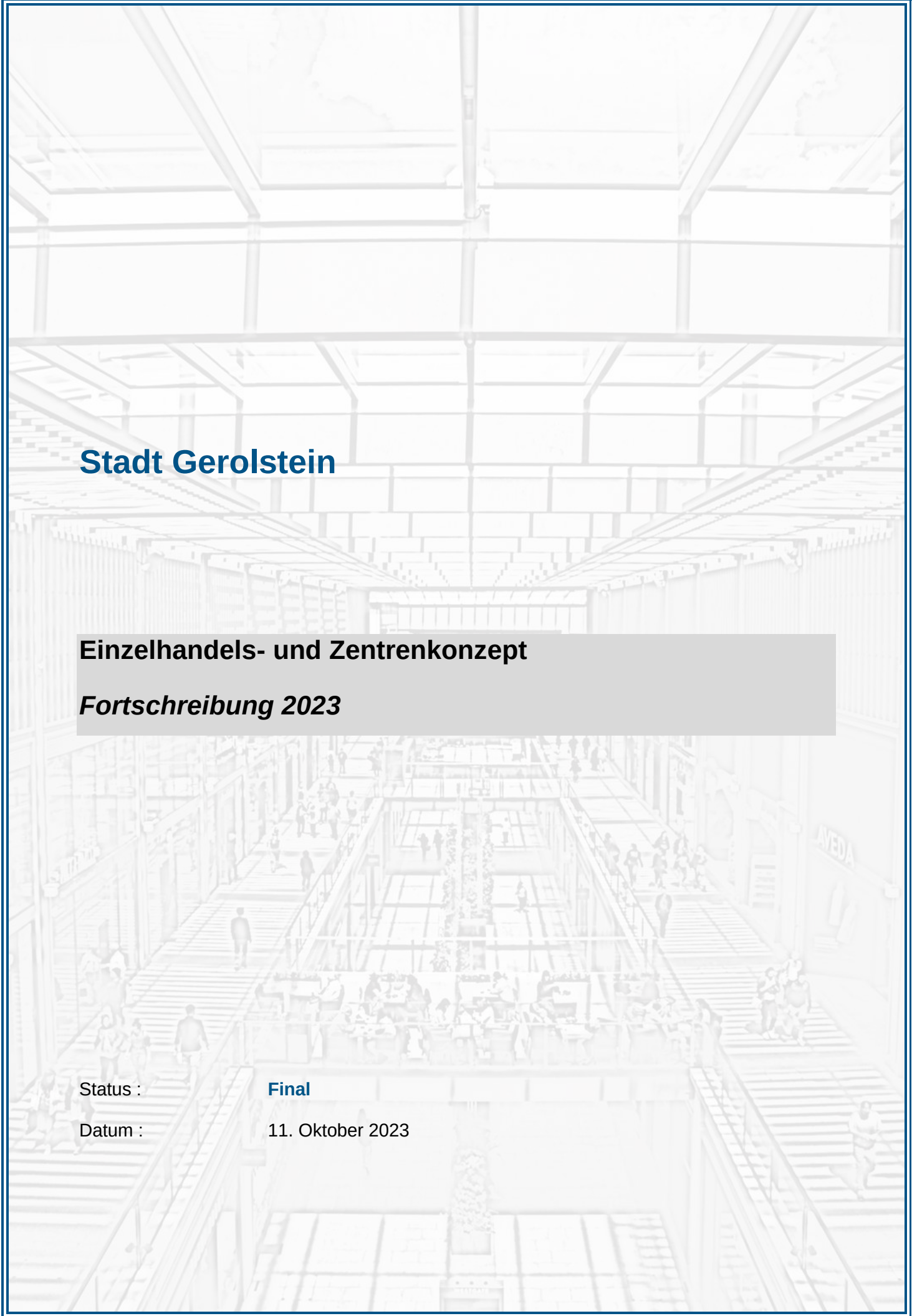




Stadt Gerolstein

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Fortschreibung 2023

Status :

Final

Datum :

11. Oktober 2023

© Alle Rechte vorbehalten

Die in diesem Dokument vorkommenden Texte, Zahlen, Abbildungen und Tabellen unterliegen dem Urheberrecht, mit Ausnahme gekennzeichnete Inhalte. Jede Weitergabe, Verwendung, Veröffentlichung und jedes Zitat bleibt der Zustimmung des Urhebers vorbehalten.

Erarbeitet durch:

Planung1

Stadtplanung | Beratung

Dipl.-Ing. Daniel Heßer
Freier Stadtplaner AKRP

Schloßstraße 11 | 54516 Wittlich
info@planung1.de | 06571 177 98 00

Inhaltsverzeichnis

1.	Aufgabenstellung	4
2.	Ausgangsdatenlage.....	4
3.	Übergeordnete Vorgaben.....	5
3.1.	Landesentwicklungsprogramm (LEP IV)	5
3.2.	Regionaler Raumordnungsplan Region Trier 1985 / 1995.....	6
3.3.	Entwurf Regionaler Raumordnungsplan Region Trier 2014.....	6
3.4.	Aktuelle Rechtsprechung	7
4.	Kaufkraft.....	7
5.	Bestandssituation / Umsatzleistung.....	9
5.1.	Verkaufsflächen	9
5.2.	Leistungskennzahlen	9
6.	Kaufkraftbindung.....	10
7.	Entwicklungspotenziale und Empfehlungen	12
8.	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB).....	13
9.	Sortimentsliste für Gerolstein.....	17
9.1.	Nahversorgungsrelevante Sortimente	17
9.2.	Zentrenrelevante Sortimente	17
9.3.	Nicht zentrenrelevante Sortimente	18
9.4.	eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich Sarresdorfer Straße.....	19
10.	Fazit	20
11.	Exkurs: Online Handel.....	21
12.	Anhang: Berechnungsergebnisse Einzelhandelskonzept 2012	25

Hinweis:

Einige Inhalte und Erläuterungen aus dem bisherigen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Gerolstein aus dem Jahr 2012 werden in die Fassung der Fortschreibung nicht überführt. Es erfolgt eine Konzentration auf die konzeptionell relevanten Aussagen und Darstellungen.

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Gerolstein stellte bereits im Jahr 2012 ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept gemäß den Vorgaben aus dem Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) aus dem Jahr 2008 auf. Ziel war es, die zentralen Versorgungsbereiche zu definieren und die Sortimentslisten für innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Sortimente zu erstellen.

Der Stadt ist gemäß LEP IV die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

Der Hintergrund dieser Fortschreibung ist die Überprüfung der Aussagen des ursprünglichen Konzeptes und eine gegebenenfalls notwendige Weiterentwicklung.

Für diese Fortschreibung erfolgt eine erneute Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Einzelhandelsstruktur in der Stadt Gerolstein und für die mittel- und langfristigen Sortimenten in der gesamten Verbandsgemeinde Gerolstein, für die das Mittelzentrum den Versorgungsauftrag innehat. Ebenfalls im mittelzentralen Verbund Gerolstein befinden sich die kooperierenden Grundzentren Stadtkyll und Jünkerath sowie das Grundzentrum Hillesheim, die jeweils für ihren Nahbereich die Grundversorgung übernehmen.

Auf Grundlage der Bestandserhebung und der aktuellen Daten zur Kaufkraft (GfK) wird die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ermittelt. Hieraus werden Entwicklungspotenziale identifiziert und diskutiert. Da sich zwischenzeitlich auch rechtliche Vorgaben geändert haben, ist die Fortschreibung ebenfalls dahingehend anzupassen (vgl. Kap. 3.3). Im folgenden Schritt leiten sich die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche sowie die Sortimentsliste ab. Das Konzept und das gesamte Verfahren werden mit den politischen Gremien abgestimmt. Zudem erfolgt eine Beteiligung der erforderlichen Stellen der Raumordnung und Fachträger sowie der Öffentlichkeit. Resultat bildet das fortgeschriebene Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gerolstein, das als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dient.

2. Ausgangsdatenlage

Die Konzeptfortschreibung greift auf folgende Plan- und Datengrundlagen zurück:

- [1] Landesentwicklungsprogramm LEP IV RLP, 2008 (mit Teilfortschreibungen)
- [2] Regionaler Raumordnungsplan Trier, 1985 /1995
- [3] Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 2012
- [4] Aktuelle Rechtsprechung der Obergerichte, des Bundesverwaltungsgerichtes und des Europäischen Gerichtshofes

3. Übergeordnete Vorgaben

3.1. Landesentwicklungsprogramm (LEP IV)

Das LEP IV regelt die Zuständigkeiten der Gemeinden nach dem zentralörtlichen System. Es legt die Ober- und Mittelzentren fest. Gleichzeitig werden die den Zentren zugeordneten Bereiche der mittelzentralen Versorgung definiert, welche für den Versorgungsauftrag der Gemeinden ausschlaggebend sind.

