



Fortschreibung des

KOMMUNALEN ENTWICK- LUNGSPLANS ZENTREN (KEP-Zentren)

Teil I: Gutachten

Auftraggeber: Zweckverband Raum Kassel

Projektleitung: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung
Dipl.-Kfm. Dirk Riedel, Wirtschaftsgeogr. M.A.

Köln, Juli 2015



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl
50679 Köln, Siegburger Straße 215
Telefon: 0221 – 989438-0 Telefax: 0221 – 989438-19
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im April 2014 beauftragte der Zweckverband Raum Kassel die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Erstellung eines Gutachtens als Grundlage für die Fortschreibung des kommunalen Entwicklungsplans Zentren (im Folgenden kurz: KEP-Zentren).¹

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgten im Mai / Juni eine Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Verbandsgebiet sowie die Kartierung der sonstigen zentrenprägenden Nutzungen (z. B. Dienstleistung, Gastronomie) und der Leerstände in den Zentren durch GMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Des Weiteren wurde eine telefonische Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten bei der Nahversorgung durchgeführt. Darüber hinaus konnten zur Bearbeitung Daten des Zweckverbandes Raum Kassel, der angehörigen Städte und Gemeinden, des Hessischen Statistischen Landesamtes, des Statistischen Bundesamtes sowie der Bertelsmann-Stiftung herangezogen werden.

Während der Bearbeitung des Gutachtens fand im Rahmen von Sitzungen des Fachbeirats zum KEP-Zentren eine intensive Abstimmung mit den Vertretern des Zweckverbandes Raum Kassel, den angehörenden Städten und Gemeinden sowie des Einzelhandelsverbandes Hessen-Nord, der Industrie- und Handelskammer sowie des Regierungspräsidiums statt. Darüber hinaus wurden im Juni, Juli und August 2014 Interviews mit Vertretern wesentlicher Einzelhandelsbetriebe vor Ort geführt.

Sämtliche Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der dem Zweckverband Raum Kassel angehörigen Städte und Gemeinden und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch die Verbandsversammlung dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH
Büro Köln

Köln, Juli 2015
KO/RLD-aw

¹ Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Veröffentlichung und Vervielfältigung – auch in Teilen – ist nur unter Angabe der Quelle erlaubt.

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Abkürzungen

Vorbemerkung

I.	Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten im Zweckverbandsgebiet	1
1.	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
2.	Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland	4
2.1	Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung	4
2.2	Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	8
2.3	Entwicklungstrends im Nonfood-Einzelhandel	12
2.4	Internethandel	15
3.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	17
3.1	Bauplanungsrecht	17
3.2	Landes- und Regionalplanung	19
4.	Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten des ZRK-Gebietes	22
II.	Angebots- und Nachfragesituation	27
1.	Angebotssituation	27
1.1	Einzelhandelsbestand	27
1.2	Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Verbandsgebiet	31
2.	Nachfragesituation	33
2.1	Bevölkerung und Kaufkraft im Gebiet des Zweckverbands Raum Kassel	33
2.2	Kaufkraftprognose bis 2025	34
III.	Empfehlungen zur Weiterentwicklung	36
1.	Bewertung der Einzelhandelssituation und Empfehlungen zum Branchenbesatz	36
1.1	Ausstattungskennziffern	36
1.2	Zentralität	38
1.3	Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen	40
2.	Nahversorgung	43
2.1	Entwicklung der Nahversorgung	43
2.2	Zusammenfassung der Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung	45

2.3	Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung	46
2.3.1	Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in der Stadt Kassel	47
2.3.2	Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in den Umlandgemeinden	53
IV.	Zentrenkonzept	61
1.	Sortimentskonzept	63
2.	Standortkonzept	68
2.1	Begriff „zentraler Versorgungsbereich“	69
2.2	Zentren- und Standortstruktur im ZRK-Gebiet	74
2.3	Zentrenpässe für zentrale Versorgungsbereiche	80
2.4	Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	81
3.	Empfehlungen zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes	88
	Verzeichnisse	90
	A N H A N G	92
V.	Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung	93
V.1	Haupteinkaufsort für Lebensmittel	95
V.2	Verkehrsmittelwahl und -verfügbarkeit	96
V.3	Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadt- bzw. Ortsteil	99
VI.	Zentrenpässe	105
VII.	Glossar	106

Abkürzungen

aL	autokundenorientierte Lage
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
DIS	Discounter
EH	Einzelhandel
Einw.	Einwohner
FM	Fachmarkt
GIS	Geografisches Informations-System
grds.	grundsätzlich
GZ	Grundzentrum
i. d. R.	in der Regel
i. S. e.	im Sinne einer
iL	integrierte Lage
KEP	Kommunaler Entwicklungsplan
LEP	Landesentwicklungsplan
MZ	Mittelzentrum
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
NVL	Nahversorgungslage
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
OZ	Oberzentrum
PLZ-Gebiete	Postleitzahl-Gebiete
SB-Warenhäuser (SBW)	Selbstbedienungs-Warenhäuser
SM	Supermarkt
svp	sozialversicherungspflichtig
VG	Verwaltungsgericht
VK	Verkaufsfläche
zool. Bedarf	zoologischer Bedarf
ZRK	Zweckverband Raum Kassel
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

I. Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten im Zweckverbandsgebiet

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Der Zweckverband Raum Kassel mit ca. 321.600 Einwohnern verfügt bereits seit Mitte der 1970er Jahre über regelmäßig erstellte Entwicklungspläne zur Einzelhandelsversorgung. Zuletzt wurde der kommunale Entwicklungsplan Zentren des Zweckverbandes Raum Kassel¹ im Jahr 2007 fortgeschrieben. Die der Fortschreibung zugrundeliegenden Gutachten bzw. Einzelhandelsbestandserhebungen stammen aus den Jahren 2005 bzw. 2006; in den Folgejahren hat der ZRK die Bestandssituation im Lebensmitteleinzelhandel im Verbandsgebiet jährlich fortgeschrieben. Aktuelle Bestandsdaten des Lebensmitteleinzelhandels (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und sonstige wesentliche Lebensmittelmärkte – ohne Lebensmittelhandwerk und kleinflächige Spezialbetriebe) wurden zuletzt im November 2013 vom ZRK erfasst.

Im aktuellen KEP-Zentren 2007 ist die Zentrenhierarchie im Verbandsgebiet nach dem Hauptzentrum (City Kassel inkl. City-Ergänzungsbereich), den Stadtteilzentren der Kategorie A (Kassel-Bad Wilhelmshöhe, Baunatal-Stadtmitte) sowie fünf Stadtteilzentren der Kategorie B (allesamt in der Stadt Kassel) differenziert, die gebietsscharf abgegrenzt sind. Die Bewertung der Nahversorgung erfolgt auf Ortsteilebene.

Der KEP-Zentren als Instrument zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Verbandsgebiet hat sich grundlegend bewährt. Vor dem Hintergrund der geänderten Rechts- und Planungsgrundlagen, u. a. BauGB-Novelle 2013, nach der zentrale Versorgungsbereiche auch in Flächennutzungsplänen dargestellt werden können, sowie vor dem Hintergrund der in den vergangenen Jahren fortgeschrittenen Rechtsprechung zur Einzelhandelssteuerung und insbesondere zum Begriff der „zentralen Versorgungsbereiche“, soll der KEP-Zentren nunmehr fortgeschrieben werden.

Neben den genannten rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen sind insbesondere auch inhaltliche Fragestellungen zu klären, die mit geänderten Einkaufsgewohnhei-

¹ Im Folgenden mit ZRK abgekürzt.

ten der Kunden sowie den Standortanforderungen von Einzelhandelsunternehmen, insbesondere der Lebensmittelmärkte, zusammenhängen:

- So gibt es im Verbandsgebiet und insbesondere im Oberzentrum Kassel regelmäßig Anfragen zur Ansiedlung / Erweiterung von Lebensmittelmärkten, oft an dezentralen Standorten.
- Darüber hinaus sind im Onlinehandel auch zukünftig weitere Entwicklungen zu erwarten, die Rückwirkungen auf den stationären Einzelhandel haben werden. Diese Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel im Verbandsgebiet gilt es ebenfalls zu berücksichtigen.

Um diesen aktuellen und perspektivischen Fragestellungen im Einzelhandel Rechnung zu tragen und eine rechtssichere Grundlage für die künftige Standortsteuerung im Verbandsgebiet zu schaffen, soll der KEP-Zentren nunmehr fortgeschrieben werden. Unveränderte Zielsetzungen sind dabei

1. die Sicherung der Nahversorgung
2. die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche
3. die Begrenzung dezentraler Ansiedlungen.

Parallel zur Bearbeitung des Gutachtens zur Fortschreibung des KEP-Zentren bestehen bereits konkrete Planvorhaben im Verbandsgebiet, die – die allgemeinen Zielsetzungen berücksichtigend – als sogenannte „Sonderprüfbereiche“ im Rahmen gutachterlicher Stellungnahmen separat bewertet wurden.

Zur Bewertung der Sonderprüfbereiche und zur Fortschreibung des KEP-Zentren wurde im Mai und Juni 2014 eine Vollerhebung der Bestandsdaten des Einzelhandels im Verbandsgebiet durchgeführt. Für die Definition und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurden darüber hinaus die Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit / Kultur, öffentliche Einrichtungen etc.) sowie die leer stehenden Ladenlokale in den Bereichen mit Zentren- bzw. Verdichtungsansätzen erfasst. Diese Daten wurden in ein GIS (Geografisches Informations-System) eingearbeitet und dem Zweckverband Raum Kassel in digitalisierter und fortschreibungsfähiger Form übergeben. Des Weiteren wurde eine telefonische Haushaltsbefragung zur Nahversorgung sowie ausgewählte

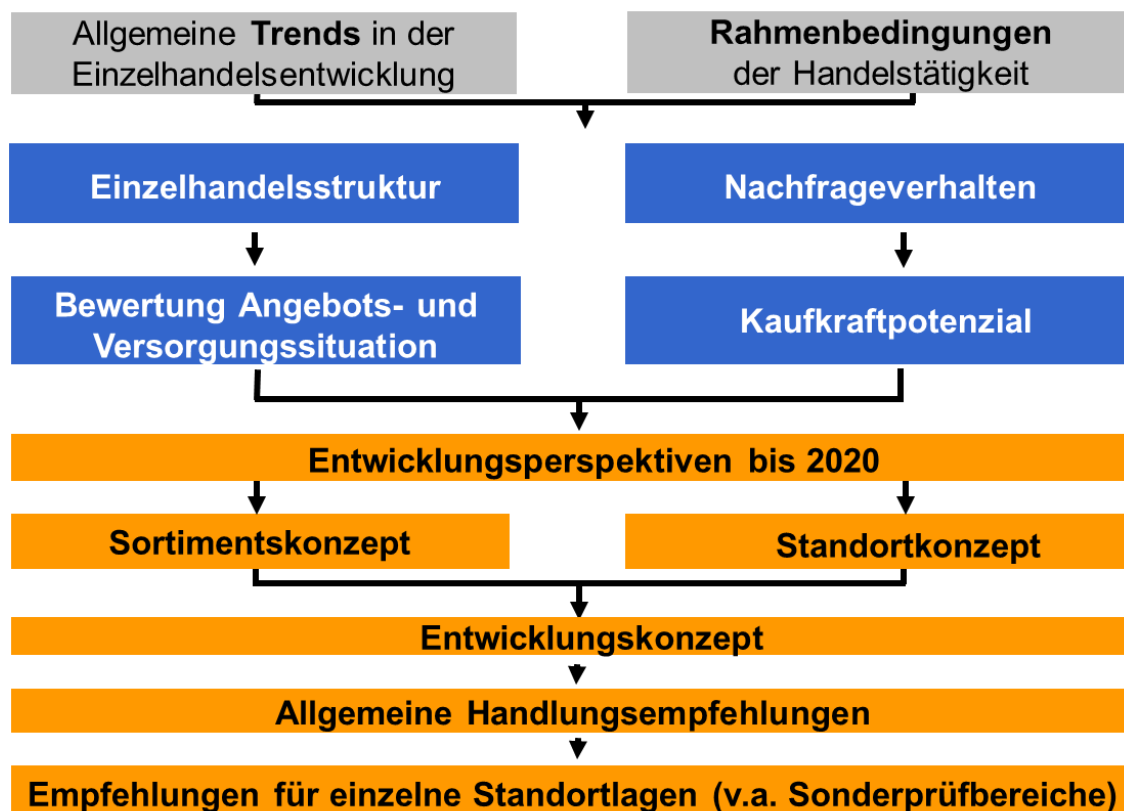
Expertengespräche mit lokalen Akteuren der dem Zweckverband angehörigen Städte und Gemeinden, Unternehmensverbänden, Industrie- und Handelskammer sowie strukturprägender Einzelhandelsbetriebe vor Ort durchgeführt. Während der Bearbeitung des Gutachtens fand im Rahmen von Sitzungen des Fachbeirats zum KEP-Zentren eine intensive Abstimmung mit Vertretern der dem Zweckverband angehörigen Kommunen, des Einzelhandelsverbandes Hessen-Nord, der Industrie- und Handwerkskammer sowie des Regierungspräsidiums statt.

Der vorliegende Bericht umfasst folgende Untersuchungsbausteine:

- Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung und der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten des ZRK
- Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation des Einzelhandels im ZRK-Gebiet; Analyse des Einzelhandelsbestandes, Berechnung und Prognose der Kaufkraftpotenziale
- Einschätzung der Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels bis 2025
- Darstellung der Ergebnisse der durchgeführten telefonischen Haushaltsbefragung¹
- Entwicklung des Zentrenkonzeptes
- Erarbeitung der Sortimentsliste für das Gebiet des ZRK
- Überprüfung und (Neu-)Festsetzung der Standortstruktur
- (Neu-)Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und dessen Umsetzung.

¹ im Anhang.

Abbildung 1: Vorgehensweise und Methodik



GMA-Darstellung 2014

2. Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

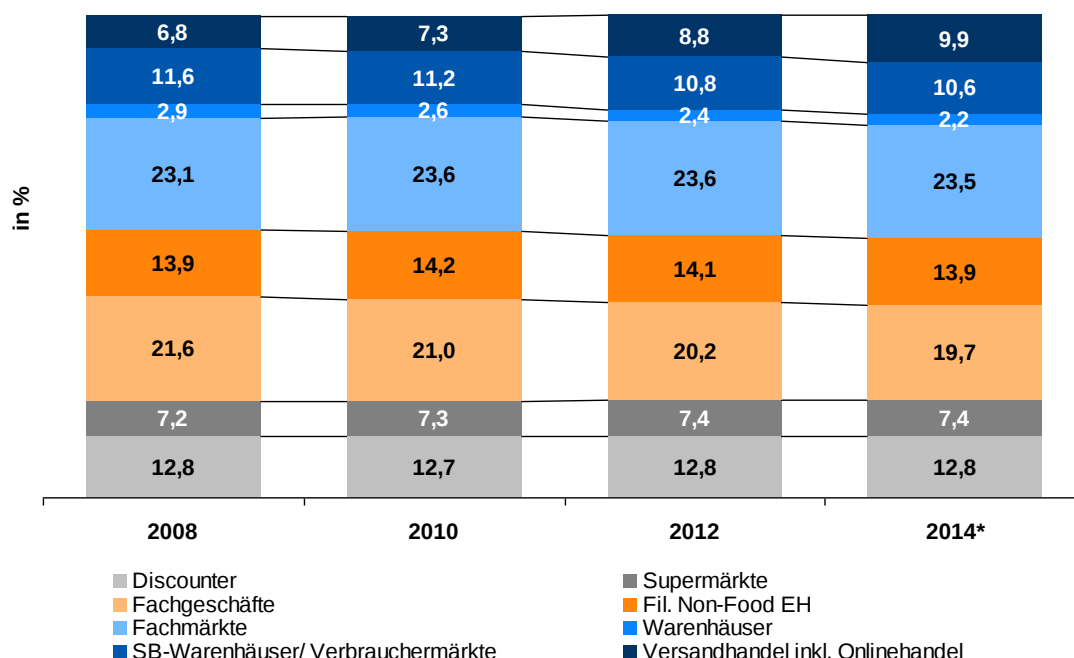
Eine Beurteilung möglicher Entwicklungschancen der Einzelhandelsstandorte im Verbandsgebiet kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends des Einzelhandels in Deutschland erfolgen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. In den letzten Jahrzehnten ging der Facheinzelhandel zurück, während neue Betriebsformen wie Discounter,

Fachmärkte und bundesweit agierende Filialunternehmen sowie Franchisekonzepte zunahmen, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Entsprechend der Abnahme der Fachgeschäfte verringerte sich auch deren Marktanteil, allein seit 2006 schwächte sich dieser von rd. 25 % auf derzeit 20 % ab. Hingegen konnten der filialisierte Nonfood-Einzelhandel, Fachmärkte und Discounter zulegen (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile ausgewählter Betriebsformen in Deutschland



*Prognose

Quelle: EHI – handelsdaten.de

Neben gesellschaftlichen und demografischen Wandlungsprozessen (u. a. Stagnation bzw. Rückgang der Bevölkerung, wachsender Anteil älterer Menschen, Trend zu kleineren Familieneinheiten) hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Gleichzeitig hat der **Anstieg der Mobilität** die Standortwertigkeit von Einkaufslagen verändert. Die Massenmobilität hatte folgende Effekte:

- Sie löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- Sie ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- Sie bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.
- Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

Vor allem durch die Zuwächse großflächiger Betriebe verzeichnete der Einzelhandel in Deutschland zwischen 1995 und 2011 einen **Verkaufsflächenzuwachs** von ca. 27 Mio. m² (+ 28 %). Das Verkaufsflächenwachstum des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen Jahren im Wesentlichen außerhalb traditioneller Geschäftslagen. In der Folge wuchsen die **Verkaufsflächen an dezentralen und solitären Standorten** stark an, während die Geschäftslagen der Innenstädte, der Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten.

