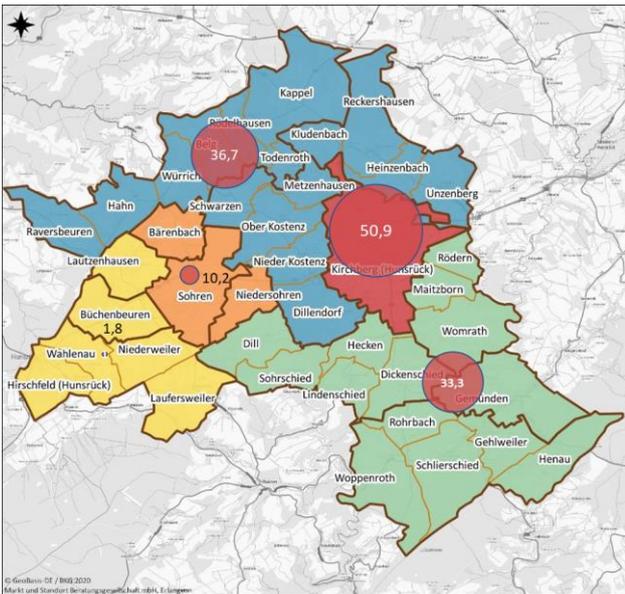
Vergleicht man wieder die Antworten der Telefoninterviewten mit den Selbstausfüllern, ist, wie auch schon bei den Lebensmitteln, die Häufigkeit der Nennungen für Kirchberg und Simmern deutlich höher und im gleichen Maße die Anderen dafür niedriger. Nur Kastellaun kann bei den Selbstausfüllern mehr als doppelt so viele Antworten verzeichnen. Dies lässt sich mit der relativen Nähe zur Kirchberg leicht erklären.

Grundsätzlich fällt auf, dass eine dominierende Mehrheit der Verbraucher keinen Ort in der Verbandsgemeinde Kirchberg nennt, sondern Simmern als regelmäßigen Einkaufsort für Drogeriewaren wählt. Das lässt auf einen erheblichen Angebotsmangel innerhalb der Verbandsgemeinde Kirchberg schließen.



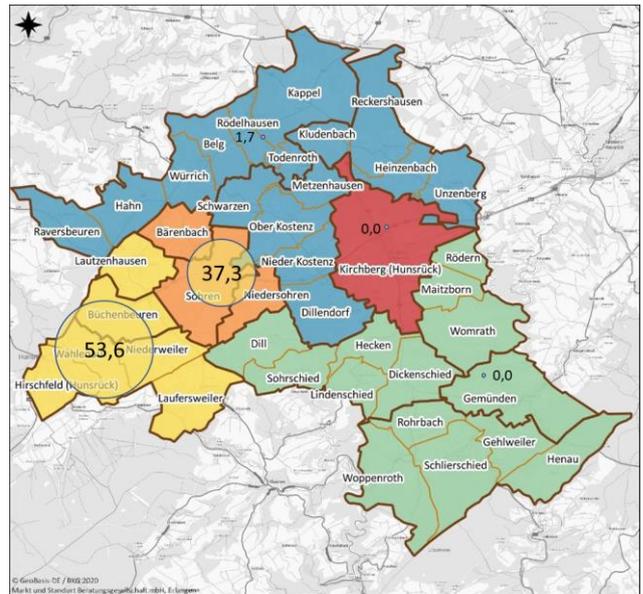
Unterscheidet man die Antworten wieder nach dem jeweiligen Wohnort der befragten Person, so ist, wie auch schon bei Lebensmitteln, eine Trennung zwischen westlichem und östlichem Verbandsgemeindegebiet zu sehen. Basis sind die Ergebnisse der Telefonbefragung, die auf einer bevölkerungsproportionalen Repräsentativität beruhen.

**Abbildung 36 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Kirchberg Drogeriewaren einkaufen**



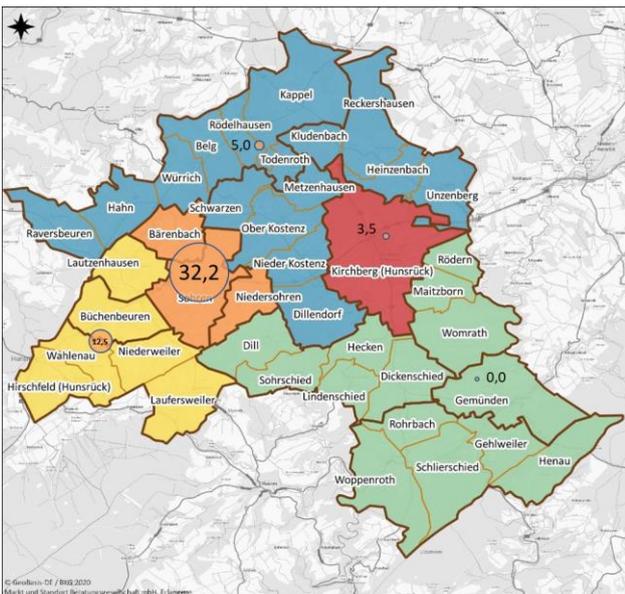
Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

**Abbildung 38 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Büchenbeuren Drogeriewaren einkaufen**



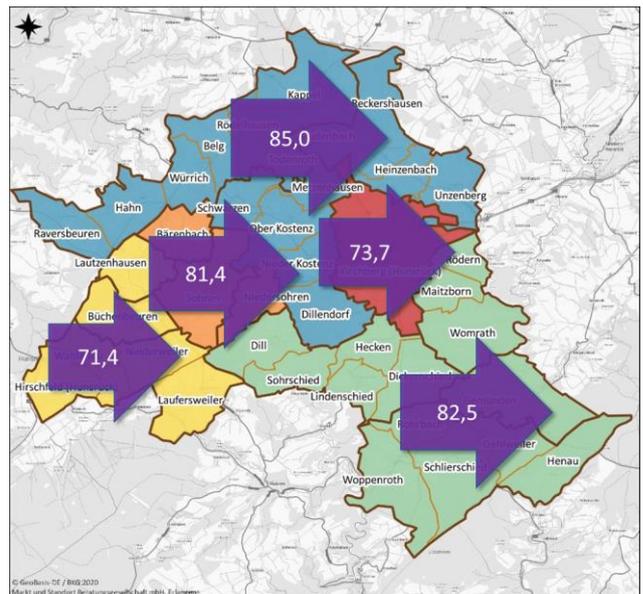
Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

**Abbildung 37 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Sohren Drogeriewaren einkaufen**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

**Abbildung 39 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Simmern Drogeriewaren einkaufen**



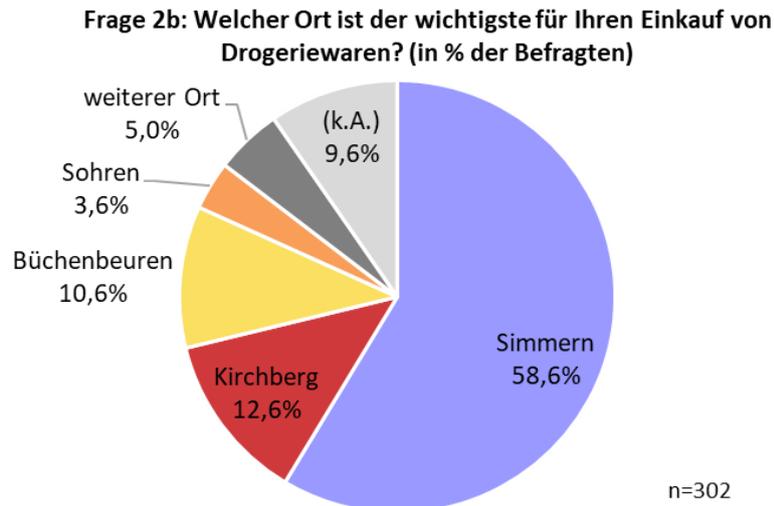
Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Für Drogeriewaren fahren deutlich mehr Verbraucher regelmäßig nach Simmern als für Lebensmittel. An den insgesamt geringen Quoten ist der Angebotsmangel im Drogeriesegment eindeutig zu erkennen.



Es wird deutlich, dass die Verbraucher für Drogeriewaren einen weiteren Weg auf sich nehmen als für Lebensmittel. Ist der prozentuale Anteil an Befragten, die von Büchenbeuren oder Sohren nach Simmern fahren, um dort Lebensmittelkaufen noch unter 50%, so liegt er bei Drogeriewaren mit 80% drastisch höher.

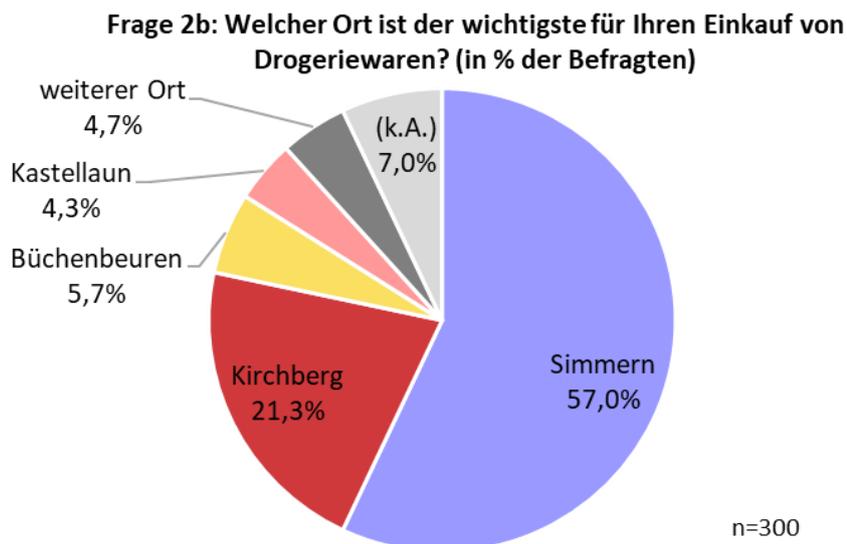
**Abbildung 40 Wichtigster Einkaufsort Drogeriewaren (Telefoninterview)**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Wenn rund 60% der Befragten angeben, dass Simmern beim Einkauf von Drogeriewaren der wichtigste Einkaufsort ist, wird der Angebotsmangel innerhalb der Verbandsgemeinde Kirchberg deutlich.

**Abbildung 41 Wichtigster Einkaufsort Drogeriewaren (Selbstaussfüller)**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Auch bei den Selbstaussfüller ist der Anteil an Personen, für die Simmern der wichtigste Ort ist, mit 57% sehr groß.

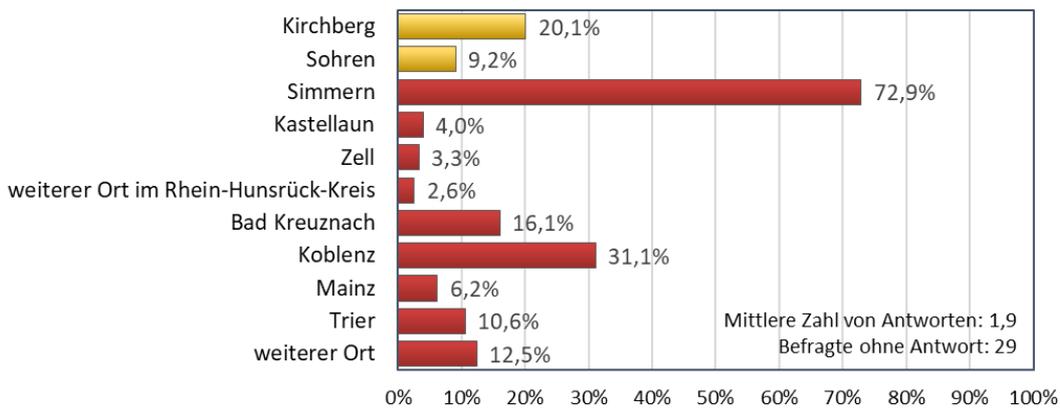


### F.2.1.3 Bekleidung und Schuhe

Bei der Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe ist zu sehen, dass die Verbandsgemeinde Kirchberg nur Grundzentren besitzt und dementsprechend der Bedarf für diese Waren nur in geringem Maße innerhalb der Gemeinden gedeckt werden kann.

**Abbildung 42 Einkaufsort Bekleidung und Schuhe**

**Frage 2c: In welchen Orten kaufen Sie regelmäßig Bekleidung und Schuhe ein?**  
(% der Befragten, die mindestens einen Ort nennen)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

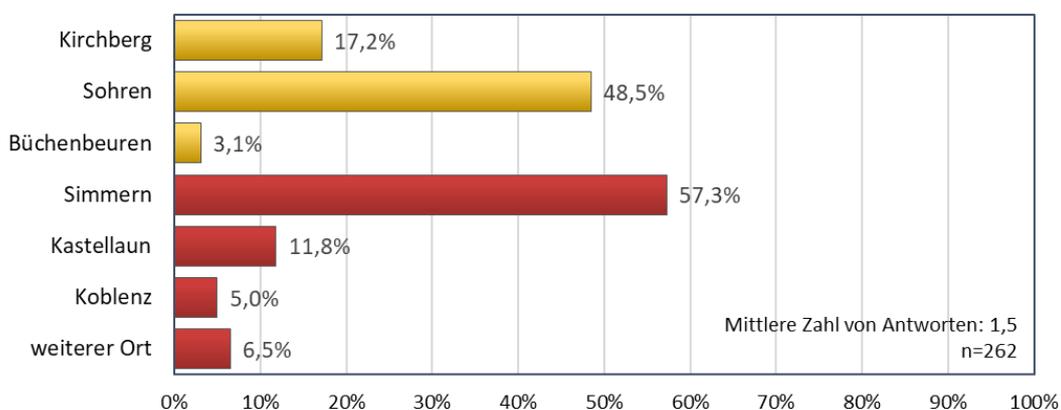
Gerade einmal 29,3% der Befragten kaufen Bekleidung und Schuhe in der Verbandsgemeinde ein. Mit 72,9% spielt Simmern die wichtigste Rolle, da dies das nächstgelegene Mittelzentrum mit einer angemessenen Versorgung ist.

### F.2.1.4 Haushaltswaren

Bei Haushaltswaren fällt die eindeutige Tendenz nach Sohren auf. Rund 48,5% der Befragten fahren wegen Hausratartikeln nach Sohren. Mit Kaefer besitzt Sohren ein regional bekanntes erfolgreiches Haushaltswarengeschäft mit entsprechend großer Magnetwirkung.

**Abbildung 43 Einkaufsort Haushaltswaren**

**Frage 2d: In welchen Orten kaufen Sie regelmäßig Haushaltswaren ein?**  
(% der Befragten, die mindestens einen Ort nennen)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

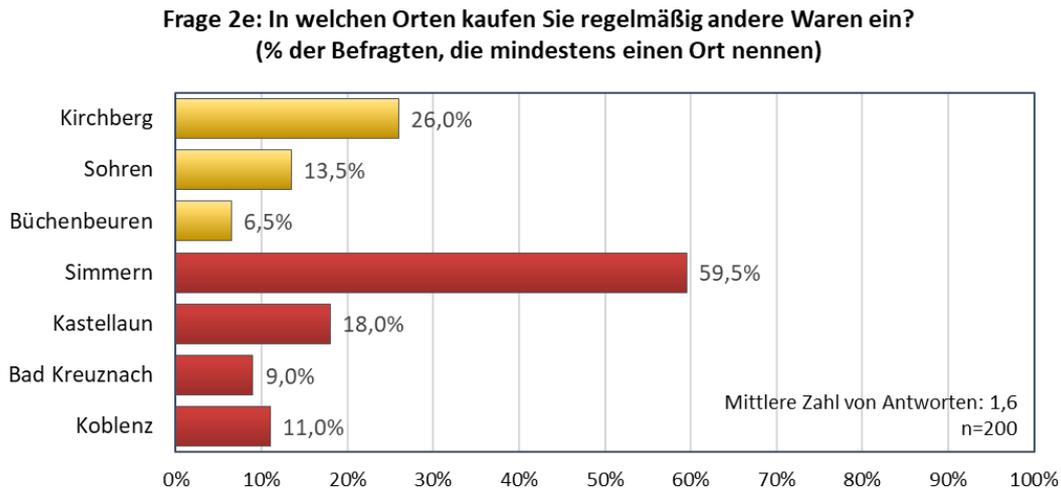


Auch die Anbieter in Simmern sind mit 48,5% wieder stark vertreten. Kirchberg und Büchenbeuren sind als Ziel für den Einkauf von Haushaltswaren nur noch für 20,3% der Befragten interessant.

### F.2.1.5 Andere Waren

Innerhalb der Verbandsgemeinde kaufen 46% der Befragten auch andere als die bislang analysierten Waren ein.

Abbildung 44 Einkaufsort andere Waren



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Wieder hat Simmern mit 59,5% als nächstliegendes Mittelzentrum den höchsten Wert.

Insgesamt zeichnet die Abfrage des Einkaufsverhaltens im Rahmen der Ergebnisse der repräsentativen Haushaltsbefragung ein Bild der räumlichen Einkaufsverflechtungen, der Versorgungsfunktion der Grundzentren sowie der Reichweite des Mittelzentrums Simmern innerhalb der Verbandsgemeinde Kirchberg.

Innerhalb des Verbandsgemeindegebietes sind drei Grundzentren ausgewiesen. Die Auswertung der Verbraucherorientierungen für den periodischen Bedarf zeigt eine enge Kooperation der Grundzentren Sohren und Büchenbeuren zur Versorgung des westlichen Teils der Verbandsgemeinde. Das Grundzentrum Kirchberg dagegen versorgt den östlichen Teil der Verbandsgemeinde. Eine ausgeprägte polyzentrische Angebotsstruktur, ohne ein dominierendes Zentrum, prägt die Nahversorgung in der Verbandsgemeinde. Die offensichtliche absatzwirtschaftlich Teilung der Versorgungsfunktionen muss sich im Standortkonzept für die Verbandsgemeinde widerspiegeln.

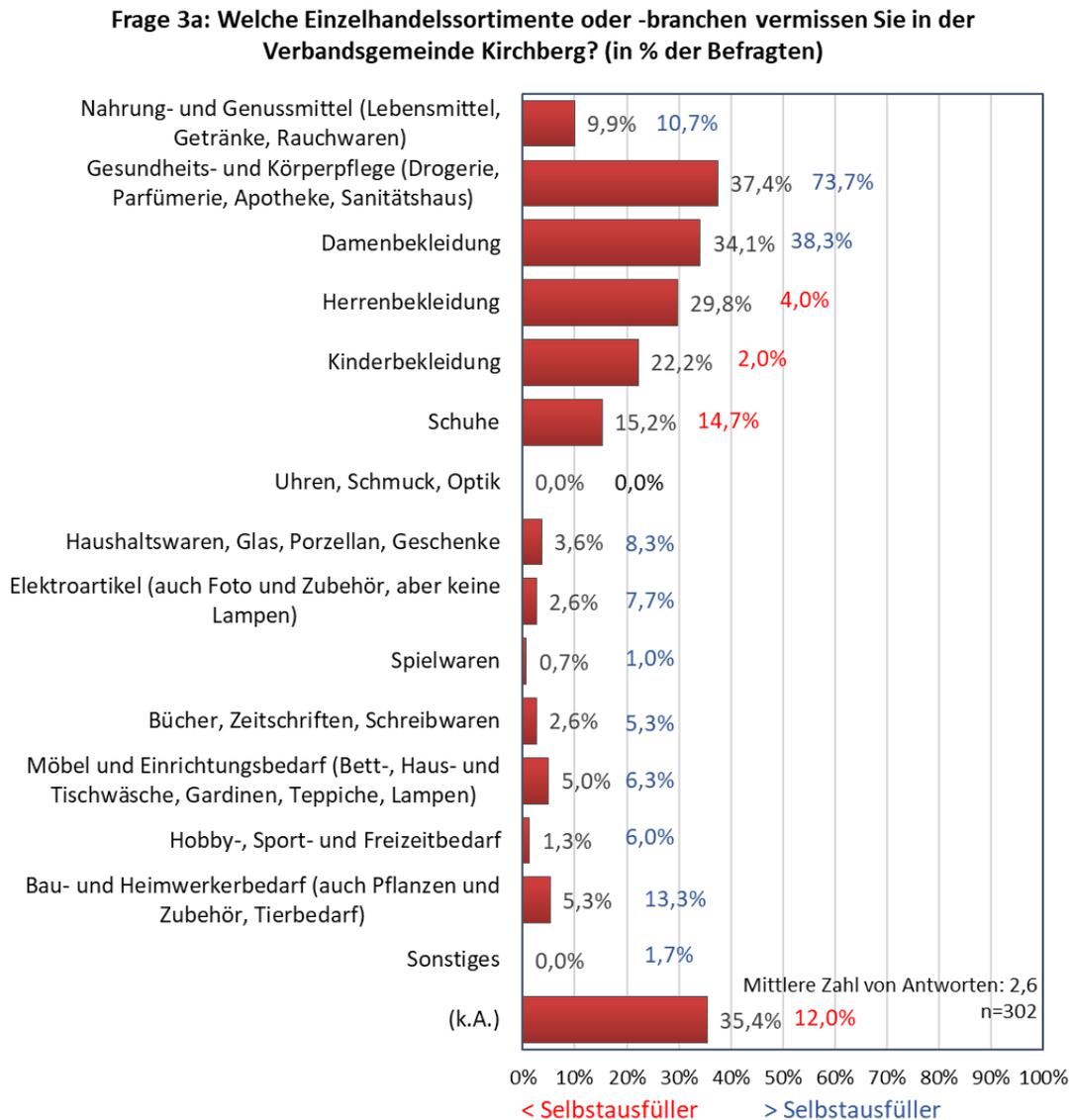
Die auffallende Orientierung der Verbraucher im Verbandsgemeindegebiet auf das Mittelzentrum Simmern entspricht, soweit es den aperiodischen Bedarf betrifft, den Zielen der Regional- und Landesplanung. Die darüber hinaus ermittelte starke Orientierung der Verbraucher auch im periodischen Bedarfssegment auf Simmern widerspricht allerdings der zentralörtlichen Aufgabenverteilung. Insbesondere im Sortimentsbereiche Gesundheits- und Körperpflegeartikel begründen die erheblichen Kaufkraftabflüsse auch eine sehr niedrige Zentralität in diesem Segment. Die Abflüsse von Nahrungs- und Genussmittelkaufkraft, die ebenfalls erheblich sind, führen angesichts von Kaufkraftzuflüssen zu einer nahezu ausgeglichenen Zentralität in der Verbandsgemeinde.



## F.2.2 Fehlende Einzelhandelssortimente, -branchen und -betriebe

Auf die Frage, welche Einzelhandelsangebote in der Verbandsgemeinde fehlen, sind sich sowohl Telefoninterviewten als auch die Selbstausfüller einig. Mit 37,4% bzw. 73,7% fehlen den Befragten vor allem Angebote im Bereich der Drogeriewaren. Aber auch Angebote des aperiodischen Bedarfs, wie Bekleidung und Schuhe werden in der Verbandsgemeinde Kirchberg stark vermisst. Rund 10% der Befragten bemängeln auch das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln.

Abbildung 45 Fehlende Einzelhandelssortimente oder -branchen (Telefoninterview & Selbstausfüller)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Die Quoten der Selbstausfüller zeigen insbesondere bei der Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel auffallend hohe Werte. Wenn knapp 74% der Befragten zu einem solch eindeutigen Urteil kommen, ist der „Leidensdruck“ der Verbraucher als hoch einzuschätzen. Dieser ist auch im Rahmen der Telefoninterviews mit 37,4% der Nennungen deutlich spürbar.

Der große Unterschied der Quoten zeigt, dass die hohe Motivation der Kirchberger Bürger an der schriftlichen Befragung/Onlinebefragung teilzunehmen, sehr stark von dem Wunsch nach der Ansiedlung eines Drogeriemarktes getrieben ist.

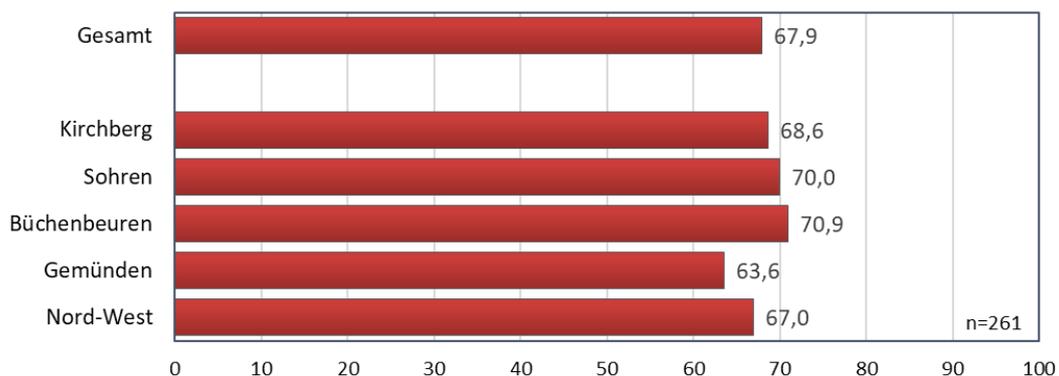


### F.2.3 Prozentuale Einzelhandelsausgaben in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Die Telefonbefragten geben an, dass sie im Durchschnitt 67,9% ihrer Einzelhandelsausgaben in der Verbandsgemeinde tätigen. Die Selbstausfüller äußern mit 67,8% sehr ähnliche Werte.