Der Stadt Gerolstein ist nach dem LEP IV die Funktionen eines Mittelzentrums zugewiesen. Dem Mittelbereich gehören die kooperierenden Grundzentren Stadtkyll und Jünkerath sowie das Grundzentrum Hillesheim an.

Nach den Zielvorgaben Z 57 bis Z 61 regelt das LEP IV die Einzelhandelssteuerung auf überkommunaler Ebene. Die Gemeinden sollen darauf aufbauend eigene Einzelhandelskonzepte aufstellen, um ihrer Planungshoheit Ausdruck zu verleihen. Im Detail sehen die Vorgaben des LEP IV wie folgt aus:

- | | |
|-------------|--|
| Z 57 | Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m ² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m ² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist. |
| Z 58 | Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie 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 umfassen. |
| Z 59 | 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. |
| Z 60 | 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 (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.

- Z 61** Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. 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.

Diese Regelungen des LEP IV sind durch die Planungen der Stadt Gerolstein zu beachten.

3.2. Regionaler Raumordnungsplan Region Trier 1985 / 1995

Der derzeit gültige Raumordnungsplan (ROP) der Region Trier weist der Stadt Gerolstein die Funktion eines Mittelzentrums zu. Darüber hinaus macht der Raumordnungsplan in seiner Teilfortschreibung von 1995 zum Thema Einzelhandel konkrete Angaben zu Flächengrößen und -zuteilungen sowie zu innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten¹. Durch die Vorgaben des aktuelleren LEP IV sind diese Listen jedoch für jede Gemeinde individuell zu erstellen und den örtlichen Bedürfnissen und Gegebenheiten anzupassen sowie zu begründen. Gerolstein übernimmt für den Nahbereich (ehem. VG Gerolstein) den Versorgungsauftrag mit den nahversorgungsrelevanten Sortimenten und für den Mittelbereich (ehem. VG Hillesheim und VG Obere Kyll) die Versorgung mit Sortimenten aus dem Bereich der mittel- und langfristigen Bedarfe.

An den Grundsätzen hat sich die Einzelhandelsentwicklung in Gerolstein zu orientieren; sie unterliegen aber auch der planerischen Abwägung der Stadt.

3.3. Entwurf Regionaler Raumordnungsplan Region Trier 2014

Aktuell befindet sich der Raumordnungsplan der Region Trier in der Neuaufstellung². In einigen Teilen der Region ergibt sich daraus eine geringfügige Änderung des Zentrale-Orte-Systems. Für die Verbandsgemeinde Gerolstein werden die gegenwärtigen Einstufungen übernommen.

¹ Die Begrifflichkeiten „Innenstadtrelevante Sortimente“ sowie „Nicht innenstadtrelevante Sortimente“ sind im Kontext der Einzelhandelsplanung allgemeingebäuchlich und werden somit auch im Zusammenhang mit den hier behandelten Gemeinden verwendet. Der Begriff der „Innenstadtrelevanz“ ist somit im vorliegenden Fall gleichzusetzen mit „Zentrenrelevanz“.

² Planungsgemeinschaft Region Trier, Körperschaft des öffentlichen Rechts: Regionaler Raumordnungsplan Region Trier – Entwurf Januar 2014;

Somit weist auch der RROP/E der Stadt Gerolstein die Funktionen eines Mittelzentrums zu. Zu den dem Mittelzentrum zugeordneten Nahbereiche zählen weiterhin Hillesheim, Jünkerath / Stadtkyll.



Abbildung 1 Zentrale Orte & Einzugsbereiche (Ausschnitt)
(RROP - Entwurf 2014)

3.4. Aktuelle Rechtsprechung

Seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2012 sind einige neue Rahmenbedingungen im Zusammenhang mit der Planung und Konzeptionierung der Einzelhandelsentwicklung zu beachten. Dabei spielen die aktuellen Rechtsurteile der Obergerichte und des Bundesverwaltungsgerichtes eine besondere Rolle. Aber auch die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes ist zu berücksichtigen. So hat der EuGH am 30.01.2018 entschieden, dass die Steuerung des Einzelhandels als Auslegung der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu verstehen ist. Daher sind Steuerungen stets ohne pauschale Obergrenzen vorzunehmen und es müssen zwingende städtebauliche Gründe vorliegen, um den Eingriff in die Niederlassungsfreiheit zu rechtfertigen. Diesen Ansprüchen soll das fortgeschriebene Konzept gerecht werden.

4. Kaufkraft

Als Grundlage der Ausgangsbewertung Gerolsteins als Handelsstandort muss ermittelt werden, wie vor Ort die Kaufkraftstärke aussieht und welche Entwicklungen aus dieser Kaufkraft

zu erwarten sind. Dabei wird auf die Zahlen der GfK im aktuellsten Stand zurückgegriffen. Diese Zahlen werden jährlich ermittelt, mit einem ortsspezifischen Index versehen und können neben der allgemeinen Kaufkraftleistung auch auf die speziellen Belange des Einzelhandels reduziert ausgegeben werden.

Auf der Grundlage der im Einzugsbereich lebenden Einwohner und der personenbezogenen Einzelhandelskaufkraft der GfK kann die Kaufkraft im Einzugsbereich ermittelt werden. Diese wird auf die Sortimente zusammenfassende Warengruppensystematik der GfK aufgesplittet, so dass die Kaufkraft inkl. der jeweiligen Indizes errechnet werden kann.

	Gerolstein	Nahbereich	Rest VG	SUMME
Einwohner	7.741	13.616	17.280	30.896

Tabelle 1: Einwohnerzahlen Gerolstein
(EWOIS über RLPdirekt, Stand 31.12.2020)

In Gerolstein steht folgende einzelhandelsrelevante Kaufkraft zur Verfügung:

Warengruppe	Kaufkraft / EW / Jahr in €	Kaufkraft-index in %	Kaufkraft in Gerolstein in €	Kaufkraft übriger Nahbereich in €	Kaufkraft in der restlichen VG in €	SUMME
Nahrungs- und Genussmittel	2.877	89,4	19.910.146	15.110.723		35.020.869
Gesundheits- und Körperpflege	501	87,8	3.405.096	2.584.283		5.989.379
Baumarktspezifische Waren	710	97,4	5.353.211	4.062.798	11.949.811	21.365.820
Bekleidung	351	88,7	2.410.060	1.829.105	5.379.903	9.619.068
Einrichtungsbedarf	506	87,4	3.423.411	2.598.184	7.641.976	13.663.571
Bücher / Schreibwaren	246	83,7	1.593.887	1.209.674	3.557.987	6.361.548
Unterhaltungselektronik / Medien	173	80,7	1.080.729	820.215	2.412.478	4.313.421
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	257	87,6	1.742.747	1.322.651	3.890.281	6.955.678
Spielwaren / Hobbys	128	90,4	895.727	679.808	1.999.503	3.575.038
Foto / Optik	104	86,6	697.185	529.126	1.556.306	2.782.617
Schuhe / Lederwaren	80	85,9	531.962	403.730	1.187.482	2.123.173
Informationstechnologie	125	83,5	807.967	613.203	1.803.600	3.224.770
Sport / Camping	147	87,7	997.962	757.399	2.227.720	3.983.081
Hausrat	111	88,5	760.437	577.131	1.697.501	3.035.069
Uhren / Schmuck	69	86,6	462.556	351.055	1.032.549	1.846.160
Telekommunikation	65	80,3	404.041	306.646	901.930	1.612.617
Baby-/ Kinderartikel	17	87,9	115.674	87.790	258.215	461.679
SUMME			44.592.797	33.843.519	47.497.242	125.933.558

Tabelle 2: Kaufkraft
(eigene Berechnungen | auf Grundlage GfK Geomarketing GmbH)

Der durchschnittliche Kaufkraftindex liegt damit bei rund 89,08 %. Dieser liegt leicht unter dem Bundesdurchschnitt, was in der Region vielfach typisch ist.

5. Bestandssituation / Umsatzleistung

Zur Erhebung der Bestandssituation wurde eine vollumfängliche Bestandsaufnahme im Einzugsbereich durchgeführt. Dabei wurden alle Betriebe erhoben, nach Sortimenten aufgeteilt und die Verkaufsflächen vor Ort oder aus Bauakten ermittelt.

5.1. Verkaufsflächen

Die Stadt Gerolstein verfügt über Verkaufsflächen von 19.459 m² von denen rund 46,2 % auf die Nahversorgung entfallen. Die größten Nahversorger sind Edeka, HIT und Norma.