Im Hinblick auf die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

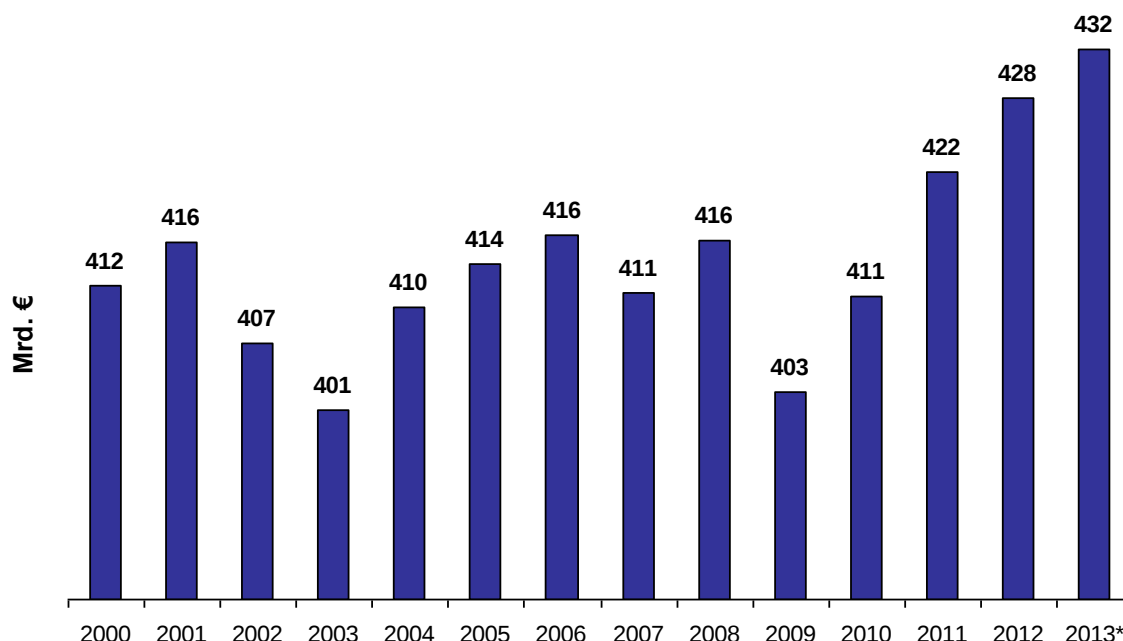
- Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck.
- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstandsbildung** auf.

- Die **Konzentration** im Einzelhandel führt in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte z. T. verloren. An ihre Stelle treten Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel). Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** finden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil an Shoppingcenter-Neueröffnungen auf ca. 76 % zwischen den Jahren 2011 und 2013.¹
- Als erfolgreiche Angebotsform kristallisieren sich **Einkaufszentren** heraus. Ihr Markterfolg gründet sich u. a. auf ein stringentes Management und aufwändige Marketingmaßnahmen sowie attraktive bauliche Rahmenbedingungen (Stichworte: Sauberkeit, Sicherheit).

In der Gesamtbetrachtung wurde der beschriebene Strukturwandel des deutschen Einzelhandels durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion begleitet, obwohl die Anzahl der Betriebe im gleichen Zeitraum rückläufig war. Insbesondere durch die Zunahme großflächiger Betriebe verzeichnete der Einzelhandel zwischen 2000 und 2012 eine stetige Zunahme der Verkaufsfläche von ca. 109 Mio. m² auf ca. 122 Mio. m² (+ 12 %). Nicht nur neue Filialen, sondern veränderte Ladenkonzepte (u. a. mehr Präsentationsfläche, niedrigere Regalhöhen, breitere Gänge) leisteten einen Beitrag zum Flächenwachstum. Hingegen stiegen die Bruttoumsätze im Vergleichszeitraum von ca. 412 Mrd. € auf ca. 428 Mrd. € und damit nur um 4 % (vgl. Abbildung 3). Da der Bruttoumsatz nicht in gleichem Maße wie die Verkaufsfläche zunahm, verringerte sich die Flächenproduktivität (= Umsätze je m² VK / Jahr) in allen Branchen.

Auch der Anteil der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben ging stetig zurück. Während Mitte der 90er Jahre noch über 30 % der privaten Konsumausgaben auf den Einzelhandel entfielen, waren es im Jahre 2012 gerade einmal 26 % .

¹ Quelle: EHI, Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

Abbildung 3: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes

* Prognose

GMA-Darstellung 2014 nach EHI Retail Institute 2013

2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Von den **Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel** expandierten mit Abstand am stärksten die Lebensmitteldiscounter, wobei durch die hohe Filialdichte in Städten ebenfalls kleinere Gemeinden zunehmend für neue Discounter in Frage kamen. Aber auch Supermärkte¹ (ab 400 m² Verkaufsfläche) und SB-Warenhäuser (ab 5.000 m² Verkaufsfläche) expandierten, kleinere SB-Geschäfte hingegen verzeichneten einen ausgesprochen starken Bedeutungsverlust.

Unter den Lebensmitteleinzelhändlern belegen der Edeka-Verbund (ca. 11.700 Märkte²), die Rewe Group (ca. 10.800 Märkte³) und die Schwarz-Gruppe (Lidl mit knapp 3.350 Filialen, Kaufland mit ca. 630 Filialen⁴) die ersten Plätze. Von den Discountern weist der zur

¹ vgl. Definition der Betriebstypen im Anhang.

² Quelle: Edeka-Verbund, Unternehmensbericht 2012

³ Quelle: Rewe-Group, Geschäftsbericht 2012

⁴ Quelle: EHI – handelsdaten.de

Edeka-Gruppe gehörende Netto Marken-Discount mit ca. 4.100 Filialen bundesweit die meisten Filialen auf, gefolgt von Lidl (ca. 3.350 Filialen), Aldi Nord (ca. 2.500 Filialen), Penny (ca. 2.200 Filialen), Aldi Süd (ca. 1.800 Filialen) und Norma (ca. 1.300 Filialen).

Tabelle 1: Veränderung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Daten	2000	2012	Veränderung 2000 / 2012	
			abs.	in %
Discounter	12.770	16.393	+ 3.623	+ 28,4
Supermärkte, SB-Warenhäuser	11.543	12.360	+ 767	+ 6,6
Übrige Lebensmittelgeschäfte	45.900	10.064	- 35.836	- 78,1
Insgesamt	70.263	38.817	- 31.446	- 44,8
Quelle: EHI handelsdaten.de.				

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Lebensmittel-discounter	Supermarkt (inkl. Getränkemarkt)	Großer Supermarkt
Verkaufsfläche	800 – 1.300 m ²	1.500- 2.500 m ²	> 2.500 m ²
Parkplätze	100	100	250
Grundstücksgröße	ab 5.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 8.000 m ²
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 5.000 EW	ab 15.000 EW
Quelle: GMA-Standortforschung 2014, ca.-Werte, gerundet			

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Diese nehmen ihre Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument und verfügen über ein eingeschränktes Sortiment, dienen aber auch der Grundversorgung. Lebensmitteldiscounter weisen i. d. R. eine Fläche von mindestens 800 m² auf, wobei bei

Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 800 m² angestrebt werden. Die Marktführer Lidl und Aldi realisieren beispielsweise bei entsprechenden baurechtlichen Gegebenheiten inzwischen Filialen bis zu 1.300 m² Verkaufsfläche.

Lebensmitteldiscounter verfügten im Jahr 2013 über einen Marktanteil im Lebensmittel-sektor von ca. 45 %.¹ Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine divergente Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust. Gleichwohl erreichen auch Lebensmitteldiscounter seit kurzem ihre Wachstumsgrenze. Die Expansion durch neue Filialen wird nicht mehr von allen Betreibern verfolgt, vielmehr liegt der Schwerpunkt aufgrund der bundesweit hohen Discountdichte auf der Sicherung von Filialen, durch Erweiterung und / oder Standortverlagerungen. Damit verbunden ist v. a. die Verbesserung innerbetrieblicher Abläufe. Mit der Erweiterung verbunden ist regelmäßig auch die Integration eines Backshops. Im Übrigen ist eine Erweiterung des Sortiments mit der Erweiterung i. d. R. nicht vorgesehen.

Bei **Supermärkten** nahm auch die Verkaufsfläche / Einheit zu, was u. a. auf ein breiteres bzw. tieferes Sortiment zurückzuführen ist. Zudem stärken Betreiber von Supermärkten ihre Kernkompetenz bei Lebensmitteln, so wurde z. B. die Artikelanzahl der Frischwaren oder der regionalen Produkte erhöht und Spezialsortimente ausgebaut (z. B. Allergiker- / Diätprodukte, ethnische Spezialitäten). Die marktgängigen Formate liegen je nach Betreiber und Standortbedingungen bei etwa 1.500 – 2.000 m² Verkaufsfläche. In ländlichen Orten / Ortsteilen mit einer geringen Mantelbevölkerung werden auch Einheiten mit Verkaufsfläche von ca. 1.000 – 1.200 m² entwickelt. Bei den Betreibern liegt das Hauptaugenmerk in den letzten Jahren auf der Sicherung / Ausbau von Bestandsobjekten.

Grundsätzlich ist bei sog. Vollversorgern und Lebensmitteldiscountern die unterschiedliche Artikelzahl zu beachten. Während ein Supermarkt mit etwa 1.200 m² Verkaufsfläche bereits über 10.000 Artikel anbietet, reicht die Artikelzahl bei den Lebensmitteldiscountern von ca. 850 (Aldi Nord), ca. 2.000 (Lidl) bis zu ca. 4.000 (Netto-Marken-Discount). Sowohl bei Lebensmitteldiscountern, Supermärkten als auch bei großen Supermärkten liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn bei Lebensmitteldiscoun-

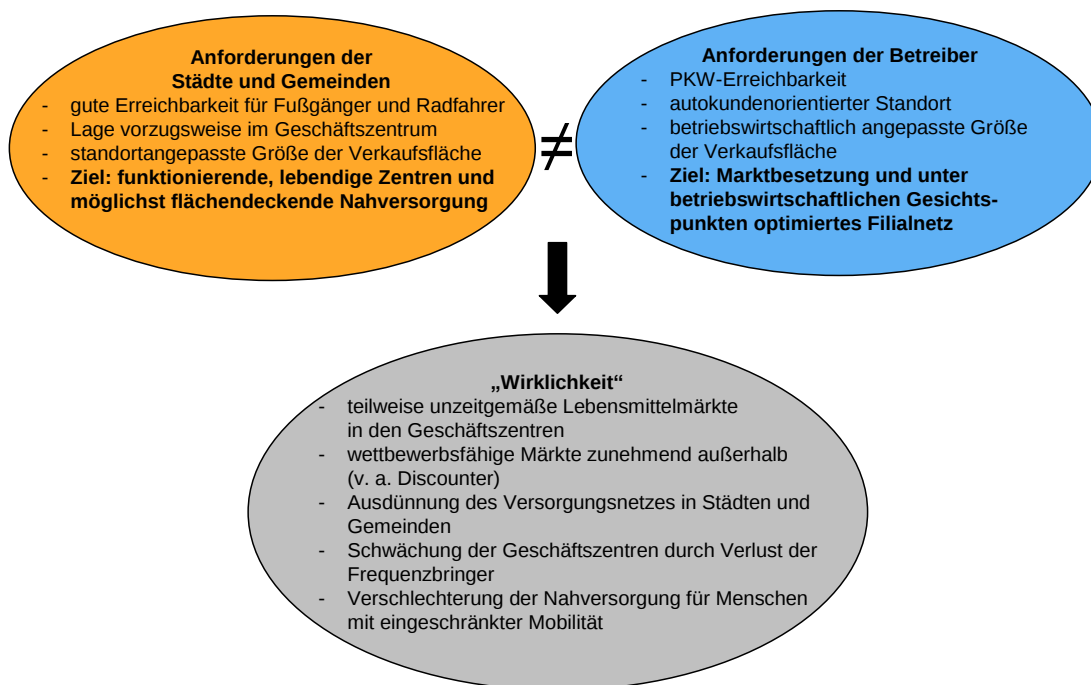
¹ Quelle: EHI, Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

tern bereits ca. 29 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind, liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 75 – 80 %).

Auch das **Lebensmittelhandwerk** unterliegt starken Veränderungen, welche sich u. a. in einer starken Konzentration und Filialisierung zeigt. Die im vergangenen Jahrzehnt fortschreitende Filialisierung wurde begleitet von einem Rückgang der klassischen Bäckereien von rd. 47.400¹ (2002) auf 43.700 (2012). Dazu tragen eine Vielzahl an Faktoren, wie zunehmender Kostendruck, fehlende Nachfolger, aber auch immer mehr Backstationen in Discountern / Supermärkten bei. Eine ähnliche Entwicklung ist für Fleischereien festzuhalten, deren Zahl sich von rd. 18.800 (2002) auf rd. 14.400 (2012) verringerte.

Mit diesen Entwicklungen einher geht auch eine Veränderung der Nahversorgungssituation. Die Entwicklung der Nahversorgungsstandorte, die derzeit in deutschen Städten und Gemeinden Realität ist, wird in Abbildung 4 dargestellt:

Abbildung 4: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen



GMA-Darstellung 2014

¹ Quelle: EHI – handelsdaten.de.

2.3 Entwicklungstrends im Nonfood-Einzelhandel

Zu den Branchen mit sehr weitreichenden Veränderungen zählt der **Einzelhandel mit Drogerie- / Parfümeriewaren**, was primär durch die Insolvenz des ehemaligen Marktführers Schlecker hervorgerufen wurde. Drogerie- / Parfümeriewaren werden stationär über Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken, Warenhäuser, Sonderpostenmärkte und den Lebensmitteleinzelhandel abgesetzt. Zum Kernsortiment eines Drogeriemarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte, welche durch viele weitere Sortimente ergänzt werden.

Marktführer ist dm; allein im letzten Jahr hat das Unternehmen 135 neue Filialen (Einheiten zwischen ca. 650 und 800 m²) eröffnet, in diesem Jahr sollen etwa 150 weitere folgen¹. Allerdings wird ein Einzugsgebiet von ca. 20.000 Einwohner pro Filiale benötigt.

Tabelle 3: Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland

Betreiber			
Filialen*	1.350	1.754	487
Artikel	13.000	17.500	25.000
Sortiment	Drogerie / Kosmetik, Babynahrung, Tiernahrung, Biolebensmittel, Weine, Getränke, OTC, Babybekleidung, Geschenkartikel	Drogerie / Kosmetik, Babynahrung, Lebensmittel, Weine, Tiernahrung, Geschenkartikel, Schreib-, Spielwaren, OTC	Drogerie / Kosmetik, Babynahrung, Lebensmittel, Schreib- / Spielwaren, Haushaltswaren, Multimedia, Kurzwaren
* Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2013, S. 134; GMA-Zusammenstellung 2013 OTC = over the Counter: frei verkäufliche Arzneimittel			

Von den weiteren Betreibern führt Müller das umfangreichste Sortiment auf einer Verkaufsfläche von mindestens 800 m² und mindestens 20.000 Einwohnern im Einzugsgebiet. Rossmann expandiert in Kommunen mit mindestens 8.000 Einwohnern; in Deutschland liegen die Einheiten bei etwa 650 m² Verkaufsfläche.

¹ Quelle: Lebensmittelzeitung 43-13

Die ehemaligen Schlecker-Formate „Ihr Platz“ und „Schlecker XL“ wurden z. T. – sofern diese rentabel waren – von Rossmann oder dm übernommen. Auch Betreiber, wie z. B. Tedi (Sonderposten), KiK, Woolworth oder NKD mieteten ehemalige Schlecker-Flächen an. In kleineren Orten im ländlichen Raum und auf Stadtteilebene wurden die Filialen allerdings häufig bisher noch nicht ersetzt. Die Nachvermietung typischer Schlecker-Einheiten in kleineren Ortschaften gestaltet sich insgesamt deutlich schwieriger, da diese oftmals sehr klein (200 m² Verkaufsfläche, z. T. auch darunter) oder nur mit hohem finan-
ziellem Aufwand überhaupt modernisierungsfähig sind.

Parallel zu den allgemeinen Entwicklungen im deutschen Einzelhandel fand auch in der **Textil – und Schuhbranche** ein starker Konzentrationsprozess zu Lasten kleiner und inhabergeführter Fachgeschäfte und zu Gunsten großer bundesweit agierender Filialisten statt. Der Handel mit Bekleidung / Textilien nutzt mehrere Vertriebslinien, welche von inhabergeführten Fachgeschäften, Textilkaufhäusern, Kaufhäusern, Fachmärkten über Factory Outlet Center bis hin zum Lebensmitteleinzelhandel (Fachabteilungen) reicht. Bei den Fachmärkten waren v. a. Betriebe mit hoher Discountorientierung (z. B. Takko, KiK, NKD) sehr expansiv, deren übliche Einheiten zwischen etwa 300 m² und 700 m² liegen. Von KiK werden etwa 5.000 Einwohner, von NKD etwa 8.500 Einwohner und von Takko etwa 10.000 Einwohner in der Standortgemeinde jeweils benötigt.

Während das Marktvolumen im **Schuhfachhandel** sich leicht rückläufig entwickelte, konnten Schuhfachmärkte in der jüngeren Vergangenheit ihren Marktanteil im Vergleich zu Fachgeschäften kontinuierlich ausbauen. Zu den größten Schuhfachmarktanbietern in Deutschland zählen u. a. Reno, Deichmann, Siemes, Schuhhof, Tack und Görtz (HESS Schuhe). Schuhfachmärkte werden mit Einheiten ab ca. 500 m² i. d. R. realisiert. Die Mindestanforderung an die Einwohnerzahl fängt bei etwa 15 – 20.000 an. Für den stationären Schuheinzelhandel ist die starke Konkurrenz durch den Onlinehandel bezeichnend.

Die Einzelhandelsstrukturen bei **Elektrowaren** sind in Deutschland v. a. geprägt durch das Nebeneinander von Filialketten und Verbundgruppen, in denen sich selbständige, meist regional tätige Einzelhändler zu bundesweiten oder sogar international operierenden Einkaufskooperationen zusammengeschlossen haben. Kennzeichen der gesamten Branche ist der fortschreitende technische Wandel, der teilweise erhebliche Auswirkungen auf einzelne Marktsegmente hat. Die starke Innovationskraft der Branche führt zur ständigen Entwicklung neuer Produkte und somit zu vergleichsweise kurzen Produktzyklen. Die

Sortimentsbreite und -tiefe ist ein bestimmendes Merkmal der Kompetenz eines Elektrofachmarktbetreibers und auch seiner Wettbewerbsfähigkeit. Nur ein ausreichend tiefes und breites Sortiment (Weiße Ware, Unterhaltungselektronik, Bild- / Tonträger, Video- / PC-Spiele, Computer und Zubehör, Telekommunikation, Fotoartikel) ermöglicht eine große Marktreichweite und Marktbedeutung. In den letzten Jahren ist im Bereich der Elektrofachmärkte eine zunehmende Veränderung der Sortimentsstruktur zu erkennen, welche u. a. aus Diversifizierungsbestrebungen der Betreiber, technischen Entwicklungen sowie einem zunehmendem Margendruck in einzelnen Angebotssegmenten (z. B. PC-Bereich) resultiert. Auch der Onlinehandel hat sehr nennenswerte Marktanteile erreicht, weshalb die Expansion von Elektromärkten deutlich zurückgegangen ist, Verkaufsflächen und Sortimente angepasst oder Standorte auf den Prüfstand gestellt werden.