Abbildung 46 Fehlende Einzelhandelssortimente oder -branchen (Telefoninterview & Selbstausfüller)

Frage 4: Was schätzen Sie, wieviel Prozent Ihrer Einzelhandelsausgaben für den täglichen Bedarf tätigen Sie regelmäßig in der Verbandsgemeinde Kirchberg? (Mittelwert)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Die Unterschiede zwischen den Stichprobengebieten sind nicht nennenswert. Sie liegen innerhalb des statistischen Fehlers. Maßgeblich an dieser Aussage ist der damit empirisch belegte Anteil von rund einem Drittel der Kaufkraft für Nahversorgungssortimente, die außerhalb der Verbandsgemeinde Kirchberg ausgegeben wird.

Diese Quote stellt in Verbindung mit konkreten Angaben zu den Auswärtseinkäufen eine gute empirisch belegte Grundlage für die Ermittlung der Kaufkraftabflüsse dar.

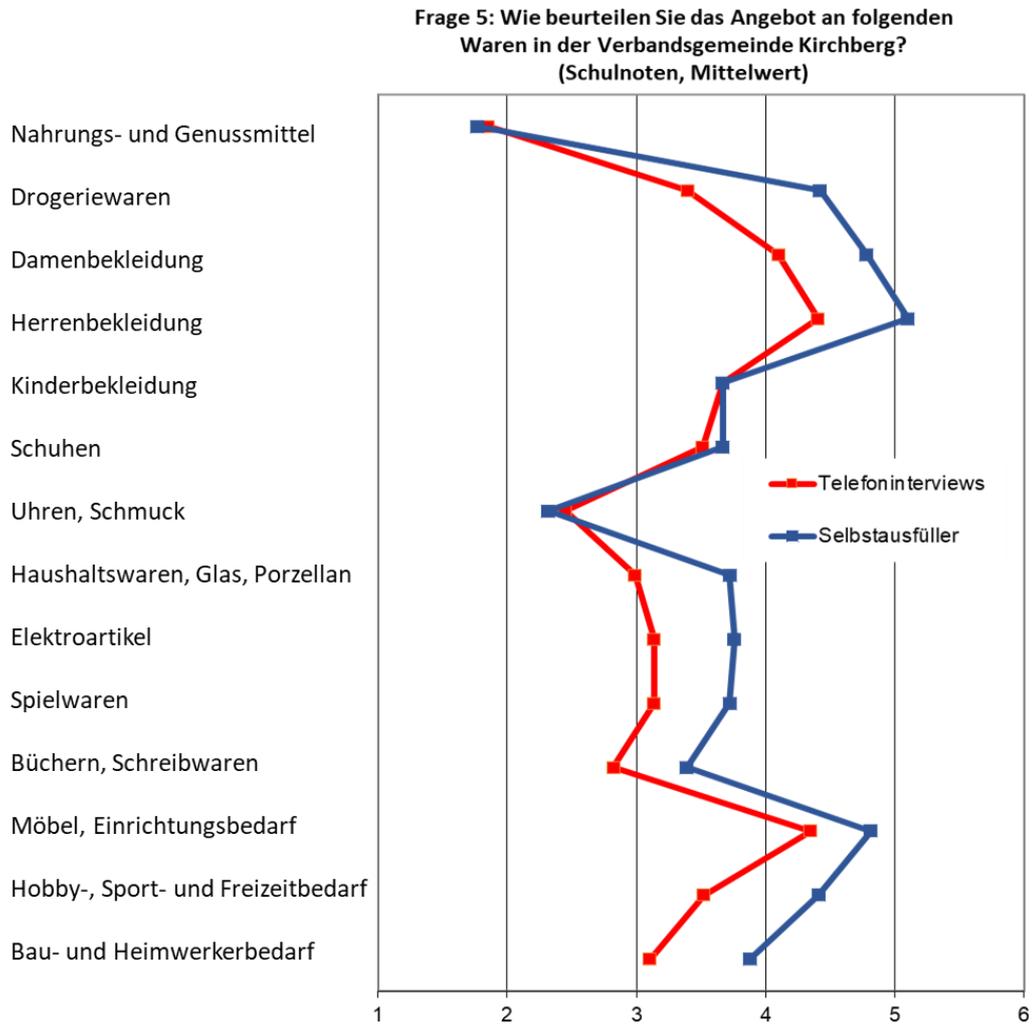
### F.2.4 Beurteilung verschiedener Angebote und Waren in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Das Angebot verschiedener Waren in der Verbandsgemeinde Kirchberg sollte nach dem Schulnotensystem beurteilt werden. Sowohl Selbstausfüller als auch Telefonbefragte haben in ihren Antworten die gleiche Tendenz, die Selbstausfüller sind jedoch insgesamt kritischer. Dies lässt sich damit erklären, dass die Selbstausfüller den Fragebogen freiwillig ausfüllen, da sie etwas mitteilen möchten, und dass sie zum Ausfüllen auch mehr Zeit haben und somit auch kritischer über ihre Antworten nachdenken können.

Alles in allem entspricht die Verteilung der kritischen Bewertungen auf die Sortimentsgruppen in Kirchberg den vorher genannten Verteilung der vermissten Sortimentsgruppen.



Abbildung 47 Beurteilung Warenangebot Verbandsgemeinde Kirchberg (Telefoninterview & Selbstaussfüller)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Am schlechtesten fällt die Bewertung für die Sortimentsgruppen Herrenbekleidung und Möbel, Einrichtungsbedarf aus. Die Nennungen aus Frage 3a der fehlenden Einzelhandelsbranchen spiegelt sich hier wider.

So wurde oben genannt, dass es bei Bekleidung ein Defizit gäbe und diese Kategorien wurden auch mit einer 3,5/4,5 bewertet. Genauso verhält es sich mit der Sortimentsgruppe Drogeriewaren, die nur eine Note von 3,3/4,4 bekommen hat.

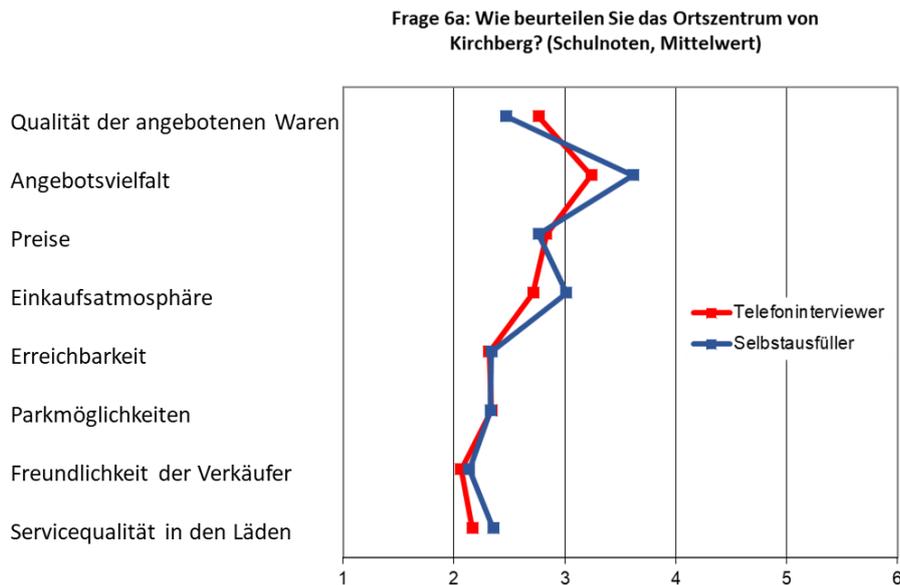
Positiv bewertete Sortimentsgruppen sind Nahrungs- und Genussmittel, Uhren und Schmuck, Optik sowie Bücher und Schreibwaren.



## F.2.5 Beurteilung der Ortszentren Kirchberg und Sohren

Bei der Beurteilung der wichtigsten Merkmale für das Stadtzentrum Kirchberg ergibt sich folgendes Bild.

**Abbildung 48 Beurteilung des Ortszentrum Kirchberg (Telefoninterview & Selbstaussfüller)**

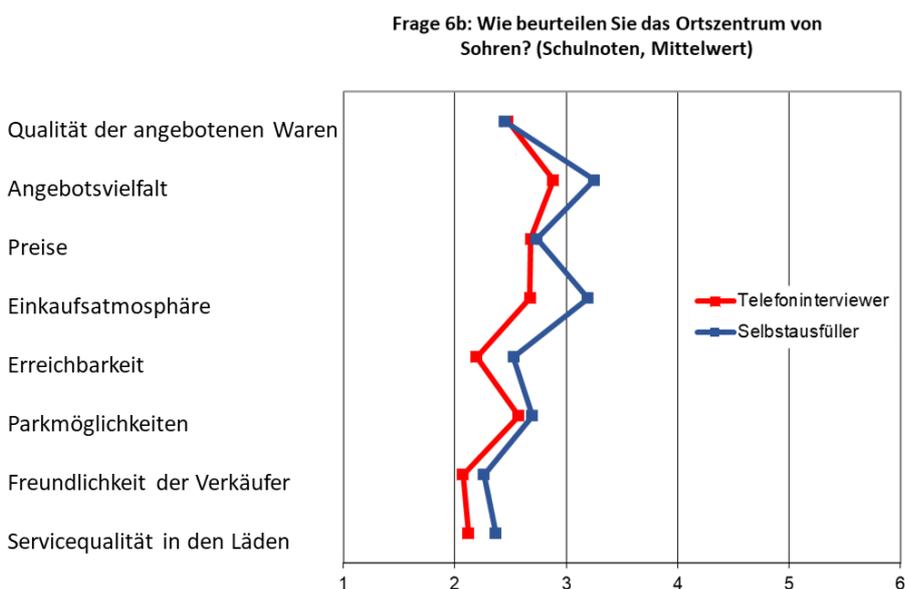


Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Telefoninterviewer und Selbstaussfüller sind sich über das Ortszentrum Kirchberg in vielen Punkte einig bzw. in ihren Bewertungen sehr ähnlich. Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Servicequalität in den Läden wird von den Selbstaussfüllern etwas schlechter bewertet. Dafür ist die Qualität der angebotenen Waren gegenüber den Telefoninterviewern besser beurteilt. Am besten werden die Freundlichkeit der Verkäufer mit 2,1/2,2 und am schlechtesten die Angebotsvielfalt mit 3,2/3,6 bewertet.

Ausgesprochen negative Bewertungen kommen nicht vor. Diese sind auch nur zu erwarten, wenn sehr tiefgreifende Mängel im Zentrum existieren. Interessant ist der Umstand, dass den Kirchbergern die Bewertung des Sohrener Zentrums schwerfällt und Sohrener umgekehrt auch das Kirchberger Zentrum nicht immer bewerten können.

**Abbildung 49 Beurteilung des Ortszentrum Sohren (Telefoninterview & Selbstaussfüller)**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung



Bei der Beurteilung des Ortszentrums Sohren gehen die Meinungen weiter auseinander, aber immer mit den gleichen Tendenzen. Auch hier wurde am besten die Freundlichkeit der Verkäufer mit 2,1/2,3 und am schlechtesten die Angebotsvielfalt mit 2,9/3,2 bewertet.

## **F.2.6 Zusammengefasste Ergebnisse der Haushaltsbefragung**

Die Verbandsgemeinde Kirchberg ist aus absatzwirtschaftlicher Sicht in eine westliche Versorgungseinheit (Sohren/Büchenbeuren) und eine östliche Versorgungseinheit (Kirchberg) geteilt. Gleichzeitig ist auch eine erhebliche Kundenorientierung nach Simmern im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren zu verzeichnen.

Die Einwohner der Verbandsgemeinde Kirchberg beklagen zu erheblichen Anteilen Angebotsmängel bei Drogeriewaren und bei Bekleidung.

Das Stadtzentrum von Kirchberg und das Ortzentren von Sohren sind in ihrer Angebotsstruktur als labil zu bezeichnen. Insbesondere die Nachfolgeproblematik in den kleineren Betrieben führt zu einem ständigen Verlust von Fachangeboten, die kaum noch ersetzt werden können. Trotzdem verfügen beide Zentren noch über sehr gute Fachgeschäfte.

## **G Gewerbevereine und Kundenherkunftsanalyse**

### **G.1 Gespräche mit den Gewerbevereinen**

Nicht nur die Verbraucher, sondern auch die Händlerschaft wurde im Zuge der Entwicklung des Einzelhandelskonzept involviert.

Sowohl mit Vertretern des Gewerbe- und Verkehrsverein Sohren e.V., als auch des Verkehrsvereins Kirchberg wurde ein Informationsgespräch geführt. Dabei wurde die Vorgehensweise für die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes und die Durchführung der Haushaltsbefragung vorgestellt.

Besprochen wurden die aktuellen Themen und Probleme sowie Anregungen und Vorschläge der Händlerschaft. Die Protokolle der Gespräche sind im Anhang nachzulesen.

Besonderes Augenmerk wurde auf die Themenkomplexe gelegt:

- Einzugsbereich des Orts-/Stadtzentrums,
- Angebotsstrukturen und -qualität Im Zentrum,
- Nahversorgung,
- Folgen der Corona-Krise,
- Besondere Potenziale in der Verbandsgemeinde,
- Aktivitäten der Vereine,

Um eine nachvollziehbare Aussage über die Ausdehnung des Einzugsbereiches der Verbandsgemeinde Kirchberg zu erhalten, wurde eine Kundenherkunftsermittlung durchgeführt. Dabei haben ausgewählte Einzelhandelsbetriebe den Wohnort per Ortsname oder PLZ ihrer Kunden erfassen.



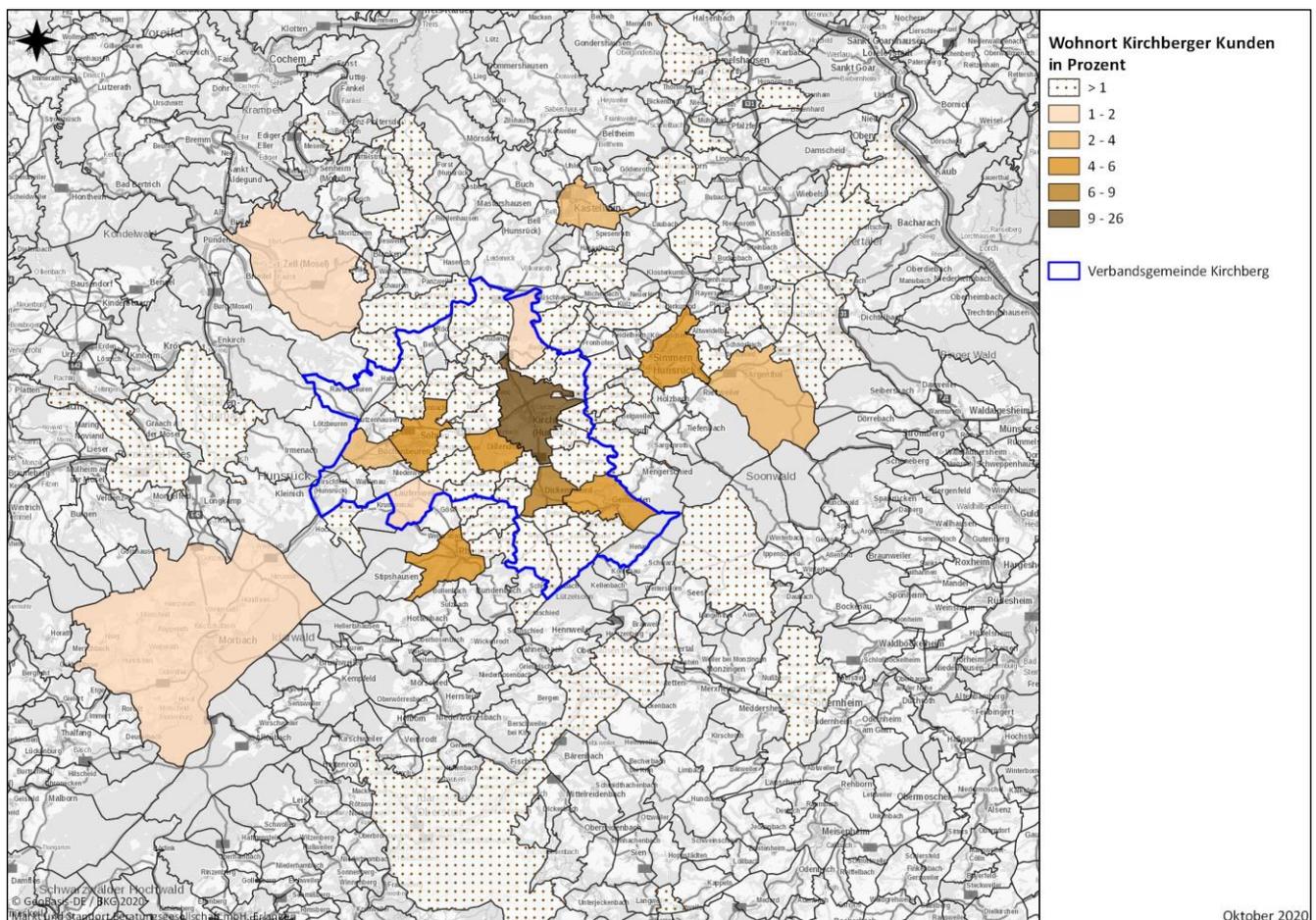
## G.2 Analyseergebnisse

Die Kundenherkunftsanalyse erfolgte anhand von Erhebungsbögen, die in ausgewählten Geschäften ausgelegt wurden. Hier wurde der Wohnort der jeweiligen Kunden innerhalb des Untersuchungszeitraumes von vier Wochen notiert und in zusammenfassende Darstellungen ausgearbeitet. Der Erhebungszeitraum lag zwischen dem 17. August 2020 und dem 18. September 2020.

Teilnehmende Betriebe waren:

- Ach ja Moden, Kirchberg
- Diversio, Sohren
- Eisenwarenabholung Meinhardt, Sohren
- Gutes Unverpackt, Kirchberg
- Kaefer, Sohren
- Convenda, Büchenbeuren
- Lidl, Büchenbeuren
- Lidl, Kirchberg
- Optik Leonhardt, Kirchberg
- Schuhhaus Kastner, Kirchberg
- Spielwaren, Fahrrad Meinhardt, Sohren

Abbildung 50 Kundenherkunftsanalyse Kirchberg



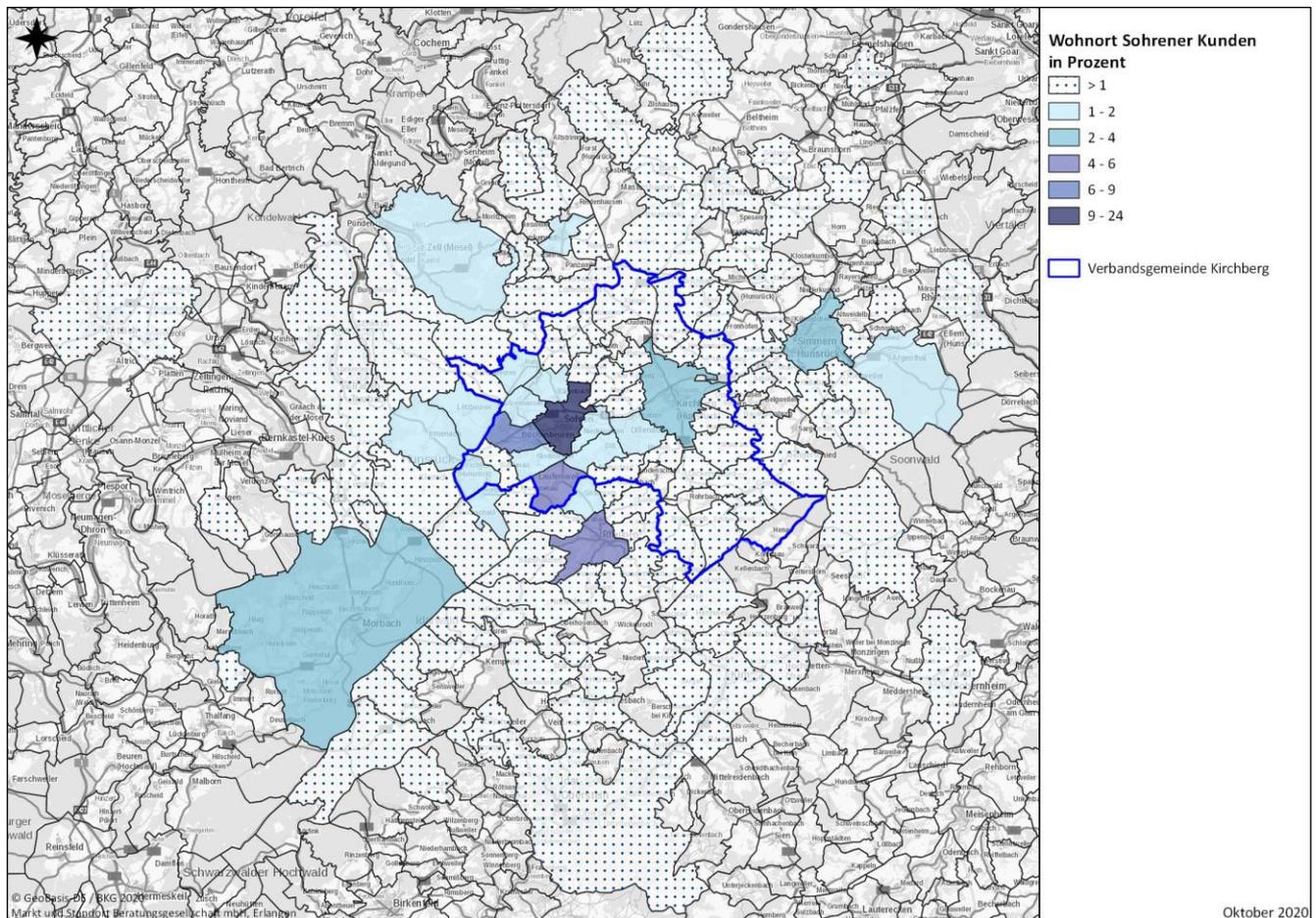
Quelle: eigene Kundenherkunftsermittlung

Der Einzugsbereich von Kirchberg orientiert sich eher Richtung Osten und geht auch über die Grenzen der Verbandsgemeinde hinaus. Dies ist auf den starken Fachhandel mit Magnetfunktion im Zentrum von Kirchberg zurückzuführen. Dies



betonten auch die teilnehmenden Einzelhändler und es wurde auf Synergien der erfolgreichen Fachhändler für das gesamte Zentrum hingewiesen.

**Abbildung 51 Kundenherkunftsanalyse Sohren**



Quelle: eigene Kundenherkunftsermittlung

Sowohl Kirchberg als auch Sohren haben Kunden die außerhalb der Verbandsgemeinde wohnen. Die Erhebung in Sohren macht deutlich, dass die meisten Kunden aus dem westlichen Gebiet der Verbandsgemeinde kommen. Sohren und Büchenbeuren werden von den Händlern und auch von den Kunden eher als Einheit wahrgenommen. Sie bilden folglich eine absatzwirtschaftliche Einheit. Auch das Zentrum in Sohren kann einen starken Fachhandel mit Magnetfunktion vorweisen. Und somit profitiert auch der gesamte Handel im Zentrum von dieser Anziehungskraft.

## H Entwicklungs- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel

### H.1 Rahmenvorgaben des Landesentwicklungsprogrammes LEP IV

Das LEP IV fordert die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten, um eine effiziente Steuerung des Einzelhandels begründen zu können.

Ziel 58 (Z58) regelt dies unter dem Gesichtspunkt der **städtebaulichen Integration**:

*„Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigem Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- und Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche, Zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente beinhalten.“*



Für bereits bestehende Einzelhandelsagglomerationen oder aber auch relevante großflächige Solitärstandorte fordert das LEP IV die konsequente Ausweisung als Sondergebiete (SO). Für solche Sondergebiete wird eine umfassende Bauleitplanung seitens der Kommunen vorausgesetzt. Das Ziel 61 (Z61) regelt dabei mögliche **bestehende (Einzelhandels-) Agglomerationen**:

*„Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot). Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.“*

Darüber hinaus fordert das LEP IV die Ausweisung von Ergänzungsstandorten für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Der Anteil der innenstadtrelevanten Sortimente darf eine innenstadtverträgliche Größenordnung nicht überschreiten. Für die Ausweisung von **Ergänzungsstandorten** legt das LEP IV in Ziel 59 (Z 59) folgendes fest:

*„Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.“*

Zum Thema **Sortimentslisten** gibt das LEP IV einen Anhaltspunkt, der jedoch durch fachgerechte und wissenschaftliche Bewertung vor Ort und den Bezug auf die innenstadtrelevanten Sortimentsteile den jeweiligen örtlichen Verhältnissen angepasst werden kann. Dabei können zusätzliche Sortimente als innenstadtrelevante Sortimente aufgenommen werden, aber auch Sortimente aus der Empfehlungsliste gestrichen werden.