VK in m ²	Gerolstein	Nahbereich	Rest VG	SUMME
Nahversorgung	8.989	150	9.350	18.489
Rest	10.470	200	8.370	19.040
SUMME	19.459	350	17.720	37.529

Tabelle 3: Verkaufsflächen in Gerolstein
(Quelle: eigene Erhebung)

Im Nahbereich bildet die Stadt Gerolstein den Schwerpunkt der nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächen. Diese konzentrieren sich im Wesentlichen im Bereich der Sarresdorfer Straße. Im Stadtzentrum ist neben einem Norma-Markt Lebensmittelhandwerk anzutreffen.

In den Ortsgemeinden befinden sich sowohl Nahversorger als auch weitergehende Sortimente in geringem Umfang.

5.2. Leistungskennzahlen

Aus den bestehenden Verkaufsflächen lassen sich die potenziellen Umsätze ableiten. Diese basieren auf der Zugrundelegung der Flächenproduktivität. Hierunter ist die Leistungsfähigkeit eines Betriebs oder Sortiments je Quadratmeter zu verstehen. Diese Leistung kann sehr unterschiedlich ausfallen und hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. Da die Betriebe ihre genauen Umsätze jedoch in den meisten Fällen nicht bekanntgeben, müssen Literaturwerte mit geringen Anpassungen auf Grundlage von Erfahrungswerten herangezogen werden. Diese Werte basieren auf Daten des statistischen Bundesamtes, bestehender Einzelhandelskonzepte und den aktuellen Veröffentlichungen der EHI.

In der Stadt Gerolstein kann ein Umsatz von rund 33,4 Mio. € im Bereich der Nahversorgung erzielt werden. In den übrigen Sortimentsbereichen können etwa 44,9 Mio. € jährlich umgesetzt werden.

Bezogen auf den gesamten Nahbereich liegen die Umsätze in der Nahversorgung nur unwesentlich höher bei rund 33,9 Mio. € jährlich. Dies ergibt sich aus den dem Nahbereich zugewiesenen Ortsgemeinden, die selbst keine umfangreiche Versorgung aufweisen und die Einkäufe in Gerolstein erledigen.

6. Kaufkraftbindung

Aus dem Verhältnis zwischen Kaufkraft je Warengruppe und Umsatzpotenzial je Warengruppe lässt sich die Bindung der lokalen Kaufkraft ermitteln. Diese Bindungsquote gibt an, ob die Betriebe vor Ort die Nachfrage decken können oder ob die Umsätze entweder von außerhalb des Einzugsbereichs generiert werden oder ob sogar Kaufkraft aus dem Einzugsbereich abfließt. Dann sollte über eine mögliche Reaktion nachgedacht werden, um den eigenen Versorgungsstandort möglichst nachhaltig zu stärken und die Versorgung der Bevölkerung zu sichern.

Die Kaufkraftbindungsquoten wird nachfolgend für die Stadt Gerolstein gemäß Sortimentsgruppen abgebildet:

Warengruppe	Kaufkraft im Einzugsbereich in Mio. €	Umsatz im Nahbereich in Mio. €	Kaufkraftbin- dungsquote in %
Nahrungs- und Genussmittel	35,02	28,93	82,6
Gesundheits- und Körperpflege	5,99	4,98	83,1
Baumarktspezifische Waren	21,37	10,91	51,1
Bekleidung	9,62	7,65	79,5
Einrichtungsbedarf	13,66	11,35	83,1
Bücher / Schreibwaren	6,36	2,23	35,0
Unterhaltungselektronik / Medien	4,31	2,20	51,1
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	6,96	0,80	11,5
Spielwaren / Hobbys	3,58	1,89	52,9
Foto / Optik	2,78	1,72	61,9
Schuhe / Lederwaren	2,12	1,86	87,7
Informationstechnologie	3,22	0,61	18,8
Sport / Camping	3,98	0,70	17,7
Hausrat	3,04	0,53	17,4
Uhren / Schmuck	1,85	1,96	105,9
Telekommunikation	1,61	0,35	21,8
Baby-/ Kinderartikel	0,46	0,13	28,2
SUMME	125,93	78,81	

Tabelle 4: Kaufkraftbindung im Einzugsbereich Gerolstein
(Quelle: eigene Erhebung)

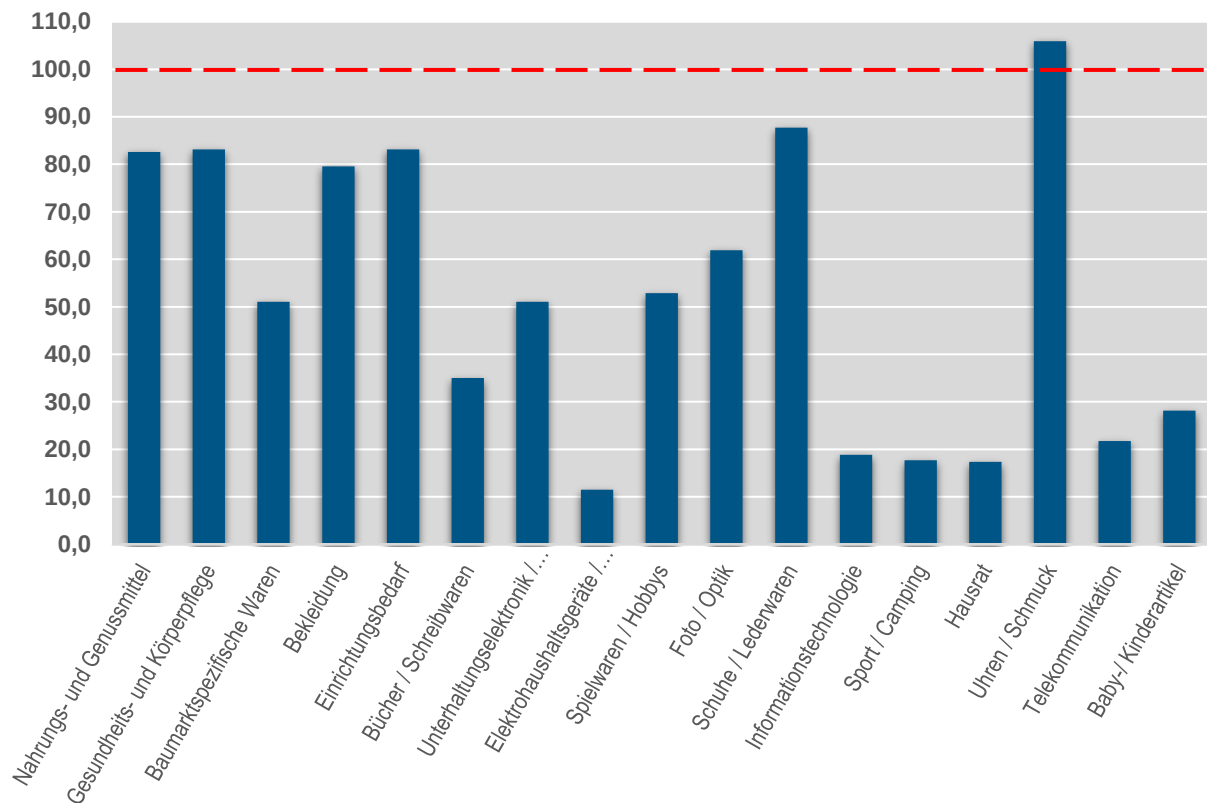


Abbildung 2: Kaufkraftbindungsquoten Gerolstein
(Quelle: eigene Erhebung)

Die Kaufkraftbindungsquote lässt keine Rückschlüsse zu, ob in einzelnen Warengruppen Entwicklungen möglich sind oder nicht. Sie kann lediglich veranschaulichen, ob zum Zeitpunkt der Erhebung von Kaufkraft und Bestandsbetrieben die Versorgung gut, überdurchschnittlich oder unterdurchschnittlich war. Daher müssen die Berechnungen etwas undifferenzierter aber spezifischer bewertet werden. Werte zwischen 80 % und 120 % sind als gute Versorgungslage zu bezeichnen. Werte, die deutlich über 150 % liegen, zeigen eine Überversorgung auf, die sich aus Kaufkraft aus der Umgebung ableiten lässt. Werte unter 50 % zeigen eine klare Angebotslücke auf, die es im besten Falle zu schließen gilt.

Aber auch für die Angebotsqualität sind die Berechnungsergebnisse nicht aussagekräftig genug. Sie lassen keine Rückschlüsse auf die Vielfalt des Angebotes und die Deckung des Bedarfs aller Einwohner- und Kundengruppen (Preisgefüge von niedrig bis hochpreisig, Angebotsumfang und –tiefe, angebotene Waren im Verhältnis zu ihrer Akzeptanz in der Bevölkerung, ihrer zeitgemäßen Ausgestaltung und dem Service in einzelnen Betrieben) zu.