Die Angebotsstrukturen im **Möbelsektor** sind bereits seit einigen Jahren durch eine besondere Dynamik der Betriebsformen gekennzeichnet. Gleichzeitig ist der Kampf um Marktanteile in vollem Gange, wobei mittlerweile eine beträchtliche Anzahl von Unternehmen aus dem Markt ausgeschieden ist oder von Konkurrenten übernommen wurde. Diese Konzentrationstendenz geht in erster Linie zu Lasten derjenigen Betriebe, die der sog. „unprofilierten Mitte“ zuzurechnen sind. Vom Markt verdrängt werden hauptsächlich Anbieter mit einem zu kleinen Flächenangebot, denen eine umfassende Darstellung des Möbel-Vollsortiments schwer fällt. So werden bei Einrichtungshäusern erfahrungsgemäß Wohnzimmer, Polstermöbel, Esszimmer, Schlafzimmer, Jugendzimmer, Büromöbel, Küchenmöbel, Badmöbel und Gartenmöbel sowie als übliche Randsortimente Teppiche, Leuchten, Heimtextilien, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (GPK), Bilder / Rahmen und Geschenkartikel angeboten.

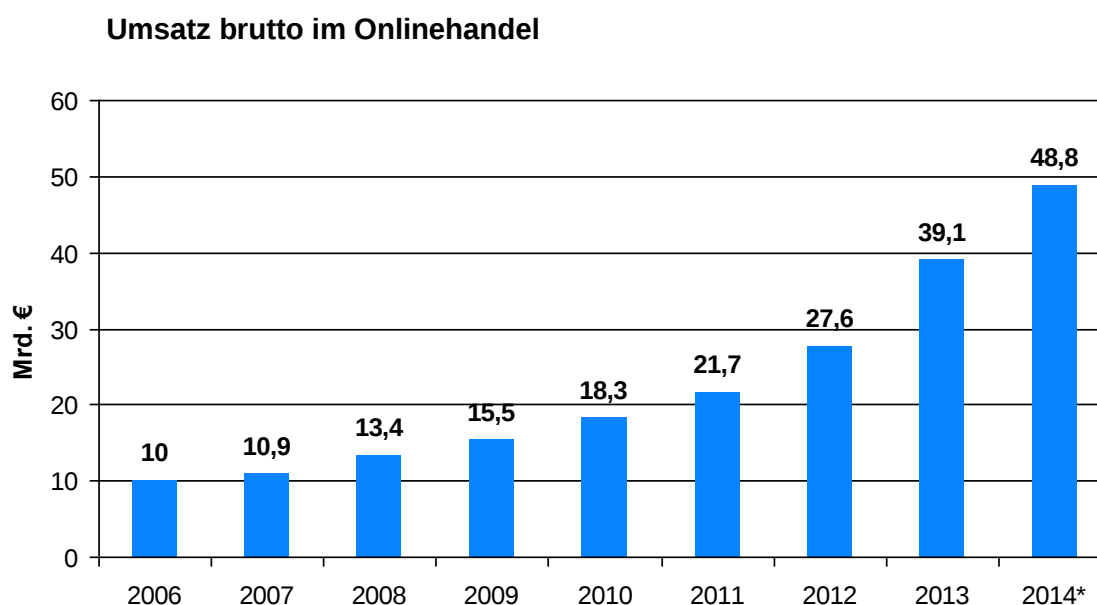
Die Entwicklung im **Bau-, Heimwerker- und Gartenmarktbereich** war in der Vergangenheit durch eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik gekennzeichnet. Im Gegensatz zu vielen anderen Einzelhandelsbranchen konnten die Fachmärkte im Bau- und Heimwerkermarktbereich (inkl. Gartencenter) sowohl hinsichtlich der Marktanteile als auch der Pro-Kopf-Ausgaben deutliche Zuwächse erzielen, wofür in erster Linie ein zunehmender Freizeitanteil weiter Teile der Bevölkerung bzw. Heimwerken als Teil einer aktiven Freizeitgestaltung, die Verteuerung von Handwerksleistungen, eine gestiegene Fachkompetenz der verschiedenen Anbieter im do-it-yourself-Bereich sowie die Erschließung neuer Zielgruppen für klassische Baumarktartikel (Handwerker, Kleingewerbe, Frauen) ausschlaggebend waren. In der Baumarktbranche setzt sich der Trend zu größeren Betriebs-

einheiten weiter fort. So lag in den letzten Jahren der Schwerpunkt der Neueröffnungen bei Betrieben mit Verkaufsflächen über 10.000 m². Für die zukünftige Entwicklung im Baumarktbereich kann davon ausgegangen werden, dass weiterhin großflächige Betriebseinheiten über 10.000 m² den Wachstumsbereich der Branche bilden. Durch die Integration von Drive-In Bereichen und spezialisierten Abteilungen wie z. B. eines Küchenstudios sowie einer gestiegenen Artikelzahl ist der Flächenbedarf noch weiter gestiegen. Damit erreichen sie eine Artikelanzahl von z. T. deutlich über 40.000. Die Gesamtsätze der Branche stiegen von 24,3 Mrd. € im Jahr 2004 auf 29,7 Mrd. € in 2011.

2.4 Internethandel

Im Gegensatz zum stationären Einzelhandel kann der Internethandel jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen. Seit dem Jahr 2006 hat sich das Umsatzvolumen des Onlinehandelns nahezu vervierfacht. Für das Jahr 2014 geht das EHI von einem Gesamtbruttoumsatz des Onlinehandels in Höhe von 48,8 Mrd. € aus. Dies entspricht einem Anteil von rd. 11 % des Einzelhandelsumsatzes (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Entwicklungen des Onlinehandels



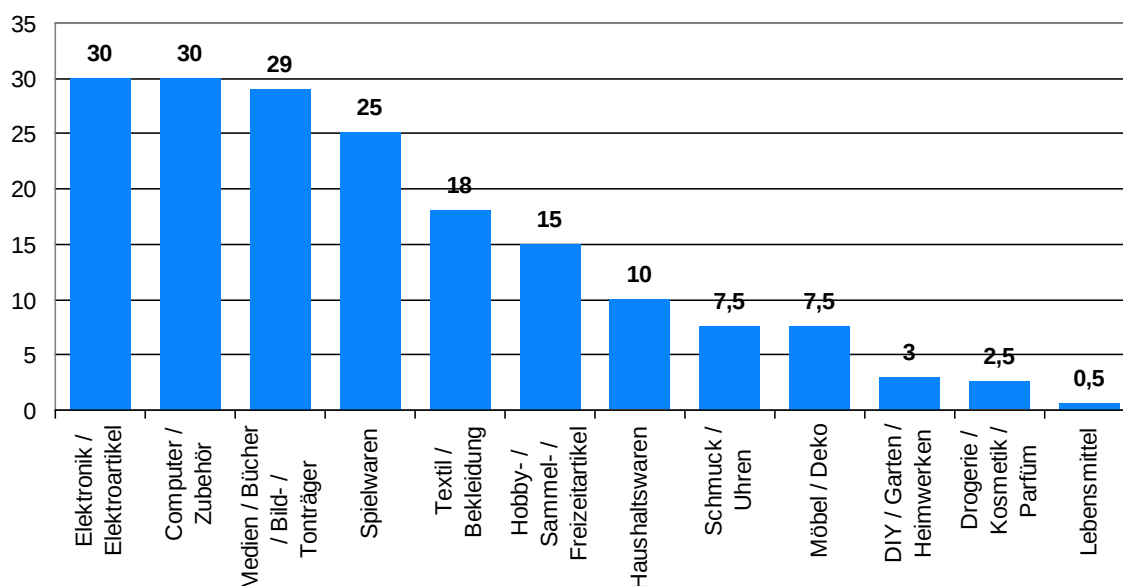
Quelle: handelsdaten.de

*Prognose

Der Onlinehandel hat inzwischen praktisch alle Warengruppen erfasst. Die Prognosen gehen davon aus, dass das starke Wachstum auch in den nächsten Jahren anhalten wird. Allerdings sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Alle namhaften (stationären) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind.

Nach wie vor gibt es jedoch eindeutige Sortimentsschwerpunkte, in denen der Onlinehandel eine besondere Bedeutung hat (vgl. Abbildung 6). An erster Stelle steht hierbei der Handel mit Büchern und Medien. Auch Bekleidung, Schuhe und Sportartikel werden zunehmend über das Internet gekauft. Den geringsten Anteil am Onlinehandel weist die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Marktanteil von ca. 0,5 % auf. Lässt man den im stationären Einzelhandel und im Onlinehandel generierten Umsatzanteil von Lebensmitteln am gesamten deutschen Einzelhandelsumsatz außer Betracht, errechnet sich für die Nonfood-Sortimente ein Marktanteil des Onlinehandels von ca. 14 %.

Abbildung 6: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorien im Jahr 2013 in Prozent



Quelle: Statista 2014, Angaben in Prozent

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

3.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein langjährig bewährtes planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann. Im Gebiet des Zweckverbands Raum Kassel hat sich die Aufgabenteilung bei der Aufstellung von Flächennutzungsplan und Bebauungsplänen bewährt:

- Die gemäß BauGB den Gemeinden übertragene Pflichtaufgabe der Flächennutzungsplanung nimmt der **Zweckverband Raum Kassel (ZRK)** für seine zur Zeit elf Verbandskommunen wahr, indem er für das gesamte Verbandsgebiet den **gemeinsamen Flächennutzungsplan** aufstellt.
- Den **Städte und Gemeinden** im ZRK-Gebiet kommt die Aufgabe der Aufstellung der Bebauungspläne zu. Werden in **Bebauungsplänen** die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe (bis zur Grenze der Großflächigkeit) nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:
 - **Einzelhandelsbetriebe sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),**
 - **in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 BauNVO).**
- Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- **liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (ab 800 m² Verkaufsfläche)¹ dann:**
- **liegen wesentliche Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig.**
- Für Standorte **ohne Bebauungsplan** konnten derartige Bestimmungen bisher nur eingeschränkt angewendet werden. Mit der Novellierung des BauGB im Jahr 2004 wurde der § 34 Abs. 3 eingeführt:

„Von Vorhaben nach Abs. 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein².“

Damit ist ein Vorhaben im unbeplanten Innenbereich u. a. dann nicht mehr zulässig, wenn mit schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder in den Nachbarkommunen zu rechnen ist. Der Begriff der „zentralen Versorgungsbereiche“ gewinnt dadurch erheblich an Bedeutung, auch wenn er bereits vor 2004 im Rahmen des § 11 Abs. 3 BauNVO verwendet wurde. Allerdings ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass im Rahmen eines Bebauungsplanes die Planungsabsicht der Kommune eindeutiger umgesetzt werden kann, so dass bei städtebaulich nicht erwünschten Standorten eine Bauleitplanung zu empfehlen ist.

Eine neue Festsetzungsmöglichkeit für den nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB bietet seit dem 01.01.2007 der § 9 Abs. 2a BauGB. Zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche kann in einem einfachen Bebauungsplan als generelle Regelung für ein größeres Gebiet festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Es sind nur bestimmte Arten der zulässigen Nutzungen (z. B. „großflächiger Einzelhandel“) betroffen, detaillierte Festsetzungen bezüglich spezifischer Sortimente oder Verkaufsflächen sind nicht möglich. Es können unterschiedliche Festsetzungen für Teile des räumlichen Geltungsbereiches vorgenommen werden. In der Begründung des einfachen Bebauungsplanes ist u. a. auf ein städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zurückzu-

¹ vgl. Urteile BVerwG (24.11.2005), Az. BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05.

² § 34 Abs. 3 BauGB i. d. F. der Bek. vom 23.09.2004, geändert durch Art. I des Gesetzes vom 21.12.2006

greifen, welches konkrete Aussagen zu den vorhandenen oder geplanten zentralen Versorgungsbereichen enthält.

3.2 Landes- und Regionalplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Hessen (2000) sowie im Regionalplan Nordhessen 2009¹, heranzuziehen.

Bei Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien zu beachten:

- Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot
- siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot
- Beeinträchtigungsverbot.

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele im LEP Hessen 2000 genannt:²

Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot:

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

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen.“

¹ Der Regionalplan Nordhessen 2009 wurde durch die Regionalversammlung am 02.07.2009 beschlossen und am 15.03.2010 im Staatsanzeiger für das Land Hessen Nr. 11 bekannt gemacht.

² Landesentwicklungsplan Hessen 2000. Grundsätze und Ziele zu „Großflächigen Einzelhandelsvorhaben“ Pkt. 4.1.2 Ausweisung von Flächen für Siedlungszwecke – Grundsätze und Ziele.

Siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot:

„Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen 'Siedlungsbereichen' zulässig.“ (Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind (z. B. Baustoff-, Bau-, Garten-, Reifen-, Kraftfahrzeug-, Brennstoffmärkte), können davon ausgenommen werden.“ (Städtebauliches Integrationsgebot).

Beeinträchtigungsverbot:

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

Im Regionalplan Nordhessen 2009 werden die o. g. Ziele konkretisiert:

Ziel 1:

Großflächige Einzelhandelsvorhaben (Einkaufszentren und großflächige Handelsbetriebe) im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO müssen sich in die bestehende raumordnerische und städtebauliche Ordnung und nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen.

Sie sind in den Ober- und Mittelzentren in den zentralen Stadt- und Ortsteilen zulässig. In den übrigen zentralen Orten (Grundversorgungszentren) können sie unter Beachtung der sonstigen Ziele und Berücksichtigung der Grundsätze des Regionalplans dann zugelassen werden, wenn zu erwarten ist, dass die geordnete und verbrauchernahe Versorgung insbesondere der nicht motorisierten Bevölkerung im Einzugsbereich nicht gefährdet wird. [...]

Ziel 2:

Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind insbesondere dann mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung nicht vereinbar, wenn:

- die Funktionsfähigkeit und Entwicklung des zentralen Ortes oder benachbarter zentraler Orte und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne insbesondere hinsichtlich des Umfangs und der Vielfältigkeit des Leistungsangebotes nicht nur unerheblich beeinträchtigt werden

oder

- Größe und Art der Einrichtung hinsichtlich der angebotenen Waren über den Einzugsbereich und die Funktion des zentralen Ortes hinausgehen

oder

- negative Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur im Siedlungsbereich des Ortes oder in benachbarten Ortsteilen oder den Ortsteilen benachbarter Ge-

meinden durch den zu erwartenden Verlust eines wohnungsnahen Angebotes mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (insbesondere Lebensmittel) zu befürchten sind.

Im Verdichtungsraum Kassel [...] können großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten, die wegen ihres Einzugsbereiches nur im jeweiligen Oberzentrum zulässig wären, auch in den übrigen zentralen Orten zulässig sein, wenn eine solche Standortwahl einem vom Zweckverband Raum Kassel erstellten Planungskonzept entspricht [...] aus einer gemeinsamen Konzeption im Einvernehmen mit dem Oberzentrum hervorgeht.

Ziel 3:

Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO [...] sind nur in den „Vorranggebieten Siedlung“ zulässig. Sofern sie nicht in die bestehenden, zentralen Versorgungsbereiche integriert werden können, müssen sie eine enge bauliche und funktionelle Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen.

Bei der geplanten Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb von Innenstadtbereichen oder Stadt- und Ortsteilzentren sind innenstadt-relevante Sortimente auszuschließen bzw. so zu begrenzen, dass keine wesentliche negativen Auswirkungen auf die o. g. Geschäftszentren und Versorgungskerne zu erwarten sind.

Ziel 4:

In den „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe Planung“ widerspricht auch die Ansiedlung von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten den Zielen der Raumordnung. In den „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe Bestand“ sind Änderungen von rechtskräftigen Bebauungsplänen mit dem Ziel, bislang ausgeschlossene, zentrenrelevante Einzelhandelsnutzungen nachträglich zuzulassen, mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung ebenfalls nicht vereinbar. Die Einrichtung von Verkaufsflächen für zentrenrelevante Kernsortimente ist in diesen Gebieten nur für die Selbstvermarktung der hier produzierenden und weiterverarbeitenden Betriebe zulässig, wenn die Verkaufsfläche einen untergeordneten Teil der durch das Betriebsgebäude überbauten Fläche einnimmt und die Grenze zur Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO von 800 m² nicht überschreitet.

Im Zuge von Flächenreaktivierungen kann in den „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe Bestand“ ausnahmsweise auch der großflächige Handel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugelassen werden, wenn innenstadtrelevante Randsortimente ausgeschlossen bzw. hinsichtlich der hierfür zulässigen Verkaufsflächen beschränkt werden. Durch verbindliche bauplanungsrechtliche Festsetzungen zu den zulässigen Kern- und Randsortimenten und den zugehörigen Verkaufsflächen ist sicherzustellen, dass keine nicht nur unwesentlichen negativen Auswirkungen auf die städtebaulich integrierten Geschäftszentren und Versorgungskerne des zentralen Ortes oder benachbarter zentraler Orte hinsichtlich des Umfangs und der Vielfältigkeit des Leistungsangebotes zu erwarten sind.

In bislang nach § 34 BauGB nutzbaren bzw. ohne verbindlichen Einzelhandelsausschluss beplanten „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe Bestand“ ist der über den Bestand hinausgehende, auch nicht großflächige Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten rechtsverbindlich auszuschließen, sobald sich eine Agglomeration von verschiedenen, auch kleineren Einzelhandelsbetrieben abzeichnet, die nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die Ziele dieses Regionalplans haben würden. Hierbei ist unbeachtlich, dass die einzelnen Betriebe jeweils nicht das Kriterium der Großflächigkeit erfüllen, wenn durch eine derartige Entwicklung in der Summe die in § 11 Abs. 3 BauNVO genannten, nicht nur unwesentlichen Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung eintreten können.

Ziel 5:

Neue Vertriebsformen im Einzelhandel, wie z. B. Hersteller-Direktverkaufszentren, sind wie Einzelhandelsbetriebe zu beurteilen. Die Ansiedlung von solchen großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten ist in der Planungsregion Nordhessen nur in den Innenstädten der Oberzentren zulässig.

Ziel 6:

Soweit nach § 34 BauGB bzw. rechtsgültigen Bebauungsplänen entgegen den o. g. Zielen aus raumordnerischer Sicht unverträgliche Einzelhandelsvorhaben möglich wären, sind die betreffenden Städte und Gemeinden verpflichtet, mittels Bebauungsplänen, die gemäß § 1 (4) BauGB an die verbindlichen Ziele dieses Regionalplans anzupassen sind, steuernd einzugreifen. Falls erforderlich, hat die Gemeinde mittels einer Veränderungssperre gemäß § 14 (1) BauGB bzw. den Regelungen des § 15 BauGB zu verhindern, dass die o. g. unverträglichen Einzelhandelsvorhaben realisiert werden können.

Grundsatz 1:

Die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs soll insbesondere im ländlichen Raum gewährleistet werden. Große Bedeutung hat dabei die Versorgung der nicht motorisierten Bevölkerung. Neue, großflächige Einzelhandelseinrichtungen für den kurzfristigen Bedarf sollen deshalb den Wohnbereichen zugeordnet und nicht nur mit dem Auto, sondern auch zu Fuß, per Fahrrad oder mit dem ÖPNV erreichbar sein.