Ferner bleibt die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit **innenstadtrelevantem Kernsortiment unterhalb der Großflächigkeit** weitgehend der Einzelhandelssteuerung der Kommune freigestellt. Es ist allerdings angeraten, dass der Nachweis geführt wird, dass Zentrale Versorgungsbereiche bei der Etablierung nicht in ihrer Versorgungsfunktion beeinträchtigt werden.

Im Kontext zum großflächigen Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Kernsortiment formuliert das **Nichtbeeinträchtigungsgesetz** eindeutig:

*„Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgesetz). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten“.*

Mit der Zweiten Landesverordnung zur Änderung der Landesverordnung über das Landesentwicklungsprogramm vom 18. August 2015 wurde auch auf eine stärkere Innenentwicklung fokussiert:

*In Z 31 erhalten die Sätze 2 und 3 folgende Fassung: „Die Innenentwicklung hat Vorrang vor der Außenentwicklung. Bei einer Darstellung von neuen, nicht erschlossenen Bauflächen im planerischen Außenbereich im Sinne des §34 BauGB ist durch die vorbereitende Bauleitplanung nachzuweisen, welche Flächenpotenziale im Innenbereich vorhanden sind und aus welchen Gründen diese nicht genutzt werden können, um erforderliche Bedarfe abzudecken.“*

Ferner wurde der wichtige Punkt der Agglomeration konkretisiert:

*Teil B Abschnitt Nummer 3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel) wird wie folgt geändert:*

*a) In Z 61 wird folgender neue Satz 1 eingefügt:*

*„Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln.“*

*b) Absatz 2 der Begründung/Erläuterung zu Z 61 erhält folgende Fassung:*

*„Es wird unmissverständlich klargestellt, dass Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Großflächigkeitsgrenze von 800 qm überschreitet, raumordnerisch auch wie großflächige Einzel-*



handelsbetriebe zu behandeln sind und für sie damit auch alle einzelhandelsbezogenen Ziele des LEP IV gelten. Für die Annahme einer Agglomeration im raumordnungsrechtlichen Sinn ist die Festlegung eines räumlichen und funktionalen Zusammenhangs erforderlich. Ein Anhaltspunkt dafür ist, wenn die Luftlinie zwischen den Eingängen einzelner Einzelhandelsgebäude unter 150 m liegt.“

**Diese Neuformulierung zeigt nochmals die Notwendigkeit der Abgrenzung von a) Zentralen Versorgungsbereichen und b) von Sondergebieten sowie c) Ergänzungsstandorten.**

Bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist daher für bereits bestehende Einzelhandelsagglomerationen oder aber auch relevante großflächige Solitärstandorte die Ausweisung als Sondergebiet (SO Einzelhandel) zielführend. Für solche Sonderstandorte wird zusätzlich eine umfassende Bauleitplanung seitens der Kommunen eingefordert (Stichwort **vorsorgliche Bauleitplanung**).

Darüber hinaus ermöglicht das LEP IV die Ausweisung von Ergänzungsstandorten für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Der Anteil der innenstadtrelevanten Sortimente darf dabei eine innenstadtverträgliche Größenordnung nicht überschreiten.

Für die Abgrenzung der innenstadtrelevanten von den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten gibt das LEP IV eine Empfehlungsliste vor:

*Nahrungsmittel, Drogeriewaren / Kosmetikartikel, Haushaltswaren / Glas / Porzellan, Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren, Büroartikel, Kunst / Antiquitäten, Baby- / Kinderartikel, Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Unterhaltungselektronik / Computer, HiFi / Elektroartikel, Foto / Optik, Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien / Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe, Musikalienhandel, Uhren / Schmuck, Spielwaren, Sportartikel, Blumen, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas, Zooartikel, Tiernahrung und Tiere*

Ergänzend führt das LEP IV aus, dass die Liste der innenstadtrelevanten Sortimente jeweils auf die örtlichen Verhältnisse anzupassen ist (Kommunale Sortimentsliste). **Dabei können zusätzliche Sortimente als innenstadtrelevante Sortimente aufgenommen werden, aber auch Sortimente aus der Empfehlungsliste gestrichen werden.**

Der Regionale Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald mit Stand 2017 ergänzt und verdichtet die Aussagen des LEP IV dabei:

Z23 Die zentralen Orte (Tabelle 1) übernehmen jeweils ihrer Hierarchie entsprechend Versorgungsfunktionen für ihren jeweiligen Versorgungsbereich, das Oberzentrum Koblenz hochwertige und spezialisierte Versorgungsfunktionen für die gesamte Region, die Mittelzentren eigenständig oder im mittelzentralen Verbund Versorgungsfunktionen des gehobenen Bedarfs für den jeweiligen Mittelbereich, die Grundzentren eigenständig oder im grundzentralen Verbund entsprechend die Grundversorgung für den zugehörigen Nahbereich.

*Begründung/Erläuterung:*

*Das System der zentralen Orte und die Abgrenzung der Mittelbereiche und Nahbereiche zeigt die Karte 3. Die Abgrenzung der Mittelbereiche ist aus dem Landesentwicklungsprogramm IV übernommen. Gemäß dortiger Erläuterung haben die zugrunde gelegten Mittelbereiche wie im vorherigen Landesentwicklungsprogramm (LEP III) nur den Charakter von Analysebereichen und bilden die Grundlage für den Zentrale-Orte-Ansatz im Landesfinanzausgleich. Oberzentrale Versorgungsaufgaben werden z. T. auch von benachbarten Oberzentren übernommen:*

- *vom Oberzentrum Bonn für die Nahbereiche von Bad Neuenahr-Ahrweiler, Grafschaft, Kirchberg, Sinzig, Bad Breisig, Unkel, Linz und Asbach*

G5 Die polyzentrische Struktur soll im Sinne der dezentralen Konzentration als Standortvorteil genutzt und zur Verbesserung der Entwicklungschancen von Teilräumen ausgebaut werden. Die Wettbewerbsfähigkeit der Region soll durch enge Kooperation zwischen den Landkreisen, Städten und Gemeinden und innerhalb der Teilräume durch stärkere interkommunale Zusammenarbeit verbessert werden.

*Begründung/Erläuterung:*

*Die interkommunale Kooperation wird zunehmend wichtiger. Durch die interkommunale Kooperation sollen gemeinsame Projekte für die Entwicklung der Teilräume, für Wohnen und Arbeiten, der Wirtschaft, des Tourismus und des Einzelhandels sowie für die Erhaltung lebensfähiger und lebenswerter Innenstädte gefördert werden.*



- G 28 In den hochverdichteten und verdichteten Räumen sollen durch die Grundzentren die Siedlungsstruktur schwerpunktmäßig gegliedert und die Freiräume gesichert werden.

*Begründung/Erläuterung zu Z 24 bis G 28:*

*Die Nahbereiche sind grundsätzlich deckungsgleich mit den Gebieten der Verbandsgemeinden. Grundzentren im monozentralen Nahbereich sind Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung. Ausnahmen ergeben sich vor dem Hintergrund der Kommunal- und Verwaltungsreform und hierzu beschlossenen Fusionsvereinbarungen. Die Grundzentren im monozentralen Nahbereich halten in der Regel auch eine Grundversorgung im Gesundheitssektor (Arzt- und Zahnarztpraxen, Apotheken, Pflegeeinrichtungen), Einrichtungen von Finanz- und Postdienstleistern, Einzelhandelseinrichtungen für den täglichen und periodischen Bedarf und Sport- und Freizeiteinrichtungen und andere Einrichtungen des Dienstleistungsbereichs bzw. der Daseinsvorsorge wie Kindergarten und Grundschule vor. Gelegentlich ist ein Grundzentrum auch Standort einer weiterführenden Schule. Zudem haben die Grundzentren eine Verbindungsfunktion im öffentlichen Personennahverkehr.*

*[...]*

*Dagegen ergeben sich in den hochverdichteten und verdichteten Räumen wegen der hohen Dichte zentraler Orte und besserer Erreichbarkeiten Wahlmöglichkeiten bei der Inanspruchnahme zentralörtlicher Einrichtungen und damit Überschneidungen der Verflechtungsbereiche, die z.T. erheblich über die jeweiligen Versorgungsbereiche hinausgehen. Gleichwohl soll hier an der Bündelung und Konzentration von Versorgungseinrichtungen auf bestimmte Standorte festgehalten werden, damit für die Bevölkerung verschiedene Einrichtungen auch fußläufig erreichbar sind und eine Zersiedelung der Landschaft vermieden wird. Diese Bündelung bzw. Konzentration erfolgt in den zentralen Orten*

- G 37 Die bedarfsgerechte Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs im fußläufigen Entfernungsbereich soll unterstützt werden.
- G 38 In den zentralen Bereichen von Städten, Stadtteilen und Gemeinden soll entsprechend der jeweiligen Zentralitätsstufe und der örtlichen Gegebenheiten die weitere Einzelhandelsentwicklung sichergestellt werden. Dabei sollen das sich verändernde Käuferverhalten die sektoralen Anforderungen des Einzelhandels angemessen berücksichtigt werden.
- G 39 Einzelhandelskonzepte in der Region (möglichst zwei oder mehr Gebietskörperschaften) sollen erstellt und bei der Beurteilung von konkreten Ansiedlungsvorhaben berücksichtigt werden.
- G 40 Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen nach Umfang und Zweckbestimmung der zentralörtlichen Gliederung entsprechen und der zu sichernden Versorgung der Bevölkerung Rechnung tragen (Kongruenzgebot).
- G 41 Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen so bemessen werden, dass ihr Einzugsbereich nicht wesentlich über den Versorgungsbereich der Standortgemeinde hinausgeht.
- G 42 In Gemeinden mit zentralen Versorgungsbereichen soll grundsätzlich eine Prüfung und Abwägung erfolgen, ob kleinflächiger Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten aus städtebaulichen Gründen in gewerblichen Bauflächen eingeschränkt bzw. ausgeschlossen werden soll.

*Begründung/Erläuterung zu G 37 bis G 42:*

*Im Bereich des Einzelhandels werden vorstehende Grundsätze ergänzend zu den Vorgaben des LEP IV getroffen. Insbesondere die Ziele Z 57 bis Z 61 des LEP IV gelten unmittelbar. Dies sind das Zentralitätsgebot, das städtebauliche Integrationsgebot, die Bestimmungen zu Ergänzungsstandorten, das Nichtbeeinträchtigungsgebot und das Agglomerationsverbot mit den jeweiligen Vorgaben. Aus regionalplanerischer Sicht muss die verbrauchernahe Versorgung insbesondere für die nicht motorisierte Bevölkerung erhalten bleiben, um die Abhängigkeit vom Individualverkehr besonders im ländlichen Raum nicht weiter zu erhöhen. Eine ausgewogene Versorgung der Bevölkerung auch mit Einzelhandelsdienstleistungen ist ein Aspekt der Gleichwertigkeit von Lebensbedingungen in allen Teilräumen der Region.*

*Die Einzelhandelsstruktur unterliegt nach wie vor einer dynamischen Veränderung mit einer ständigen Zunahme der Verkaufsflächen je Einwohner. Insofern soll sich die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben am sektoralen bzw. branchenspezifischen Versorgungsbedarf im Versorgungsbereich (Karte 3) der jeweiligen Standortgemeinde orientieren. Schon bestehende oder gleichzeitig geplante andere großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen bei der Beurteilung der Größenordnung und der möglichen Beeinträchtigung der Versorgungsfunktionen anderer Standortgemeinden und ihrer Versorgungsbereiche berücksichtigt werden.*



Innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich in der Regel durch einen geringen Flächenanspruch, eine Nachfrage in Verbindung mit anderen Innenstadtnutzungen und einem problemlosen Transport der Waren aus. Nicht innenstadtrelevante Sortimente sind in der Regel durch einen extensiven Flächenbedarf und sperrige Waren mit der Notwendigkeit eines Transports mit dem Kraftfahrzeug gekennzeichnet.

Zur Vermeidung der Entstehung von Agglomerationen und zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche soll kleinflächiger Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten in gewerblichen Bauflächen grundsätzlich eingeschränkt werden; damit verbunden ist eine Reservierung von Flächen für das produzierende Gewerbe und Handwerk.

Die Ergebnisse von Einzelhandelskonzepten sind örtlich differenziert und spezifiziert und werden von einem regionalen Konsens getragen. Die mit beteiligten Behörden und Kommunen gefundenen Ergebnisse sollen bei der Beurteilung von konkreten Ansiedlungsvorhaben eine entscheidende Rolle spielen.

## H.2 Definitive Grundlagen der Zentren und Standorte in der Verbandsgemeinde Kirchberg

Der Einzelhandel ist ein Baustein der räumlich-funktionalen Ordnung des Verbandsgebiets.

Die Abgrenzung der Zentren findet nach den tatsächlich bestehenden Funktionen, dem qualitativen und quantitativen Angebot an Einzelhandelsverkaufsflächen, betrachtet nach Bedarfshäufigkeit (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf) sowie den städtebaulichen Aspekten von städtebaulicher Einheit und Integration, statt.

Abbildung 52 Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: Eigene Darstellung

### Funktionale Kriterien:

- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel und Dienstleistung)
- sich ergänzende Betriebstypen und -formen
- Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Anbieter
- Handelsdichte, -konzentration, -vielfalt
- Ergänzende Angebote in Dienstleistung und Gastronomie

### Städtebauliche Kriterien:

- Städtebauliche Einheit des Zentrums
- Erkennbare Gestaltung (Zuordnung des öffentlichen Raumes, Gebäudeanordnung, etc.)
- Fußläufige Anbindung einzelner Betriebe und Bereiche
- Barrieren (z.B. Straßen, Gebäuderiegel, Topographie)
- Aufenthaltsqualität

### H.2.1 Funktionale Definition

Der zentrale Versorgungsbereich soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die auch für die Versorgung der Verbandsgemeinde von Bedeutung sind. Neben dem Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße, sind es vor allem Einrichtungen des Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen, die ein solches Zentrum bestimmen. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente



grundsätzlich zugelassen sind. In Bezug auf den Einzelhandel bedeutet dies, dass die (Nahversorgungs-) Zentren so ausgestattet sind, dass die verbandsgemeindliche Versorgung der Bevölkerung mit allen Bedarfsgütern des täglichen Bedarfs möglich ist. Eine Zuordnung zu Wohngebieten ist gegeben. Die zentralen Versorgungsbereiche im Verbandsgebiet müssen zudem die Versorgung mit ergänzendem mittel- und teilweise langfristigen Bedarf sicherstellen.

### H.2.2 Städtebauliche Definition

Für die Unterscheidung von städtebaulichen Einheiten innerhalb des Zentrenkonzepts ist eine im juristischen Sinne bestimmte Abgrenzung der Zentren vorgenommen worden. Dies ist notwendig, wenn es sich um Ansiedlungen zur unmittelbaren Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche handelt.

- Stadt- und Siedlungsstruktur
- Städtebaulicher Zusammenhang, auch zusammenhängender Geschäftsbesatz, natürliche und gebaute Zäsuren, Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel, Dienstleistung, etc.)
- Öffentliche Nutzungen und Infrastrukturelle Einrichtungen
- Potenziale
- Vorgaben durch bestehendes Planungsrecht
- Fußläufige Anbindung der Betriebe an die Wohnstrukturen

Die Werte basieren auf den langjährigen, begleitenden Studien- und Gutachtenerfahrungen der Markt und Standort Beratungsgesellschaft.

### H.3 Wichtige Standortvorgaben zum Zentrenkonzept

Grundlagen für das vorliegende **Zentrenkonzept** sind u.a. die Einzelhandelsanalyse sowie die vorliegenden regionalen Untersuchungen, die Haushaltsbefragung und die Kundenherkunftsanalyse. Die städtebauliche und sozioökonomische Analyse hat einige, bedeutsame Punkte hervorgebracht:

1. Die Versorgung mit Waren im aperiodischen Bereich in der Verbandsgemeinde Kirchberg kann, entsprechend der Einstufung der drei größten Gemeinden als Grundzentrum, nur ergänzenden Charakter haben. Die ansässigen leistungsfähigen Fachanbieter in den Ortszentren haben Bestandsschutz, der aufgrund der Zentrumslagen immer aktiv gestaltet werden kann.
2. Die Nahversorgung sollte in den zentralen Versorgungsbereichen der Ortszentren und vor allem in den Nahversorgungsstandorten (NVZ) nachhaltig gesichert und weiter ausgebaut werden. Hierbei ist nicht nur die städtebauliche Integration zur fußläufigen Versorgung, sondern auch die Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit für die Vielzahl von Ortsgemeinden.
3. Der Einzugsbereich des ansässigen Einzelhandels mit Waren des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs geht im Wesentlichen nicht über das Verbandsgemeindegebiet hinaus. Diffuse Kaufkraftzuflüsse, insbesondere zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Nahversorgungsstandorte, sind eindeutig vorhanden und widersprechen nicht der grundzentralen Einstufung.
4. Die ermittelten Kaufkraftbindungsquoten sind für die Verbandsgemeinde Kirchberg im periodischen Bedarfssegment, sowohl bei Lebensmitteln aber insbesondere im Gesundheits- und Körperpflegesortiment als zu gering einzustufen. Eine Stärkung der Kaufkraftbindung im periodischen Bedarfsbereich ist weiter angeraten.
5. Die derzeit bestehenden Versorgungsstrukturen sind als ausgewogen, aber ausbaufähig zu bewerten. Bei zukünftigen Ansiedlungen sind jedoch strenge Maßstäbe hinsichtlich der Integration der Standorte in die bestehenden Strukturen sowie möglicher städtebaulich schädlicher Umsatzumlenkungen zu berücksichtigen.
6. Die polyzentrische Versorgungsstruktur der Verbandsgemeinde Kirchberg ist zu stärken. Alle drei Grundzentren (Sohren, Büchenbeuren, Kirchberg) sollen adäquate Versorgungsaufgaben für die Verbandsgemeinde übernehmen.
7. Die absatzwirtschaftliche Zerteilung der Verbandsgemeinde Kirchberg in ein westliches und ein östliches Versorgungsgebiet ist wesentliche Grundlage des Standortkonzeptes.



## H.4 Praktische Bedeutung von Zentralen Versorgungsbereichen

Zentrale Versorgungsbereiche sind Orte, mit deren Erscheinungsbild Städte und Gemeinden identifiziert werden, die gewissermaßen ihr Aushängeschild sind und sich damit positiv oder negativ auf das Image der Kommunen auswirken. Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist daher ein Kernelement einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Stadtentwicklung.

### H.4.1 Definition und Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Innenstädte und Ortszentren sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind.

Für Innenstädte und Ortszentren ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.<sup>11</sup> Neben Einzelhandelsbetrieben sollte der Versorgungsbereich in aller Regel auch Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art aufweisen. Letztere sind nicht nur unschädlich, sondern regelmäßig sogar erforderlich für das Vorliegen eines Versorgungsbereiches. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben (BTDrucks 15/ 2250 S. 54). Es ist nicht erforderlich, dass Einzelhandelsnutzungen stets unmittelbar aneinandergrenzen, also gleichsam als eine räumlich-funktionale Einheit erscheinen. In den Versorgungsbereichen können vielmehr durchaus bauliche Nutzungen vielfältiger Art eingestreut sein, die mit der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen nichts zu tun haben.<sup>12</sup>

Wesentliche Aspekte zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen sind:

- Dichte, Konzentration und Vielfalt des Einzelhandelsbesatzes
- Zentrenrelevanz des Angebotes
- Synergien durch sich ergänzende Betriebsformen und -typen
- Agglomerationen unterschiedlicher Anbieter
- Multifunktionalität
- Städtebauliche Kriterien, wie städtebauliche Einheit, Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit und Parken, Fußläufigkeit
- Ergänzungsfunktionen durch Dienstleistungen und Gastronomie

Zentrale Versorgungsbereiche für die Nah- bzw. Stadtteilversorgung müssen in der Regel ein geringeres Ausstattungsniveau und niedrige Ansprüche an die städtebauliche Qualität erfüllen. Hier reicht in der Regel eine Ansammlung von Nahversorgungsbetrieben, die meist großflächig sind und sich gegenseitig ergänzen. Beispielhaft können Supermärkte, Lebensmitteldiscounter oder Drogeriemärkte kombiniert werden. Vervollständigt werden kann das Angebot durch kleinflächige Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Schreibwaren und Zeitschriften, Floristik und Dienstleistungsanbieter (Bankstellen, Post, Friseur, Reisebüro etc.).

Angebote des aperiodischen Bedarfs können darüber hinaus Ergänzungsfunktion übernehmen, soweit sie im gesamten Angebotsspektrum des Nahversorgungsstandortes untergeordnet und nicht großflächig sind.

---

<sup>11</sup> vgl. BVerwG – Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07

<sup>12</sup> vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, S.80 (145,146)



## H.4.2 Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen

Durch die Ausweisung eines Zentralen Versorgungsbereiches ist ein Schutz aller dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe möglich. Um eine Schutzfunktion gegenüber den bestehenden Betrieben auch für Ansiedlungen innerhalb des Versorgungsbereiches zu erzielen ist eine stringente Anpassung der Bauleitplanung notwendig.

Abbildung 53 Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht



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

### I Zentrale Versorgungsbereiche und Einzelhandelsstandorte – Gebietsbeschreibung, Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen (Standortkonzept)

Das Zentrenkonzept des bestehenden Einzelhandelskonzepts wird in seiner Grundstruktur beibehalten und aufgrund geänderter Rahmendaten inhaltlich weiterentwickelt. Dabei werden in diesem Kapitel für die zentralen Versorgungsbereiche in den Ortszentren und den Nahversorgungsstandorten (NVZ), neben der Bereichsbeschreibung, Entwicklungsziele definiert und Handlungsempfehlungen insbesondere für den Umgang mit Erweiterungs- und Ansiedlungsabsichten von Einzelhandelsbetrieben gegeben.

Folgende Grundstruktur ist aus dem bestehenden Einzelhandelskonzept und den derzeitigen Standortgegebenheiten ableitbar:

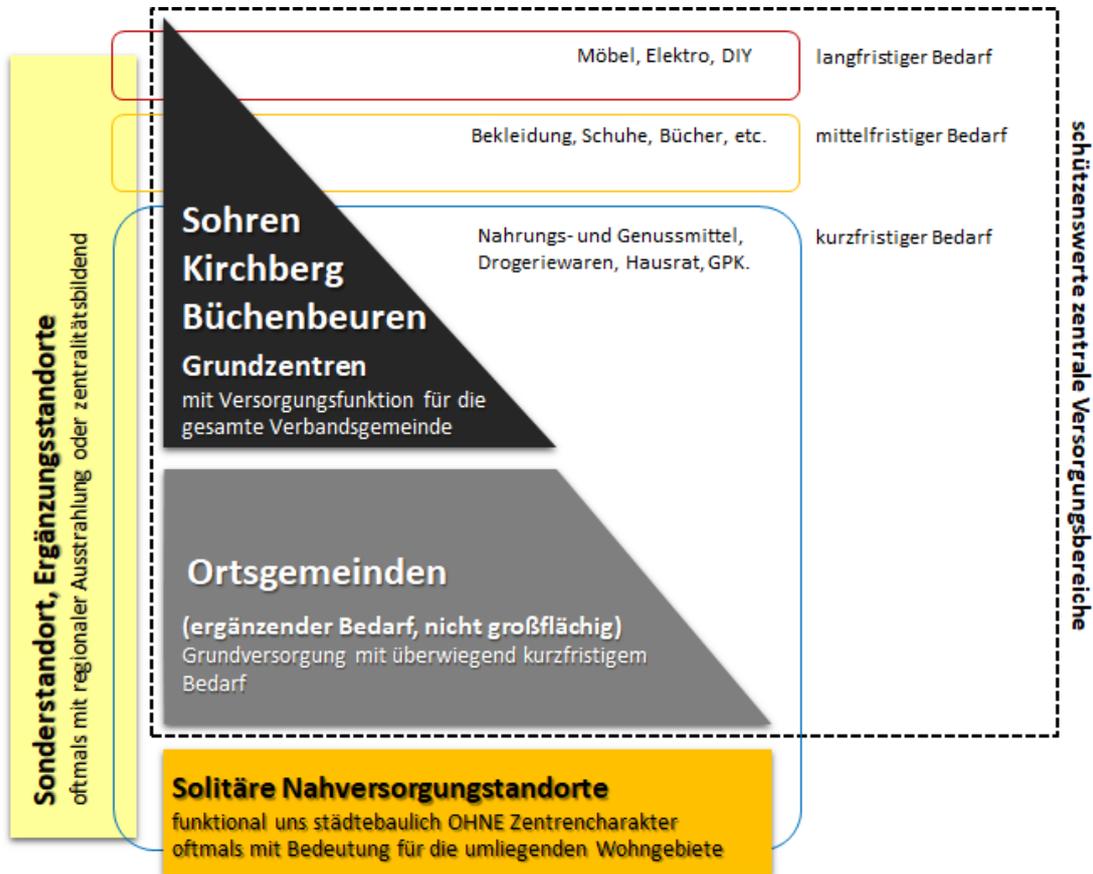
Es wird in zwei Lage- und Standortkategorien unterschieden

- 1) Zentraler Versorgungsbereich Stadt-/Ortszentrum in Kirchberg und Sohren
- 2) Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) in Kirchberg, Büchenbeuren und Sohren

Desweiteren sind solitäre Standorte mit großflächigen Anbietern zu berücksichtigen, die als dezentrale Standort über keinen besonderen städtebaulichen Schutz verfügen. Ausnahmen gelten für solitäre Nahversorgungsstandorte soweit sie zur Nahversorgungsqualität für die ansässige Bevölkerung positiv beitragen.