Das Zahlenwerk ist nachfolgend zu diskutieren, wobei einige klare Empfehlungen ausgesprochen werden können, die unabhängig von konkreten Vorhaben oder Betrieben zu sehen sind.

7. Entwicklungspotenziale und Empfehlungen

Bei der Betrachtung der Kaufkraftbindungsquoten ist zu unterscheiden zwischen der Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Waren und der Versorgung des darüber hinaus gehenden Bedarfs.

Gerolstein hat als Mittelzentrum den Versorgungsauftrag im Bereich der mittel- und langfristigen Sortimenten für das gesamte Verbandsgemeindegebiet. Die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Gütern übernimmt die Stadt Gerolstein für den Nahbereich, der aus den Ortsgemeinden der ehemaligen Verbandsgemeinde Gerolstein³ besteht.

Bei den nahversorgungsrelevanten Gütern verzeichnet die Stadt ein leicht unterdecktes Angebot. Die Versorgung mit diesen Warengruppen konzentriert sich dabei nur anteilig auf den Innenstadtbereich mit dem Norma und einigen wenigen kleinflächigen Anbietern u.a. aus dem Bereich des Lebensmittelhandwerks. Die übrigen Einzelhändler befinden sich an der Sarresdorfer Straße. Dem Grundsatz der wohnortnahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt die Stadt hinsichtlich der Nahbereichszuweisung zwar nach. Direkt fußläufig erreichbar sind die Angebote aus den Wohnlagen der Stadt nur bedingt. Eine Erweiterung bestehender Betriebe ist im Sinne der Versorgungssicherung nach der Prüfung der Verträglichkeit für den konkreten Betrieb aus Sicht der Einzelhandelsentwicklung sinnvoll. Bei Neuansiedlungen ist aus gutachterlicher Sicht auf eine wohnortnahe Versorgung abzielen. Aber auch hier ist das tatsächlich geplante Vorhaben hinsichtlich möglicher Auswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen. Die Struktur mit zwei Standorten (Sarresdorfer Straße und Innenstadt) wird grundsätzlich als praktikabel eingestuft.

Der Großteil der untersuchten Warengruppen aus dem Bereich der langfristigen Bedarfe wird weder in der Stadt Gerolstein noch im Verbandsgemeindegebiet in einem Maße angeboten, der dem Versorgungsauftrag eines Mittelzentrums gerecht wird. Wobei auch die Grundzentren im nördlichen Verbandsgemeindegebiet über eine gewisse Ausstattung von mittel- und langfristigen Sortimenten verfügen, die in die Berechnungen bislang nur teilweise einfließen.

Es zeigt sich also, dass ein Potential für die weitere Einzelhandelsentwicklung in allen Sortimentsbereichen insbesondere im Hinblick auf die Funktion als Mittelzentrum besteht. Daher ist hier über eine planungsrechtliche Steuerung nachzudenken.

Als Mittelzentrum muss Gerolstein in allen Sortimentsgruppen nachbessern oder gar ein erstmaliges Angebot kreieren. Warengruppen, welche gar nicht eigenständig am Markt vertreten sind, bedeuten für dieses Segment einen Kaufkraftabfluss von 100 %. Dies bedeutet, dass die

³ Ortsgemeinden der ehemaligen VG Gerolstein: Duppach, Kalenborn-Scheuern, Rockeskyll, Hohenfels-Essingen, Berlingen, Pelm, Neroth, Birresborn, Kopp, Mürlenbach, Salm, Densborm.

Einwohner das hier zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial dieser Warengruppe gänzlich woanders ausgeben.

Änderungen durch interne Umbaumaßnahmen, andere Gewichtungen innerhalb der angebotenen Waren, die Einrichtung von kurzfristigen Aktionsflächen u.Ä. müssen üblicherweise ohnehin unberücksichtigt bleiben und bedingen eine gewisse Unschärfe, die jedoch – bezogen auf den vorliegenden gesamten Einzugsbereich und die hier vertretenen Betriebe – nicht ins Gewicht fällt.

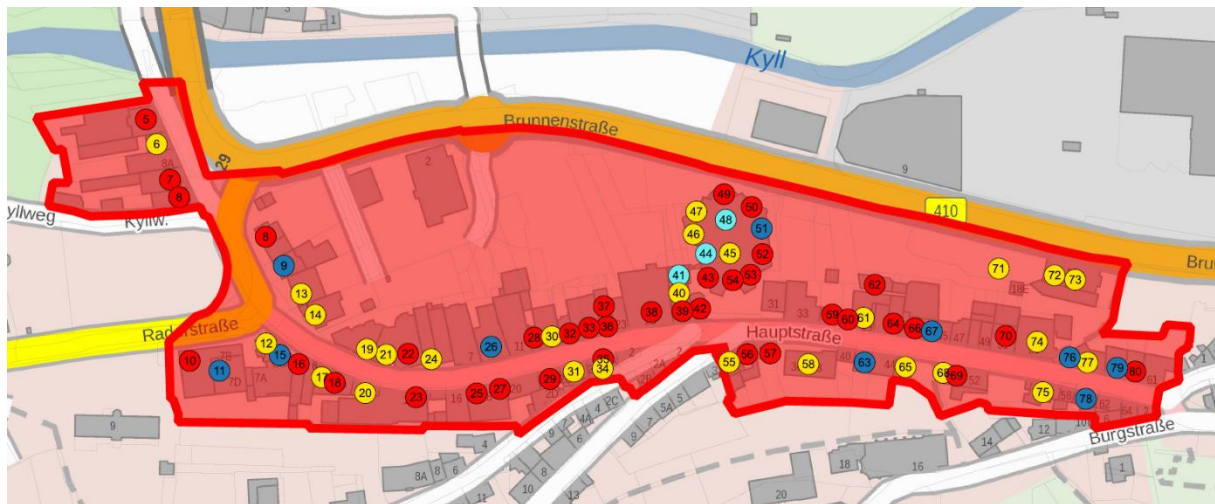
Es bieten sich Ansiedlungen und Erweiterungsmöglichkeiten im Zentralen Versorgungsbereich an. Dennoch können auch hier noch keine abschließenden Empfehlungen für Flächenpotenziale gemacht werden. Es kommt auf die jeweilige Entwicklung an, ob diese den Anforderungen entspricht, die an die – zumindest planerisch prüfbare – Genehmigungsgrundlage gestellt werden. Auch hier sind Details zur Verträglichkeit in Abhängigkeit zum konkreten Betrieb zu prüfen.

Die genaue Größenordnung von Flächenpotenzialen und Betrieben bemisst sich jedoch in allen Fällen nicht an der „Schwelle“ von 100 % Kaufkraftbindung, sondern an der Tatsache, ob durch die jeweils angestrebte Entwicklung schädliche Auswirkungen im Sinne des BauGB, nicht nur unwesentliche Auswirkungen im Sinne der BauNVO oder nicht vertretbare Beeinträchtigungen im Sinne der Raumordnung und des LEP IV zu erwarten sind. Ansonsten gilt zunächst die Niederlassungsfreiheit nach den Vorgaben der EU und damit auch die Freiheit zur Ausnutzung der kommunalen Planungshoheit in den gesetzlichen Grenzen und unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung.

8. Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Punkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche. Diese Abgrenzung basiert auf dem aktuellen Bestand der Einzelhandelsangebote und der gezielten Steuerungsabsicht der Stadt für die weitere Entwicklung des Einzelhandels.

Der **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** bildet einen der beiden Haupteinkaufsbereiche in der Stadt Gerolstein. Dieser Bereich weist, typisch für Stadtzentren, eine Mischung aus Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten ergänzt durch Gastronomie und sonstigen Nutzungen auf. Im ZVB Innenstadt sind prinzipiell alle Sortimente zulässig. Zwar sind auch großflächige Betriebe theoretisch möglich, hierfür fehlt innerhalb des Stadtkerns jedoch, jedenfalls ohne größere baustrukturelle Umbrüche, die notwendige Fläche. Für großflächigere Betriebe muss hier zwangsläufig in die Ortsrandlagen ausgewichen werden. Der bisher im Konzept verankerte Standort des Brunnengeländes steht nicht weiter zur Verfügung.