Grundsatz 2:

Die Attraktivität der Innenstädte in den Ober- und Mittelzentren der Planungsregion, sowie der Stadt- und Ortskerne der übrigen zentralen Orte soll erhalten und verbessert werden. Die Abwanderung von typisch innerstädtischen Einzelhandelseinrichtungen und Magnetbetrieben mit hoher Kundenfrequenz in den Außenbereichen soll verhindert werden. Neue Entwicklungen im Handel mit verkehrszentralen Ansiedlungen sind sorgfältig mit den Belangen der Sicherstellung der wohnortnahen Versorgung und der Erhaltung und Verbesserung der innerörtlichen und gemeindeübergreifenden Auswirkungen zu prüfen.

Für mögliche Betriebsverlagerungen oder Neuansiedlungen sollen vorsorglich Flächen an geeigneten Standorten, z. B. im Rahmen eines kommunalen, ggf. auch interkommunalen Einzelhandelskonzeptes bestimmt und soweit möglich auch vorgehalten werden.

Grundsatz 3:

Das Ziel räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer wohnortnahen Grundversorgung, gebietet eine gegenseitige Rücksichtnahme der Kommunen. Das bedeutet, dass die Siedlungs- und Versorgungsstruktur der benachbarten Orte (in der Gemeinde selbst oder benachbarten Gemeinden) nicht gefährdet oder beeinträchtigt wird.

4. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten des ZRK-Gebietes

Dem ZRK-Gebiet sind die in Tabelle 4 aufgeführten Städte und Gemeinden zugehörig. Die documenta-Stadt Kassel bildet den Kern des ZRK-Gebiets und übernimmt gemäß Regionalplan Nordhessen die Funktion eines Oberzentrums (vgl. Karte 1). Im ersten Ring um Kassel befinden sich mit Baunatal und Vellmar zwei Mittelzentren und mit Ahnatal,

Fulda, Niestetal, Kaufungen, Lohfelden, Fulda, Brück und Schauenburg mehrere Grundzentren. Das Gebiet des Zweckverbandes Raum Kassel wird im Jahr 2011 erweitert; die Gemeinde Calden (Grundzentrum) wird Verbandsmitglied.¹

Die **Verkehrsanbindung** der Region an das Autobahnnetz erfolgt über die Bundesautobahnen A 7, A 44 und A 49. Diese verbinden das ZRK-Gebiet mit Hannover im Norden, Fulda im Süden, Marburg im Südwesten und Dortmund im Westen. Mehrere Bundesstraßen bilden regional bedeutsame Verkehrsachsen von Kassel aus in die umliegenden Städte und Gemeinden, z. B. nach Warburg (B 7), Hannoversch Münden (B 3) oder Melsungen / Bebra (B 83).

Im ZRK-Gebiet leben derzeit ca. **322.000 Einwohner**², verteilt auf insgesamt elf Städte und Gemeinden (vgl. Tabelle 4). Nach der Stadt Kassel mit ca. 194.000 Einwohnern folgen die Mittelzentren Baunatal mit rd. 27.350 Einwohnern und Vellmar mit rd. 18.100 Einwohnern. Kassel ist eine Universitätsstadt mit ca. 23.000 Studierenden.³ Da die Stadt Kassel eine Zweitwohnungssteuer erhebt, ist davon auszugehen, dass der Großteil der Studierenden mit dem Hauptwohnsitz im ZRK-Gebiet gemeldet ist, so dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft⁴ dieser Bevölkerungsgruppe ebenfalls erfasst ist.

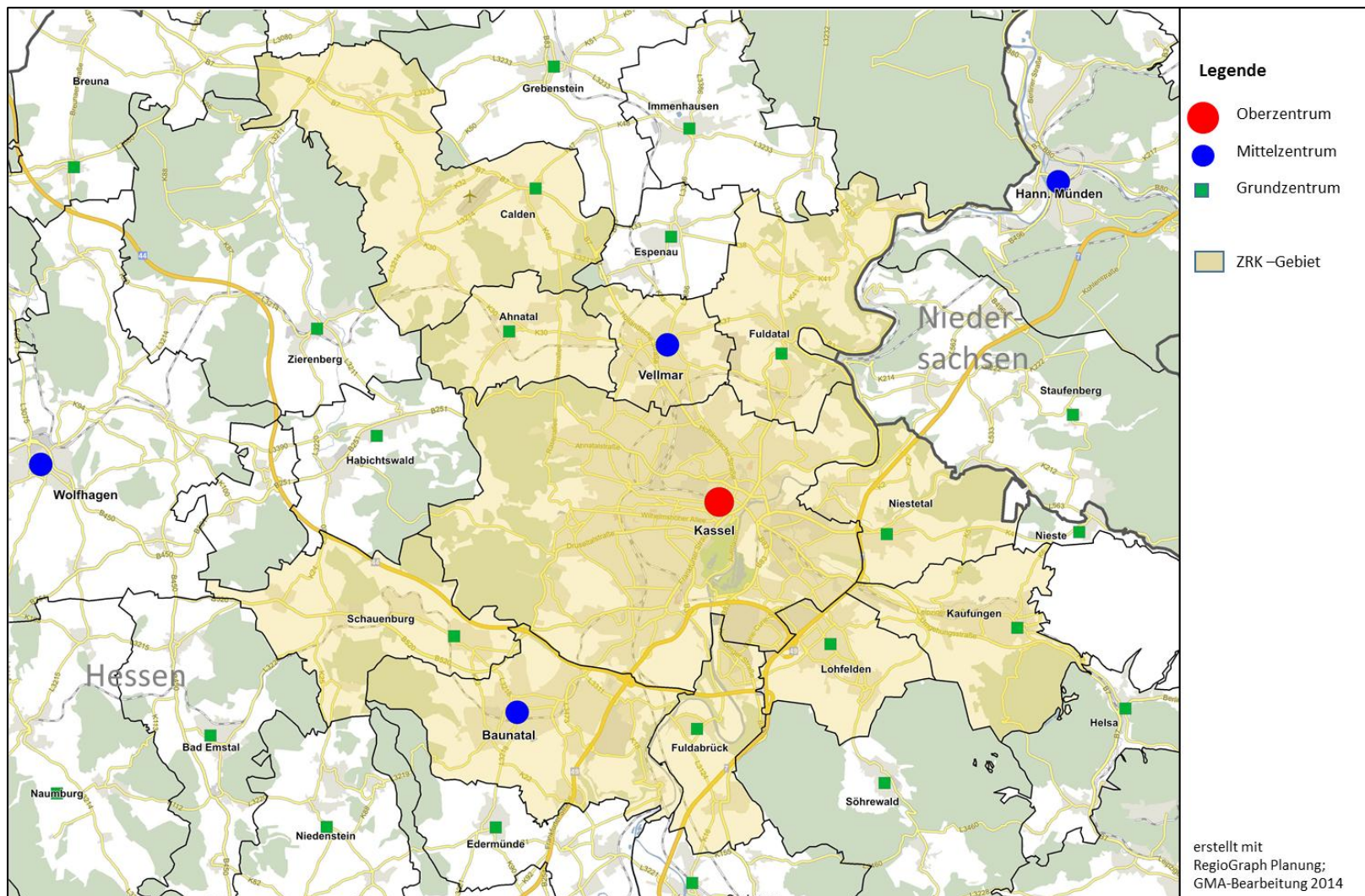
¹ Vgl. Junker und Kruse, Fortschreibung des KEP-Zentren, 2007.

² Quelle: Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2013, nur Hauptwohnsitze.

³ Quelle: Universität Kassel, Stand: Wintersemester 2013 / 2014.

⁴ Die einzelhandelsrelevante Gesamtkaufkraft in Kapitel II., 2.) wird nur auf die mit Hauptwohnsitz gemeldeten Personen bezogen.

Karte 1: ZRK-Gebiet und zentralörtliche Struktur



Die **Bevölkerungsentwicklung** im ZRK-Gebiet ist in den vergangenen Jahren weitestgehend stabil. So ist seit 2003 die Einwohnerzahl um ca. 1,1 % zurückgegangen. Bis zum Jahr 2025 ist gemäß der vorliegenden Bevölkerungsprognose der Bertelsmann-Stiftung von einer leicht rückläufigen Bevölkerungszahl gegenüber dem heutigen Wert um ca. - 4,1 % auf rd. 308.800 Einwohner auszugehen.¹

Tabelle 4: Einwohner im ZRK-Gebiet

Stadt / Gemeinde	zentralörtliche Funktion	Einwohner mit Hauptwohnsitz
Gemeinde Ahnatal	Grundzentrum	7.935
Stadt Baunatal	Mittelzentrum	27.353
Gemeinde Calden	Grundzentrum	7.335
Gemeinde Fuldabrück	Grundzentrum	8.748
Gemeinde Fulda	Grundzentrum	12.037
Stadt Kassel	Oberzentrum	194.087
Gemeinde Kaufungen	Grundzentrum	12.480
Gemeinde Lohfelden	Grundzentrum	13.560
Gemeinde Niestetal	Grundzentrum	10.482
Gemeinde Schauenburg	Grundzentrum	9.978
Stadt Vellmar	Mittelzentrum	18.075
Gesamt		322.070
Quelle: Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2013		

¹ Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser demografischer Wandel.

Tabelle 5: Makrostandortprofile

Merkmal	BRD	Hessen	LK Kassel	Kassel	Ahnatal	Baunatal	Calden	Fulda-brück	Fulda-tal	Kau-fungen	Loh-felden	Nieste-tal	Schau-enburg	Vellmar
zentralörtliche Funktion	-	-	-	OZ	GZ	MZ	GZ	GZ	GZ	GZ	GZ	GZ	GZ	MZ
Einwohner (30.12.2013): ¹	80.500.000 ²⁾	6.045.425	234.206	194.087	7.935	27.353	7.335	8.748	12.037	12.480	13.560	10.482	9.978	18.075
Bisherige Einw.-entwicklung (2003-2013): ²	-0,9 %	-0,7 %	-4,5 %	-0,1 %	-4,1 %	-2,8 %	-6,0 %	-3,4 %	-1,4 %	-1,8 %	-2,0 %	-0,6 %	-4,3 %	-1,9 %
Bevölkerungsprognose (2009 – 2025): ²	unterschiedliche Varianten	-1,8 %	-8,2 %	-2,4 %	-11,9 %	-6,1 %	-10,9 %	-12,6 %	-13,5 %	-6,5 %	-4,6 %	-6,2 %	-7,7 %	-6,1 %
EH-relevanter Kaufkraftindex: ³	100,0	103,8	99,9	98,0	109,6	101,5	99,5	105,0	100,5	102,1	99,0	104,6	101,1	102,4
Zentralitätskennziffer:	100,0	97,9	83,1	142,6	n. v.	118,5	n. v.	n. v.	69,6	53,0	97,0	63,7	47,6	123,3
Svp-Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2013: ⁴	29.219.777	2.291.732	67.076	101.710	706	23.465	1.582	3.347	1.875	3.313	4.242	4.041	1.004	2.681
Pendlersaldo 30.06.2013: ⁴	-74.759	+122.783	+17.028	+38.495	-2.014	+13.338	-1.128	+224	-2.236	-1.393	-885	+43	-2.778	-3.544
Arbeitslosenquote 08/2013: ⁴	6,8 %	5,9 %	5,2 %	10,2 %	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.	n. v.

¹ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt; nur Hauptwohnsitze

² Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2012

³ MB Research 2012

⁴ Agentur für Arbeit

OZ = Oberzentrum, MZ = Mittelzentrum, GZ = Grundzentrum; Einw. = Einwohner, EH = Einzelhandel, Svp = sozialversicherungspflichtig-

GMA-Zusammenstellung 2014

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Angebotssituation

1.1 Einzelhandelsbestand

In den Monaten Mai und Juni 2014 wurde durch GMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern eine Vollerhebung des Einzelhandels im Verbandsgebiet des ZRK durchgeführt (vgl. Tabelle 6). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es im ZRK-Gebiet **insgesamt**

- 2.090 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks¹
- ca. 669.500 m² Verkaufsfläche²
- ca. 2,0 Mrd. € Bruttoumsatzleistung p. a.³

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- 657 Betriebe (= ca. 31 % aller Betriebe)
- ca. 166.065 m² VK (= ca. 25 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 682,0 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 34 % des Gesamtumsatzes)

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- 1.433 Betriebe (= ca. 69 % aller Betriebe)
- ca. 503.435 m² VK (= ca. 75 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 1.315,7 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 66 % des Gesamtumsatzes)

¹ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

² bereinigte Werte: Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen (Warenhäuser / Kaufhäuser, Nonfood-Discounter / Sonderpostenmärkte, Babyfachmärkte, Sportfachmärkte und Einrichtungsfachmärkte ab 800 m² VK, Lebensmittelmärkte ab 2.500 m² VK, Möbelmärkte / -häuser ab 3.000 m² VK, Bau- und Gartenmärkte grundsätzlich) wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

³ bereinigte Werte: Umsätze wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Branchen

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	657	31	166.065	25	682,0	34
Gesundheit, Körperpflege	165	8	22.235	3	134,2	7
Blumen, zool. Bedarf	88	4	13.175	2	40,9	2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	910	44	201.475	30	857,1	43
Bücher, Schreib- / Spielwaren	114	5	18.185	3	80,3	4
Bekleidung, Schuhe, Sport	347	17	112.975	17	380,3	19
mittelfristiger Bedarf insgesamt	461	22	131.160	20	460,7	23
Elektrowaren, Medien, Foto	113	5	21.960	3	146,8	7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	199	10	163.055	24	284,4	14
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	90	4	115.740	17	143,6	7
Optik / Uhren, Schmuck	134	6	6.945	1	48,2	2
sonstige Sortimente**	183	9	29.165	4	56,9	3
langfristiger Bedarf insgesamt	719	34	336.865	50	679,9	34
Nichtlebensmittel insgesamt	1.433	69	503.435	75	1.315,7	66
Einzelhandel insgesamt	2.090	100	669.500	100	1.997,7	100
* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt						
** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)						
GMA-Erhebungen 2014 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)						

Differenziert nach **Branchen** liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte des Einzelhandels im ZRK-Gebiet in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf sowie Bekleidung / Schuhe / Sport, in denen eine Vielzahl strukturprägender und z. T. großflächiger Anbieter im Verbandsgebiet ansässig sind.

Differenziert nach den einzelnen **Städten und Gemeinden** ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenschwerpunkt neben der Stadt Kassel mit ca. 410.000 m² VK in der Gemeinde Fuldabrück (ca. 76.000 m² VK) und der Stadt Baunatal (ca. 60.500 m² VK) liegt. Danach folgen die Stadt Vellmar mit ca. 42.000 m² VK sowie die Gemeinde Lohfelden mit knapp 38.000 m² VK. In der Stadt Kassel sind somit ca. 61 % der Gesamtverkaufsfläche im ZRK-Gebiet ansässig. Der hohe Verkaufsflächenanteil Fuldabrücks ist insbesondere auf die interkommunale Möbelmeile mit großflächigen, dezentral gelegenen Angebote an der Albert-Einstein-Straße und am Ostring (auf Fuldabrücker Gemeindegebiet u. a. Möbel Finke, Bauhaus und Roller Möbeldiscount) zurückzuführen.

In den Mittelzentren Baunatal und Vellmar liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte mit ca. 23.000 m² VK im Ratio-Land (u. a. Ratio SB-Warenhaus, Saturn, H&M, C&A, Bau markt) bzw. mit ca. 15.000 m² VK im Herkules Einkaufszentrum (u. a. Edeka / Herkules SB-Warenhaus, Bau- und Gartenmarkt, Technik Partner). In der Gemeinde Lohfelden ergibt sich der hohe Verkaufsflächenanteil durch zwei dezentral gelegene, flächenintensive Anbieter des Möbel- und Bau- / Heimwerkersegments (Poco Möbel, Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt und Hornbach Garten & Zoo¹).

Die verbleibenden Gemeinden Ahnatal, Calden, Fuldata, Kaufungen, Niestetal und Schauenburg verfügen über zusammen 6 – 7 % der Gesamtverkaufsfläche im ZRK-Gebiet und weisen jeweils unter 10.000 m² VK sowie einen Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln auf. In den ländlichen geprägten Gemeinden Ahnatal, Calden und Schauenburg nehmen die für die Nahversorgung wichtigen Lebensmittelbetriebe sogar 80 % oder mehr der Verkaufsfläche ein (vgl. Tabelle 7).

¹ Derzeit baut Hornbach seinen Standort um. Der Anbieter Garten & Zoo wird von der Zepelinstraße neben das Haupthaus des Bau- und Gartenmarktes verlegt. Darüber hinaus erfolgt rückwärtig der Umbau einer ehemaligen Sporthalle in einen Baustoff-Drive In.