Abbildung 54 Standorthierarchie in der Verbandsgemeinde Kirchberg



Quelle: Eigene Darstellung

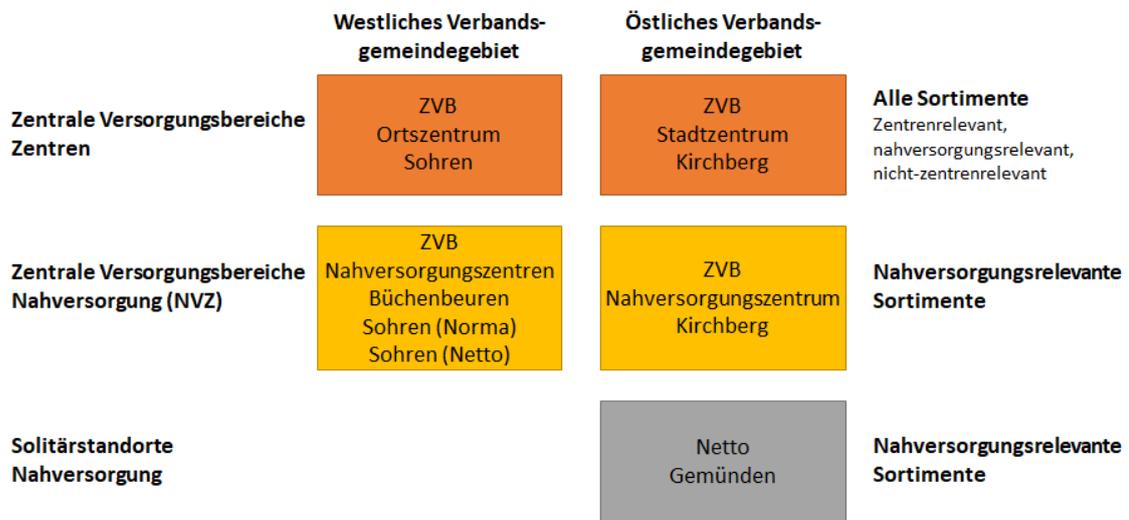
Die drei ausgewiesenen Grundzentren Kirchberg, Sohren und Büchenbeuren sind als Standortgemeinden für den großflächigen Einzelhandel vorgegeben. Sie übernehmen gemeinsam in kooperativer Weise die Versorgung der Verbandsgemeinde. Damit ist von den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten (NVZ) nicht nur die Versorgung des jeweiligen Grundzentrums, sondern insbesondere auch der übrigen 37 Ortsgemeinden zu gewährleisten. Dabei ist die Zweiteilung des Gemeindegebietes in ein westliches und ein östliches Versorgungsgebiet zu berücksichtigen. Aus dieser absatzwirtschaftlichen Teilung folgt eine enge Kooperation der beiden Grundzentren Büchenbeuren und Sohren für die Versorgung des westlichen Verbandsgemeindegebiets sowie die Versorgungsaufgabe des Grundzentrums Kirchberg für das östliche Verbandsgemeindegebiet.

Aus dieser Zweiteilung der Versorgungsfunktion im Verbandsgemeindegebiet ergibt sich die Anforderung an die Ausstattung der Versorgungsstandorte. Grundsätzlich ist davon auszugehen, sowohl in Büchenbeuren/Sohren als auch in Kirchberg jeweils ein vollständiges und vollwertiges Nahversorgungsangebot vorzuhalten ist.

Für das westliche Verbandsgemeindegebiet trägt der ZVB Ortszentrum Sohren die hauptsächliche Versorgung mit zentrenrelevanten Sortimenten, soweit sie als Ergänzung der grundzentralen Funktion erforderlich und derzeit im Bestand vorhanden sind. Der ZVB Nahversorgung (NVZ) in Büchenbeuren ist das Rückgrat der Nahversorgung für den westlichen Teil der Verbandsgemeinde. Hier wären auch Flächenpotenziale für eine Abrundung des Nahversorgungsangebotes nutzbar.



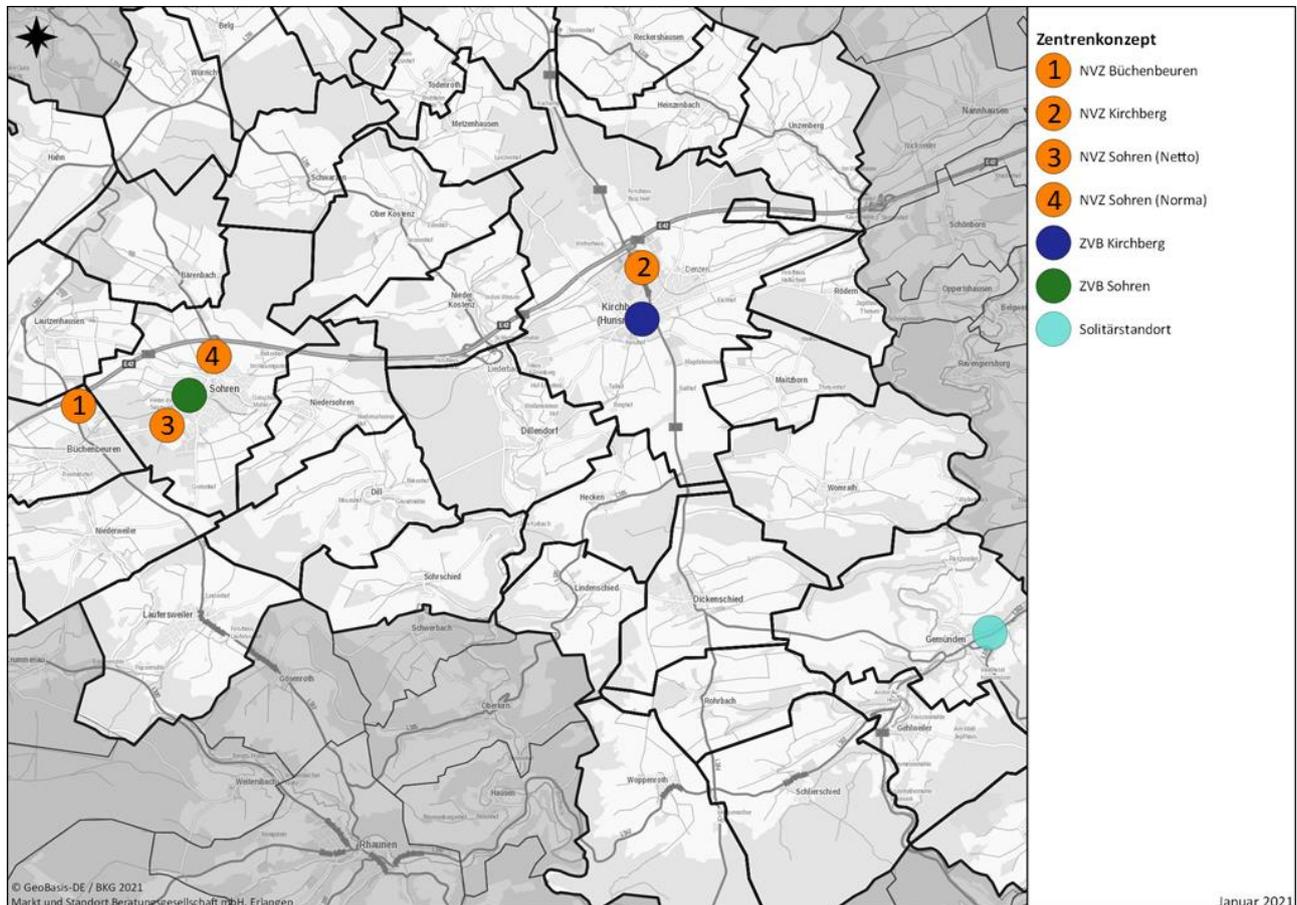
Abbildung 55 Standortkonzept Verbandsgemeinde Kirchberg



Quelle: eigene Darstellung

Der ZVB Stadtzentrum in Kirchberg übernimmt die Versorgung mit zentrenrelevanten Sortimenten für den östlichen Teil der Verbandsgemeinde. Hier können alle Sortimente des Einzelhandels angeboten werden. Im Nordosten der Kernstadt Kirchbergs wird der ZVB Nahversorgung (NVZ) ausgewiesen. Hier sind mit Wasgau, Aldi, Lidl und Norma bereits großflächige Lebensmittelanbieter ansässig. Flächenpotenziale für die Abrundung des Nahversorgungsangebotes sind nutzbar. Der Netto Standort in Gemünden ist nicht großflächig und dient der Ergänzung zur wohnungsnahen Versorgung im östlichen Verbandsgemeindegebiet.

Abbildung 56 Zentrenkonzept Verbandsgemeinde Kirchberg



Grundlage: eigener Entwurf 2020



Folgende konzeptionellen Überlegungen liegen dem Zentrenkonzept zugrunde:

Abbildung 57 Konzeptionelle Überlegungen zu den Standorträumen

Nr.	Raum	Beschreibung	Konzeption
1	Zentraler Versorgungsbereich Stadt-/Ortszentrum	Historisch gewachsene oder geplante Struktur die Handelsleitfunktion übernimmt	Weitere Ansiedlung von Fachgeschäften und filialisierten Fachmärkten zur Schließung von Marktnischen. Aufwertung durch Stadtbegrünung und Stadtmöblierung. Ausbau von gemeinsamen Marketingaktivitäten (z.B. Kernöffnungszeiten, Lieferservice in die Region). Strukturelle Aufwertung und möglichst Angebotsverdichtung in den Zentren
2	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (Nahversorgungszentrum)	Gewachsene und geplante Nahversorgungsstandorte	Nutzung von Flächenpotenzialen zur Vervollständigung des periodischen Angebotes in der Verbandsgemeinde, aktiver Bestandsschutz.
3	Solitärstandort (Nahversorgung)	Dezentraler Standort	Ergänzende Versorgungsfunktion mit Nahversorgungssortimente, aktiver oder passiver Bestandsschutz je nach städtebaulicher Auswirkung und Integration

*Aktiver Bestandsschutz: Erweiterung der Verkaufsfläche über festgesetzte Maße in gebietsbezogenem B-Plan möglich.*

*Passiver Bestandsschutz: Erweiterung der Verkaufsfläche nicht möglich.*

### Aktiver und passiver Bestandsschutz

Bestandsschutz setzt demnach immer voraus, dass noch eine schutzbeanspruchende Nutzung vorliegt und diese auch fortgesetzt werden kann. Gleichfalls endet der baurechtliche Bestandsschutz bei endgültiger Nutzungsaufgabe. Eine nicht nur vorübergehende andersartige Nutzung, d.h. eine Nutzung, die eine andere baurechtliche Qualität aufweist, lässt den Bestandsschutz unmittelbar entfallen.<sup>13</sup> Eine bloße Nutzungsunterbrechung führt hingegen nicht zum Verlust des Bestandsschutzes.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> BVerwG BauR 1994, 737 ff.; BVerwG NVwZ 1989, 667 ff.

<sup>14</sup> BayVGH BayVBl 2003, 626; BayVGH BayVBl 2008, 667; BayVGH B.v. 7.12.2009, Az. 15 CS 09.2755 juris.



### **Definition und Bestimmung des Begriffes „aktiver Bestandsschutz“<sup>15</sup>:**

Aus dem Bestandsschutz resultieren nicht nur Abwehrrechte, sondern der Eigentümer eines bestandsgeschützten Objektes hat (trotz einer möglichen zwischenzeitlichen Änderung der bauordnungsrechtlichen oder bauplanungsrechtlichen Genehmigungsvoraussetzungen) auch einen Anspruch auf Genehmigung zur Durchführung von Folgemaßnahmen, die zu einer funktionsgerechten Nutzung seines Gebäudes erforderlich sind. Dabei geht es um genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen, die der Aufrechterhaltung der ausgeübten Eigentumsposition dienen, sowie um begrenzte Erweiterungen bzw. Modernisierungen.

Nach allgemeiner Auffassung unterfallen dem sogenannten einfach-aktiven Bestandsschutz Erhaltungsmaßnahmen in Gestalt von Instandsetzungs-, Instandhaltungs-, Reparatur-, Unterhaltungsarbeiten.<sup>16</sup> Der Eigentümer wird in die Lage versetzt, an einer rechtmäßig errichteten Anlage die zur Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung notwendigen Maßnahmen durchzuführen. Dies schließt auch Modernisierungsmaßnahmen ein, die aufgrund der Anforderungen des modernen Objektbaus und der gewandelten Lebensgewohnheiten notwendig erscheinen.

Die Fallgruppe des qualifiziert-aktiven Bestandsschutzes betrifft Veränderungen baulicher Anlagen, die nicht mehr nur bestandserhaltend, sondern bestandserweiternd sind.<sup>17</sup> Auch ein Ersatzbau für ein zuvor beseitigtes Gebäude stellt eine Fallgruppe qualifiziert-aktiven Bestandsschutzes dar.<sup>18</sup>

**In der Praxis bedeutet dies für Einzelhandelsobjekte, die innerhalb der definierten Abgrenzungen liegen, dass Erweiterungen auch über festgesetzte Maße in gebietsbezogenem B-Plänen möglich sind. Damit soll eine zusätzliche Investitionsmotivation für Modernisierungsmaßnahmen in städtebaulich schwierigen Stadtgebieten ausgelöst werden. Zudem bietet diese Festsetzung Investitionssicherheit für den Eigentümer.**

### **Definition und Bestimmung des Begriffes „passiver Bestandsschutz“<sup>19</sup>:**

Unter passivem Bestandsschutz versteht man nach der Rechtsprechung des BVerwG, dass der Eigentümer berechtigt ist, eine bauliche Anlage zu erhalten und wie bisher zu nutzen, auch wenn dies nach geltendem Recht nicht mehr zulässig ist. Insoweit steht dem Eigentümer ein Abwehrrecht gegenüber Änderungs- und Beseitigungsanordnungen der Behörde zu.

Ausgewiesene Gebiete (hier Ergänzungsstandorte) erhalten vollständigen passiven Bestandsschutz bezogen auf die dort angesiedelten zentrenrelevanten Sortimente. Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind von der Regelung nicht betroffen, da diese gewünschten Erweiterungen und Ergänzungen an den Ergänzungsstandorten darstellen.

### **Allgemein:**

Eine Überplanung und Neuausrichtung von bestehenden Betrieben aus Modernisierungs- oder sortimentspolitischen Gründen ist aber nicht grundsätzlich ausgeschlossen. Allerdings sind dabei sortimentspezifische Verkaufsflächengrößenordnungen bei Neu- und Umplanungen zu berücksichtigen.

## **I.1 Zentrale Versorgungsbereiche**

### **I.1.1 Definition, Abgrenzung und Zielsetzungen für ZVB Stadt-/Ortszentrum**

Die Zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum Kirchberg und Ortszentrum Sohren umfassen zahlreiche Einzelhandelsbetriebe sowie die bestehenden ergänzenden Gastronomieeinheiten, Dienstleistungsstrukturen und die öffentlichen Einrichtungen. Innerhalb der ZVB Stadt-/Ortszentrum sind Flächenpotenziale in Form von Leerständen nutzbar sowie die ein

---

<sup>15</sup> Brenner Öffentliches Baurecht S. 179 Rn. 661.

<sup>16</sup> BVerwGE 47, 126 ff.

<sup>17</sup> BVerwGE 50, 49 ff.

<sup>18</sup> Battis/Krautzberger/Löhr BauGB § 35 Rn. 128.

<sup>19</sup> Vgl. Jäde/Dirnberger/Weiss § 35 BauGB Rn. 108; Jäde BayBO Art. 82 Rn. 54 ff.; BVerfG NVwZ 2001, 424.



oder andere nicht- oder mindergenutzte Grundstücksfläche vorhanden. Die Verfügbarkeit der Flächen ist im Bedarfsfall zu klären.

Folgende **Definitionskriterien** liegen der Einstufung als **ZVB Ortszentrum/Stadtzentrum** zugrunde:

- Gemeindliches/städtisches Hauptzentrum
- Zentrale Lage innerhalb der Gemeinde/Stadt
- Bessere Erreichbarkeit (IV, Parken und ÖPNV)
- Konzentration von Handel, Dienstleitungen, Kultur, Verwaltung und öffentliche Einrichtungen schaffen Synergieeffekte
- Multifunktionalität
- Höhere Besucherfrequenzen als an anderen Standorten
- Städtebauliche Siedlungsintegration
- Identifikationsraum für die Bevölkerung in Gemeinde/ Stadt und Umland

#### **Entwicklungsziele** für die **ZVB Ortszentrum/Stadtzentrum**

- Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeinde-/ Stadtgebiet sowie den jeweiligen Einzugsbereich (Sohren: Westen des Verbandsgemeindegebiets, Kirchberg: Osten des Verbandsgemeindegebietes)
- Angebotsschwerpunkt für kurz-, mittelfristig (ergänzend) nachgefragte Bedarfsgüter
- Leitfunktion des Einzelhandels für die Zentrenbildung
- Förderung der gesamtökonomischen, kulturellen und sozialen Entwicklung als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt von Sohren / Kirchberg
- Standort für die Vielfalt von kleinen und spezialisierten Fachgeschäften
- Hohe Aufenthaltsqualität und Freizeitfunktion weiterentwickeln, Aufenthaltsdauer stärken, städtebauliche Aufwertung des Straßenraumes
- Angebotsergänzungen in Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen fördern
- Steigerung der Besucherfrequenzen

Die Weiterentwicklung der ZVB Ortszentrum/Stadtzentrum soll an vorhandene positive strukturelle Ansätze anknüpfen. Sowohl in Sohren als auch in Kirchberg gibt es hervorragende Fachanbieter, die aufgrund ihrer Fachkompetenz Magnetfunktion für das gesamte Zentrum übernehmen. Diese gilt es zu fördern und zu unterstützen. Daneben sind erhebliche Bemühungen erforderlich, die Angebotsstrukturen, entsprechend der Anforderungen der Verbraucher (vergl. Befragungsergebnisse), zu vervollständigen und auszubauen. Das betrifft sowohl die Einzelhandelsstrukturen, als auch die ergänzenden Angebote im Handwerk, Dienstleistungs- und Gastronomiegewerbe.

Städtebauliche Aufwertungen stehen künftig im ZVB Sohren an. Hier ist die geplante Umgestaltung der Hauptstraße mit Augenmaß in Bezug auf absatzwirtschaftliche Notwendigkeiten zu gestalten. Insbesondere eine Einschränkung der aktuellen Pkw-Erreichbarkeit durch Frequenzreduzierung oder Einschränkung von Parkmöglichkeiten sollten auf ihre absatzwirtschaftlichen Wirkungen geprüft werden. Es ist zu befürchten, dass die Reduzierung von Stellplätzen und die Einschränkung des Durchgangsverkehrs zwar städtebaulich attraktiv sein dürfte, Umsatzrückgänge durch Kundenrückgänge aber nicht auszuschließen sind, zumal alternative Parkmöglichkeiten nicht vorhanden sind.



### 1.1.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Kirchberg

Abbildung 58 Begründung des Zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum Kirchberg

Kriterium	Beschreibung	Erfüllungsgrad
<b>Einzelhandelsbesatz, -dichte und -vielfalt</b>	Die Dichte des Einzelhandelsbesatzes ist mäßig gut ausgeprägt. Durchgängige Straßenlagen mit Einzelhandelsbetrieben sind entlang der Hauptstraße auffindbar. Vereinzelt finden sich teils leistungsfähige spezialisierte Anbieter. Die Ansiedlung großflächiger Betriebe ist aufgrund der gewachsenen Bausubstanz und der damit verbundenen Kleinkammerung der baulichen Einheiten in diesem Bereich kaum möglich.	Kriterium erfüllt.
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Die Aufenthaltsqualität ist durch städtebaulich attraktives Ambiente und einige gastronomische Betriebe geprägt. Der Marktplatz ist möbliert und bietet Sitzgelegenheiten	Kriterium erfüllt.
<b>Städtebauliche Einheit</b>	Durch das kompakte und historisch geprägte Siedlungsgefüge sowie die kurzen Distanzen ist eine städtebauliche Einheit gegeben. Die gewachsene historische Struktur macht die Innenstadt auch als Wohnstandort sehr attraktiv.	Kriterium erfüllt.
<b>Multifunktionalität</b>	Die Multifunktionalität wird bestimmt durch spezialisierte Fachhändler sowie dem Verwaltungssitz der Verbandsgemeinde. Ergänzende Dienstleister sowie Ärzte und gastronomische Einheiten runden den Faktor ab.	Kriterium erfüllt.
<b>Parken, Erreichbarkeit</b>	Für ein gewachsenes Stadtzentrum mit teilweise engen Verkehrswegen ist begrenzter Parkraum gegeben. Parkplätze am westlichen Ende der Hauptstraße, beim Rathaus, auf dem Marktplatz sowie auf dem Zentralparkplatz (Fuchsbräugasse) gewährleisten eine gute Pkw-Erreichbarkeit. Die Zuwegung zur Innenstadt ist gut gewährleistet. Grundsätzlich sind alle baulichen Einheiten sowie die bestehenden Betriebe erreichbar. Bahnhof und diverse Buslinien sorgen für eine sehr gute ÖPNV-Anbindung.	Kriterium erfüllt.
<b>Betriebsformen und Agglomeration unterschiedlicher Anbieter</b>	Aufgrund der vorhandenen Angebotsvielfalt sind Betriebsformen unterschiedlicher Anbieter und Typs in der Innenstadt zu finden. Allerdings fehlen großflächige Anbieter und Magnetbetriebe.	Kriterium teilweise erfüllt.
<b>Zentrenrelevanz</b>	Die angebotenen Sortimente stammen fast ausschließlich aus den Waregruppen, die üblicherweise als zentrenrelevant (nahversorgungsrelevant) angesehen werden.	Kriterium erfüllt.
<b>Ergänzungsfunktion</b>	Durch die zahlreichen ergänzenden Anbieter (Ärzte, Verwaltung, Dienstleister) sowie fest etablierte Gastronomiebetriebe mit und ohne Übernachtungsmöglichkeiten ist die Ausstattung an der Größe und Fremdenverkehrsfunktion der Verbandsgemeinde Kirchberg gemessen als gut zu bewerten.	Kriterium erfüllt.
<b>Fußläufigkeit</b>	Der gesamte Versorgungsbereich ist fußläufig erschlossen. Die innere Durchwegung ist gemessen an den historischen Strukturen sehr gut. Auch die Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist erfüllt. Innerhalb eines maximalen Fußmarsches von 15 Minuten sind große Bereiche der Stadt Kirchberg zu erreichen.	Kriterium erfüllt.
<b>Gesamtbewertung</b>	<b>Zusammenfassend sind ausreichend städtebauliche und wirtschaftsräumliche Kriterien erfüllt, um die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches zu untermauern.</b>	<b>ERFÜLLT</b>

Bei der Bewertung der einzelnen Kriterien ist in keinem Fall eine Unstimmigkeit aufgetreten. Alle Bewertungskriterien sind derzeit positiv besetzt. Dies spricht für die Ausweisung des Zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum.

**Alle Abgrenzungskriterien für den ZVB Stadtzentrum Kirchberg sind erfüllt.**



Auch wenn die Abgrenzungskriterien aktuell erfüllt sind, bedeutet dies trotzdem, dass sie regelmäßig überprüft und ständig weiterentwickelt werden sollen.

Es ist gemeinsame Aufgabe aller innerstädtischen Akteure (Eigentümer, Stadt, Händler, Gastronomen, Dienstleister, Anwohner und Besucher) in einem stetigen Prozess die Aufenthaltsqualität zu optimieren, die Multifunktionalität zu erhalten und so eine gute städtebauliche Qualität zu gewährleisten.

**Abbildung 59 Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Kirchberg**



Die Abgrenzung ist parzellenscharf vorgenommen worden, was aufgrund des Verlaufs der Grundstücksgrenzen zu einem teilweise gezackten Grenzverlauf führt. Der Verlauf der Grenze orientiert sich weitgehend an der bereits 2008 vorgenommenen Abgrenzung. Sie schließt den historischen Stadtkern vollständig ein und nimmt im Osten Erweiterungsgebiete hinzu, die durch Betriebe des Dienstleistungsgewerbes und des Einzelhandels in angemessener Verdichtung genutzt werden.

Im Westen schließt jenseits des Standortes der Sparkasse der Bereich entlang der Oberstraße bis zum Abzweig der Dillendorfer Straße, der 2008 als Ergänzungsbereich definiert wurde, an. Angesichts der dort ansässigen Betriebe und der derzeit im Bau befindlichen Betriebsansiedlungen wurde dieser Bereich vollständig in den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum Kirchberg aufgenommen. Er stellt nach wie vor ein begrenztes Potenzial an nutzbaren Grundstücksflächen dar.