Legende:

● Einzelhandelsbetrieb	● Dienstleister	● öffentliche Einrichtung
● Sonstige Nutzungen	● Leerstand	

Abbildung 3: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
(Quelle: eigene Darstellung)

Den zweite Hauptstandort des lokalen Einzelhandels in der Stadt Gerolstein bildet die Sarresdorfer Straße. Dieser Bereich wird, wie auch im Konzept aus dem Jahr 2012, als **Zentraler Versorgungsbereich Sarresdorfer Straße** festgelegt. Im Unterschied zum ZVB Innenstadt bleibt die Funktion hinsichtlich der zulässigen Sortimente weiterhin **eingeschränkt**. Hierzu führt bereits das Konzept aus dem Jahr 2012 aus:

„Bedingt durch die derzeit als maßgeblicher Nahversorgungsbereich fungierenden Funktion und die ergänzenden bereits vorhandenen Angebote ist die Bedeutung der westlichen Sarresdorfer Straße für den Gerolsteiner Einzelhandel so hoch, dass eine Zentrenrelevanz nicht ausgeblendet werden darf. Dennoch ist die Einschränkung notwendig, um die Innenstadt als klaren Handelsschwerpunkt mit einer Angebotsvielfalt in Zukunft weiter zu entwickeln.“

Durch die sortimentsspezifischen Einschränkungen können somit langfristig negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt voraussichtlich vermieden und eine zielgerichtete Entwicklung sichergestellt werden.

Ebenfalls unverändert bleibt die Einschätzung aus dem Jahr 2012, dass ein „Zurückholen“ der Nahversorgung in die Innenstadt unrealistisch ist. Wie bereits aufgeführt, verfügt die Innenstadt weder über die entsprechenden Flächenpotentiale, um die notwendige Verkaufsflächen realisieren zu können, noch kann der hierdurch entstehende Verkehr untergebracht werden. Daher bleibt das Ziel der Stadt, die Sarresdorfer Straße mit einer eigenen Sortimentsliste als Zentralen Versorgungsbereich zu stärken, bestehen. Die Einschränkung zur Nahversorgung wird im aktuellen Konzept allerdings auf eine eigene Sortimentsliste ausgeweitet. Damit entsteht ein größerer Spielraum für die weitere Entwicklung, welche sich mit dem Wegfall des Potentials Brunnengelände in der Innenstadt begründen lässt.

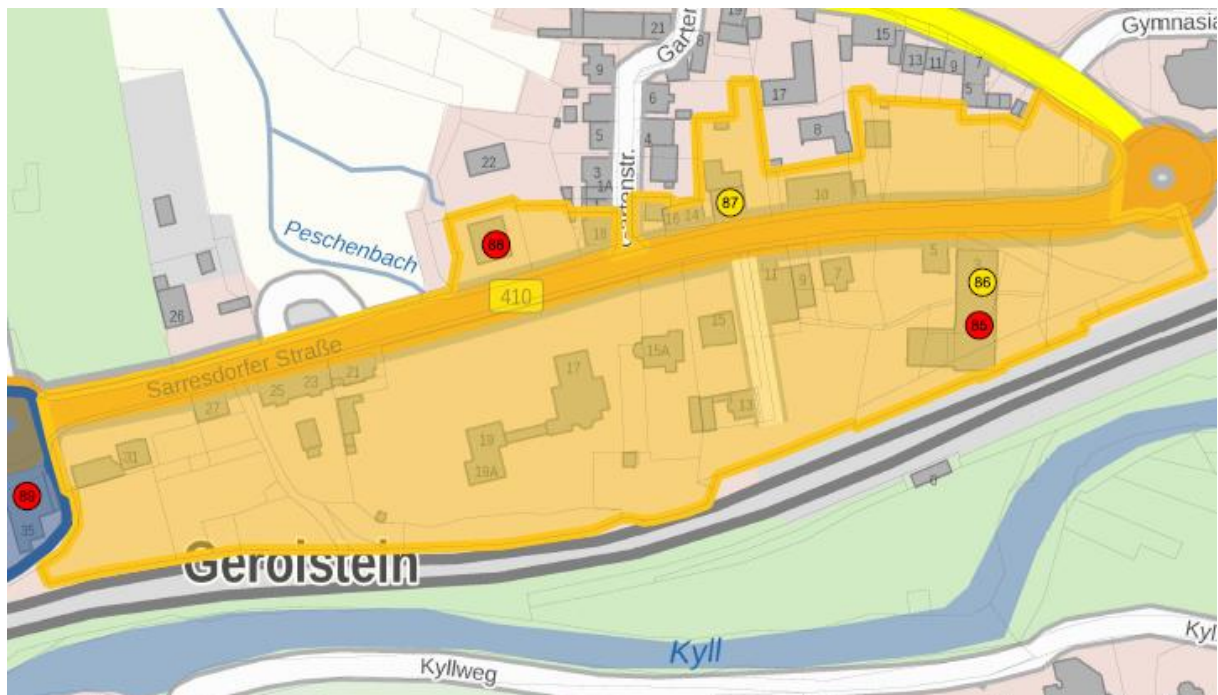


Legende:

● Einzelhandelsbetrieb	● Dienstleister	● öffentliche Einrichtung
● Sonstige Nutzungen	● Leerstand	● Autohaus / Werkstatt

Abbildung 4: eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich Sarresdorfer Straße
(Quelle: eigene Darstellung)

Der östliche Teil der Sarresdorfer Straße wird als **Ergänzungsstandort Sarresdorfer Straße** erneut in die Fortschreibung des Konzeptes aufgenommen. Die Stadt Gerolstein verfolgt hier das Ziel, die beiden zentralen Versorgungsbereiche zu verbinden und vorhandene Potentiale zu nutzen. Allerdings wird dies auf nicht zentrenrelevante Sortimente beschränkt.



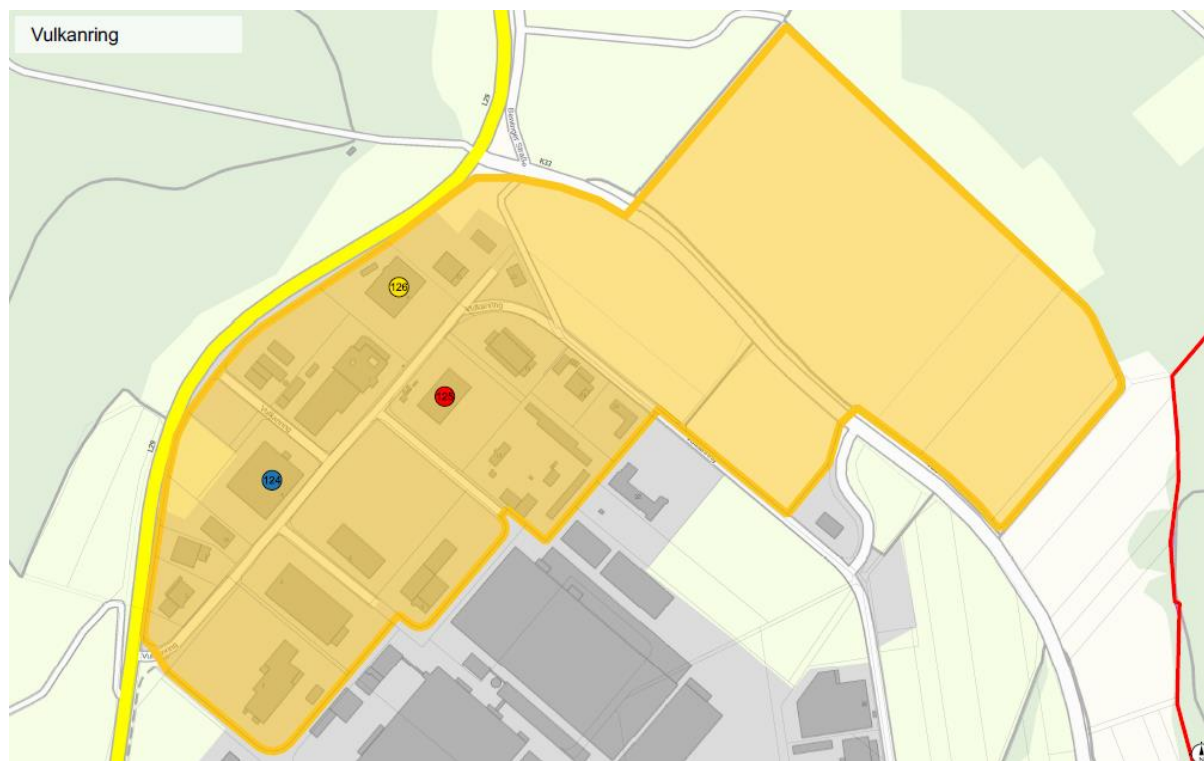
Legende:

● Einzelhandelsbetrieb	● Dienstleister
---	---

Abbildung 5: Ergänzungsstandort Versorgungsbereich Sarresdorfer Straße
(Quelle: eigene Darstellung)

Die beiden Bereiche an der Sarresdorfer Straße werden im Vergleich zum Konzept aus dem Jahr 2012 neu gegeneinander zugeschnitten. Der Bereich um den Parkplatz des Baumarktes wird in den eingeschränkten ZVB integriert, weil hierin ein Potenzial für die kommenden Jahre gesehen wird, welches städtebauliche konzeptionell berücksichtigt werden soll.