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand nach Städten und Gemeinden

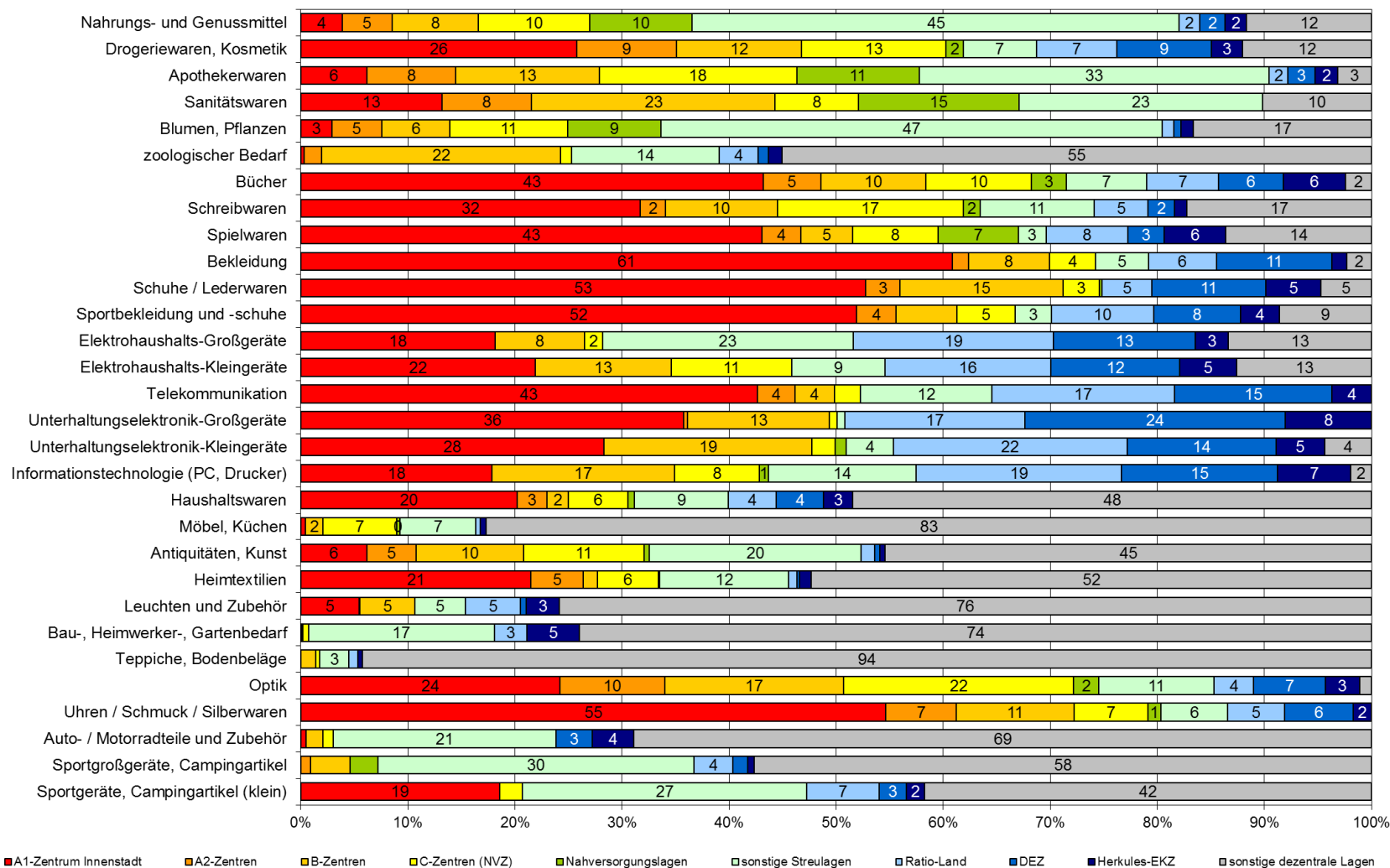
Branche		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)	
		abs.	in %	in m²	in %	Mio. €	in %
Stadt Kassel	NuG	417	28	97.905	24	403,2	30
	Nonfood	1.047	72	312.420	76	926,0	70
	gesamt	1.464	100	410.325	100	1.329,2	100
Gemeinde Ahnatal	NuG	12	46	3.835	80	14,9	77
	Nonfood	14	54	945	20	4,4	23
	gesamt	26	100	4.780	100	19,3	100
Stadt Baunatal	NuG	47	30	14.145	23	59,8	32
	Nonfood	111	70	46.440	77	127,5	68
	gesamt	158	100	60.585	100	187,3	100
Gemeinde Calden	NuG	13	57	3.210	82	12,1	77
	Nonfood	10	43	715	18	3,6	23
	gesamt	23	100	3.925	100	15,7	100
Gemeinde Fuldabrück	NuG	16	38	4.660	6	17,9	15
	Nonfood	26	62	71.120	94	97,8	85
	gesamt	42	100	75.780	100	115,7	100
Gemeinde Fulda	NuG	32	64	7.290	68	27,8	73
	Nonfood	18	36	3.505	32	10,4	27
	gesamt	50	100	10.795	100	38,2	100
Gemeinde Kaufungen	NuG	23	40	5.510	62	23,0	62
	Nonfood	35	60	3.345	38	14,5	38
	gesamt	58	100	8.855	100	37,5	100
Gemeinde Lohfelden	NuG	28	39	6.855	18	26,3	32
	Nonfood	44	61	31.010	82	55,0	68
	gesamt	72	100	37.865	100	81,3	100
Gemeinde Niestetal	NuG	21	44	6.305	67	26,3	70
	Nonfood	27	56	3.095	33	10,9	30
	gesamt	48	100	9.400	100	37,3	100
Gemeinde Schauenburg	NuG	17	61	4.220	86	16,4	80
	Nonfood	11	39	675	14	3,8	20
	gesamt	28	100	4.895	100	20,2	100
Stadt Vellmar	NuG	31	26	12.130	29	54,4	47
	Nonfood	90	74	30.165	71	61,7	53
	gesamt	121	100	42.295	100	116,0	100
NuG = Nahrungs- und Genussmittel GMA-Erhebungen 2014 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)							

1.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Verbandsgebiet

Bezogen auf den Einzelhandelsbesatz im Zweckverbandsgebiet liegen ca. 47 % der **Betriebe** in zentralen Versorgungsbereichen (Abgrenzung 2014, vgl. Kapitel IV.), in Streu- und Nebenlagen (siedlungsräumlich integrierte Lagen) befinden sich ca. 40 % der Betriebe. Etwa 13 % aller Betriebe sind dezentralen Standortlagen zuzuordnen.

Bei Betrachtung der **Verkaufsflächenausstattung** wird deutlich, dass sich die klassischerweise als innenstadtrelevante Sortimente bezeichneten Warengruppen (z. B. Bücher, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren) überwiegend in integrierten Lagen befinden. Das langjährige Instrument des KEP-Zentren mit seinen Regelungen hat sich in diesem Zusammenhang also bewährt. Insgesamt befinden sich im ZRK-Gebiet etwa 46 % der Gesamtverkaufsfläche an dezentralen Standorten; demgegenüber sind rund 15 % der Verkaufsflächen in der Innenstadt, weitere 16 % in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen sowie 22 % in Streu- und Nebenlagen verortet. Die hohe Verkaufsflächenausstattung dezentraler Lagen ist insbesondere auf flächenintensive Betriebsformen wie Möbelmärkte oder Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte zurückzuführen.

Abbildung 7: Einzelhandelsbestand nach Lagen



2. Nachfragesituation

2.1 Bevölkerung und Kaufkraft im Gebiet des Zweckverbands Raum Kassel

Zur Ermittlung des Kaufkraftpotenzials im Gebiet des Zweckverbands Raum Kassel wird von den in Kapitel I., 4. angegebenen Bevölkerungszahlen ausgegangen.

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.247 pro Jahr.

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. € 1.870 p. a.
- Nichtlebensmittel ca. € 3.377 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen.¹

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im ZRK-Gebiet (vgl. Tabelle 8) von **ca. 1.682 Mio. € bzw. knapp 1,7 Mrd. €**.

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** entfallen

- ca. 599 Mio. € (= ca. 36 %) auf Nahrungs- und Genussmittel,
- ca. 1.083 Mio. € (= ca. 64 %) auf Nichtlebensmittel.

¹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2012. Werte über 100 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin. Für die Städte und Gemeinden im ZRK-Gebiet liegen die Kaufkraftkoeffizienten zwischen 98,0 in der Stadt Kassel und 109,6 in der Gemeinde Ahnatal.

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im ZRK-Gebiet

Branchen	Kaufkraft in Mio. € 2013	davon Nahrungs- und Genussmittel	davon Nonfood
Stadt Kassel	992,9	353,9	639,0
Gemeinde Ahnatal	45,7	16,3	29,4
Stadt Baunatal	145,9	52,0	93,9
Gemeinde Calden	38,7	13,8	24,9
Gemeinde Fuldabrück	48,5	17,3	31,2
Gemeinde Fulda	64,9	23,0	41,9
Gemeinde Kaufungen	66,8	23,8	43,0
Gemeinde Lohfelden	70,9	25,2	45,7
Gemeinde Niestetal	57,4	20,5	36,9
Gemeinde Schauenburg	53,1	18,9	34,2
Stadt Vellmar	97,3	34,6	62,7
ZRK insgesamt	1.682,1	599,3	1.082,8
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)			

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um die **ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft**, d. h. die Kaufkraft, die dem stationären Einzelhandel grundsätzlich zur Verfügung steht, sowie die Kaufkraft, die stationäre Händler online auf sich vereinen können und die einen Anteil von ca. 2 – 3 % am gesamten Einzelhandelsumsatz ausmacht. Die Kaufkraft für sog. Internet-Pure-Player (z. B. Amazon) sowie Onlinehandel durch Hersteller und Katalogversender, deren Anteil am Onlinehandel über 70 % beträgt, sind in diesen Kaufkraftwerten nicht enthalten.¹

2.2 Kaufkraftprognose bis 2025

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina im Gebiet des Zweckverbands Raum Kassel bis zum Jahr 2025 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

¹ vgl. IFH Köln, 2012.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen nominal von derzeit ca. € 5.247 auf ca. € 5.550 im Jahr 2025.
- Die Bevölkerungszahl im ZRK-Gebiet wird perspektivisch weiter leicht zurückgehen; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2025 ist das in Kapitel I.4 dargestellte Entwicklungsszenario.

Im ZRK-Gebiet kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von **ca. 1,7 Mrd. €** gerechnet werden. Damit entspricht das im Jahr 2025 erwartete Kaufkraftvolumen in etwa dem aktuellen Kaufkraftvolumen. Zu beachten ist, dass diese Kaufkraft nicht ausnahmslos dem stationären Einzelhandel im ZRK-Gebiet zur Verfügung stehen wird. Sollte erwartungsgemäß eine weitere Abnahme der Marktanteile des stationären Einzelhandels und der Zunahme des Onlinehandels (gegenwärtig ca. 10 %) eintreten, ist davon auszugehen, dass die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft unter dem o. g. Wert liegen wird.

III. Empfehlungen zur Weiterentwicklung

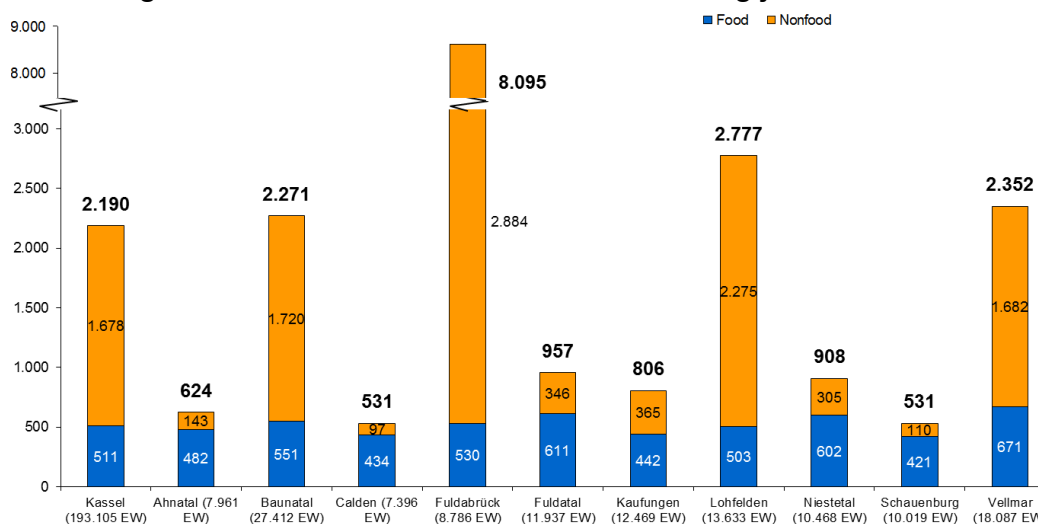
1. Bewertung der Einzelhandelssituation und Empfehlungen zum Branchenbesatz

1.1 Ausstattungskennziffern

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes im ZRK-Gebiet.

Hierzu ist anzumerken, dass diese Kennziffern lediglich einen **ersten Anhaltspunkt** zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern können. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen zulässt.

Abbildung 8: Relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner



GMA-Erhebung und -Darstellung 2014, Rundungsdifferenzen möglich.

Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation innerhalb des ZRK-Gebietes und im

regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt in Kapitel III, 3.3.

Die **branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung** in Abbildung 8 zeigt, dass die Stadt Vellmar mit ca. 671 m² VK je 1.000 Einwohner über die höchste relative Verkaufsflächenausstattung im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** verfügt. Die niedrigste relative Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln ist in den Gemeinden Schauenburg (ca. 421 m² je 1.000 EW), Calden (ca. 434 m² je 1.000 EW) und Kaufungen (ca. 442 m² VK je 1.000 EW) vorhanden, die verglichen mit den bundesweiten Werten jedoch als durchschnittlich zu bewerten sind.¹ Die Stadt Kassel verfügt über einer leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln von 511 m² VK je 1.000 EW, die bereits signalisiert, dass **aus planerischer Sicht perspektivisch qualitative Verbesserungen und die Optimierung der räumlichen Verteilung der Lebensmittelangebote im Fokus stehen sollten und nicht die Genehmigung zusätzlicher Lebensmittelmärkte.**

Im **Nonfoodsegment** fällt insbesondere die überdurchschnittliche relative Verkaufsflächenausstattung in der Gemeinde Fuldabrück auf (ca. 8.095 m² VK je 1.000 EW), die insbesondere durch die großflächigen Angebote an der Albert-Einstein-Straße zurückzuführen ist. Neben dem Oberzentrum Kassel mit knapp 2.200 m² VK je 1.000 EW und den Mittelzentren Baunatal und Vellmar mit 2.271 bzw. 2.352 m² VK je 1.000 EW verfügt auch die Gemeinde Lohfelden mit ihren verkehrsgünstig gelegenen dezentralen Angeboten im Möbel- sowie im Bau- und Gartenmarktsegment über eine hohe relative Verkaufsflächenausstattung (ca. 2.777 m² VK).

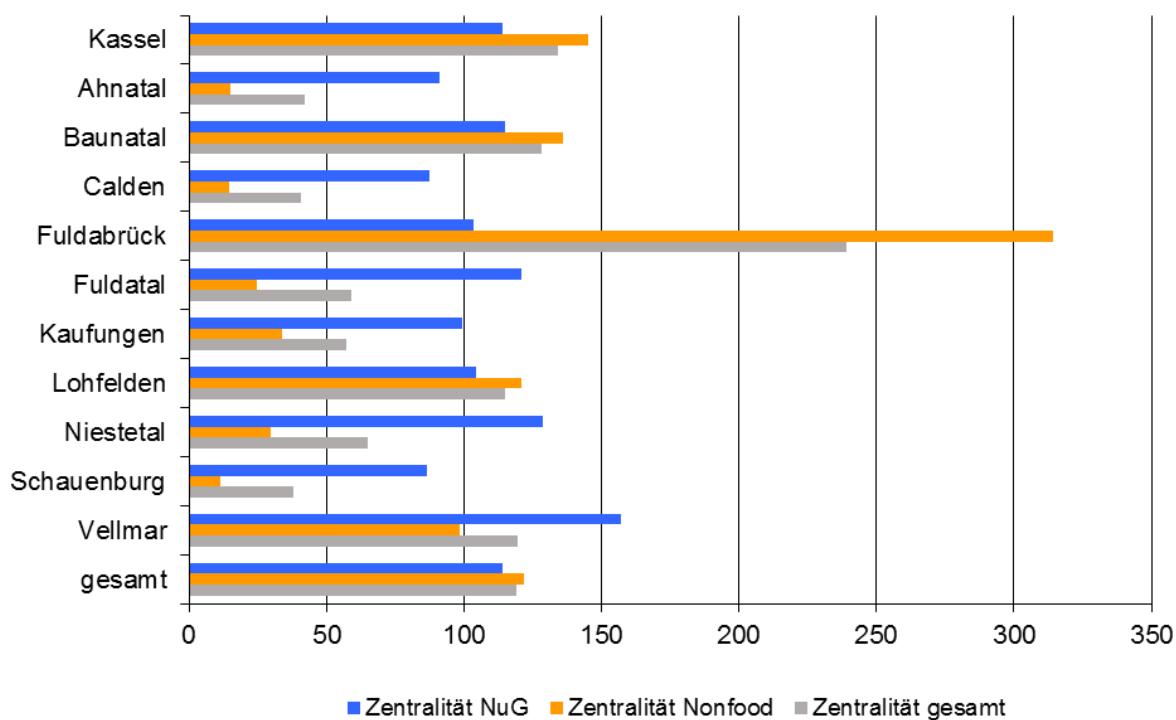
Diese Verteilung verdeutlicht die Aufgabenteilung innerhalb des ZRK-Gebietes, in dem die Ansiedlung auch oberzentraler Versorgungseinrichtungen in den das Oberzentrum umgebenden Städten und Gemeinden erlaubt ist, wie dies als Ziel 2 im Regionalplan Nordhessen verankert ist.

¹ Im Bundesdurchschnitt entfallen bei Nahrungs- und Genussmitteln auf 1.000 Einwohner ca. 435 m² VK, Quelle: EHI, Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

1.2 Zentralität

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung von Städten und Gemeinden für das sie umgebende nähere Umland dient die **Einzelhandelszentralität**.¹ Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität zeigt, dass im Vergleich zum regionalen Kaufkraftvolumen im ZRK-Gebiet insgesamt knapp 20 % mehr Umsätze getätigt werden (vgl. Abbildungen 9 und 10), was einem **Kaufkraftzufluss ins ZRK-Gebiet** von per Saldo **ca. 317 Mio. €** entspricht.