### 1.1.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum Sohren

Der Zentrale Versorgungsbereich Ortszentrum Sohren stellt eine weitere ortszentrale Nutzung im zweiten Grundzentrum der Verbandsgemeinde dar. Er umfasst einige attraktive Fachgeschäfte und größere Fachanbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten sowie ergänzenden Gastronomieeinheiten sowie Dienstleistungsstrukturen.

Durch seine Versorgungsausprägung ist er als wichtiger Versorgungsbereich v.a. für den zentrenrelevanten Bedarf in Sohren zu werten.

**Abbildung 60 Begründung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortszentrum Sohren**

Kriterium	Beschreibung	Erfüllungsgrad
<b>Einzelhandelsbesatz, -dichte und -vielfalt</b>	Die Dichte des Einzelhandelsbesatzes ist ungleichmäßig verteilt und zieht sich entlang der Hauptstraße und der Michael-Felke-Straße. Ein Netto Lebensmitteldiscounter im Süden des ZVB sichert die Nahversorgung. Es sind derzeit unterschiedliche Strukturen zu finden. Straßenabschnitte mit lückenhaftem Geschäftsbesatz wechseln mit dichtem Besatz ab.	Kriterium überwiegend erfüllt.
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Die Aufenthaltsqualität ist mäßig ausgeprägt. Die Hauptstraße stellt nach wie vor, trotz der Umgehung der B50, eine Hauptverkehrsachse mit starkem Verkehrsaufkommen dar.	Kriterium nicht erfüllt.
<b>Städtebauliche Einheit</b>	Die Siedlungsstruktur wird durch den Verlauf der Hauptstraße geprägt. So ist trotz der ausgedehnten Länge des ZVB die städtebauliche Einheit gegeben. Nutzungslücken unterbrechen den Geschäftsbesatz in einigen Abschnitten, doch überbrückt die Anziehungskraft einzelner größerer und vielseitiger Magneten durch ihre Attraktivität die Straßenabschnitte dünneren Betriebsbesatzes.	Kriterium teilweise erfüllt.
<b>Multifunktionalität</b>	Die Multifunktionalität wird bestimmt durch eine Vielzahl ergänzender Dienstleister sowie Ärzte und gastronomischen Einheiten.	Kriterium erfüllt.
<b>Parken, Erreichbarkeit</b>	Sowohl die Erreichbarkeit (mit allen Verkehrsträgern) als auch die Parkplatzsituation sind ausreichend.	Kriterium erfüllt.
<b>Betriebsformen und Agglomeration unterschiedlicher Anbieter</b>	Unterschiedlichen Betriebsformen und -typen des Einzelhandels sind vorhanden.	Kriterium überwiegend erfüllt.
<b>Zentrenrelevanz</b>	Die angebotenen Sortimente stammen fast ausschließlich aus den Waregruppen, die üblicherweise als zentrenrelevant (nahversorgungsrelevant) angesehen werden.	Kriterium erfüllt.
<b>Ergänzungsfunktion</b>	Durch die ergänzenden Anbieter (Dienstleister) sowie Gastronomiebetriebe ist die Ausstattung an der Größe der Ortsgemeinde Sohren gemessen als gut zu bewerten.	Kriterium erfüllt.
<b>Fußläufigkeit</b>	Der gesamte Versorgungsbereich ist fußläufig erschlossen. Aufgrund der langgezogenen straßenbegleitenden Siedlungsstruktur des Zentrums ist die Längenausdehnung mit rund 900m relativ groß. Es ist zwar nicht davon auszugehen, dass im Rahmen eines Einkaufsbesuches die gesamte Distanz fußläufig bewältigt wird. Trotzdem ist von den Parkmöglichkeiten aus, der gesamte ZVB fußläufig gut erreichbar Innerhalb eines maximalen Fußmarsches von 15 Minuten sind große Teile der Ortsgemeinde zu erreichen.	Kriterium überwiegend erfüllt.
<b>Gesamtbewertung</b>	<b>Zusammenfassend sind ausreichend städtebauliche und wirtschaftsräumliche Kriterien erfüllt, um die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches für Ortszentrum Sohren zu untermauern.</b>	<b>ERFÜLLT</b>

Bei der Bewertung der einzelnen Kriterien sind kaum Unstimmigkeiten aufgetreten. Nahezu alle Bewertungskriterien sind derzeit positiv besetzt. Dies spricht für die Ausweisung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortszentrum.

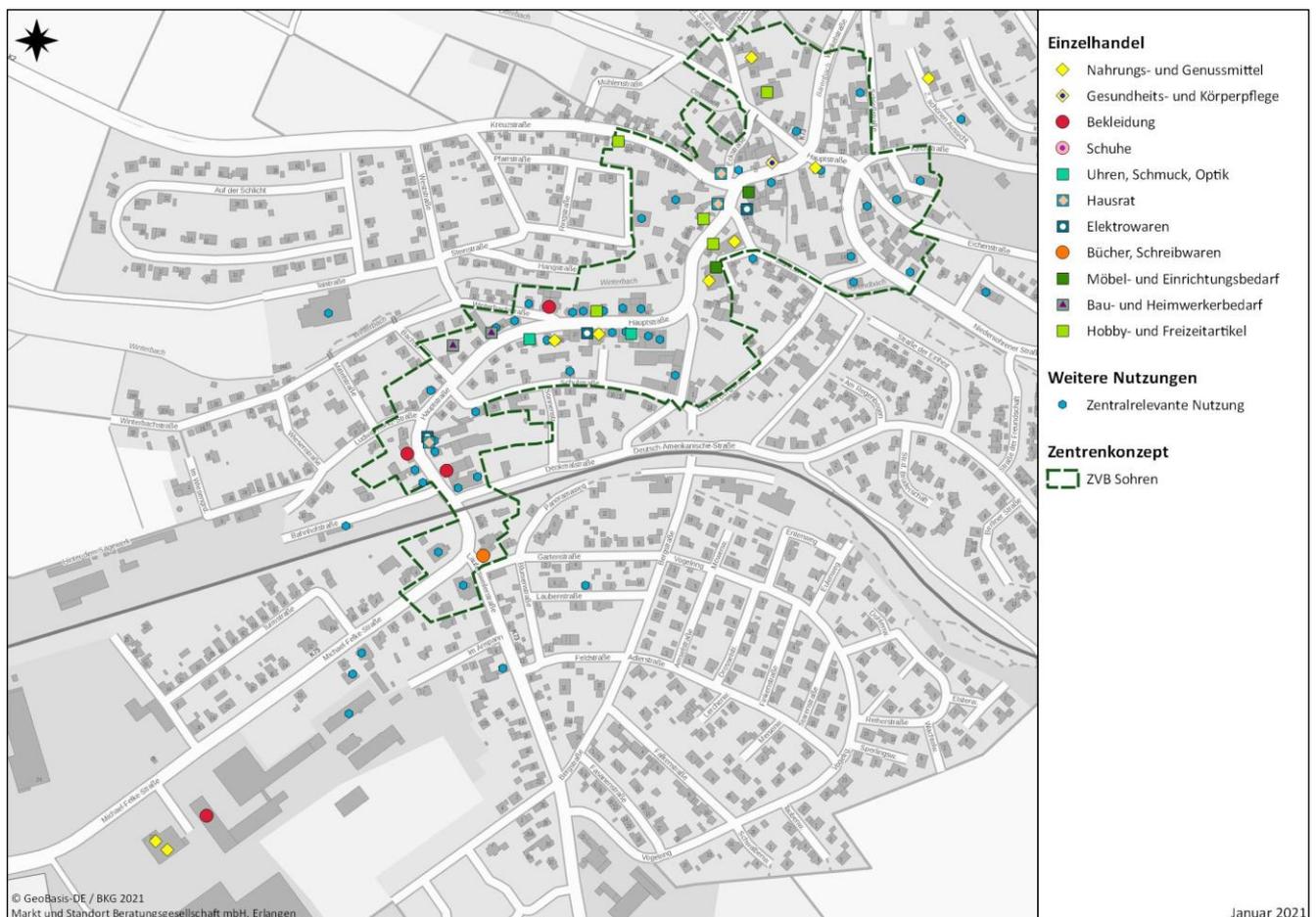
**Alle Abgrenzungskriterien für den ZVB Ortszentrum Sohren sind erfüllt.**



Auch wenn die Abgrenzungskriterien aktuell erfüllt sind, bedeutet dies trotzdem, dass sie auch regelmäßig überprüft und ständig weiterentwickelt werden sollen.

Es ist gemeinsame Aufgabe aller ansässigen Akteure (Eigentümer, Stadt, Händler, Gastronomen, Dienstleister, Anwohner und Besucher) in einem stetigen Prozess die Aufenthaltsqualität zu optimieren, die Multifunktionalität zu erhalten und so eine gute städtebauliche Qualität zu gewährleisten.

**Abbildung 61 Zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum Sohren**



Quelle: eigene Darstellung 2020

Der ZVB Ortszentrum Sohren steht gleichberechtigt neben dem ZVB Stadtzentrum Kirchberg für die Versorgung im östlichen Verbandsgemeindegebiet. Der Betriebsbesatz innerhalb des ZVB ist heterogen verteilt. Es wechseln sich verdichtete Abschnitte mit lückenhaft besetzten Straßenabschnitten ab. Die Abgrenzung entspricht, abgesehen von einigen Ausweitung der Grenzziehung im nördlichen Bereich, den vorgegeben Abgrenzungen aus dem Jahr 2008.



### **I.1.2 Definition, Abgrenzung und Zielsetzungen für ZVB Nahversorgung (NVZ)**

Folgende **Definitionskriterien** liegen der Einstufung als **ZVB Nahversorgung (NVZ)** zugrunde:

- Nahversorgungsfunktion (Güter des täglichen Bedarfs, insbesondere Lebensmittel, Drogeriewaren und ergänzende Dienstleistungen)
- Ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen Ortskern/Innenstadt
- Leicht überwindbare Entfernung vom Wohnort auch von den Ortsgemeinden aus (fußläufig, Fahrrad, Auto)
- Ergänzende Sortimente des mittelfristigen Bedarfs sind sinnvoll und möglich
- Städtebauliche Siedlungsintegration unter Berücksichtigung der Erreichbarkeit für alle Ortsgemeinden
- Ausschließlich In den Grundzentren Sohren, Büchenbeuren, Kirchberg

#### **Entwicklungsziele für die ZVB Nahversorgung (NVZ)**

- Ausreichende quantitative und qualitative Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs
- Reduzierung der Kaufkraftabflüsse nach Simmern im periodischen Bedarfssegment
- Sicherung und Entwicklung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung auch in den Ortsgemeinden
- Sicherung der Versorgungsvielfalt in der Nahversorgung
- Erweiterungen und Modernisierungen der Nahversorgungsbetriebe innerhalb der ZVB Nahversorgung (NVZ) muss gewährleistet sein.
- Solitärstandorte zur wohnungsnahen und fußläufigen Versorgung nur in siedlungsintegrierten Gebieten
- Ergänzende aperiodische Sortimente sollen discount-orientiert und nicht großflächig sein.

Die ZVB Nahversorgung (NVZ) übernehmen Versorgungsfunktion nicht nur für den fußläufigen Einzugsbereich des jeweiligen Grundzentrums, sondern auch für die Ortsgemeinden im jeweiligen Versorgungsbereich (Büchenbeuren und Sohren für den Westen des Verbandsgemeindegebietes und Kirchberg für den Osten des Verbandsgemeindegebietes). Vor diesem Hintergrund ist, neben der Siedlungsintegration in der Standortgemeinde, vor allem die verkehrliche Erreichbarkeit für die Ortsgemeinden entscheidend für die Versorgungsfunktion. Im ländlichen Raum muss insbesondere die Erreichbarkeit mit dem PKW gewährleistet sein. Vor diesem Hintergrund bieten die ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte im Grundzentrum Büchenbeuren, Sohren und im Grundzentrum Kirchberg die besten Erreichbarkeitsvoraussetzungen als entscheidende Grundlage für die Versorgung der gesamten Verbandsgemeinde. Gleichzeitig befinden sich dort die wichtigsten Nahversorgungseinrichtungen, die heute schon die Grundlast der Nahversorgung tragen. Außerdem sind die erforderlichen Flächenpotenziale für eine Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes vorhanden.

***Vor dem Hintergrund dieser Gesamteinschätzung der Nahversorgung wiegt aus gutachterlicher Sicht der eingeschränkte fußläufige Einzugsbereich des ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren nicht so schwer, wie die wichtige Versorgungsfunktion des Standortes für die umliegenden Ortsgemeinden. Aus diesen Gründen ist die Entwicklungsmöglichkeit des ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren durch eine Anpassung des Bebauungsplanes (SO Einzelhandel) sicher zu stellen.***

***Die ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren Norma und (NVZ) Sohren Netto tragen zur Nahversorgung des Grundzentrums Sohren und der angrenzenden Ortsgemeinden bei.***

***Der ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg ist ebenfalls in seinen Entwicklungsmöglichkeiten zu stärken. Dies bedeutet zum einen die Ergänzungen des Angebotes und zum anderen die grundsätzliche Ermöglichung von Modernisierungen und Flächenausweitungen im Bestand. Dazu sind ebenfalls Anpassungen der Bebauungspläne erforderlich.***



### I.1.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren

Der Standort des ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren liegt westlich des Gemeindegebiets von Sohren und nördlich anschließend an die Siedlungsfläche des Grundzentrums Büchenbeuren. Der Nahversorgungsstandort liegt innerhalb eines Gewerbegebietes und die dort ansässige Einzelhandelsnutzung ist laut Bebauungsplan nur ausnahmsweise und mit strenger Flächenbegrenzung zugelassen<sup>20</sup>.

Abbildung 62 Übersicht zentrale Versorgungsbereiche Sohren und Büchenbeuren



Quelle: eigene Darstellung 2020

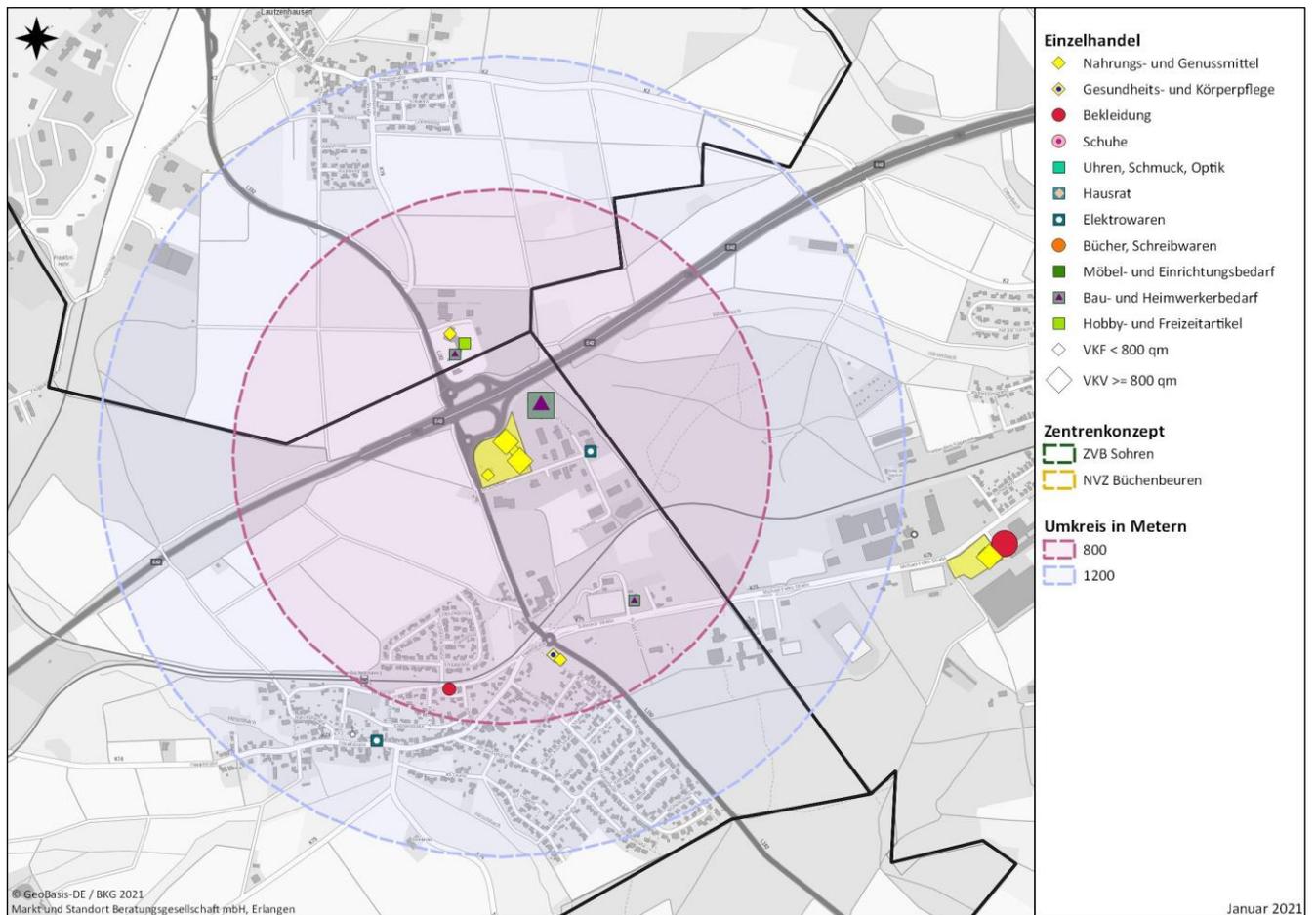
Es handelt sich um einen verkehrsgünstig gelegenen Standort, der mit einem Lebensmitteldiscounter und einem Vollsortimenter ausgestattet ist. In unmittelbarer Nachbarschaft zum ZVB Nahversorgung (NVZ) ist ein großflächiger Baustoffhandel ansässig. Ergänzt wird das Angebot durch einen Elektrohandel mit Computern. Der ZVB liegt innerhalb eines Gewerbegebietes. Baurechtlich ist hier eine Anpassung des Bebauungsplanes erforderlich, der für das Nahversorgungsangebot Flächenausweitungen sowie eine SO-Ausweisung festlegt.

Die Distanz zum Ortsrand von Büchenbeuren beträgt rund 400 Meter, so dass eine eingeschränkte Siedlungsintegration durchaus angenommen werden kann.

<sup>20</sup> vgl. Ortsgemeinde Büchenbeuren, 1. Änderung Bebauungsplan „Im Schiffels“ vom 2.4.2016



Abbildung 63 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren



Quelle: eigene Darstellung 2020

Innerhalb einer 800 Meter Distanz sind die nördlichen Siedlungsgebiet Büchenbeuren vom Standort aus erreichbar. Innerhalb von rund 1.200 Metern ist der gesamte Ortskern Büchenbeuren eingeschlossen. Die 1.200 Meterdistanz ist zu Fuß innerhalb 15 Minuten zurückzulegen. Mit dem Fahrrad benötigt ein Verbraucher 5 Minuten. Insofern ist eine Siedlungsintegration des Standortes nicht von der Hand zu weisen, auch wenn die unmittelbare Nachbarschaft durch gewerbliche Nutzung geprägt ist.

Es besteht eine fußläufige Verbindung über die Straße „Dietrichshöhe“ und einen beleuchteten Fußweg außerhalb der Ortslage. Es ist lediglich die L 182 zu kreuzen. Hierfür besteht eine Querungshilfe vor der Einfahrt zum Gewerbegebiet. Das Entwicklungskonzept für die Region Flughafen Frankfurt-Hahn sieht zudem eine Erweiterung des Wohngebietes „Erdbüchelchen“ in nördlicher Richtung vor, so dass weitere Wohnbereiche innerhalb des 800 m-Radius entstehen.<sup>21</sup>

Ein Einkaufen zu Fuß oder mit dem Fahrrad ist demnach an diesem Standort für große Bevölkerungsteile möglich, was als Merkmal für einen integrierten Standort durchaus ausreichend ist. Die gute Erreichbarkeit mit dem Auto über die B50 tut der fußläufigen und Fahrrad-Erreichbarkeit keinen Abbruch. Sie ist dringend erforderlich für die Versorgung der übrigen Ortsgemeinden. Die Topographie stellt in diesem Bereich kein zusätzliches Hindernis dar.

Die Auswahl dieses Standortes als ZVB Nahversorgung (NVZ) erfolgt auf der Grundlage der örtlichen Gegebenheiten und der aktuellen Versorgungsfunktion an diesem Standort. Der Standort Im Schiffels stellt sich als der einzige funktionsfähige und siedlungsnahe Standort für den Verkauf von Artikeln des periodischen Bedarfs für das Grundzentrum Büchenbeuren dar. Wenn dem Grundzentrum Büchenbeuren eine entsprechende Versorgungsfunktion zugestanden wird, sollte auch eine adäquate Standortmöglichkeit eingerichtet werden können. Der Standort „Im Schiffels“ entspricht nicht der reinen

<sup>21</sup> vergl. Regionales Entwicklungskonzept Flughafen-Frankfurt-Hahn, Seiten 24 und 48



Lehre der Nahversorgung, ist aber durchaus geeignet die Nahversorgung für Büchenbeuren und die Ortsgemeinden zu gewährleisten.

Die Bedeutung des Standortes für die Versorgung im Osten des Verbandsgemeindegebietes wird aus den Befragungsergebnissen deutlich. Die Befragung weist aus, dass 95% der Verbraucher mit Wohnsitz in den Ortsgemeinden Büchenbeuren, Lautzenhausen, Wahlenau, Hirschfeld und Laufersweiler angeben, sich in Büchenbeuren zu versorgen. Es sind noch 80% der Befragten mit Wohnsitz in Sohren, Bärenbach und Niedersohren, die ebenfalls Büchenbeuren als regelmäßigen Einkaufsort angeben. Insofern ist die günstige Verkehrslage zur Sicherung der Erreichbarkeit aus den übrigen Ortsgemeinden in der östlichen Verbandsgemeinde äußerst wichtig, um die dortige Nahversorgung zu sichern.

**Abbildung 64 Abgrenzung des ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren**



Quelle: eigene Darstellung

Die Abgrenzung des ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren umfasst die beiden Standorte des Lebensmittelhandels (Lidl und Edeka), einen Bäcker und ein Tankstellenshop sowie eine Freifläche, die als Flächenpotenzial für die Abrundung des Nahversorgungsangebotes genutzt werden kann.

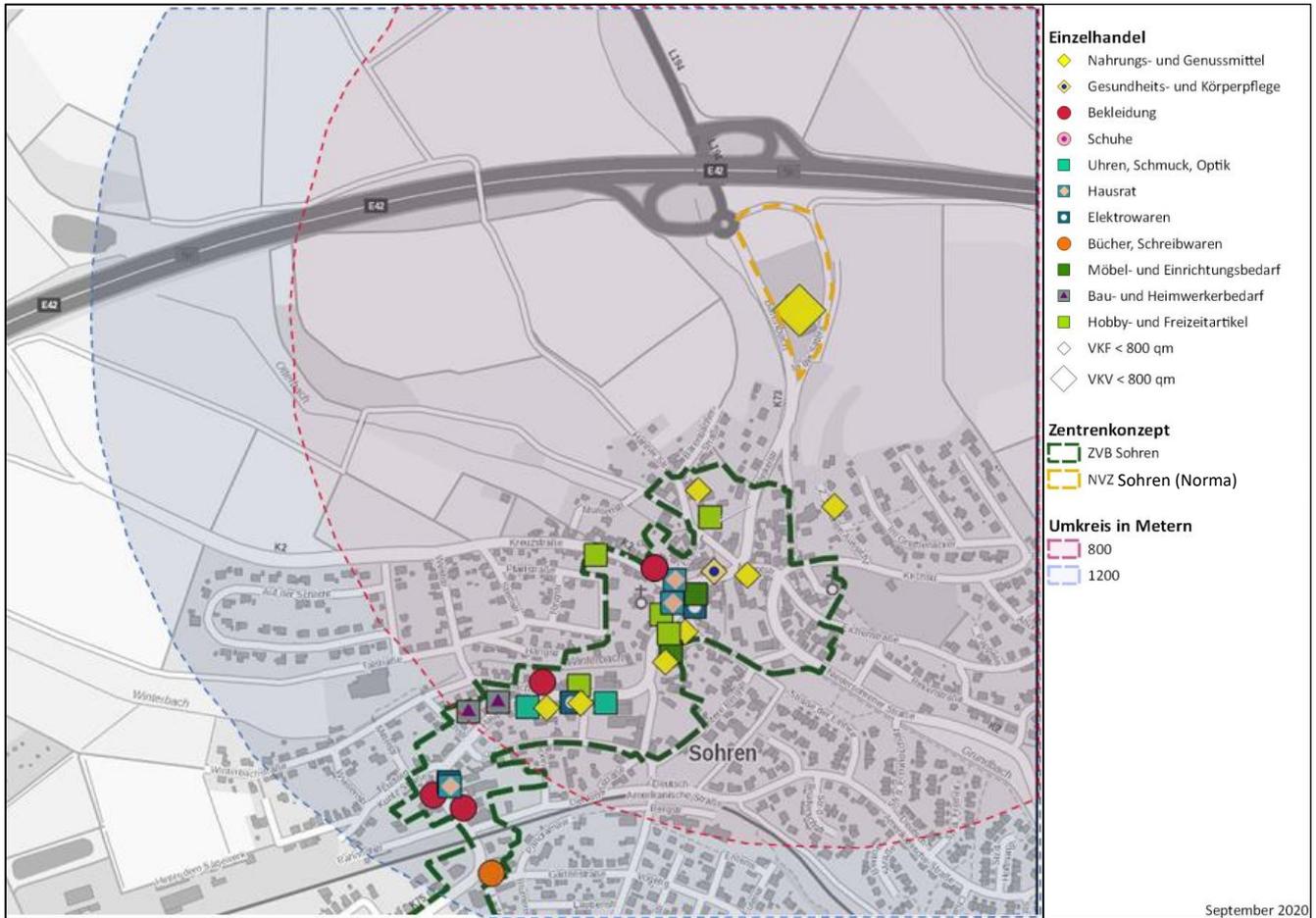
In fußläufiger Distanz ist die östliche Hauptstraße mit ihren Einzelhandels- Dienstleistungsangeboten erreichbar (Bäcker, Apotheke, Ärzte, Friseur, Fitnesscenter etc.)