Zusätzlich weist das Konzept von 2012 den **Ergänzungsstandort Vulkanring** aus. Dieser Standort dient auch künftig ausschließlich der möglichen Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Hier stehen Flächen zur Verfügung, die insbesondere für großflächige Einzelhandelsangebote (z.B. Baumarkt etc.) genutzt werden können. Im Konzept 2012 steht hierzu: „[...] Reservefläche [...], die nur entwickelt werden soll, wenn andere Alternativen geprüft wurden und aus planerischen Erwägungen nicht greifen können.“ An diesem Grundsatz hält die Stadt Gerolstein fest.



Legende: ● Einzelhandelsbetrieb ● Dienstleister ● Leerstand

Abbildung 6: Ergänzungsstandort Vulkanring
(Quelle: eigene Darstellung)

Das nun vorliegende System der Zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt angemessene Entwicklungsmöglichkeiten für die Stadt Gerolstein im nahversorgungsrelevanten aber auch mittelzentralen Sinne.

9. Sortimentsliste für Gerolstein

Die Sortimentsliste wird aus dem Konzept 2012 fortgeführt. Eine Änderung erfolgt im Bereich der eigenständigen Sortimentsliste für den eingeschränkten ZVB Sarresdorfer Straße.

9.1. Nahversorgungsrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren, etc.) frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren (im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf)
Baumarktspezifische Waren	Blumen	Schnittblumen, Topfpflanzen, Gestecke
Bücher / Schreibwaren	Presse	Zeitungen und Zeitschriften

9.2. Zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u. Ä., Antiquitäten, Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte	Elektrokleingeräte,	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, ...),
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren, Hobby-, Bastelwaren, Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Musikinstrumente und Zubehör, Sammlerbriefmarken und Münzen
Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und -zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u. Ä.

Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u. Ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte	Sportbekleidung und –schuhe, Sportartikel und –kleingeräte (Bälle, Schläger, ...), Waffen, Angler- und Jagdbedarf
Glas / Porzellan / Keramik	Hausrat, Geschenkartikel	Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Uhren / Schmuck		Uhren, Zubehör, Schmuck, Modeschmuck
Telekommunikation		Mobiltelefone, Faxgeräte, Telefone, Internetzubehör
Baby-/ Kinderartikel		Babybekleidung, Babyspielwaren, Babymöbel, Kinderwagen

9.3. Nicht zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Spirituosen, Getränke	Spirituosen, Getränke
Baumarktspezifische Waren	Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, ... Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und –installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; Kfz- und Motorradzubehör, Zoologischer Bedarf
Bekleidung	Berufsbekleidung, Funktionskleidung	Bekleidung für berufliche Tätigkeiten, Arbeitsschutzbekleidung
Einrichtungsbedarf	Möbel	Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Teppiche (Auslegeware)
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"; Leuchten, Lampen, Leuchtmittel	Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, ...) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, ...) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“; Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.Ä.
Sport / Camping	Sportgeräte, Fahrräder	Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote, Fahrräder und Zubehör

Tabelle 5: Sortimentslisten der Stadt Gerolstein
(Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gerolstein, ISU Bitburg 2012)

9.4. eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich Sarresdorfer Straße

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Baumarktspezifische Waren		Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Buchhandel	Nach Möglichkeit nur in Kombination mit anderen Waren; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Elektrohaushaltsgeräte	Elektrokleingeräte,	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren, Hobby-, Bastelwaren, Musikinstrumente	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Foto / Optik		Nach Möglichkeit nur in Kombination mit anderen Waren; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Schuhe / Lederwaren		Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte	Nach Möglichkeit nur in Kombination mit anderen Waren; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Glas / Porzellan / Keramik	Hausrat, Geschenkartikel	Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Uhren / Schmuck		Nach Möglichkeit nur in Kombination mit anderen Waren; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Telekommunikation		Erweiterungen im Bestand möglich; Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Baby-/ Kinderartikel		Neuansiedlungen im Einzelfall zu prüfen; Verträglichkeit ist nachzuweisen

Tabelle 6: Sortimentslisten der Stadt Gerolstein
(Quelle: eigene Darstellung)

10. Fazit

Die Stadt Gerolstein kann durch die Aktualisierung / Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes einen wichtigen Baustein in der hoheitlichen Planung zur Stadtentwicklung auf aktualisierte Daten stützen. Die Konzeption macht deutlich, dass ein Entwicklungsspielraum für die Stadt besteht. Dieser ist derzeit auf konzeptioneller Ebene nicht genau zu quantifizieren, da die konkrete Verträglichkeit von Betriebsentwicklungen oder Ansiedlungen im Einzelfall geprüft werden muss. Mit dem neuen Konzeptstand kann die Stadt nun allerdings wieder planerisch tätig werden und ihre Potenziale in die Umsetzung geben.

Dabei sind innerhalb der Innenstadt keine ausreichenden Leerstandpotenziale zur Nachnutzung vorhanden, sodass eine Neuansiedlung von Betrieben außerhalb ohne größere städtebauliche Umstrukturierungen unausweichlich scheint. Größere Neuansiedlungen haben höhere Flächenansprüche, sodass eine Unterbringung in der unmittelbaren Kernstadt nicht möglich ist.

Erweiterungen vorhandener Betriebe sollen dabei stets zugelassen werden, um eine Anpassung an sich ändernde Rahmenbedingungen des Marktes oder gesetzliche Vorgaben zu ermöglichen. Vergrößerungen der Verkaufsfläche führen dabei im Rahmen der hier identifizierten baulich strukturellen Möglichkeiten voraussichtlich nicht automatisch zu einer Steigerung des Umsatzes in gleichem Maße und können nicht mit der gleichen Flächenproduktivität angesetzt werden.

Aufgrund des Wegfalls des Brunnengeländes im ZVB Innenstadt wird der Bereich der westlichen Sarresdorfer Straße konzeptionell behutsam für eine Entwicklung geöffnet. Die Stadt Gerolstein ist damit in der Lage abgewogene Entscheidungen aus dem Konzept vorzubereiten und angemessene Entwicklung planerisch zu begleiten. Auch für die Zukunft gilt dabei, dass der Online-Handel als wesentlicher Konkurrent zu identifizieren ist. Eine Unterstützung bestehender Händler – egal an welchem Standort – sollte daher als wichtigste Empfehlung zu verstehen sein.

11. Exkurs: Online Handel

Der Onlinehandel nimmt seit Jahren in seiner Bedeutung zu. In der nachfolgenden Grafik wird der Einzelhandelsumsatz (in Mrd. €) insgesamt und der Onlineanteil aufgezeigt.

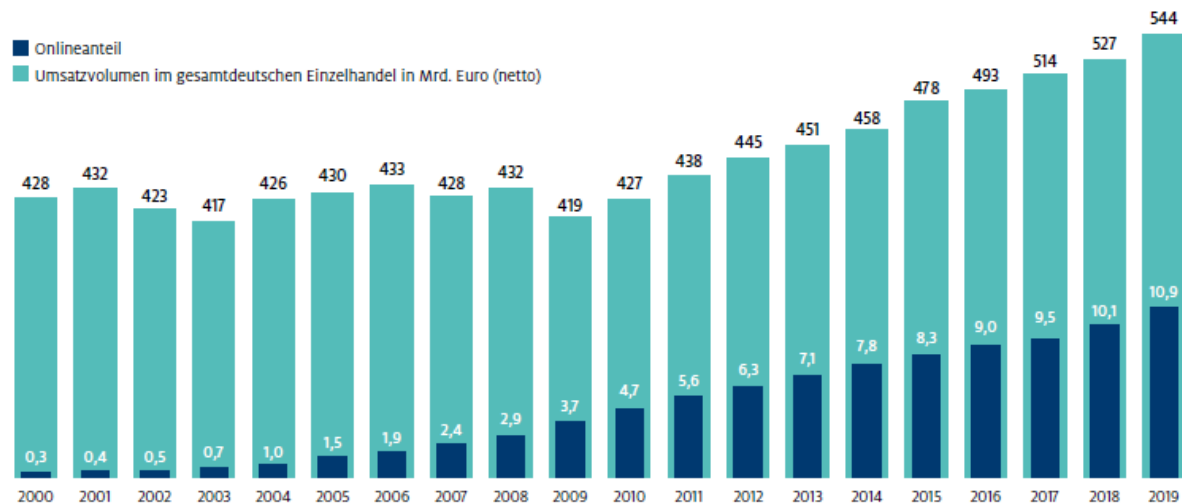


Abbildung 7 Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinne 2000 – 2019 (ohne Kfz, Tankstellen und Apotheken)
 (HDE: Online-Monitor 2020)

Es zeigt sich hierbei die nach wie vor große Bedeutung des stationären Einzelhandels, aber auch die stetige Bedeutungszunahme des Onlinehandels.