Abbildung 9: Einzelhandelszentralität der Städte und Gemeinden im ZRK-Gebiet



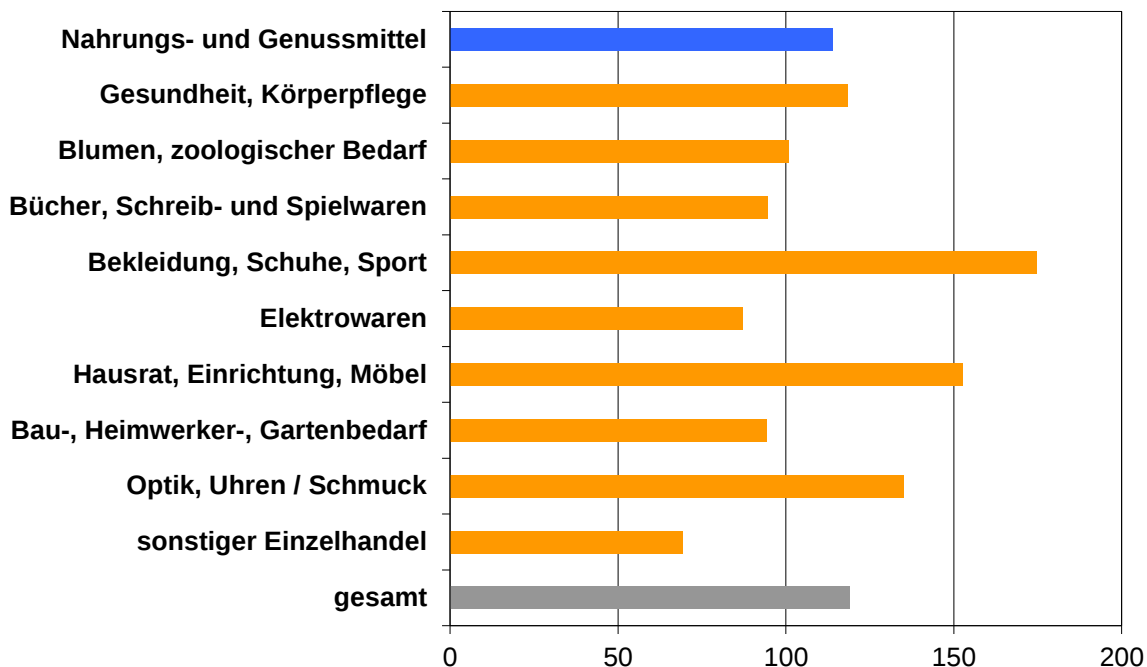
100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)

¹ Die Einzelhandelszentralität stellt den im ZRK-Gebiet bzw. den angehörigen Städten und Gemeinden getätigten Einzelhandelsumsatz der im gleichen Bezugsraum vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Hohe Kaufkraftzuflüsse generieren insbesondere die Städte Kassel (Zentralität 140 – 145, entspricht einem Kaufkraftzufluss von per Saldo ca. 435 – 440 Mio. €) und Baunatal (Zentralität 136, entspricht einem Kaufkraftzufluss von per Saldo ca. 40 Mio. €) sowie die Gemeinde Fuldabrück (Zentralität ca. 235 – 240, entspricht einem Kaufkraftzufluss von per Saldo ca. 65 – 70 Mio. €). Bei Nahrungs- und Genussmitteln erreichen auch die Grundzentren hohe Zentralitätswerte zwischen 86 (Schauenburg) und 129 (Niestetal) und damit kaum steigerbare Werte, die auf bereits heute überwiegend ausgeglichene Nahversorgungsstrukturen mit nur punktuell Verbesserungbedarf hinweisen. Insgesamt erreicht das ZRK-Gebiet bei Nahrungs- und Genussmitteln eine Zentralität von ca. 114, was insbesondere auf die SB-Warenhäuser in den randlich gelegenen Einkaufszentren Ratio-Land in Baunatal und Herkules Einkaufszentrum in Vellmar zurückzuführen ist, die jeweils über das ZRK-Gebiet hinausgehende Einzugsgebiete ansprechen. Nicht zuletzt pendeln täglich zahlreiche Menschen zur Arbeit in die Region Kassel und nutzen z. T. die Angebote zur Lebensmittelversorgung.

Differenziert nach den übrigen Warengruppen sind insbesondere die Sortimente Bekleidung / Schuhe / Sport mit einer Zentralität von ca. 175 und das Segment Hausrat / Einrichtung / Möbel mit einer Zentralität von ca. 152 anzusprechen, in denen deutliche Kaufkraftzuflüsse in das Verbandsgebiet zu konstatieren sind (vgl. Abbildung 10). Nennenswerte Kaufkraftabflüsse sind hingegen nur in der Warengruppe „Elektrowaren“ (Zentralität 85) festzuhalten, wobei daraus eventuell abzuleitende Nachholbedarfe mit Blick auf die auch in den kommenden Jahren voraussichtlich noch zunehmenden Anteile des Onlinehandels insbesondere bei Elektrowaren / Medien / Foto (derzeit rd. 30 %) zu relativieren sind (vgl. Abbildung 6 in Kapitel I., 2.4).

Abbildung 10: Einzelhandelszentralität im ZRK-Gebiet nach Hauptwarengruppen



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)

1.3 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen

Zusammenfassend sind hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für das ZRK-Gebiet folgende Bewertungen und Empfehlungen zu treffen:

Tabelle 9: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	- quantitativ insgesamt überdurchschnittliche Ausstattung, mit tlw. räumlichen Versorgungslücken (s. Kapitel III., 2.) - Ausgewogener Betriebstypen- und Betreiberbesatz - bei Supermärkten überdurchschnittlich hoher Anteil (57 %) kleiner Märkte (< 1.000 m² VK)	(Verlagerung und) Erweiterung / Modernisierung von Märkten mit Nachholbedarf prüfen, Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung (durch Ausweis von ZVB und Nahversorgungslagen), sonst kein wesentlicher Handlungsbedarf zum Ausbau des Angebots (s. Kapitel III., 2.)
Gesundheit, Körperpflege	überdurchschnittliche Ausstattung in Kassel, im Umland insgesamt unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren	Nachholbedarf durch Wegfall von Schlecker, auch in einigen Umlandgemeinden (zusätzlicher) Drogeriemarkt grundsätzlich noch darstellbar (s. Kapitel III., 2.)
Schnittblumen	- unterdurchschnittliche Ausstattung - Versorgung z. T. über Gartenmärkte	grundsätzlich noch Ansiedlungspotenziale (kleinflächig) gegeben, jedoch kein akuter Handlungsbedarf
zoologischer Bedarf	überdurchschnittliche Ausstattung in Kassel und im Umland	kein Handlungsbedarf
Bücher, Schreib- und Spielwaren	- quantitativ durchschnittliche Ausstattung, bei Spielwaren kein großflächiger Anbieter vorhanden - Bei Büchern große Magnetbetriebe in der Innenstadt vorhanden (Thalia, Hugendubel)	Ansiedlung eines Spielwarenfachmarktes grundsätzlich darstellbar, sonst kein wesentlicher Handlungsbedarf
Bekleidung, Schuhe, Sport	- gut bei Schuhe / Lederwaren und Sport, bei Bekleidung quantitativ unterdurchschnittlich - fast zwei Drittel der Angebote in der City, dort fast alle namhaften Magnetbetriebe des mittelpreisigen Segments vertreten (Kaufhof, SinnLeffers, P&C, H&M etc.) - in den Umlandgemeinden unterdurchschnittlich (v. a. Bekleidung)	noch ausbaufähig (v. a. Bekleidung), wobei auch in den Mittelzentren Baunatal und Vellmar noch Angebote darstellbar sind; Lenkung auf zentrale Versorgungsbereiche anzustreben

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Elektrowaren, Medien, Foto	- quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung - ausgewogener Betriebstypenmix und räumliche Verteilung	Ansiedlung eines Elektrofachmarktes im nördlichen Verbandsgebiet (Vellmar) grundsätzlich darstellbar
Möbel, Einrichtung, Möbel, Teppiche	- quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung - umfangreicher Betriebstypenmix, auch spezialisierte Anbieter	kein Handlungsbedarf, Bestandssicherung (z. B. durch Verlagerung)
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	- überdurchschnittliche Ausstattung - umfangreicher Betriebstypenmix, auch spezialisierte Anbieter	kein Handlungsbedarf, Anpassungen (z. B. Baustoffe-Drive Ins) grundsätzlich genehmigungsfähig, wenn kein Ausbau zentrenrelevanter Randsortimente
Optik, Uhren / Schmuck	- quantitativ und qualitativ gute Ausstattung - gute räumliche Verteilung mit Schwerpunkt auf den zentralen Versorgungsbereichen	kein Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	- quantitativ gute Ausstattung v. a. Entwicklungen bei Fahrradfachmärkten, sehr gute Ausstattung	kein Handlungsbedarf
GMA-Empfehlungen 2014		

Für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sollte das Hauptaugenmerk auf die Bestandssicherung und ggf. Modernisierung gelegt werden.

2. Nahversorgung

2.1 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wesentliches Ziel des KEP-Zentren ist die Sicherung der Nahversorgung im Verbandsgebiet. Seit dem Jahr 2000 wurden regelmäßig die Verkaufsflächen der Lebensmittelmärkte und Lebensmittelabteilungen der Kauf- und (SB-)Warenhäuser erhoben. Dabei wurden die Verkaufsflächen der wesentlichen Lebensmittelanbieter (Aldi, Edeka, Lidl, Plus / Netto, Norma, Penny, Spar, Rewe, tegut) einschließlich ihrer angeschlossenen Getränkemärkte jährlich im Rahmen von Ortsbegehungen fortgeschrieben. Die Gegenüberstellung mit den im Mai / Juni 2014 erhobenen Einzelhandelsdaten der GMA zeigt im Zeitverlauf folgendes:¹

- Die **Gesamtverkaufsfläche** der wesentlichen Einzelhandelsanbieter des Lebensmittelsegments, der SB-Warenhäuser sowie der Lebensmittelabteilungen in Kauf- und Warenhäusern ist im ZRK-Gebiet seit Dezember 2004 (Vergleichszeitraum ca. 10 Jahre) von ca. 125.250 m² auf ca. 148.900 m² gestiegen (ohne Calden, das 2004 noch nicht dem Verbandsgebiet angeschlossen war). Dies entspricht einem Zuwachs der Verkaufsfläche dieser strukturprägenden Anbieter von ca. 19 %. Die Bevölkerungszahl im ZRK-Gebiet (ohne Calden) ging im gleichen Zeitraum um ca. 1,2 % zurück. Diese Entwicklung berücksichtigt noch nicht, dass es zudem eine Ausdifferenzierung des Lebensmittelangebots u. a. mit Bio-, Naturkost- und Reformläden sowie ethnischem Lebensmitteleinzelhandel gegeben hat. Insofern spiegeln die Gesamtwerte nur die Entwicklung der namhaften Lebensmittelketten wider und vernachlässigen, dass es gerade bei kleinflächigen, inhabergeführten Fachgeschäften, die nicht erfasst wurden, in den vergangenen 10 Jahren Marktberreinigungen gegeben haben dürfte. Differenziert nach Teilräumen ist dieser Konzentrationsprozess festzustellen, dass die Verkaufsfläche der o. g. Anbieter insbesondere in der Stadt Kassel gestiegen ist (von 68.650 m² auf ca. 83.700 m² = ca. + 22 %). Innerhalb Kassels gab es deutliche Verbesserungen der Versorgung insbesondere in der Unterneustadt (Ansiedlung Lidl), in der Südstadt (Verlagerung und Erweiterung Edeka Aschoff) sowie in Waldau (Ansiedlung Penny, Netto).

¹ Für 2014 wurden nur die Verkaufsflächen der genannten, wesentlichen Lebensmittelanbieter berücksichtigt, so dass eine Vergleichbarkeit der Zahlen grundsätzlich gegeben ist.

Demgegenüber zogen sich nahversorgungsrelevante Betriebe aus Stadtteilen mit geringer Einwohnerzahl und ungünstiger Verkehrsanbindung bzw. geringer Flächenverfügbarkeit weiter zurück (z. B.. Edeka Brasselsberg). Aber auch in den Umlandgemeinden war ein Verkaufsflächenzuwachs der o. g. Anbieter von 56.600 m² auf 65.200 m² (ca. + 15 %) zu verzeichnen, wobei ein starkes Verkaufsflächenwachstum v. a. in Bauntal (insbesondere Erweiterung Ratio-Land, Erweiterung Edeka Rostocker Straße), Fuldata (insbesondere Netto-Ansiedlung, Erweiterung Rewe Niedervellmarsche Straße) und Kaufungen (insbesondere Edeka-Verlagerung / -Erweiterung, Erweiterung Rewe Im Feldhof). Damit können auch die Umlandgemeinden gegenwärtig eine Vollversorgung der Bevölkerung sicherstellen, die es insbesondere in den integrierten Lagen zu sichern gilt.

- Die **Gesamtzahl** der genannten Märkte ist von 135 im Jahr 2004 auf 127 im Jahr 2014 gesunken, was insbesondere auf Größensprünge bei Discountern und Supermärkten zurückzuführen ist. Die **durchschnittliche Verkaufsfläche** je Betrieb (ohne SB-Warenhäuser sowie Kauf- / Warenhäuser) ist somit im Vergleichszeitraum von ca. 840 m² auf ca. 995 m² gestiegen.
- Die Anzahl der **Lebensmitteldiscounter** hat sich von 42 im Jahr 2004 auf 45 im Jahr 2014 erhöht. Gleichzeitig ist die Verkaufsfläche der Lebensmitteldiscounter um 24 % von ca. 28.250 m² (2004) auf 35.000 m² (2014) angestiegen, da die durchschnittliche Verkaufsfläche von Lebensmitteldiscountern von ca. 675 m² auf ca. 780 m² zugenommen hat. Gemessen an der Gesamtverkaufsfläche der wesentlichen Lebensmittelbetriebe nehmen die Discounter somit nunmehr rund 24 % ein (2004: ca. 23 %).
- Demgegenüber ist die Anzahl der **Supermärkte** von 84 im Jahr 2004 auf 74 im Jahr 2014 gesunken, während sich die Verkaufsfläche der Supermärkte im Vergleichszeitraum von ca. 77.400 m² auf ca. 82.810 m² (+ 7 %) entwickelt hat. Damit einher ging eine tendenzielle Vergrößerung der Verkaufsfläche von durchschnittlich ca. 920 m² auf ca. 1.120 m². Der Verkaufsflächenanteil der Supermärkte an der Gesamtverkaufsfläche der genannten Betriebe ging damit von 62 % im Jahr 2004 auf 56 % zurück.

2.2 Zusammenfassung der Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Fortschreibung des KEP-Zentren erfolgte in den Monaten Juni und Juli 2014 eine telefonische Haushaltsbefragung, um Rückschlüsse auf das Einkaufsverhalten der Bewohner und die aktuelle Versorgungsbedeutung der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstandorte im ZRK-Gebiet ziehen zu können. Insgesamt konnten 1.516 Fragebögen ausgewertet werden.

Insgesamt sind die Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung wie folgt zusammen zu fassen:¹

- Im Nahrungs- und Genussmittelsegment ist innerhalb des ZRK-Gebiets grundsätzlich eine ausgeprägte Orientierung auf die in der eigenen Stadt bzw. Gemeinde ansässigen Versorgungsangebote festzustellen.
- Sofern diese Angebote vorhanden sind, werden insbesondere die strukturprägenden Lebensmittelmärkte (> 400 m² VK) im eigenen Stadt- bzw. Ortsteil genutzt. Eine Ausnahme stellen in Kassel die Stadtteile Harleshausen, Jungfernkopf, Brasselsberg, Philippinenhof/Warteberg, Nordshausen und Fasanenhof dar, wo die Bevölkerung überwiegend auf Standorte in benachbarten Stadtteilen oder – wie im Falle der Einwohner Philippinenhof/Wartebergs und Brasselsbergs – auf sonstige Stadtteile orientiert ist.
- Aus den genannten Stadtteilen sind somit Kaufkraftabflüsse festzustellen, die sich im Falle von Brasselsberg, Philippinenhof/Warteberg, Nordshausen und Fasanenhof mit den fehlenden Angebotsstrukturen in diesen Stadtteilen begründen lassen. In Harleshausen und Jungfernkopf scheint hingegen das vorhandene Angebot nicht ausreichend zu sein (z. B. Stadtteil Jungfernkopf mit tegut Supermarkt und Penny Lebensmitteldiscounter), wobei auch die Platzierung der Angebote innerhalb des Stadtteils (im Stadtteil Jungfernkopf z. B. die Lage oberhalb der Wohngebiete) und Wegebeziehungen bzw. Verbindungen mit anderen Erledigungen (z. B. Arztbesuche) dazu beizutragen, dass Lebensmittel außerhalb dieser Stadtteile eingekauft werden.

¹ Für die ausführliche Darstellung der Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung s. Anhang.

Die fußläufige Nahversorgung spielt in der Stadt Kassel v. a. in den Stadtteilen Forstfeld, Unterneustadt, Süsterfeld/Helleböhn und Wolfsanger/Hasenhecke sowie außerhalb von Kassel v. a. in den Gemeinden Kaufungen und Fuldabrück eine wichtige Rolle. In den Gemeinden Calden, Ahnatal, Fuldata und Schauenburg wird hingegen insbesondere mithilfe des Pkw's eingekauft, ebenso wie in den Kasseler Stadtteilen Nordshausen, Philippinenhof/Warteberg, Mitte und Südstadt.

2.3 Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung

Im Folgenden werden die einzelnen verbandsangehörigen Kommunen und Stadtteile in Kassel hinsichtlich ihrer Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt.

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadt- und Ortsteile werden um die wesentlichen Lebensmittelmärkte (größer 400 m² VK) 700 m-Radien¹ gelegt, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren (vgl. Karte 3). Der Radius (Luftlinienentfernung) von 700 m wird unter Berücksichtigung des demographischen Wandels i. S. e. fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. zehn Minuten Gehzeit. Die innerhalb dieser Radien gelegene Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt“ klassifiziert. Auf diese Weise ergeben sich stadtteilspezifische Versorgungsgrade (Anteil der versorgten Bevölkerung, ausgedrückt in Prozent), welche in die Bewertung der Nahversorgungssituation mit einfließen.

¹ Beispielsweise zitiert in Nordrhein-Westfalen der Einzelhandelserlass aus dem Jahr 2008 die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach auch bei großflächigen Lebensmittelmärkten nicht von Auswirkungen auszugehen ist, wenn deren (voraussichtlicher) Gesamtumsatz – neben Standort und Sortiment – 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. Als Nahbereich ist in Abhängigkeit von den siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten ein Radius von ca. 700 – 1.000 m anzusetzen.