### I.1.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Sohren (Norma)

Der Standort des ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren (Norma) liegt nördlich im Gemeindegebiet von Sohren. Der Nahversorgungsstandort liegt angrenzend an die Wohngebiete der nördlichen Siedlungsgebiete von Sohren.

Abbildung 65 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren (Norma)



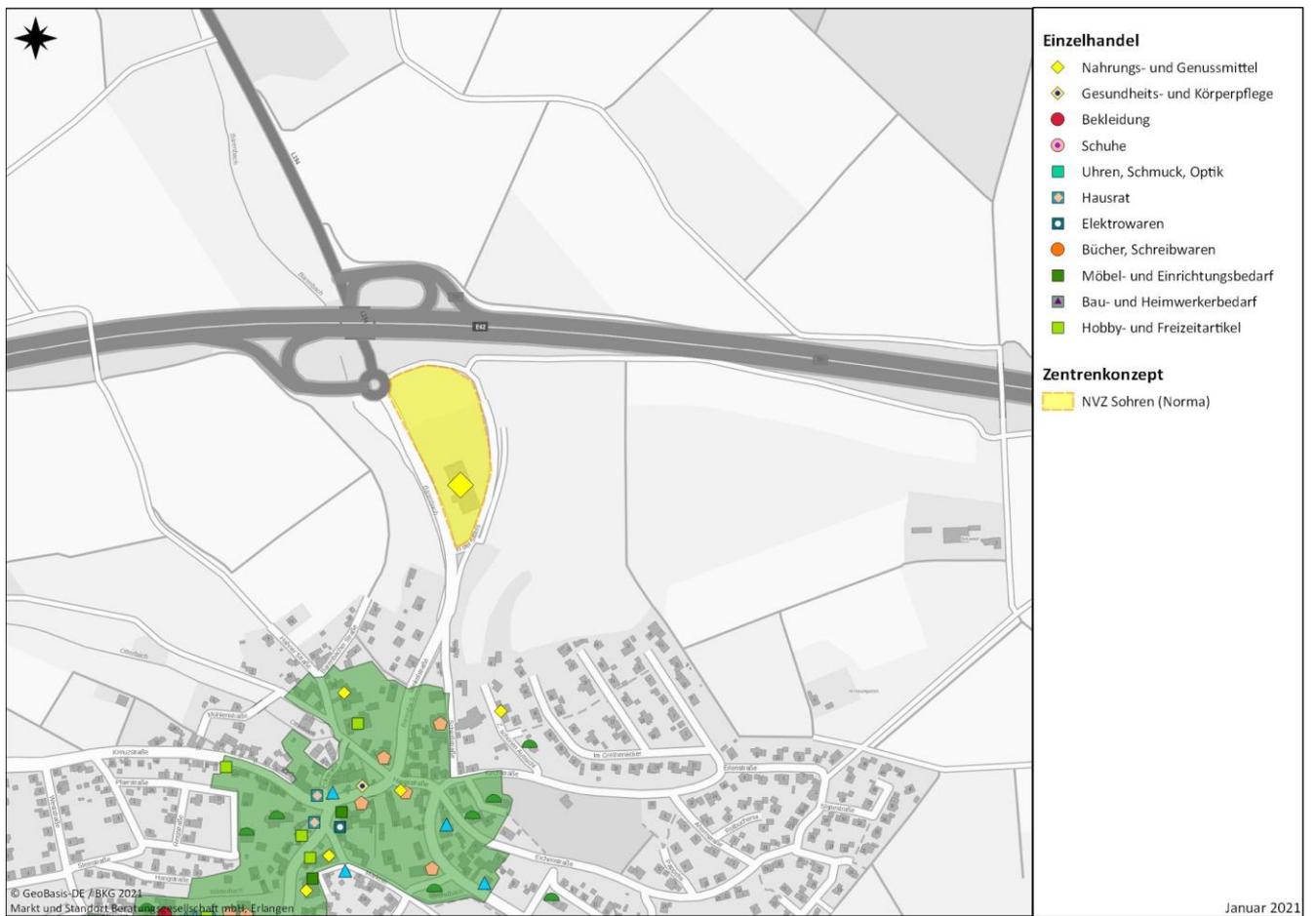
Quelle: eigene Darstellung

Eine fußläufige Einbindung des Standortes Norma ist trotz der günstigen Pkw-Anbindung an die B50 für den gesamten nördlichen Siedlungsbereich Sohrens bis zur Bahnlinie im Süden und zur Straße Auf dem Schlicht im Westen gewährleistet. Insofern kann für diesen Standort, dessen fußläufige Anbindung im Wesentlichen über die Winkelstraße und die Hauptstraße verläuft, eine im Sinne der Landesplanung siedlungsintegrierte Lage festgehalten werden.

Gleichzeitig ist durch die günstige Verkehrslage die Anbindung an die Ortsgemeinden gesichert.



Abbildung 66 Nahversorgungszentrum Sohren Norma



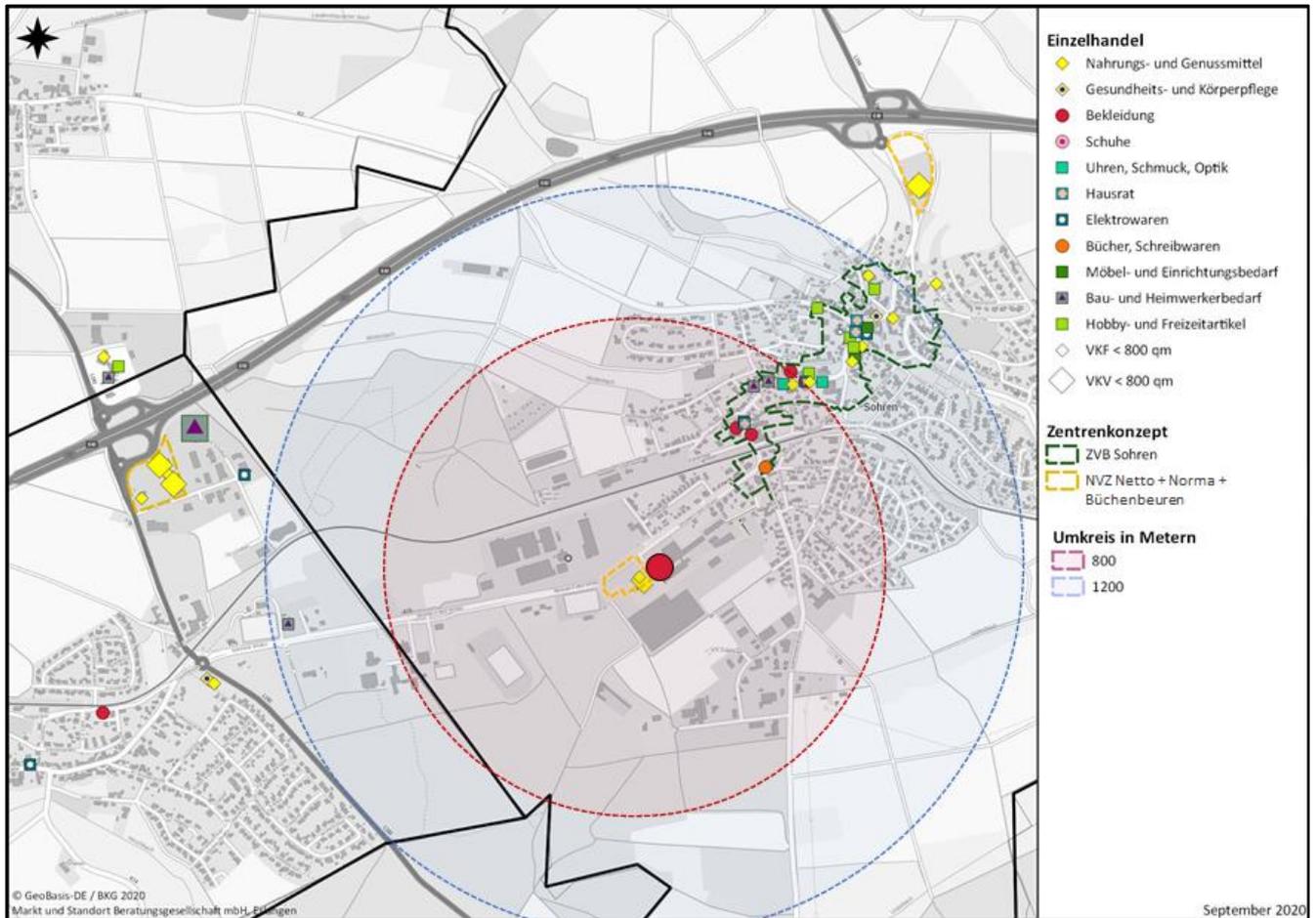
Quelle: eigene Darstellung

Die Abgrenzung des NVZ Sohren (Norma) ergibt sich aus dem Straßenverlauf der Winkelstraße westlich und In der Sitters östlich.



### I.1.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Sohren (Netto)

Abbildung 67 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren (Netto)



Quelle: eigene Darstellung

Eine fußläufige Einbindung des Standortes Netto ist für den gesamten westlichen Siedlungsbereich Sohrens bis in die Mitte des zentralen Versorgungsbereiches Ortszentrum Sohren gewährleistet. Insofern kann für diesen Standort, dessen fußläufige Anbindung im Wesentlichen über die Michael-Felke-Straße verläuft, eine im Sinne der Landesplanung siedlungsintegrierte Lage festgehalten werden.



Abbildung 68 Nahversorgungszentrum Sohren (Netto)



Quelle: eigene Darstellung

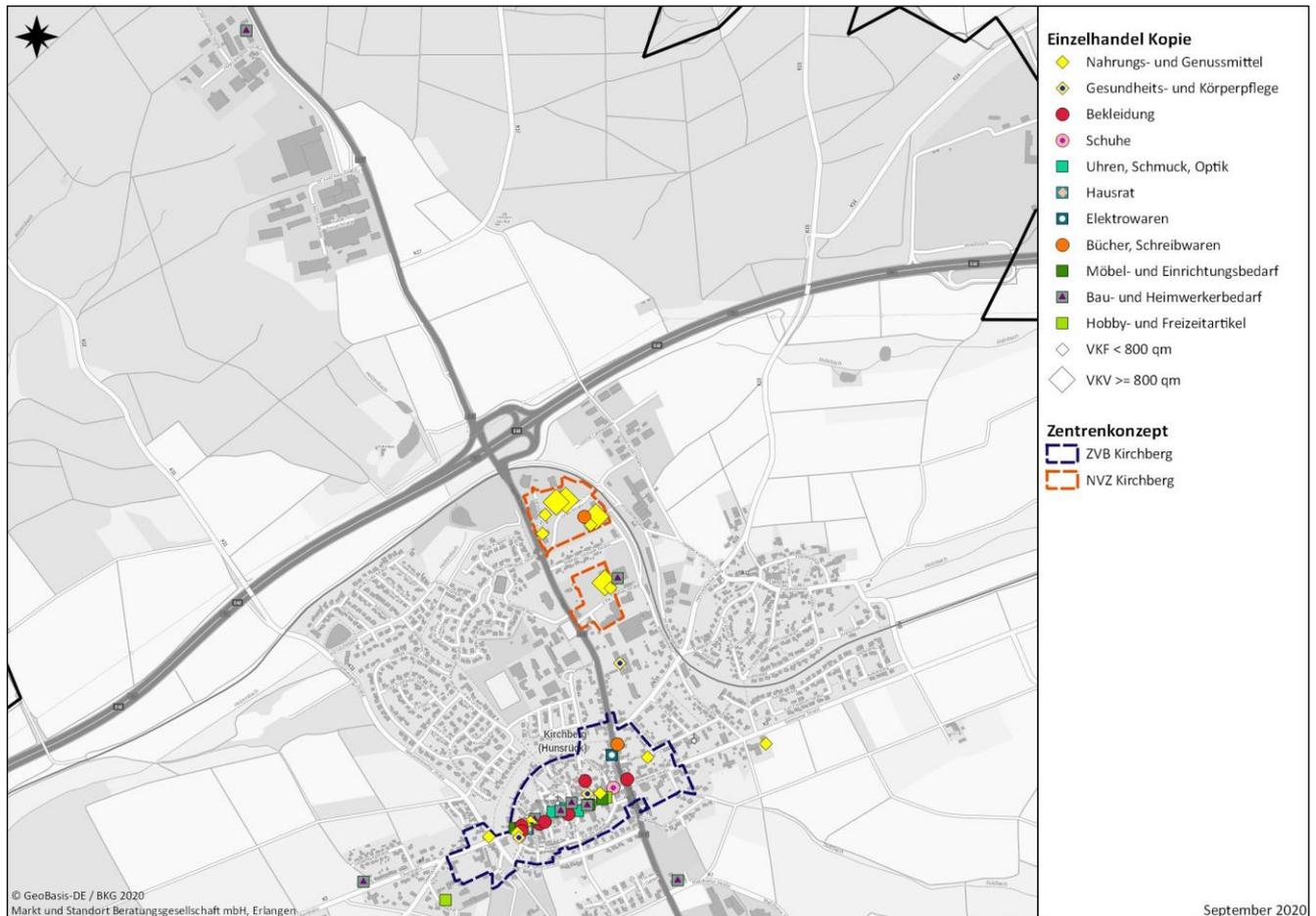
Die parzellenscharfe Abgrenzung des NVZ Sohren (Netto) ergibt sich aus den Grundstücksgrenzen.



#### I.1.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung (NVZ) Kirchberg

Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgung Kirchberg liegt im nördlichen Siedlungsgebiet der Stadt Kirchberg. In diesem Gebiet sind bereits die großflächigen Lebensmittelanbieter (Wasgau, Lidl, Aldi, Norma) konzentriert ansässig. Ergänzt wird das Angebot durch drei Bäcker, ein Lottogeschäft sowie einen Tankstellenshop.

Abbildung 69 Übersicht zentrale Versorgungsbereiche Kirchberg



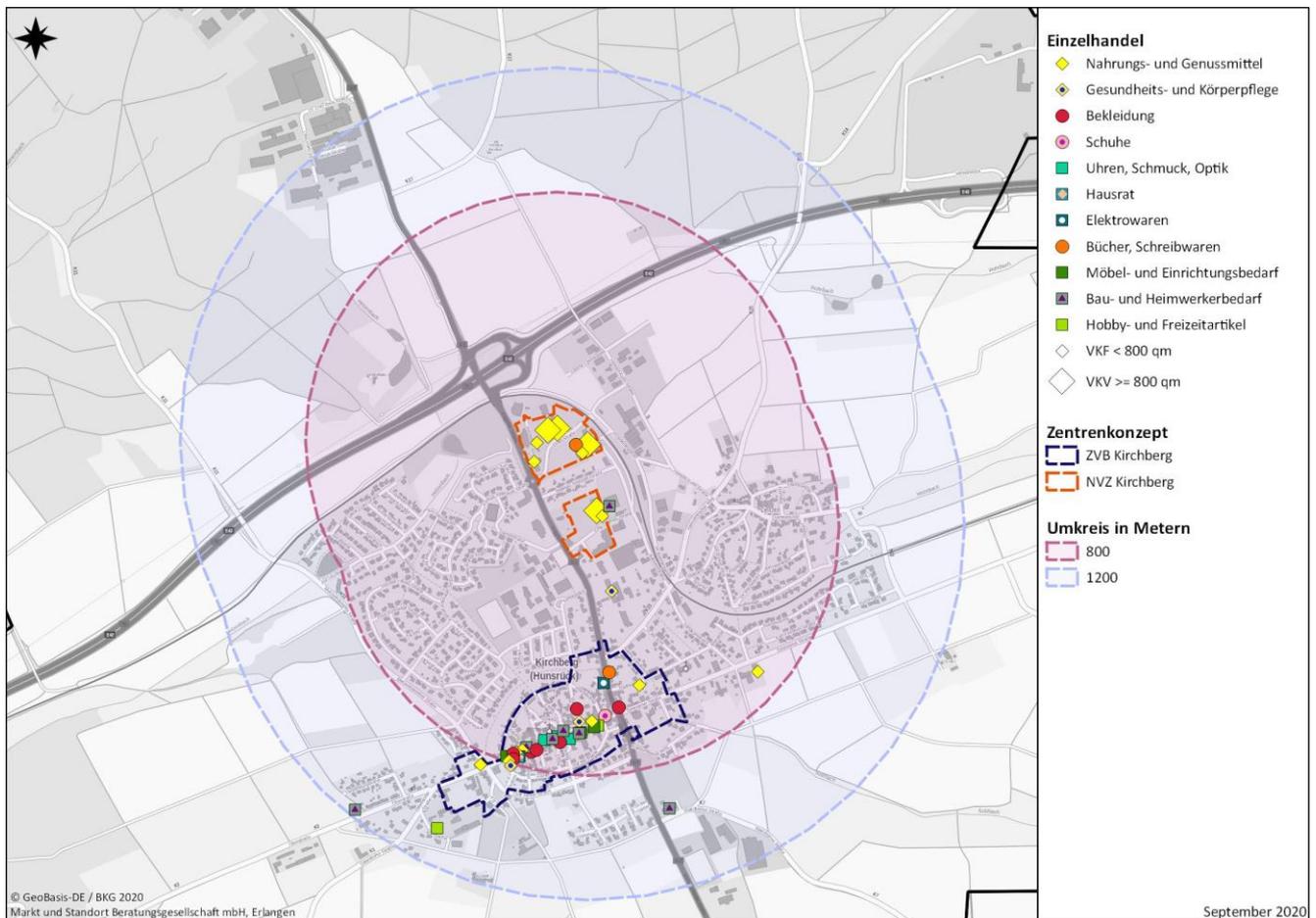
Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgung Kirchberg ist zweigeteilt, da er über zwei separate Zufahrten erreichbar ist. Eine trennende Wohnhauszeile separiert die Betriebsstandorte voneinander. Angrenzend an den ZVB ist ein Baustoffhandel unterhalb der Großflächigkeitsgrenze ansässig.

Die Lage zum ZVB Stadtzentrum Kirchberg ist günstig. Innerhalb von 500 Metern ist der ZVB Stadtzentrum vom Nahversorgungsstandort (NVZ) aus erreichbar. Die Lage des ZVB Nahversorgung (NVZ) ist zum einen in Bezug auf die Siedlungsstruktur zentral und auch verkehrsgünstig gelegen. Die Distanz zur B50 beträgt nur 400 Meter.

Innerhalb der 800 Meter Distanz, was einem Fußweg von rund 10 Minuten entspricht, ist der Siedlungskern der Stadt Kirchberg nahezu vollständig fußläufig erschließbar. Die Distanz von 1.200 Metern, die einen 15 Minuten Fußweg oder einem 5 Minuten Radweg entsprechen, ist die gesamte Kernstadt Kirchbergs abgedeckt. Vor diesem Hintergrund kann der ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg als vollständig und eindeutig integriert bewertet werden. Es ist darüber hinaus ein funktionaler Zusammenhang mit dem ZVB Stadtzentrum herzuleiten, der sich in der Aufgabenteilung der Versorgungsfunktionen (Zentrenrelevant für den ZVB Stadtzentrum und Nahversorgung für den ZVB Nahversorgung) äußert.



Abbildung 70 Fußläufige Distanzen ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg



Quelle: eigene Darstellung

Die Verkehrsgunst des ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg ermöglicht die Nahversorgung für die Ortsgemeinden im Westen der Verbandsgemeinde. Die Haushaltsbefragung zeigt eindrücklich die Orientierung der Verbraucher aus Kirchberg selbst. Hier geben 98% der Befragten an, regelmäßig in Kirchberg Lebensmittel zu kaufen. Die nördlich gelegene Ortsgemeinden geben zu 90% an, in Kirchberg einzukaufen. Hier handelt es sich vor allem um die Ortsgemeinden Reckershausen, Kappel, Rödelhausen, Belg, Todenroth, Metzenhausen, Oberkostenz, Dillendorf, Heizenbach und Unzenberg.

Selbst aus dem südlich gelegenen Bereich der Verbandsgemeinde geben immer noch knapp 80% der Befragten an, in Kirchberg regelmäßig einzukaufen, obwohl in Gemünden ein Netto-Discounter ansässig ist. Es handelt sich um die Ortsgemeinden Henau, Woppenroth, Lindenschied, Sohrschied, Hecken, Dickenschied, Womrath Rohrbach, Gehlweiler, Maitzkorn, Rödern und Gemünden. Vor diesem Hintergrund ist zur Sicherung der Nahversorgung im Verbandsgemeindegebiet eine sehr gute Verkehrsanbindung der ZVB Nahversorgung (NVZ) unverzichtbar.



Die Abgrenzung des ZVB Nahversorgung (NVZ) erfolgt parzellenscharf. Die Zweiteilung des Gebietes durch die Matthias-Tenhaeff-Straße bedingt zwei Zufahrten die einerseits über die Freiherr-von-Drais-Straße und andererseits über die Emil-Thomas-Straße erfolgen.

**Abbildung 71 Abgrenzung des ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg**



Quelle: eigene Darstellung

Innerhalb des abgegrenzten Gebiets sind im nördlichen Teil über die Freiherr-von-Drais-Straße Lidl, Aldi, Wasgau sowie zwei Bäcker, ein Tankstellshop und eine Gaststätte mit Spielhalle ansässig.

Im südlichen Teil über die Emil-Thomas-Straße sind der Norma Discounter, ein Bäcker sowie ergänzende Nutzungen wie Friseur, Autohandel, Imbiss und Physiotherapie ansässig. Im südlichen Teil sind Flächenpotenziale verfügbar, die für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes und eines Lebensmittelvollsortimenters entsprechend der Ermittlung des Entwicklungsbedarfs (vergl. Kapitel E 5) nutzbar wären.

### I.1.3 Solitärstandorte

Der derzeit einzige Solitärstandort für die Lebensmittelversorgung befindet sich in der Ortsgemeinde Gemünden.

Der Netto Standort in Gemünden liegt in der Hauptstraße und ist aufgrund seiner an die Siedlungsstruktur anschließenden Lage als städtebaulich integriert zu bewerten. Innerhalb der fußläufigen 800 Meter Distanz ist der gesamte Siedlungskern von Gemünden eingeschlossen. Der Standort Netto Gemünden ist als städtebaulich integriert einzustufen.



#### **I.1.4 Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen**

Folgendes Zielsystem ist für das Zentrenkonzept maßgebend:

- 1) Sicherung der grundzentralen Funktion der drei kooperierende Grundzentren Büchenbeuren, Sohren und Kirchberg und Reduzierung der Kaufkraftabflüsse im periodischen Segment
- 2) Weiterentwicklung eines Zentrenkonzeptes mit Schwerpunkt auf einer zielgerichteten Zentrenentwicklung in den ZVB Stadtzentrum Kirchberg und dem ZVB Ortszentrum Sohren
- 3) Zentrenentwicklung (Zentrale Versorgungsbereiche Stadtzentrum/Ortszentrum)  
(u.a. Sicherung und weitere Aufwertung der Aufenthaltsqualität, bauliche Verbesserungen, Spezialisierung des Fach-einzelhandels, aktive Ansiedlungspolitik, etc.)
- 4) Sicherung und Weiterentwicklung der Funktion der Zentralen Versorgungsbereiche Nahversorgung in Büchenbeuren und Kirchberg  
Schutzfunktion im Sinne des BauGB; eine qualitative und quantitative Weiterentwicklung in Nahversorgungsor-  
timenten (Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel) ist dringend erforderlich
- 5) Modernisierung der Handelsstruktur  
(Unterstützung der Betriebe bei Modernisierungs- und Umbauvorhaben; Sensibilisierung der Händler auf Grundlage der Bevölkerungsprognose u.a. Zielgruppenwechsel, Optimierung der Selbstpräsentation, Verbesserung des Markt-auftritts, etc.)
- 6) Konzentration der Funktion Handel auf die Zentralen Versorgungsbereiche  
(Vermeidung von dezentralen Standorten, Stärkung der zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum Kirchberg und Ortszentrum Sohren durch Strukturverbesserungen und Angebotsverdichtung, Weiterentwicklung der ZVB Nah-versorgung (NVZ) in Büchenbeuren, Sohren und Kirchberg
- 7) Anpassung der Bauleitplanung  
Der Bebauungsplan im ZVB Nahversorgung (NVZ) Büchenbeuren ist an die kommenden Herausforderungen und Ent-wicklungen anzupassen. Der Bebauungsplan im südlichen Teil des ZVB Nahversorgung (NVZ) Kirchberg (Emil-Thomas-Straße) ist im Falle von Ansiedlungen anzupassen. Dies gilt auch für den ZVB Nahversorgung (NVZ) Sohren (Norma).