Mittlerweile sind alle Warengruppen im Onlinehandel vertreten, wobei es deutliche Unterschiede bei den Umsatzanteilen gibt. Den höchsten Beitrag verzeichnen Musikinstrumente und Musikalien mit 58%, Beispiele Ton- und Bildträger mit 44%, Spielwaren mit 42% und Bücher mit 40%.

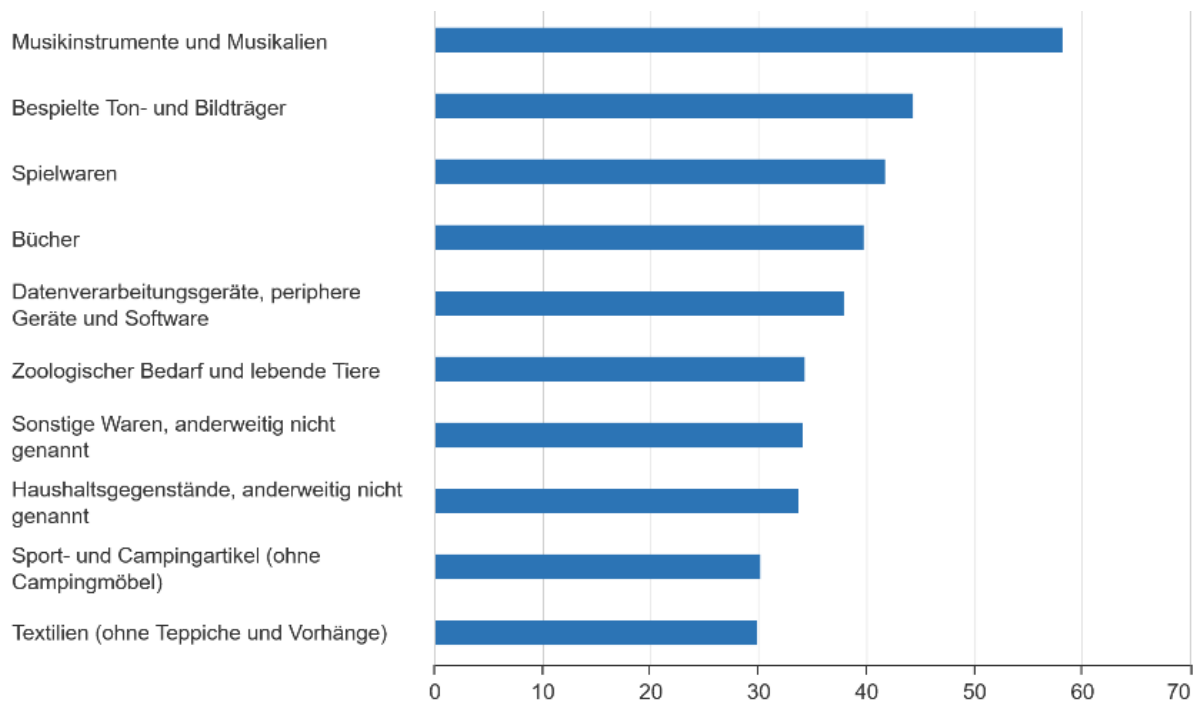


Abbildung 8 Umsatzanteile des online-Einzelhandels am Handel insgesamt nach Warengruppen 2019 (in %) (Statistisches Bundesamt, 2022)

Der Onlinehandel mit Lebensmittel verzeichnet noch einen vergleichsweise geringen Umsatz. HDE beziffert den Umsatzanteil von Lebensmittel im Onlinehandel bei 1,0 %.⁴ Bereits vor der Pandemie wurde diesem Segment des Onlinehandel eine stetiges Wachstum vorausgesagt. Es ist davon auszugehen, dass die Pandemie dieser Entwicklung einen weiteren Schub gibt.

Es zeigte sich bereits vor der Pandemie, die sich insgesamt positiv auf den Onlinehandel ausgewirkt hat, dass der Lebensmittelsektor den Wachstumstreiber des Onlinehandels bildet. Im Jahr 2016 verzeichnete der Onlinehandel mit Lebensmittel ein Wachstum von 21,2%, der Anstieg im Bereich der sonstigen Warengruppen betrug hingegen 13,7%.⁵

⁴ HDE: Handelsreport Lebensmittel Online, 2017

⁵ Vgl. Fßnt. 1

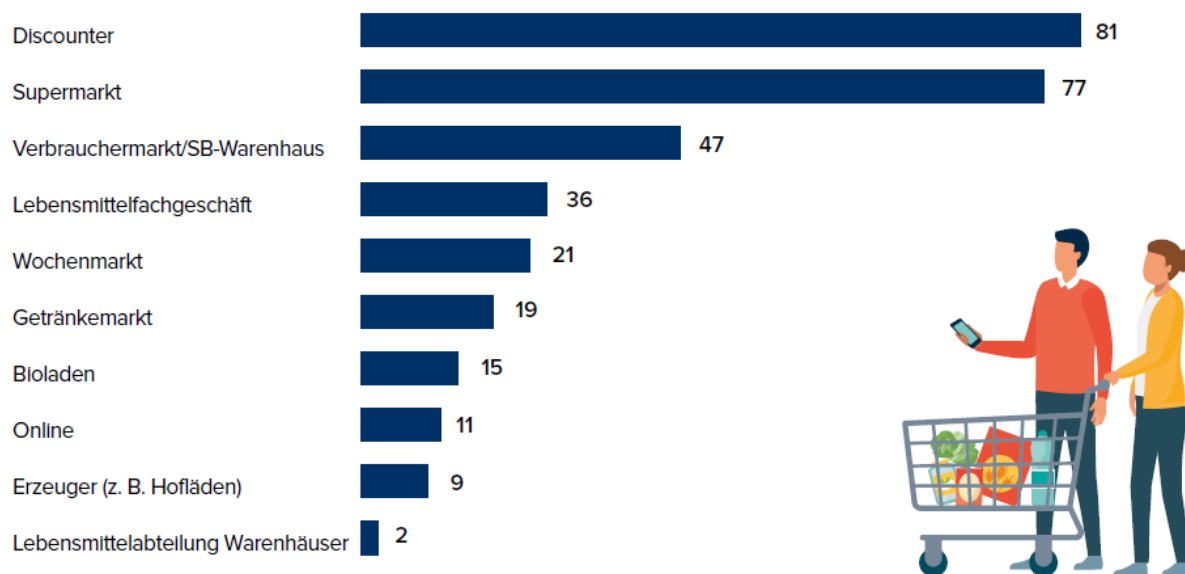
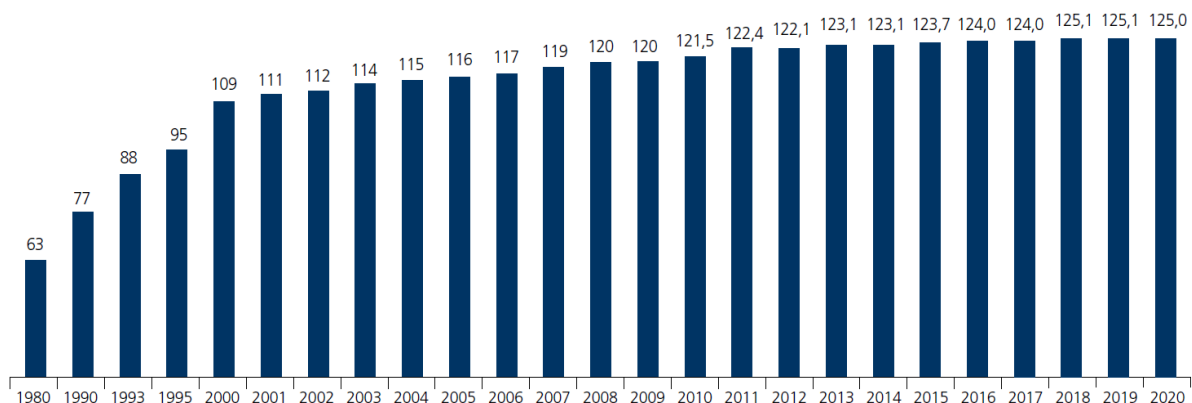


Abbildung 9 Einkaufsstättenportfolio für den Wocheneinkauf (stationär, in %)
(HDE: Handelsreport 2020)

Die Darstellung zeigt die verschiedenen Formate (Einkaufsstättenportfolio), bei denen Verbraucher ihren Einkauf tätigen. Hierbei ist der Onlinehandel eine von vielen Angebotsformen, die im Vergleich zum stationären Einzelhandel noch deutlich unterrepräsentiert ist. Dies ist u.a. auf das noch nicht flächendeckende Angebot von Frischeprodukten zurückzuführen.