2.3.1 Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in der Stadt Kassel

In Kassel werden die 23 Stadtteile zur Bewertung der Nahversorgungssituation gutachterlicherseits zu neun strategischen Versorgungsgebieten zusammengefasst, für die davon auszugehen ist, dass die jeweiligen Angebote im Versorgungsgebiet auch Nahversorgungsangebote bei Lebensmitteln und Drogeriewaren für die Bewohner der jeweils anderen Stadtteile darstellen und daher in der Gesamtschau zu bewerten sind:

- Mitte
- Südstadt
- Vorderer Westen, Wehlheiden
- Fasanenhof, Wesertor, Wolfsanger/Hasenhecke
- Rothenditmold, Nord-Holland, Philippinenhof/Warteberg
- Harleshausen, Jungfernkopf
- Bad Wilhelmshöhe, Kirchditmold
- Brasselsberg, Süsterfeld/Helleböhn, Niederzwehren, Oberzwehren, Nordshausen
- Bettenhausen, Forstfeld, Waldau, Unterneustadt

Übersicht 1: Bewertung der Situation bei Lebensmitteln und Drogeriewaren und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in den Stadtteilen Kassels

Stadt- teil(e)	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Mitte	7.943	2 Anbieter, u. a. Asiatische Lebens- mittel (ZVB)	-	tegut (ZVB) Aldi (ZVB) Penny (ZVB) Asiat. (ZVB)	tegut (2x, ZVB)	▪ quantitativ: in beiden Warengruppen deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ▪ qualitativ: grundsätzlich mehrheitlich zeitgemäße Marktauftritte der bestehenden Anbieter (v. a. hinsichtlich VK-Dimensionierung), Mix verschiedener Betriebstypen, allerdings ohne Vollsortimenter im mittleren Preissegment, hingegen gute Abdeckung im hochwertigen Lebensmittelsegment (v. a. tegut); ergänzend spezialisierte Anbieter (z. B. Tee), Kioske, Tankstellenshop und Metzgereien, Bäckereien ▪ räumlich: alle Anbieter im ZVB gelegen und mit Nahversorgungsfunktion, gute räumliche Abdeckung und gute fußläufige Erreichbarkeit, keine Versorgungslücken (Vollabdeckung im 700 m-Radius) ➔ kein Handlungsbedarf, freies Spiel der Kräfte für Märkte bis 800 m² VK; darüber Einzelfallprüfung
		3 Anbieter, u. a. Douglas (ZVB)	dm (ZVB) Rossmann (ZVB) Douglas (2x, ZVB)	Rossmann (2x, ZVB) dm (ZVB)	Müller (ZVB)	
Südstadt	7.364	Biomarkt (ZVB)	-	tegut (ZVB) Netto (iL)	Edeka (ZVB)	▪ quantitativ: deutlich überdurchschnittlich bei Nahrungs- und Genussmitteln, bei Drogeriewaren unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (Angebote v. a. im Stadtteil Mitte) ▪ qualitativ: moderne Marktauftritte der strukturprägenden Anbieter, tegut mit tendenziell zu kleiner Verkaufsfläche, verschiedene Betriebstypen; ergänzend Getränkemarkt, Tankstellenshop und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien) ▪ räumlich: alle Anbieter im ZVB oder mit Wohngebietsanschluss und entsprechender Nahversorgungsfunktion, gute räumliche Abdeckung und fußläufige Erreichbarkeit, keine Versorgungslücken (Vollabdeckung im 700 m-Radius) ➔ kein Handlungsbedarf bei Lebensmitteln; Drogeriemarkt eingeschränkt darstellbar, wenn Standort in ZVB Kassel-Südstadt
		-	-	-	-	

Stadt- teil(e)	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Vorderer Westen, Wehlhei- den	29.586	2 Anbieter u. a. Naturkost Primavera (ZVB)	Denn's Biomarkt (ZVB) 1 ethni- scher An- bieter	Edeka (2x, ZVB/iL) Rewe (iL) Aldi (ZVB) Lidl (iL)	Rewe (2x, ZVB) tegut (iL)	▪ quantitativ: insgesamt durchschnittliche VK-Ausstattung ▪ qualitativ: Lebensmittelmärkte > 800 m² VK entsprechen im Wesentlichen den aktuellen Markterfordernissen, Supermärkte < 800 m² VK (Edeka, Rewe) mit Nachholbedarf (v. a. VK-Größe, z. T. Parken), ergänzend v. a. spezialisierte Anbieter (z. B. Käse), Getränkemärkte, Tankstellenshops sowie Metzgereien und Bäckereien); Drogerieanbieter zeitgemäß ▪ räumlich: räumlicher Versorgungsschwerpunkt in Wehlheiden, alle Märkte städtebaulich oder siedlungsräumlich integriert und mit hoher fußläufiger Nahversorgungsfunktion ➔ kein wesentlicher Handlungsbedarf; ggf. qualitative Verbesserungen für Rewe Kirchweg (v. a. fußläufige Anbindung an Wehlheider Platz) und kleine Edeka-Märkte (v. a. VK-Erweiterung, Parken) anzustreben
		La Marina Kosmetik (ZVB)	-	Rossmann (2x, ZVB)		
Fasanen- hof, Wesertor, Wolfsan- ger / Hasen- hecke	25.112	Das Läd- chen (iL)	Wefa Markt (ZVB) Stern Markt (ZVB)	Edeka (ZVB) Lidl (2x, ZVB/iL) Aldi (aL) Asiatische Lebens- mittel	real (aL) Edeka (NVL)	▪ quantitativ: durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln, unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren (Angebote v. a. im Stadtteil Mitte) ▪ qualitativ: real SB-Warenhaus und Edeka im ZVB Kassel-Wesertor deutlich in die Jahre gekommen (Edeka v. a. hinsichtlich VK-Größe, Parken, Außenauftritt); guter Betriebstypenmix, dezentral gelegenes real SB-Warenhaus als flächenmäßig größter Lebensmittelmarkt in der Stadt Kassel; Ergänzung durch Kioske, Tankstellenshops, ethnischen Lebensmittelhandel und Bäckereien, Metzgereien; kein Drogeriemarkt, Drogeriewaren als Teilsortimente der Lebensmittelmärkte (v. a. real) ▪ räumlich: Versorgungslücken z. T. in den Stadtteilen Fasanenhof und Wolfsanger/Hasenhecke, Abdeckungsgrad ca. 85 % ➔ Verbesserung für Edeka Supermarkt Fuldataalstraße anzustreben, z. B. Verlagerung / Erweiterung auf Grundstück des ehem. Möbelmarktes; Drogeriemarkt grds. darstellbar, wenn Standort in ZVB
		-	-	-	-	

Stadt- teil(e)	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Rothen- ditmold, Nord- Holland, Philippi- nehof / Warte- berg	25.879	3 ethni- sche An- bieter, u. a. Paywand (iL), Nino's Feinkost (iL)	4 ethni- sche An- bieter, u. a. Wefa Markt	nahkauf (NVL) Aldi (2x, iL/aL) Mix Markt (iL) Della Mon- ica (iL)	Edeka (2x, iL/aL) Rewe (aL) Lidl (2x, aL) Netto (aL) Penny (iL)	▪ quantitativ: insgesamt überdurchschnittliche Verkaufsflächen- ausstattung bei Lebensmitteln, leicht unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren (Angebote v. a. im Stadtteil Mitte) ▪ qualitativ: Anbieter überwiegend zeitgemäß, nur z. T. mit struk- turellen Schwächen (z. B. Edeka Fiedlerstraße, v. a. Anfahrt / Parken und Öffnung zur Straße Eisenschmiede); guter Betriebs- typenmix mit Schwerpunkt bei Discounter; Ergänzung durch zahlreiche ethnische Lebensmittelgeschäfte, Kioske, TS-Shops und Bäckereien, Metzgereien; Drogeriemarkt zeitgemäß ▪ räumlich: Versorgungslücken z. T. in den Stadtteilen Kirchdit- mold und Philippenhof/Warteberg; dort nahkauf Markt mit wichti- ger Nahversorgungsfunktion, sonst überwiegend autokundenori- entierete Standorte, Abdeckungsgrad ca. 89 % ➔ Sicherung der wohnortnahen, fußläufigen Nahversorgung; zusätzlicher Drogeriemarkt grds. darstellbar, wenn sied- lungsräumlich integriert und keine Auswirkungen
		-	-	dm (iL)	-	
Harles- hausen, Jungfern- kopf	16.512	Reform- haus (ZVB)	tegut (iL)	Edeka (ZVB) Penny (NVL) nahkauf (iL)	tegut (NVL) Aldi (iL)	▪ quantitativ: jeweils unterdurchschnittliche VK-Ausstattung ▪ qualitativ: v. a. Edeka Harleshausen und tegut Harleshäuser Straße mit z. T. deutlichem Nachholbedarf (v. a. VK-Ausstattung, z. T. Marktauftritt, Parken); sonst guter Betriebstypenbesatz mit Schwerpunkt auf wertigen Angeboten; ergänzend Kioske, Ge- tränkemärkte, Tankstellenshops, Obst- und Gemüseanbieter, spezialisierte Betriebe (Wein) sowie Betriebe des Lebensmittel- handwerks (Bäckereien, Metzgerei) ▪ räumlich: östliche Wohngebiete Jungfernkopfs und westliche Wohngebiete Harleshausens ohne fußläufige Nahversorgung, Märkte allesamt städtebaulich oder siedlungsräumlich integriert; insgesamt räumliche Versorgungslücken, die allerdings nur schwer behoben werden können; Abdeckungsgrad ca. 70 % ➔ Erweiterungsmöglichkeiten insbesondere für Edeka und Rossmann innerhalb des ZVB Kassel-Harleshausen prüfen
		-	Rossmann (ZVB)	-	-	

Stadt- teil(e)	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Bad Wil- helmshö- he, Kirch- ditmold	22.741	Edeka (iL)	nahkauf (NVL) Biomarkt (2x, ZVB)	Edeka (2x, ZVB) tegut (2x, ZVB) Penny (ZVB)	Edeka (iL) tegut (2x, ZVB/NVL)	▪ quantitativ: jeweils durchschnittliche VK-Ausstattung ▪ qualitativ: Vollsortimenter unter 800 m² VK mit tendenziell zu kleiner Verkaufsfläche, aber überwiegend gut gehend und mit wichtigen Nahversorgungsfunktionen; vielseitiger Betriebstypenbesatz mit geringem Anteil an Discountern; Ergänzung durch spezialisierte Anbieter (z. B. Feinkost, Confiserie), Naturkostläden, Kioske, Getränkemärkte, Tankstellenshops sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) ▪ räumlich: Versorgungslücken v. a. in westlichen Wohngebieten der Stadtteile Bad Wilhelmshöhe und Kirchditmolds; Märkte allesamt integriert, Abdeckungsgrad ca. 79 % ➔ kein wesentlicher Handlungsbedarf; ggf. Erweiterungsmöglichkeiten für kleine Vollsortimenter / Drogeriemärkte prüfen
		Rossmann (ZVB) Parfüme- rie (ZVB)	Rossmann Express (ZVB)	-	-	
Brassels- berg, Süster- feld / Helleböhn Nieder- zwehren, Ober- zwehren, Nords- hausen	35.972	6 Anbieter, u. a. nah- kauf Bras- selsberg (NVL)	Rhön- markt (NVL)	Lidl, Pen- ny (ZVB) Netto (NVL) Rewe (iL), Aldi (iL), Lidl (aL), Norma (iL), Penny (iL), Mix Markt (iL)	real (aL) Edeka (aL) Rewe (2x, NVL) Aldi (aL)	▪ quantitativ: durchschnittliche VK-Ausstattung im Lebensmit- telsegment, überdurchschnittlich bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: überwiegend zeitgemäße Anbieter; Lebensmittel- märkte unter 400 m² mit kleiner VK, aber wichtigen Nahversor- gungsfunktionen in Brasselsberg und am Rhönplatz; gute Be- triebstypendurchmischung mit hohem Anteil an Discountern; Er- gänzung durch ethnische oder spezialisierte Anbieter (z. B. Hus- sel im DEZ), Obst- und Gemüseanbieter, Kioske, Getränkemärkte, Tankstellenshops sowie Bäckereien und Metzgereien; Droge- rieangebote umfassend und mit Ausnahme von Rossmann Hel- leböhn zeitgemäß (v. a. VK-Größe, Parken) ▪ räumlich: Versorgungslücken v. a. in den Stadtteilen Brassels- berg und Nordshausen ohne nennenswerte bzw. größere Ange- bote sowie in den südwestlichen Wohngebieten Niederrzwe- hren; übrige Märkte außer DEZ im Wesentlichen integriert, Ab- deckungsgrad nur ca. 64 %, bei deutlichen Unterschieden ➔ Sicherung der wohnortnahen Versorgung bei Lebensmit- teln; Neupositionierung für Rossmann Helleböhn prüfen
		Rituals (aL)	Rossmann (NVL) Douglas (aL)	Rossmann (aL)	-	

Stadt- teil(e)	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Betten- hausen, Forstfeld, Waldau, Unterneu- stadt	25.649	2 Anbieter, u. a. nah- kauf (iL)	3 ethni- sche Le- bensmit- telanbie- ter, u. a. Furkan (2x, ZVB/ iL)	Edeka (iL) Aldi (aL) Netto (2x, aL) Penny (2x, iL/aL)	tegut (ZVB) Rewe (2x, NVL/iL) Lidl (2x, iL/aL)	▪ quantitativ: in beiden Warengruppen jeweils überdurchschnittliche VK-Ausstattung ▪ qualitativ: überwiegend zeitgemäße Anbieter (v. a. hinsichtlich VK-Ausstattung), Edeka Umbachsweg mit kleiner Verkaufsfläche, aber fußläufiger Nahversorgungsfunktion für umliegende Wohngebiete; gute Betriebstypendurchmischung mit ausgewogenem Verhältnis von Supermärkten und Discountern; Ergänzung durch Getränkemärkte, Kioske, Tankstellenshops sowie Bäckereien und Metzgereien; mit Drogeriemarkt Müller im ZVB Kassel-Bettenhausen und dezentralem dm Drogeriemarkt umfassendes Angebot auch bei Drogeriewaren vorhanden ▪ räumlich: nur geringe Versorgungslücken, guter Abdeckungsgrad von ca. 88 %; Vollsortimenter Edeka und tegut sowie Drogeriemarkt Müller mit wichtigen Nahversorgungsfunktionen in zentralen Versorgungsbereichen und integrierten Lagen, Discounter und dm Drogeriemarkt an vorwiegend auto-kundenorientierten Standorten ➔ Sicherung der wohnortnahen Versorgung bei Lebensmitteln und Drogeriewaren; sonst kein Handlungsbedarf
		-	-	dm (aL)	Müller (ZVB)	

* ZVB = Lage im zentralen Versorgungsbereich, NVL = Nahversorgungslage, iL = integrierte Lage (=Wohngebietsanschluss nach mindestens drei Richtungen), aL = autokundenorientierte Lage (sonstige dezentrale Lagen)

GMA-Erhebungen 2014

2.3.2 Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in den Umlandgemeinden

In den Umlandgemeinden ist seit der Erarbeitung des Gutachtens zur Fortschreibung des KEP-Zentren 2007 insbesondere auf den Wegfall des Drogerieanbieters Schlecker in zahlreichen Gemeinden hinzuweisen. Bedingt durch die Insolvenz von Schlecker ist in vielen Kommunen somit ein wichtiger Frequenzbringer der örtlichen Grundversorgung weggebrochen. In der Hochphase konnte Schlecker auf über 10.000 Standorte zurückgreifen. Grundsätzlich haben sich nach der Schlecker-Insolvenz folgende Szenarien ergeben:

- Übernahme von rentablen Schlecker-Standorten durch Wettbewerber dm und Rossmann und Integration der Märkte in das jeweilige Filialnetz
- ersatzloser Wegfall des Schlecker-Filialnetzes (v. a. in kleineren Städten und Orten im ländlichen Raum, z. B. Schauenburg-Hoof, oder auf Stadtteilebene)
- Wiederbelegung von Schlecker-Filialen durch bürgerschaftlich getragene „Dorfladenkonzepte“
- Wiederbelegung / Fortführung von Schlecker-Filialen durch Privatengagement (z. B. Meine Drogerie, Fuldata-Ihringshausen).

Insbesondere bei ersatzlosem Wegfall der Schlecker-Filiale konnte die Lebensmittelmärkte, andere verbleibende Drogeriemärkte und z. T. die örtlichen Apotheken Umsatzzuwächse verzeichnen. Grundsätzlich ist daher den Umlandkommunen, insbesondere wenn derzeit kein Drogeriemarkt vorhanden ist, noch ein gewisser Nachholbedarf bei Drogeriewaren zu bescheinigen, wobei die potenzielseitigen Rahmenbedingungen z. T. eher begrenzt sind. Dies auch vor dem Hintergrund, als dass die durchschnittliche Verkaufsfläche eines dm- oder Rossmann-Drogeriemarktes rd. 500 m² beträgt und neuere Standorte sogar mit bis zu 800 m² Verkaufsfläche realisiert werden, was i. d. R. ein Nachfragepotenzial von mindestens 8.000 Einwohnern (Rossmann) bzw. 20.000 Einwohnern (dm) erfordert. Daher wird nachfolgend einzelfallbezogen hierzu Stellung genommen.

Übersicht 2: Bewertung der Situation bei Lebensmitteln und Drogeriewaren und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in den Umlandgemeinden

Stadt / Gemeinde	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Ahnatal	7.935	Edeka (NVL) Reformhaus (NVL)	-	Edeka (ZVB) Aldi (aL)	Edeka (aL)	▪ quantitativ: durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln, kein nennenswertes Angebot bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: grundsätzlich zeitgemäße Marktauftritte der bestehenden Anbieter > 400 m² VK (Edeka und Aldi); Edeka Heckershausen modernisiert; mit Edeka und Aldi Vollsortiment- und Discountsegment abgedeckt; ergänzend Getränkeanbieter, Tankstellenshop sowie Bäckereien und Metzgerei; Drogeriewaren auf Teilflächen der Lebensmittelmärkte ▪ räumlich: Edeka Heckershausen mit wichtiger fußläufiger Nahversorgungsfunktion; kaum verbesserungsfähige Abdeckung ➔ Sicherung der wohnortnahen Versorgung bei Lebensmitteln im Ortskern Heckershausen und in Weimar
		-	-	-	-	
Baunatal	27.353	Edeka (iL) Reformhaus (iL)	Edeka (iL) Nahkauf (NVL)	Aldi (ZVB) Penny, Russische Lebensmittel (iL)	Ratio (aL) Herkules, Rewe (ZVB) Edeka (iL) tegut (NVL)	▪ quantitativ: durchschnittlich bei Nahrungs- und Genussmitteln, bei Drogeriewaren überdurchschnittliche VK-Ausstattung ▪ qualitativ: moderne Marktauftritte der Anbieter > 400 m² VK, Edeka Altenritter Straße und Rengershausen sowie nahkauf Großenritte mit kleiner Verkaufsfläche, aber wichtigen Nahversorgungsfunktionen; guter Betriebstypenmix; ergänzend v. a. Kioske, Getränkemarkte, Tankstellenshops und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) ▪ räumlich: mit Ausnahme von Ratio SB-Warenhaus alle Angebote in integrierter Lage; Stadtteile aufgrund der Dominanz des Ratio SB-Warenhauses und der hohen Ausstattung mit Lebensmitteln in der Stadtmitte (u. a. Herkules) z. T. mit räumlichen Versorgungslücken ➔ punktueller Verbesserungen (z. B. Edeka Altenritter Straße, v. a. VK-Größe); ggf. bei Drogeriewaren Erweiterungsmöglichkeiten Rossmann Stadtmitte prüfen
		Sarah (ZVB)	Rossmann (ZVB) Douglas (aL)	dm (aL)	-	