Notwendigerweise ist eine Anpassung aller bestehenden Bebauungspläne zwingend notwendig. Die Herausnahme bzw. restriktive Einarbeitung von Ansiedlungsge- und verboten ist dabei die nötige Zielrichtung.

#### **I.1.5 Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben in Bezug auf die zentralen Versor-gungsbereiche (Nahversorgung)**

Bei der Beurteilung nach § 34 BauGB und der Aufstellung von verbindlichen Bauleitplänen bilden folgende Vorgaben die Grundlage:

Bestehende Betriebe sollen die Möglichkeit erhalten, eine betriebsbezogene, marktbedingte Erweiterung innerhalb der Nahversorgungssortimente vorzunehmen. Damit ist eine zukunftsfähige und marktadäquate Ausrichtung möglich.

Grundsätzlich sind bei Betriebserweiterungen im unbeplanten Innenbereich (§34 BauGB) die Auslöseschwellenwerte zu beachten.

Bei einer bauplanungsrechtlichen Steuerung von Bestandsbetrieben und deren Erweiterung (z. B. im Rahmen des erwei-terten Bestandsschutzes) soll die Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen erfolgen. Innenstadtrelevante Randsorti-mente sollen dann in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein.

Angesichts der unzureichenden Verkaufsflächenausstattung im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Verbandsgemeinde Kirchberg, die weder eine quantitativ noch qualitativ hinreichende und vollständige Versorgung der Bevölkerung gewährleistet, besteht derzeit Bedarf für Erweiterungen und zusätzliche Neuansiedlungen. Standorte hierfür sind die drei ZVB Nahversorgung (NVZ) in Büchenbeuren, Sohren und in Kirchberg.



Um Umsatzumverteilungen in städtebaulich relevanten Größenordnungen, welche Betriebsschließungen, Störungen der Nahversorgungs- und Zentrenstruktur sowie daraus resultierende Trading-Down-Effekte nach sich ziehen können zu vermeiden, sollte im Fokus der Einzelhandelssteuerung der Verbandsgemeinde Kirchberg zukünftig stehen, die bestehende Versorgungsfunktion weiter zu entwickeln und Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf die ausgewiesenen ZVB zu lenken.

Die ansässigen Betriebe können dabei vom aktiven Bestandsschutz (Erweiterung der Verkaufsfläche über festgesetzte Maße in gebietsbezogenem B-Plan möglich. Aktiver und passiver Bestandsschutz) profitieren. Damit werden Modernisierungsbemühungen ermöglicht.

Grundsätzlich sind Ansiedlungen und Erweiterungen nur nach einem Nachweis ihrer städtebaulichen Verträglichkeit entsprechend §11 Abs.3 BauNVO oder §34 BauGB möglich.

## **J Beurteilung von Erweiterungsabsichten und Ansiedlungsvorhaben in sonstigen Lagen** (Maßnahmen für die Bauleitplanung)

Grundsätzlich sollte bei der Genehmigung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment beachtet werden, dass auch hier nur eine bestimmte Verträglichkeit gegeben ist. Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in Sondergebieten oder den zentralen Versorgungsbereichen, woraus wiederum regelmäßig ein Umnutzungsdruck in höherwertige Nutzungen, das heißt i.d.R. zentrenrelevanter Einzelhandel, entsteht.

Nach § 1 Abs. 5 BauNVO kann im Bebauungsplan festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die im Plangebiet an sich allgemein zulässig sind, nicht zulässig oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes muss gewahrt bleiben. Unter „Arten von Nutzungen“ sind die in den Baugebietsvorschriften verwendeten Nutzungsbegriffe zu verstehen. Auf der Grundlage dieser Ermächtigungsnorm können auch Einzelhandelsnutzungen (als Arten von Nutzungen) in Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten generell ausgeschlossen werden. Der Ausschluss muss jedoch städtebaulich erforderlich sein (§ 1 Abs. 3 BauGB) und den Anforderungen des Abwägungsgebotes (§ 1 Abs. 7 BauGB) genügen.

### **J.1 Sonstige Lagen / Standorte im Bereich von Baugebieten**

#### **J.1.1 Gewerbegebiete**

Für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (Verkaufsfläche unter 800qm) existiert eine dem § 11 Abs. 3 BauNVO vergleichbare einschränkende gesetzliche Vorgabe mit Blick auf deren mögliche städtebauliche Auswirkungen nicht. In Dorfgebieten, Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten sind Einzelhandelsbetriebe entweder ausdrücklich oder aber als Unterart der Nutzungsart „sonstige Gewerbebetriebe aller Art“ allgemein zulässig.

Grundsatz einzelhandelsbezogener Festsetzungen ist der generelle Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben im Gewerbegebiet GE gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO als Unterart von Gewerbebetrieben aller Art gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO. Die Differenzierung dieser Nutzungsart erfolgt auf der Grundlage des § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. Der Begründungsansatz für solche Festsetzungen ist das Konzentrationsgebot von Einzelhandelsflächen auf die bestehenden Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche). Grundsätzliche Zielausrichtung für Flächen in Gewerbegebieten ist die Freihaltung und Nutzung von Gewerbeflächen für produzierende Gewerbe- und Handwerksbetriebe. Diese Zielsetzung ist für die wirtschaftliche Entwicklung der Verbandsgemeinde Kirchberg von enormer Bedeutung. Zurzeit kann die Gewerbeflächennachfrage nur sehr schlecht bedient werden, weil geeignete Flächen nicht in ausreichendem Maß zur Verfügung stehen und auch künftig (auch topographiebedingt) nur begrenzt bereitgestellt werden können. Ein möglichst optimaler Zugriff auf Bestandsflächen im beplanten Bereich ist deshalb von großer Bedeutung.

Der Gebietscharakter des Gewerbegebietes wird durch den Ausschluss von Einzelhandel (Ausnahme Brennstoffhandel und Kfz-Handel) nicht beeinträchtigt, da Gewerbegebiete vorwiegend der Unterbringung von nicht erheblich belästigenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben dienen.

Weiterer Gegenstand der Festsetzungen ist die Zulässigkeit von an den Endverbraucher gerichteten Verkaufsstätten von Gewerbebetrieben aller Art (einschließlich Handwerksbetrieben). Der Verkauf von Waren und deren Herstellung erfolgt direkt am Produktionsstandort. In der Regel weisen solche Betriebe eine eigenständige von der Produktion getrennte Verkaufsstätte auf. Diese erfüllt die Merkmale für einen selbständigen Einzelhandelsbetrieb, wenn sie einen eigenen Eingang



hat und unabhängig von dem Produktionsbereich des Betriebes geschlossen und geöffnet werden kann. In diesen Fällen ist der Betrieb baurechtlich sowohl als Einzelhandelsbetrieb als auch als Produktions- bzw. Handwerksbetrieb zu werten. Die Verkaufsstätte muss in einem unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem entsprechenden Gewerbebetrieb stehen und sich diesem in seiner Größe deutlich unterordnen.

Es erfolgt eine Differenzierung nach Unterarten der baulichen Nutzung gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. Dieser sog. „Werksverkauf“ ist als eigener Anlagentyp im Gewerbegebiet zulässig und kann zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Warensortimente aus der eigenen Produktion in untergeordneter Größenordnung anbieten. Die Zulässigkeit dient der wirtschaftlichen Unterstützung der anzusiedelnden Produktions- oder Handwerksnutzungen und liegt deshalb zugleich auch im Interesse der wirtschaftlichen Entwicklung des Standortes und der gewollten Nutzungsmischung. Insoweit ist die untergeordnete Handelsfunktion bewusst deutlich anders bewertet als eigenständiger Einzelhandel, selbst wenn dieser das gleiche Sortiment anbieten sollte.

### **J.1.2 Industriegebiete**

Um die Industriegebiete denjenigen Betrieben vorzubehalten, die wegen ihres hohen Störgrades durch Emissionen in anderen Gebieten nicht zulässig sind, sollten Einzelhandelsbetriebe sowie Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben und anderen Gewerbebetrieben, die sich ganz oder teilweise an Endverbraucher wenden, in Bebauungsplangebieten mit G1-Festsetzung nach §9 BauNVO grundsätzlich ausgeschlossen werden.

### **J.1.3 Neue Sondergebiete mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten**

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sondergebieten (SO Einzelhandel) gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Insbesondere wird es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die vorab definierte Liste der zentrenrelevanten Sortimente als Grundlage dienen. Nach den Vorgaben des Landesentwicklungsprogrammes (LEP IV) sind die zentrenrelevanten Sortimente in SO-Gebieten außerhalb der Stadtzentren auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche oder eine innenstadtverträgliche Größe zu begrenzen. In jedem Fall ist eine Einzelfallabwägung und -entscheidung notwendig.

Wird durch eine Sondergebietsfestsetzung ein Standort für einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit einem nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zugelassen, sollten die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente des Einzelhandelsbetriebs exakt beschrieben und in ihrer Verkaufsfläche begrenzt werden, um einer potenziellen Gefährdung des Entwicklungsziels der Sicherung und Stabilisierung zentraler Versorgungsbereich entgegenzuwirken (Abwägungsfall). Dies ist mit Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen.

### **J.1.4 Mischgebiete**

Mischgebiete zeichnen sich dadurch aus, dass die Hauptnutzungsarten nicht soweit entflochten werden können, dass größere Bereiche entstehen, in denen die eine oder andere Nutzungsart ein solches Übergewicht bekommt, dass de facto ein Wohngebiet oder ein Gewerbegebiet entsteht. In der Praxis ist es nicht einfach, allein durch die Mischgebietsfestsetzung eine gleichgewichtige Mischung von Wohnen und Gewerbe sicherzustellen. Schon gar nicht wird so eine gemischte Nutzung einzelner Grundstücke erreicht. Auch wenn bei einer schrittweisen Entwicklung des Gebietes dasjenige Vorhaben, das zum „Umkippen“ des Mischgebietes führt, nur schwer zu bestimmen ist, muss die Bauaufsichtsbehörde im Einzelfall in Abstimmung mit der Gemeinde prüfen, ob die Eigenart des Baugebietes durch das Vorhaben nicht mehr gewahrt wäre, sodass es gemäß § 15 BauNVO nicht zugelassen werden kann.



## **J.2 Standorte im Innenbereich gemäß §34 BauGB**

### **J.2.1 Sonstige Lagen und Standorte**

Für die dezentralen Lagen und Standorte gilt weiter allgemein der passive Bestandsschutz. Bei Sortimentsumgestaltung oder Umnutzung in andere Betriebsformen ist auf die Kirchberger Liste zurückzugreifen und es sind die städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen. Zukünftige Ansiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben sollten sich jedoch zwingend auf die Zentralen Versorgungsbereiche beschränken. Ansiedlungen von großflächigen Betrieben mit der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel (Nahversorger) sind derzeit nicht notwendig.

Flächen im Innenbereich (Beurteilungsgrundlage § 34 BauGB) mit potentieller Eignung (in Bezug auf den Gebietscharakter, ihre Lage, Ausdehnung, Grundstückszuschnitt oder einer vorhandenen Baustruktur) zur Ansiedlung von Einzelhandelsflächen außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sind zwingend durch Änderung der Flächennutzungs- und Bebauungspläne zu überplanen.

### **J.2.2 Exkurs zu §34 – Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile**

(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.

(2) Entspricht die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete, die in der auf Grund des § 9a erlassenen Verordnung bezeichnet sind, beurteilt sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach seiner Art allein danach, ob es nach der Verordnung in dem Baugebiet allgemein zulässig wäre; auf die nach der Verordnung ausnahmsweise zulässigen Vorhaben ist § 31 Abs. 1, im Übrigen ist § 31 Abs. 2 entsprechend anzuwenden.

(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

(3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung

1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs oder der Erweiterung, Änderung oder Erneuerung einer zulässigerweise errichteten baulichen Anlage zu Wohnzwecken dient,
2. städtebaulich vertretbar ist und
3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

#### **Anmerkungen:**

Nur ein Vorhaben, das innerhalb eines im Zusammenhang bebauten Ortsteils ausgeführt werden soll, ist nach § 34 BauGB zugelassen. Das setzt in räumlicher Hinsicht dreierlei voraus:

- Einmal muss das zu bebauende Grundstück von relevanter Bebauung umgeben sein,
- diese relevante Bebauung muss in einem Zusammenhang stehen und
- der Bebauungszusammenhang muss einem Ortsteil angehören.

Ob ein unbebautes Grundstück, das sich einem Bebauungszusammenhang anschließt, diesen Zusammenhang fortsetzt oder ihn unterbricht, hängt davon ab, inwieweit nach der maßgeblichen Betrachtungsweise der Verkehrsauffassung die aufeinanderfolgende Bebauung trotz der vorhandenen Baulücke den Eindruck der Geschlossenheit oder Zusammengehörigkeit vermittelt. Ein unbebautes und auch nicht optisch durch Bebauung geprägtes Grundstück am Rande eines Bebau-



ungszusammenhang kann dann (ausnahmsweise) noch zum Innenbereich gehören, wenn es ihm, etwa wegen eines hinter ihm liegenden Geländehindernisses oder wegen anderer topografischer Verhältnisse, bei wertender Betrachtung im Einzelfall zugerechnet werden muss.<sup>22</sup>

Nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB richtet sich die planungsrechtliche Zulässigkeit baulicher Vorhaben im unbeplanten Innenbereich nach dem sich aus der vorhandenen Bebauung ergebenden Maßstab. Erst wenn der maßgebliche Rahmen ermittelt ist, stellt sich die weitere Frage, ob sich das zur Prüfung stehende Vorhaben in ihn i.S.d. § 34 BauGB einfügt. Das bedeutet allerdings, dass – gleichsam auf der ersten Stufe der Betrachtung – alles an Bebauung in den Blick zu nehmen ist, was in der näheren Umgebung tatsächlich vorhanden ist. Eine Beschränkung auf das, was von der vorhandenen Bebauung städtebaulich wünschenswert oder auch nur vertretbar ist, darf insoweit nicht vorgenommen werden. Auch eine städtebaulich unerwünschte Bebauung darf bei der Bildung des Maßstabs nicht einfach von vornherein vernachlässigt werden.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit wird im unbeplanten Innenbereich nach § 34 Abs. 1 BauGB innerhalb des Bezugsrahmens der näheren Umgebung durch vier Kriterien bestimmt, nämlich

- die Art und
- das Maß der baulichen Nutzung,
- die Bauweise und
- die Grundstücksfläche, die überbaut werden soll.

Mit diesen Tatbestandsmerkmalen hat es, von

- der Sicherung der Erschließung,
- den Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse sowie
- dem Schutz des Ortsbildes

abgesehen, sein Bewenden.

§ 34 Abs. 3 BauGB enthält eine weitere, einschränkende Zulässigkeitsvoraussetzung für Vorhaben nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB. Zweck der Vorschrift ist der Schutz zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden vor schädlichen Auswirkungen durch Vorhaben, die nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB grundsätzlich zulässig wären. Dies betrifft vor allem Vorhaben des (großflächigen) Einzelhandels, die städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche verursachen.<sup>23</sup>

Von Abs. 3 erfasst werden insbesondere Einzelhandelsbetriebe, und zwar auch nicht-großflächige.<sup>24</sup> Damit fallen auch Fachmärkte oder Lebensmitteldiscounter mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche, also unterhalb der vom BVerwG<sup>25</sup> gezogenen Grenze der Großflächigkeit, unter diese Regelung. Entscheidend ist allein, ob von ihnen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen können.<sup>26</sup>

§ 34 Abs. 3 BauGB will schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden. Anders als § 11 BauNVO verlangt diese Vorschrift konkrete, also nachweisbare schädliche Auswirkungen. Deshalb findet hier die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO keine Anwendung,<sup>27</sup> weder unmittelbar noch entsprechend.

Maßgeblich sind nach der Rechtsprechung<sup>28</sup> drei Gesichtspunkte:

- Das Vorhaben – in der Praxis ein großflächiger oder nichtgroßflächiger Einzelhandelsbetrieb – soll außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden;
- das Warenangebot dieses Einzelhandelsbetriebes soll gerade (auch) solche Sortimente umfassen, die in Konkurrenz stehen zu den für die gegebene Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches typischen Sortimenten;

---

<sup>22</sup> BVerwG, Beschl. v. 1.8.1994 – 4 B 203/93 – juris

<sup>23</sup> Vgl. RegE, BT-Drucks. 15/2250, S. 54.

<sup>24</sup> OVG Münster, Urt. v. 19.6.2008 – 7 A 1392/07 – BauR 2008, 2025.

<sup>25</sup> BVerwG, Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10/04 – BauR 2006, 639.

<sup>26</sup> Kuschnerus, Rn. 326.

<sup>27</sup> BVerwG, Urt. v. 12.2.2009 – 4 B 3.09 – BauR 2009, 944; BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 1.08 – BauR2010, 732, 733.

<sup>28</sup> BVerwG, Urt. v. 11.10.2007 – 4 C 7.07 – BauR 2008, 315; OVG Münster, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05 – BauR 2007, 848.



- das Vorhaben lässt nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch zu erwartende Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird.

Liegt das Vorhaben im oder zu nahe am zentralen Versorgungsbereich, kann es dessen Funktion nicht stören. § 34 Abs. 3 BauGB normiert keinen Konkurrenzschutz der vorhandenen Betriebe. Aus der Voraussetzung der Sortimentsidentität folgt, dass ein Nahversorgungszentrum, welches ganz überwiegend Güter des kurzfristigen Bedarfs anbietet, in seiner Funktion nicht durch die Errichtung etwa eines Elektrofachmarktes beeinträchtigt wird. Umgekehrt kann ein Einzelhandelsbetrieb schädliche Auswirkungen erwarten lassen, der gerade die Sortimente anbietet, die in dem Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden.

Einzelhandelsbetriebe, die sich wegen § 34 Abs. 3 BauGB nicht einfügen, können auch nicht nach Maßgabe des § 34 Abs. 3a BauGB zugelassen werden. Auf § 34 Abs. 2 BauGB ist die Regelung nicht anwendbar. Hierfür besteht auch kein Bedürfnis, weil Vorhaben, die ihrer Art nach in dem jeweiligen Baugebiet nicht allgemein zulässig sind, im Wege der Ausnahme oder Befreiung zugelassen werden können (§ 34 Abs. 2 Hs. 2 BauGB).

Eine Überprüfung von Festsetzungen in z.B. Mischgebieten (MI) ist die Konsequenz. Eine Regelung wäre hier mit Hilfe §9 Abs. 2a BauGB einen einfachen Bebauungsplan mit Ausschluss von Einzelhandel als übergeordnete Planung über die betroffenen Gebiete zu legen.

### J.3 Nachnutzung/ Umnutzung von Leerständen

Bevorzugt vor Neubau, sind Leerstände mit neuen Nutzungen zu füllen, soweit diese eine zeitgemäße Vermarktung oder Überführung in neue (Einzelhandels-)Nutzungen erlauben.

### J.4 Zusammenfassung der Maßnahmen für die Bauleitplanung

Die Bauleitplanung ist durchgängig den Zielen und Inhalten des Einzelhandelskonzeptes anzupassen. Die Bauleitplanung sollte vorsorglich erfolgen und regelmäßig die bestehenden Objekte und Bebauungspläne überprüfen.

Die städtebauliche Verträglichkeit muss bei Neuansiedlungen und Bestandsweiterentwicklungen in Bezug zu bestehenden zentralen Versorgungsbereichen gewährleistet sein.

Die bereits beschriebenen Maßnahmen in Kapitel G1.5 und G2.4 sind in den FNP (Abgrenzung der ZVBs) sowie in Bauleitplanung (Stichwort Sondergebiete Einzelhandel) umzusetzen.

## K Kirchberger Liste

Die Definition einer speziell für den Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Kirchberg aufgestellten, zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsliste, ist entscheidender Bestandteil der vorliegenden Entwicklungskonzeption für die Stadt. Ausgangspunkt stellt die bereits 2008 von der GMA erarbeitete Kirchberger Liste dar.

Grundlagen der „Kirchberger Liste“ sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung, die lokalen Gegebenheiten und die bereits dargestellten Entwicklungspotenziale des Einzelhandels. Entscheidend bei der Festlegung der Sortimentsliste sind die erhobenen Sortimente innerhalb der ZVBs. Treten hier einzelne Sortimente nicht mehr, oder nur noch in Teilsortimenten innerhalb von Fachgeschäften auf, so sinkt deren Zentrenrelevanz. Ebenso als Bewertungskriterium fließt die Gewichtung der Ansiedlungsperspektiven einzelner Warengruppen für Innenstadtlagen ein. Hier wurde im Besonderen nach marktüblichen Standortpräferenzen die Marktfähigkeit von bestimmten Betriebstypen und Flächenverfügbarkeiten bewertet.

Generell ist festzuhalten, dass zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nur innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche zulässig sind, in den ZVB Nahversorgung (NVZ) nur die Nahversorgungsrelevanten Sortimente. Zum anderen betreffen **Ansiedlungsausschlüsse lediglich die zentrenrelevanten Sortimente**, wenn diese außerhalb der Innenstadt oder den ausgewiesenen Lagen angesiedelt werden sollen. Dagegen können (und sollen nach Möglichkeit) nicht-zentrenrelevante Sortimente auch in den Stadt- und Ortszentren oder den anderen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.



Abbildung 72 Kirchberger Liste

Nahversorgungs- und Zentrenrelevantes Sortiment	Nicht-zentrenrelevantes Sortiment
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b> Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel, Tabakwaren, Reformwaren, Getränke	
<b>Gesundheits- und Körperpflege</b> Drogerieartikel, Apothekenwaren	
<b>Bücher und Schreibwaren</b> Schreibwaren, Papierwaren, Zeitschriften	
<b>Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf</b> Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse	
Zentrenrelevantes Sortiment	Nicht-zentrenrelevantes Sortiment
<b>Gesundheits- und Körperpflege</b> Parfümerieartikel, orthopädische und medizinische Waren	
<b>Textilien, Bekleidung, Lederwaren</b> Damen- und Herrenoberbekleidung, Kinderbekleidung, Kürschnerwaren, Miederwaren, Strümpfe, Bekleidungszubehör, Kurzwaren, Lederwaren, Täschnerwaren, Handarbeitsbedarf, Sportbekleidung, Reisegepäck	
<b>Schuhe</b>	
<b>Uhren, Schmuck, Optik</b> Uhren, Schmuck, feinmechanische Erzeugnisse, Optik (Lupen, Ferngläser, Brillen, etc.), Edelmetallwaren, Akustik	
<b>Haushaltswaren, GPK</b> Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut, Galanteriewaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen	<b>Haushaltswaren, GPK</b> Campingartikel
<b>Elektrowaren</b> Braune Ware (Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, DVD, CD, Video, Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör), Computer, Telekommunikation, Zubehör	<b>Elektrowaren</b> Weiße Ware (z.B. Herde, Kühl- und Gefrierschränke und -truhen, Geschirrspülmaschinen, Staubsauger, Waschmaschinen, Öfen)
<b>Bücher und Schreibwaren</b> Bücher, Fachzeitschriften, elektr. Publikationen, Unterhaltungszeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel, Bastelartikel	<b>Bücher und Schreibwaren</b> Büromaschinen, Organisationsmittel, Büromöbel
<b>Möbel und Einrichtungsbedarf</b> Antiquitäten, Rahmen, Bilder, Bettwaren, Kunst und kunstgewerbliche Gegenstände, Devotionalien, Bettwäsche, Haus- und Heimtextilien, Gardinen	<b>Möbel und Einrichtungsbedarf</b> Leuchten und Lampen, Teppiche, Möbel, sperriger Einrichtungsbedarf, Matratzen
<b>Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf</b> Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse	<b>Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf</b> Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren, Rasenmäher, Schrauben, Klein-eisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel, Tapeten, Wand- und Deckenbeläge, Bodenbeläge, elektrotechnische Erzeugnisse, Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Pinsel und Zubehör, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde, Heimtier- und Kleintierfutter, Zoobedarf, Tiere, Sämereien, Düngemittel, Schnittholz, Baustoffe
<b>Hobby-, Sport und Freizeitartikel</b> Musikinstrumente, Musikalien, Briefmarken, Malbedarf, Waffen, Munition, Jagdgeräte, Jagdausrüstung, Sportartikel, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Rucksäcke, Spielwaren	<b>Hobby-, Sport- und Freizeitartikel</b> Fahrräder, Zweiräder, KFZ- und Kradzubehör, Kindersitze Kinderwägen, Sportgeräte, Zelte, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote, Gebrauchtwaren

Soweit im Einzelfall bestimmte Artikel in keiner der beiden Listen aufgeführt sind, sind sie nach sachlogischem Zusammenhang einer der benannten Artikelgruppen zuzuordnen.