Das Wachstum des Lebensmittelonlinehandels wird durch besondere Anforderungen an die Frische und Qualität der Lebensmittel und daraus resultierenden logistischen Herausforderungen (schnelle Lieferung und Gewährleistung der Kühlung) gebremst. Zusätzlich erschwert die Preissensibilität der Verbraucher und die hohe Versorgungsdichte das Wachstum in diesem Segment.

Die nach wie vor große Bedeutung des stationären Einzelhandels zeigt sich trotz Zunahme im Bereich des Onlinehandels in der Verkaufsflächenentwicklung. Hier ist über die Jahre eine stetige Zunahme zu beobachten.



Quelle: HDE

Abbildung 10 **Flächenentwicklung Einzelhandel in Deutschland von 1980 bis 2020 (in Mio. m²)**
(HDE: Zahlenspiegel 2021)

Gegenwärtig zeigt sich, dass auch der sogenannte Multichannel-Vertrieb an Bedeutung gewinnt. Neben dem „reinen“ Onlinehandel und dem ausschließlichen Vor-Ort-Verkauf, beginnen immer mehr Geschäfte des stationären Einzelhandels einen eigenen Onlineshop aufzubauen und so parallel ihre Waren on- und offline zu verkaufen. Gängig ist z.B. das Modell des online Bestellens und in der Filiale abholen. Demgegenüber gibt es auch Onlinehändler, die eine Filiale eröffnen.

Eine Umfrage unter Einzelhändlern ergab, dass der eigene Onlineshop bei 40% der Befragten den stärkeren Umsatz generiert.⁶ Der Onlinehandel bietet somit auch Chancen und Potenziale für den stationären Einzelhandel. Die Vorteile des Onlinehandels (u.a. oftmals günstiger, keine Bindung an Öffnungszeiten, bargeldlos bezahlen, Einsicht von Bewertungen, Zeitersparnis, Lieferung nach Hause) stehen den Vorteilen des stationären Einzelhandels (Beratung, Ausprobieren der Ware, sofortige Verfügbarkeit, keine Versandkosten) gegenüber und lassen sich so kombinieren.

Neben dem eigenen Onlineshop werden auch sogenannte Marktplätze immer stärker als Vertriebskanal genutzt.⁷ Marktplätze, wie Amazon, eBay, Zalando u.v.m., ermöglichen insbesondere kleinen Einzelhändlern ihre Waren online ohne großen Aufwand (z.B. Erstellung eines Onlineshops) zu verkaufen. Allerdings gilt es als schwierig, bei dieser Vertriebsform eine gute Kundenbindung aufzubauen.

Welche Auswirkungen hat der Onlinehandel und dessen Zuwachs auf den stationären Einzelhandel und somit auf die Innenstädte?

In den Warengruppen Bekleidung, Elektronik, Einrichtung und Sport/ Hobby trägt der Onlinehandel zunehmend zu einer Verdrängung des stationären Einzelhandels bei.⁸ Dies wirkt sich besonders stark auf städtische Randlagen und inhabergeführte Geschäfte mit meist geringer Verkaufsfläche in Innenstadtlagen aus. Zudem benötigt der Onlinehandel Logistikflächen, die klassische Gewerbeflächen sind und somit sonstigen Gewerbebetrieben nicht zur Verfügung steht. Dies erhöht den Druck auf die Entwicklung von Gewerbeflächen. Zudem entsteht zusätzlicher Lieferverkehr und somit eine zusätzliche Verkehrsbelastung.

Eine Anpassung an das sich verändernde Einkaufsverhalten muss vom Handel erfolgen. Im Rahmen der gemeindlichen Planungen können die Rahmenbedingungen für den stationären

⁶ e-commerce magazin: Onlinehandel in Deutschland: Neuer e-commerce-Kompass gibt tiefe Einblicke, 16.02.2022

⁷ HDE: Online-Monitor 2020

⁸ HDE: Online-Monitor 2020

Einzelhandel geschaffen bzw. verbessert werden, indem u.a. Entwicklungsmöglichkeiten gegeben und den jeweiligen Erfordernissen entsprechende Standortentscheidungen getroffen werden.

12. Anhang: Berechnungsergebnisse Einzelhandelskonzept 2012

Im Folgenden werden die Berechnungen aus dem Konzept 2012 abgebildet. Hieraus lässt sich die Entwicklung, die der Einzelhandel in der Stadt Gerolstein genommen hat, ablesen.

Warengruppe	Kaufkraft in €* 	Kaufkraft- index in % 	Kaufkraft in der Stadt Gerolstein in € 	Kaufkraft im übrigen Nahbereich in € 	Kaufkraft im übrigen Mittelbereich in €
Nahrungs- und Genussmittel	2.119	96,0	15.146.951	12.789.267	0
Gesundheits- und Körperpflege	419	96,0	2.995.079	2.528.883	0
Baumarktspezifische Waren	587	96,0	4.195.970	3.542.850	9.692.544
Bekleidung	477	96,0	3.409.672	2.878.943	7.876.224
Einrichtungsbedarf	429	96,0	3.066.561	2.589.238	7.083.648
Bücher / Schreibwaren	221	96,0	1.579.743	1.333.850	3.649.152
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	188	96,0	1.343.854	1.134.678	3.104.256
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	165	96,0	1.179.446	995.861	2.724.480
Spielwaren / Hobbys	119	96,0	850.631	718.227	1.964.928
Foto / Optik	112	96,0	800.594	675.978	1.849.344
Schuhe / Lederwaren	112	96,0	800.594	675.978	1.849.344
Informationstechnologie	106	96,0	757.705	639.765	1.750.272
Sport / Camping	95	96,0	679.075	573.374	1.568.640
Glas-Porzellan-Keramik	79	96,0	564.705	476.806	1.304.448
Uhren / Schmuck	57	96,0	407.445	344.025	941.184
Telekommunikation	32	96,0	228.741	193.137	528.384
Baby-/ Kinderartikel	12	96,0	85.778	72.426	198.144
			38.092.545	32.163.286	46.084.992
			116.340.823		

Tabelle 9 Kaufkraftbindung im Einzugsbereich der Stadt Gerolstein
(Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gerolstein, ISU Bitburg, 2012)

Der Kaufkraftindex für die Berechnungen 2012 wird auf Grundlage der regionalspezifischen Einkommenssituation für alle Warengruppe mit 96,0 % von der GfK angegeben. Hieraus ergibt sich ein Kaufkraftpotenzial von ca. 116,3 Mio. €.

Warengruppe	Kaufkraft im Einzugsbereich in Mio. €	Umsatz nach Flächenproduktivität in Mio. €	Kaufkraft-bindungsquote in %
Nahrungs- und Genussmittel	27,94	30,72	110,0
Gesundheits- und Körperpflege	5,52	5,92	107,1
Baumarktspezifische Waren	17,43	7,90	45,3
Bekleidung	14,16	9,23	65,1
Einrichtungsbedarf	12,74	4,24	33,3
Bücher / Schreibwaren	6,56	3,49	53,1
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	5,58	0,29	5,1
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	4,90	0,53	10,7
Spielwaren / Hobbys	3,53	0,36	10,3
Foto / Optik	3,33	1,06	31,8
Schuhe / Lederwaren	3,33	3,12	93,8
Informationstechnologie	3,15	1,26	40,0
Sport / Camping	2,82	2,60	92,3
Glas-Porzellan-Keramik	2,35	0,41	17,3
Uhren / Schmuck	1,69	0,42	24,6
Telekommunikation	0,95	0,37	39,1
Baby-/ Kinderartikel	0,36	0,00	0,0
Summe	116,34	71,89	

Tabelle 10 **Kaufkraftbindung im Einzugsbereich**
(Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gerolstein, ISU Bitburg, 2012)

Die Tabelle 10 stellt die Kaufkraft 2012 mit den damaligen Verkaufsflächen und daraus resultierenden Umsätzen dar. Im Vergleich zum Jahr 2012 haben Kaufkraft und Umsatz zugenommen. Der Kaufkraftindex für die einzelnen Sortimentsgruppen ist niedriger als der Index aus dem Jahr 2012.