ZVBI= Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

ZVBS= Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum (Nahversorgung)

perspektivischer Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum (Nahversorgung)



## Zusammenfassung der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes

### **Folgende Sachverhalte sind damit festzuhalten:**

- Ausweisung und Anwendung der Kirchberger Liste
- Ausweisung der dargestellten Zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum Kirchberg und Ortszentrum Sohren
- Ausweisung der Zentralen Versorgungsbereiche Nahversorgung in Büchenbeuren, Sohren und Kirchberg
- Konzentration aller Einzelhandelsfunktionen auf die ausgewiesenen Bereiche
- Keine großflächigen Einzelhandelsansiedlungen mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten (siehe Kirchberger Liste) außerhalb der abgegrenzten Standortbereiche (Zentrale Versorgungsbereiche)
- Einarbeitung der Ziele und strategischen Aussagen des Konzeptes in die aktuelle Bauleitplanung
- Keine Ausweisung von weiteren Standorten der Nahversorgung außerhalb der bestehenden Standortbereiche
- Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden Betriebe (auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche)
- Erhalt und Pflege der zentralen Versorgungsbereiche als Identifikationsplatz unter Berücksichtigung der Flächenbedarfe für den Fachhandel, Dienstleister und die Gastronomie
- Verbesserung der Kaufkraftbindung und Nahversorgung durch zusätzliche Ansiedlung von Drogeriemärkten sowie Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters. Die jeweilige Standortwahl muss sich auf die ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche beschränken und sich an den Einzugsbereichen der Grundzentren orientieren (Kooperation).
- Abwägende Ansiedlung von neuen, strukturergänzenden Märkten unter Berücksichtigung der getroffenen Aussagen zu Sortimenten und räumlicher Verortungen sowie der zentralörtlichen Einstufung.
- Ansiedlung neuer Betriebsformen und –typen innerhalb der bestehenden Zentrenstruktur zur Strukturergänzung und Verbesserung der Magnetfunktion für Kunden aus dem Einzugsgebiet
- Flächenerweiterungen im Einzelhandel sind nicht nur unter dem Gesichtspunkt Umsatzsteigerung, sondern auch unter dem qualitativen Aspekt zu verstehen (breite Gänge, niedrigere Regale, tieferes Sortiment, etc.)



## L Gesamtfazit

Durch das Einzelhandelskonzept ist die Verbandsgemeinde Kirchberg in der Lage, zukünftige Einzelhandelsentwicklungen an ungewollten Solitärstandorten zu unterbinden und so die (Nah-)Versorgungssituation innerhalb des Verbandsgemeindegebietes zu sichern.

Gleichzeitig werden die Anforderungen der Landesplanung erfüllt und die künftige Gemeindeentwicklung hinsichtlich der Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen konkretisiert und festgeschrieben.

Die Integration von Einzelhandelsbetrieben (soweit möglich) mit Magnetfunktion in der Stadtmitte und im Ortszentrum bietet die beste Möglichkeit, die Attraktivität der Zentren weiter zu erhöhen.

Insgesamt muss der Verbandsgemeinde Kirchberg derzeit eine begrenzte Marktstellung als Grundzentrum in der Region bestätigt werden. Der Einfluss des Mittelzentrums Simmern ist im periodischen Bedarfssegment zu groß. Deshalb sind weiterhin nahversorgungsspezifische Verbesserungen und ergänzende Verkaufsflächen und Betriebsformen notwendig.

Die zentralen Versorgungsbereiche sind als primäre Standorte, sofern Flächenanforderungen realisiert werden können, für den Einzelhandel bevorzugt zu entwickeln.

Die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (Nahversorgung) sind elementare und schützenswerte Bestandteile der Nahversorgungsstruktur und dienen der wohnungsnahen Nahversorgung der Ortsgemeinden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die derzeitige Ausgangslage, wie auch die zukünftigen Potenziale, einer positiven Gemeinde- und Wirtschaftsentwicklung nicht entgegenstehen. Durch gemeinsames Handeln und nachhaltige Planung können die zentralen Strukturen erhalten und weiter gestärkt werden.

Das vorliegende Konzept versteht sich als Bedarfs- und Strukturkonzept. Es werden keine exakten Aussagen zum Flächenbedarf und Zeiträumen gegeben. Lediglich die zukünftigen Standorträume und die Entwicklungsempfehlungen für die bestehenden Zentren sind wichtiger Teil der Konzeption. So ist das Konzept insgesamt flexibel und zukunftsfähig. Aktuelle Plan- und Projektanfragen können so anhand der Strukturräume (Zentrenabgrenzungen, Projektstandorte) und Zielaussagen (Kirchberger Liste, Entwicklungsaussagen, u.a.) bewertet werden.

**Künftige Entwicklungen müssen grundsätzlich kritisch hinterfragt und unter Berücksichtigung des vorliegenden Zentren- und Entwicklungskonzeptes abgewogen werden.**

**Das Zentrenkonzept bietet neben Entwicklungsanstößen vor allem Planungssicherheit für die bestehenden Betriebe sowie eine klare Richtlinie für zukünftige Investoren.**

**Die Ziele und Maßnahmen, die das Einzelhandelskonzept vorsehen, sind NUR durch zielgerichtete Kooperation und konstruktive Zusammenarbeit aller Akteure zu erreichen. Eine Umsetzung ist demnach Aufgabe ALLER Akteure.**



## M Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des zentralen Einzelhandels

Grundlegend ist festzuhalten, dass der innerstädtische Einzelhandel der Verbandsgemeinde Kirchberg noch Entwicklungspotenziale in der Angebotserweiterung und -qualifizierung sowie in der Konzentration der zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum Kirchberg und Ortszentrum Sohren besitzt.

Darüber hinaus sollte eine Optimierung der Rahmenbedingungen in den ZVB oberste Priorität für eine funktionierende zentrale Einzelhandelslandschaft erhalten. Hierzu zählt besonders die Verbesserung (baulich, qualitativ, marketingtechnisch) vieler ortszentraler Einzelhandelsstandorte.

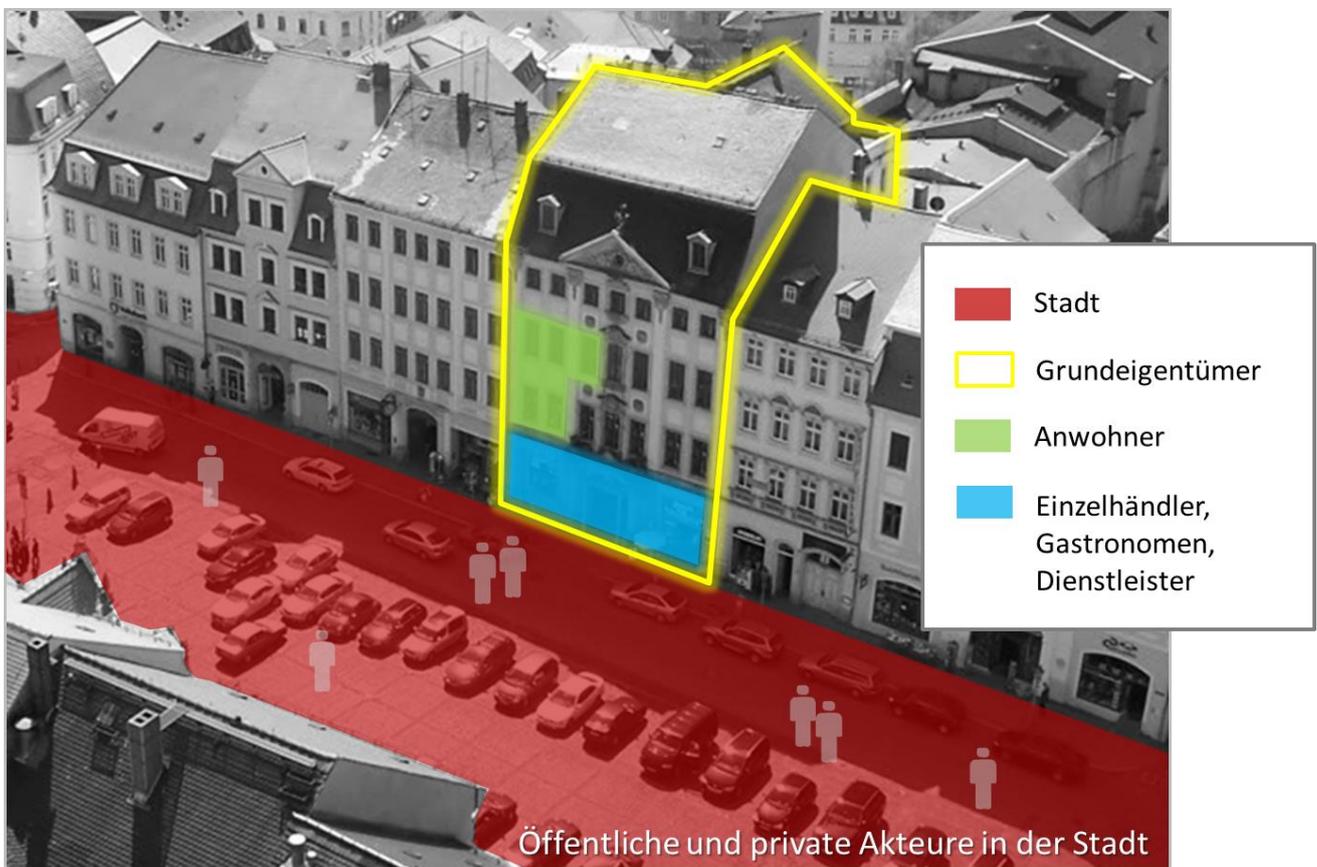
Zudem sollten hier in Zukunft sämtliche Möglichkeiten einer impulsgebenden Revitalisierung nachdrücklich verfolgt werden, um eine Stärkung und Aufwertung aller zentralen Lagen zu forcieren.

In erster Linie sind die eingeschränkten Standortmöglichkeiten (fehlende größere, zusammenhängende Verkaufsflächen oder topographiebedingte Erschwernisse) in guter Lage dafür verantwortlich, dass Ansiedlungserfolge ausblieben. Trotz dieser bekannten Probleme gelingt es immer wieder, kleinere Fachgeschäfte im zentralen Bereich anzusiedeln, die den Branchenmix weiter optimieren und aufrechterhalten.

Die hohe Mobilität der Kunden führt zugleich zu gestiegenen Ansprüchen in Hinsicht auf die Erlebnisvielfalt während des Einkaufs und die Aufenthaltsqualität bzgl. des Stadtbilds.

**Nur die strukturierte und zielgerichtete Zusammenarbeit aller Akteure (siehe Abbildung 57 Akteure in der Stadt) ermöglicht eine zielführende und positive Entwicklung des zentralen Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Kirchberg.**

Abbildung 73 Öffentliche und private Akteure in der Stadt



Quelle: eigene Darstellung



Die ZVB bieten heute ein eher labiles Attraktivitätsniveau. Deshalb bieten sich zahlreiche Ansätze für eine strukturelle und qualitative Weiterentwicklung der ZVB Stadtzentrum und Ortszentrum. Ziel muss es sein, die Kunden durch ein angenehmes und hochwertiges Einkaufsumbiente länger zum Verweilen in den Zentren zu animieren. Dabei spielen folgende Punkte eine wichtige Rolle:

- Einkaufserlebnis
  - Geschäftsvielfalt
  - Einkaufsbummel
  - Qualität der Ware
  - Qualität der Beratung
  - Ergänzende gastronomische und touristische Angebote
- Einkaufsbedingungen
  - Parkmöglichkeiten
  - Städtebauliche Qualität
  - Preisniveau
  - Distanzen
  - Öffnungszeiten (einheitliche Kernöffnungszeiten)
- Berücksichtigung der touristischen Aspekte  
(sowohl für Naherholung (Umkreis 20-40 km Entfernung) als auch für Touristen (> 100 km Entfernung))
- Berücksichtigung und Bindung der Wohnbevölkerung in den umliegenden Ortsgemeinden  
(Grundzentren als Verwaltungs- und Versorgungsstandort)

Die **Aufenthaltsqualität und die damit verbundene Verweildauer** sind zwei maßgebliche Stellschrauben einer zukunftsfähigen Zentrenentwicklung. Diese Ansprüche können durch **gemeinsame Anstrengungen** seitens der Gemeinde, der Händlerschaft und der Immobilien- und Grundeigentümer befriedigt werden. Neben der Wohnbevölkerung in der Verbandsgemeinde Kirchberg bilden die regelmäßigen Gäste aus der Nähe (diffuse Zuflüsse) ein weiteres wichtiges Potenzial ab. Vor allem die Verbraucher der Ortsgemeinden, die Beschäftigten am Flughafen und die Studenten der Polizeihochschule, aber auch die touristischen Gäste sind wichtige zusätzliche Potenzialträger.

***Die folgenden Maßnahmen sind unter dem Blickwinkel der öffentlichen und privaten Akteure in der Verbandsgemeinde zu verstehen und bedeuten eine klare Beachtung der jeweiligen Zuständigkeiten!***

Folgende Maßnahmen (nicht abschließend) sind dazu einsetzbar:

#### **Maßnahmen der Verbandsgemeinde/Ortsgemeinden**

- Optimierung der Kommunikation der guten Parkplatzsituation
- Erhalt der historischen, städtischen Substanz (soweit zielführend und/oder imageprägend)
- Gestaltung der Fahr- und Gehwege (Verwendung von fußgängergerechten Materialien)
- Erhalt und Ausbau der Stadtmöblierung und –beschilderung
- Unterstützung bei der Weiterführung der Sanierung einzelner Objekte (Stadtbildverbesserung)
- Unterstützung bei der maßvollen, ergänzenden Ansiedlung von Fachmärkten
- Bestandspflege durch vorsorgliche Bebauungsplanung
- Bindung und Prägung der Jugend (insbesondere der Schüler) auf die Standorte Kirchberg/Sohren
- Moderation von Prozessen im Rahmen der Zentren(weiter)entwicklung



### **Maßnahmen der Einzelhändler, Dienstleister, Handwerker und Immobilien- und Grundeigentümer**

- Zusammenlegung von Ladenflächen, gemeinsame Entrees schaffen
- Innovative Erneuerung und Weiterentwicklung der Schaufenstergestaltung einiger Ladengeschäfte
  - Klare Gestaltung und Strukturierung und Schaffung von Blickfängen
  - Punktuelle Beleuchtung
- Erneuerung der teilweise überalterten Ladeneinrichtung
- Transparente Gestaltung der Ladeneingangssituation (Senkung der Hemmschwelle zum Betreten eines Ladengeschäftes)
- Verständigung auf einheitliche Kernöffnungszeiten
- Lieferservice oder Pick-Up Points (zentrale Abholstationen für (Einzelhandels-)Betriebe im ZVB Stadtzentrum/Ortszentrum an infrastrukturellen Schnittpunkten verwirklichen
- Schulung des Personals
  - Qualifizierungsmaßnahmen für die Fachberatung
  - Durchgängige Freundlichkeit
  - Information über zusätzlich Serviceleistungen (cross-selling)
- Erhalt und Weiterentwicklung der Werbemaßnahmen (Faustregel des Werbebudgets: 3-5% des Umsatzes)
  - Wahrung der Kontinuität
  - Aufbau und Pflege von Kundendateien
  - Überprüfung der Werbereichweiten bei Gemeinschaftsaktionen
- Moderierte Immobiliengespräche zur Wirtschaftsförderung
- Internet und Onlinemarketing (Web-Shops, Virtuelles Kaufhaus, QR-Codes, Gratis W-LAN, etc.)
- Erhalt der privaten, historischen Bausubstanz (soweit zielführend und/oder imageprägend)

### **Gemeinsame Maßnahmen**

- Beleuchtungskonzept für die Ladengeschäfte, historische bzw. stadtbildprägende Bauwerke und auch Wohnimmobilien
- Pflege der Ensembles
- Sauberkeit der Straßen und Geschäftslagen
- Citymanagement
- Stadtmarketing
- Tourismus (Gäste aus einer Entfernung von mehr als 100km) und Naherholung (Gäste aus dem Umkreis 20 - 100 km) als ergänzende Potenzialkomponenten



## N Beschlussfassung

### Ausgangslage

Die Verbandsgemeinde Kirchberg ist geprägt durch ihre eingeschränkte grundzentrale Versorgungsfunktion. Der Einzelhandel ist trotzdem ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor für die Stadt. Die zentralen Versorgungsbereiche sind wichtiger Handels- und Dienstleistungsstandort und damit in ihrer Struktur zu stärken und zu entwickeln.

### Planungserfordernis

Die Handelsentwicklung in der Verbandsgemeinde Kirchberg ist Ausgang einer planerischen Überlegung. So konnten bereits in der Vergangenheit bestimmte Entwicklungen gesteuert bzw. Negative vermieden werden. Zeitgleich aber schreitet der Strukturwandel im Einzelhandel voran. Ebenso sind die Herausforderungen durch die demografische Entwicklung nicht von der Hand zu weisen. Steigende Verkaufsflächenbedarfe (z.B. breitere Gänge) und leicht sinkende Flächenproduktivitäten sorgen zunehmend für Ansiedlungs- und Verlagerungsdruck auf kostengünstige oft stadtstrukturell ungeeignete Lagen. Um den Handelsstandort insgesamt weiterentwickeln zu können ist es unabdingbar einen konzeptionellen Ansatz für die Gesamtstadt, der den Anforderungen der Landes- und Regionalplanung sowie der aktuellen Rechtsprechung gerecht wird, zu entwickeln.

### Rechtlicher Status

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Verbandsgemeinde Kirchberg ist eine informelle Planung und hat somit keine unmittelbare Außenwirkung auf die planungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben. Diese richten sich weiterhin ausschließlich nach den Regelungen des Baugesetzbuches. Daher ist es notwendig, das Konzept als Leitbild in die Bauleitplanung einzustellen und ggf. betroffene Bebauungspläne zu überarbeiten, damit sich eine Schutzwirkung für die bestehenden Betriebe entfalten kann.

Vor allem im Rahmen der Bebauungsplanverfahren finden gesetzlich normierte Beteiligungs- und Abwägungsprozesse statt. In diesem kann auf die spezifischen Erfordernisse der Stadt, des lokalen Handels sowie Zielen der Landes- und Regionalplanung, aber auch auf die Interessen von Einzelpersonen eingegangen werden.

### Zentrale Versorgungsbereiche

Der Begriff des **Zentralen Versorgungsbereiches** ist in der Kommentierung und der aktuellen Rechtsprechung definiert worden und keiner freien Interpretation zugänglich!

Zentrale Versorgungsbereiche sind bestehende oder konzeptionell vorgesehene, räumlich abgegrenzte Agglomerationen aus mehreren Einzelhandelsbetrieben mit einer bestimmten hierarchischen Versorgungsfunktion. Die zentralen Versorgungsbereiche definieren sich neben Einzelhandelsnutzungen auch aus Dienstleistungsbetrieben und anderen Versorgungsnutzungen (z.B. soziale und medizinische Einrichtungen). Bei der Erkenntnis von städtebaulich sinnvollen Entwicklungspotenzialen können über die sog. faktischen Zentralen Versorgungsbereiche hinaus auch Erweiterungs- und Entwicklungsbereiche festgelegt werden.

Solitärstandorte von Einzelhandelsbetrieben stellen in der aktuellen Rechtsauffassung keine Zentralen Versorgungsbereiche dar. Soweit in deren Umfeld keine Entwicklungspotenziale bestehen oder aufgrund der Lage weitere Entwicklungen städtebaulich nicht sinnvoll sind, können diese auch planerisch-konzeptionell nicht als ZVB ausgewiesen werden.



## Grundsätze

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind allgemeine Grundsätze formuliert, aus denen Investoren, Einzelhändler und die Kommune ohne weiteres entnehmen können, ob bestimmte Vorhaben den Zielen der städtischen Entwicklung entsprechen.

- Erhalt und Entwicklung der ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche
- Erhalt und Entwicklung der ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereich in den Grundzentren (Nahversorgung)
- Sicherung der grundzentralen Funktion in allen Grundzentren
- Gewährleistung einer verbrauchernahen Versorgung
- Schaffung günstiger Rahmenbedingungen für den mittelständischen Einzelhandel
- Sicherung des wichtigen Wirtschaftsfaktors Einzelhandel

## Ziele

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Verbandsgemeinde Kirchberg wird eine zielgerichtete und räumlich-funktional strukturierte Einzelhandelsentwicklung angestrebt. Mit dem Einzelhandelskonzept wird ein konstruktives, komplexes Leitbild für die Entwicklung des Einzelhandels formuliert. Dabei stehen Transparenz und Ablesbarkeit der städtischen Planungsziele für potenzielle Investoren, aber auch für die Politik und sonstigen Marktakteure, im Vordergrund. Mit dem Konzept wird den Betrieben innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche, aber auch an den sonstigen bestehenden Standorten eine sichere Planungsgrundlage für weitere Investitionen gegeben. Gleichzeitig werden auch für künftige Ansiedlungsinteressen die Richtlinien aufgezeigt.

Durch die Beschlussfassung des Verbandsgemeinderates entfaltet das Konzept Bindungswirkung gegenüber dem kommunalen und dem freien planerischen Handeln der jeweiligen Akteure.

## Beschluss der kommunalen Gremien

**Die Verbandsgemeinde Kirchberg erkennt das vorgelegte Einzelhandelskonzept als gemeinsame und verbindliche Grundlage bei der zukünftigen Bewertung und Steuerung von Einzelhandelsansiedlungsvorhaben in der Verbandsgemeinde an und stimmt den Aussagen im Gutachten zu. Die Aussagen des Einzelhandelskonzeptes sind in die Bauleitplanung zu übernehmen.**



## **O Anhang**

### **O.1 Absatzformen - Definitionen**

#### **Lebensmittel SB-Laden**

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

#### **Supermarkt**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 85 % des Gesamtumsatzes.

#### **Lebensmittel-Discounter**

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 450 qm bis 1.200 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 80 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

#### **Verbrauchermarkt**

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1.500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3.000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

#### **SB-Warenhaus**

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4.000 qm (nach EHI Köln), von 5.000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

#### **Warenhaus**

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm erforderlich.

#### **Kaufhaus**

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1000 qm Verkaufsfläche.

#### **Fachgeschäft**

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.



## **Fachmarkt**

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1.000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1.000-1.500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2.000-4.000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2.000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

## **Geschäftsfläche**

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

## **Verkaufsfläche**

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen der Eingangsbereich mit der entsprechenden Kundenlauffläche, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Auslage- und Ausstellungsfläche (soweit sie dem Kunden zugänglich ist), Schaufenster, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, die Flächen von Bedientheken und dahinterliegenden Warenträgern (ohne die dazwischenliegende Lauffläche der Verkäufer), Umkleidekabinen, dem Kunden zugängliche Gänge, die Kassenzone und Freiverkaufsflächen, die dem Kunden zugänglich sind und nicht nur vorübergehend genutzt werden sowie die Pfandrückgaberräume die vom Kunden betreten werden können und auch die Boxen für Einkaufswägen (wenn diese innerhalb des Einzelhandelsgebäudes angeordnet oder bereitgestellt werden).

## **Marktgebiet/Einzugsbereich**

Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Pendlerverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlaufflächen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

## **Kaufkraft (Potential)**

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

## **Umsatz**

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raumleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.



### **Raumleistung/Flächenproduktivität**

Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

### **Umsatzerwartung**

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblichen distanzabhängigen Marktanteilen (Marktanteilskonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (Ökonometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standort-metrisches Konzept).



## O.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2020

### 1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)

Pferdefleischerei

Bäckerei, Konditorei

Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren

Reformwaren

Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier

Fisch, Fischerzeugnisse

Wild, Geflügel

Süßwaren

Kaffee, Tee, Kakao

Fleisch, Fleischwaren

Brot, Konditorwaren

Kartoffeln, Gemüse, Obst

Sonstige Nahrungsmittel

Wein, Spirituosen

Bier, alkoholfreie Getränke

Tabakwaren

### 2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken

Medizinisch-Orthopädische Artikel

Parfümeriewaren (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel)

Drogeriewaren

Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



### **3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren**

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

### **4. Schuhe**

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (ohne Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

### **5. Uhren, Schmuck, Optik**

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)

Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

### **6. Hausrat**

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte,

Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten, Möbel- und Grillgeräte für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde

Schneidwaren, Bestecke (ohne Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

Galanteriewaren (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer), Geschenkartikel

Näh- und Strickmaschinen



## 7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)

Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)

Computer, Telekommunikation, Zubehör

## 8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel, Bastelartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner,

Hefter, aber ohne Büromöbel)

## 9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche



## **10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf**

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren)

Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, ohne Teppiche)

Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)

Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel, technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas- und Keramikstoffe)

## **11. Hobby- und Freizeitartikel**

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

Kfz-Zubehör

Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen

Waffen, Munition, Jagdgeräte

Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)

Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte, Campingartikel)

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten)



Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2 sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Weitergabe, Vervielfältigung (auch auszugsweise) ist nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers zulässig. Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

**Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH**

Am Weichselgarten 26

91058 Erlangen

10.3.2021

Norbert Lingen  
Geschäftsführer

**Projektteam:**

Dipl.-Ing. Norbert Lingen, Projektleitung

Dr. Ute Biegelmann, Statistik und Auswertungen

MA. Franziska Maaser, Erhebungen und Geomarketing