Stadt / Gemeinde	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Calden	7.335	Edeka (iL)	-	-	Edeka (aL) Aldi (aL)	▪ quantitativ: durchschnittliche VK-Ausstattung bei Lebensmitteln, kein nennenswertes Angebot bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: strukturprägende Lebensmittelmärkte in Calden mit modernem Marktauftritt, Edeka in Westuffeln mit kleiner Verkaufsfläche, aber wichtiger Nahversorgungsfunktion; mit Edeka und Aldi Vollsortiments- und Discountsegment abgedeckt; ergänzend lokale Anbieter, Getränkeanbieter, Tankstellenshop, Bäckereien und Metzgerei; Drogeriewaren nur auf Teilflächen der Lebensmittelmärkte ▪ räumlich: räumlicher Versorgungsschwerpunkt in Calden; potenziell kaum verbesserungsfähige Versorgungsstrukturen ➔ kein wesentlicher Handlungsbedarf; Sicherung der vorhandenen Angebote und der Nahversorgung (ggf. auch mittels ambulantem Handel) in den Ortsteilen
		-	-	-	-	
Fulda-brück	8.748	-	Edeka (NVL)	-	Edeka (aL) Rewe (aL) Aldi (aL)**	▪ quantitativ: durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln, leicht überdurchschnittlich bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: alle strukturprägenden Betriebe zeitgemäß; Verlagerung und Erweiterung Aldi in Planung; mit Edeka, Rewe und Aldi Vollsortiments- und Discountsegment abgedeckt; Ergänzung durch Getränkemärkte, Tankstellenshops, Bäckereien und Metzgereien; Drogeriemarkt in dezentraler Standortlage vorhanden ▪ räumlich: jeder Ortsteil mit eigenen Angeboten; v. a. in Dörnhausen und Dennhausen/Dittershausen mit wichtigen Nahversorgungsfunktionen, in Berghausen autokundenorientiert ➔ einschließlich des Planvorhabens in Bergshausen (Verlagerung Aldi) kein wesentlicher Handlungsbedarf im Lebensmittel- oder Drogeriesegment gegeben; Sicherung der Nahversorgung in Dennhausen/Dittershausen
		-	-	Rossmann (aL)	-	

Stadt / Gemeinde	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Fuldataal	12.037	Bioladen (ZVB) Dorfladen (iL)	-	Edeka (iL) Aldi (aL) Netto (iL)	Rewe (3x, iL/ 2x aL)	▪ quantitativ: leicht überdurchschnittliche VK-Ausstattung bei Lebensmitteln, leicht unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: Anbieter Edeka und Rewe Ihringshäuser Straße mit z. T. deutlichen strukturellen Schwächen (Edeka v. a. VK-Größe, Parken, Immobilie; Rewe-Immobilie); sonst überwiegend zeitgemäßes Angebot; guter Betriebstypenmix; Ergänzung durch Hofläden, Getränkeanbieter, Tankstellenshops sowie Bäckereien und mehrere Metzgereien; kleiner Drogeriemarkt in moderner Immobilie im zentralen Versorgungsbereich gelegen ▪ räumlich: Versorgungslücken v. a. in den nördlichen Ortsteilen Wahnhausen und Wilhelmshausen; Rewe Supermarkt in Rothwesten mit wichtiger Nahversorgungsfunktion ➔ Prüfung der Verlagerungs- und Erweiterungsmöglichkeiten von Edeka im Ortskern von Ihringshausen; größerer Drogeriemarkt grundsätzlich darstellbar, wobei Standort im zentralen Versorgungsbereich anzustreben ist
		-	Meine Drogerie (ZVB)	-	-	
Kaufungen	12.480	-	-	Aldi (ZVB)	Rewe (2x, ZVB/iL) Edeka (aL)	▪ quantitativ: durchschnittliche VK-Ausstattung bei Lebensmitteln, leicht unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: strukturprägenden Nahversorger mit zeitgemäßem Marktauftritt; guter Betriebstypenbesatz mit Schwerpunkt im Vollsortimentsbereich; ergänzend spezialisierte Anbieter (Wein), Getränkeanbieter, Tankstellenshops sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien); Drogeriemarkt im ZVB Niederkaufungen ▪ räumlich: grundsätzlich gute räumliche Aufteilung, mit Versorgungsschwerpunkt in Niederkaufungen; fehlendes Angebot im ZVB Oberkaufungen ➔ geringfügige Erweiterungen im Bestand grundsätzlich noch möglich (z. B. Rewe); Sicherung des vorhandenen Angebots bei Drogeriewaren
			Rossmann (ZVB)			

Stadt / Gemeinde	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Lohfelden	13.560	-	-	Aldi (aL) Netto (iL)	tegut (iL) Rewe (ZVB) Edeka (ZVB)**	▪ quantitativ: insgesamt jeweils durchschnittliche VK-Ausstattung ▪ qualitativ: strukturprägende Betriebe durchweg mit modernem Marktauftritt (nach Erweiterung Edeka Hauptstraße); guter Betriebstypenbesatz; Ergänzung durch Hofverkäufe, spezialisierte Anbieter (Tee, Wein), Getränkeanbieter, Tankstellenshops sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) ▪ räumlich: gute räumliche Verteilung auf die Ortsteile, ohne wesentliche Versorgungslücken ➔ nach Erweiterung Edeka kein akuter Handlungsbedarf; ggf. Erweiterungsmöglichkeiten Rewe Lange Straße prüfen
		-	Rossmann (iL)	-	-	
Niestetal	10.482	-	-	Lidl (aL)	Rewe (iL) Edeka (2x, iL) Aldi (aL)	▪ quantitativ: überdurchschnittliche VK-Ausstattung im Lebensmittelsegment, keine nennenswerten Angebote bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: mit Ausnahme von Edeka Sandershausen (v. a. Öffnung zur Hannoversche Straße) überwiegend zeitgemäße Anbieter; alle wesentlichen Betriebstypen ausgewogen vertreten; Ergänzung v. a. durch Getränkemarkt, Tankstellenshops sowie Bäckereien und Metzgereien; Drogerieangebote nur auf Teilflächen der Lebensmittelanbieter vorhanden ▪ räumlich: keine nennenswerten Versorgungslücken; Konzentration der Angebote auf Sandershausen ➔ bei Lebensmitteln kein akuter Handlungsbedarf; Drogeriemarkt grundsätzlich darstellbar, wenn siedlungsräumlich integriert (z. B. Heiligenrode) und keine Auswirkungen
		-	-	-	-	
Schauenburg	9.978	Breitenbacher Lädchen (iL) Minimarkt Martinshagen (iL)	-	Aldi (aL)	Edeka (ZVB) Rewe (aL)	▪ quantitativ: durchschnittliche VK-Ausstattung bei Lebensmitteln, keine nennenswerten Angebote bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: Märkte > 400 m² VK zeitgemäß und ohne wesentlichen Handlungsbedarf, Märkte in Ortsteilen mit geringem Nachfragepotenzial (Breitenbach und Martinshagen) mit kleiner Verkaufsfläche, aber wichtigen Nahversorgungsfunktionen; mit Edeka, Rewe und Aldi Vollsortiments- und Discountsegment ab-

Stadt / Gemein- de	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
		-	-	-	-	gedeckt; Ergänzung durch Hofladen, Klein-Kaufhaus mit Lebensmittelangeboten, Getränkeanbieter, Tankstellenshop sowie Bäckereien und Metzgereien; Drogeriewaren nur auf Teilflächen der Lebensmittelmärkte vorhanden ▪ räumlich: Schwerpunkt der Versorgung in Elgershausen und Hoof, nur rudimentäre und mit wichtiger Nahversorgungsfunktionen ausgestattete Märkte in Breitenbach und Martinshagen → Sicherung der wohnortnahen Versorgung bei Lebensmitteln; kleiner Drogeriemarkt potenziell grundsätzlich darstellbar, wenn Koppelstandort mit Lebensmittelmarkt (z. B. im ZVB Schauenburg-Elgershausen)

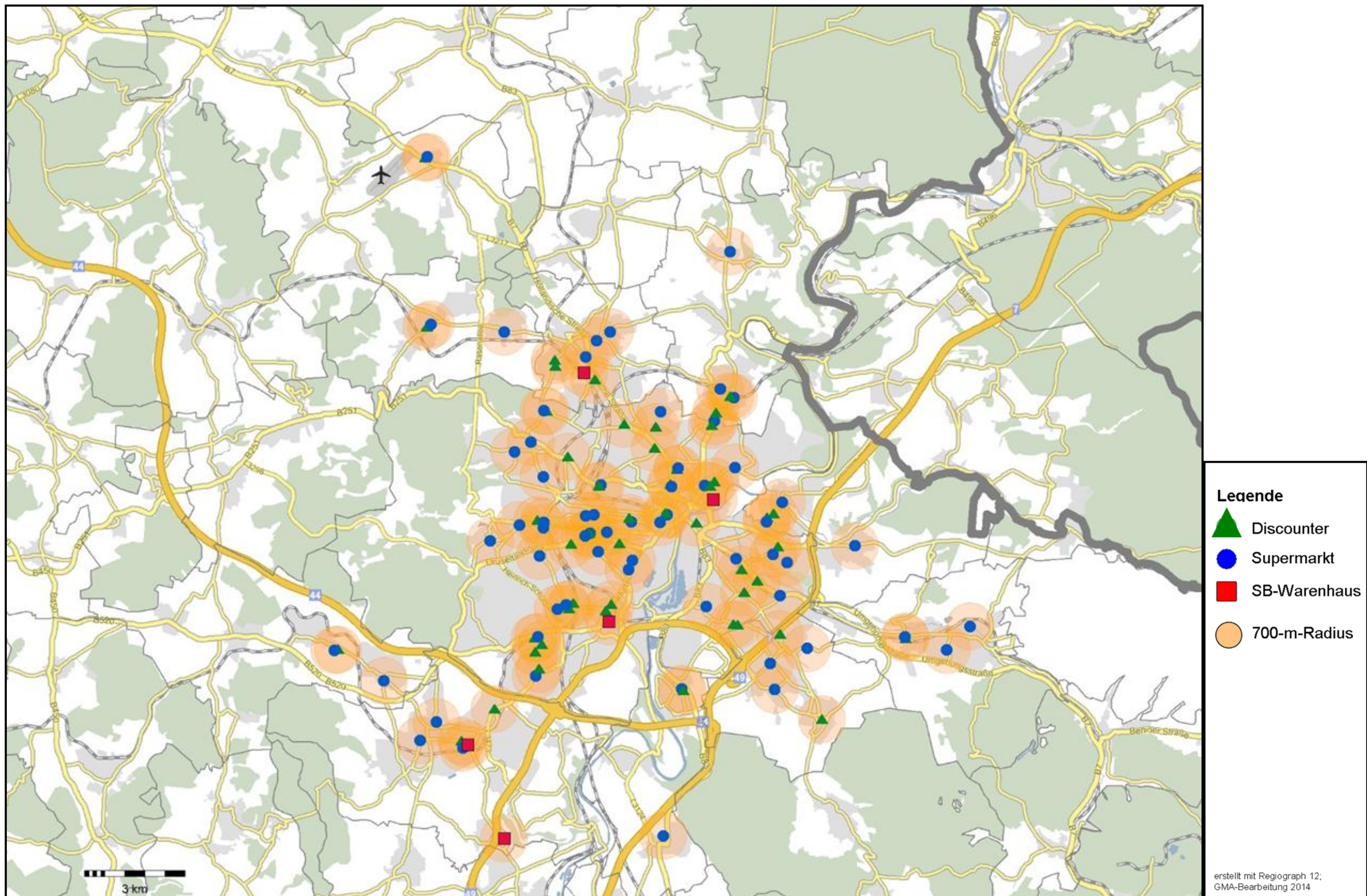
Stadt / Gemeinde	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie*				Bewertung der Versorgungssituation
		51 - 200	201 - 400	401 - 800	> 800	
Vellmar	18.075	-	-	Norma (iL)	Herkules (aL) Edeka (ZVB) tegut (ZVB) nahkauf (iL) Aldi (aL) Lidl (iL)	▪ quantitativ: insgesamt leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln, leicht unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren ▪ qualitativ: Lebensmittelmärkte mit überwiegend zeitgemäßen Marktauftritten, nahkauf Frommershausen mit kleiner Verkaufsfläche, aber Nahversorgungsfunktion für umliegende Wohngebiete; alle wesentlichen Betriebstypen des Lebensmittelsegments vertreten; Ergänzung durch spezialisierten Anbieter (Wein), Kiosk, Getränkemärkte, Tankstellenshops sowie Bäckereien und Metzgereien; Drogeriemarkt im ZVB Vellmar, Rathausplatz grundsätzlich mit Nachholbedarf (v. a. VK-Größe), darüber hinaus Parfümerieanbieter im ZVB Vellmar, Rathausplatz ▪ räumlich: Frommershausen, Obervellmar und Vellmar-West mit guter räumlicher Abdeckung, Niedervellmar mit räumlicher Versorgungslücke; Verkaufsflächenschwerpunkt in dezentralen Standortlagen (Lange Wender / Zum Feldlager) ➔ Etablierung eines Lebensmittelmarktes in Niedervellmar in integrierter Lage prüfen (z. B. im Bereich Kasseler Straße / Obervellmarsche Straße zur Entwicklung einer Nahversorgungslage); moderater Ergänzungsbedarf bei Drogeriewaren (vgl. hierzu auch GMA-Stellungnahme zum Sonderprüfbereich Nr. 2); Sicherung der Angebote im zentralen Versorgungsbereich Vellmar, Rathausplatz sowie in Obervellmar
		Parfümerie (aL)	Rossmann (ZVB)	-	-	

* ZVB = Lage im zentralen Versorgungsbereich, NVL = Nahversorgungslage, iL = integrierte Lage (=Wohngebietsanschluss nach mindestens drei Richtungen), aL = autokundenorientierte Lage (sonstige dezentrale Lagen)

** Verlagerungs- / Erweiterungsobjekt

GMA-Erhebungen 2014

Karte 2: Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel



IV. Zentrenkonzept

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Gebiet des Zweckverbands Raum Kassel sollte auch künftig ein Zentrenkonzept als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung dienen.

Der KEP-Zentren hat sich in seinen grundlegenden Zielsetzungen als planerisches Instrument bewährt. Das vorliegende Zentrenkonzept setzt sich gegenüber dem bisherigen KEP-Zentren – auch vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung – insbesondere mit folgenden Themen auseinander:

- Überprüfung der Sortimentsliste
- Überprüfung der Standortstruktur und Neuabgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Bereichen mit faktischer Zentrenprägung (v. a. sog. C- bzw. Nahversorgungszentren)
- Überprüfung und weitgehend parzellenscharfe Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
- Begründung zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Form sog. Zentrenpässe.

Als wesentliche **Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes** sind zu formulieren:

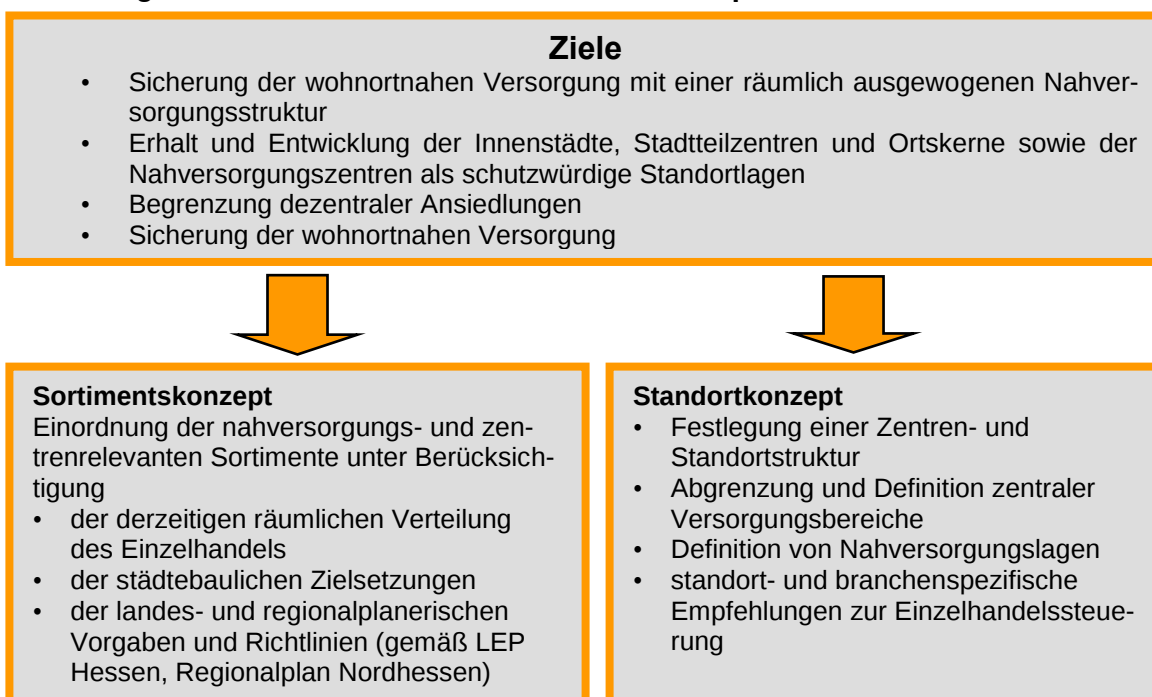
- Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit einer räumlich ausgewogenen Nahversorgungsstruktur
- Erhalt und Entwicklung der Innenstädte, Stadtteilzentren und Ortskerne sowie der Nahversorgungszentren als schutzwürdige Standortlagen
 - Stärkung der Innenstädte, Stadtteilzentren, Ortskerne und Nahversorgungszentren gegenüber dezentralen Standorten durch (Neu-)Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und zielgerichteten Ausbau des dortigen Einzelhandelsangebots
 - Schaffung von Investitionssicherheit in den zentralen Versorgungsbereichen

- Begrenzung dezentraler Ansiedlungen
 - grundsätzlich keine (Weiter-)Entwicklung von großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten¹ (nahversorgungsrelevante Kernsortimente: Einzelfallprüfung) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Das Zentrenkonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 11):

- **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste dient als Grundlage für die Beurteilung von zukünftigen Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Abbildung 11: Ziele und Aufbau des Zentrenkonzeptes



GMA-Darstellung 2014

¹ Als Kernsortimente sind die Waren zu verstehen, die den Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt eines Betriebs darstellen. Demgegenüber sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben.

1. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die Grundsätze zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung bzw. zur Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten befinden; diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen.
- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Die nachfolgende Übersicht stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur Aktualisierung der Sortimentsliste und künftigen Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar.

Übersicht 3: Sortimentsliste

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente *)
nahversorgungsrelevant ▪ Nahrungs- und Genussmittel <u>inkl. Lebensmittelhandwerk</u>, Tabakwaren, Getränke ▪ <u>Reformwaren</u> ▪ Drogeriewaren (Gesundheits- und Körperpflegeartikel inkl. Apothekerwaren, <u>Wasch- und Putzmittel</u>) ▪ <u>Schnittblumen</u> innenstadtrelevant ▪ <u>Medizinische</u>, orthopädische Artikel, Sanitätswaren) ▪ Bücher / Zeitschriften ▪ Papier / Bürobedarf / Schreibwaren inkl. Schulbedarf ▪ Bastelartikel ▪ Spielwaren ▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Babyartikel, Kinderartikel (<u>außer Kinderwagen, Kindersitze</u>) ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel ▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Raumausstattung, Bettwäsche ▪ <u>Wolle</u>, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe ▪ Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik ▪ Geschenkartikel ▪ Kunstgewerbe, Bilderrahmen, Antiquitäten ▪ Uhren, Schmuck, Silberwaren ▪ Elektrohaushaltswaren, Medien (= Unterhaltungs- und <u>Kommunikationselektronik</u>) (nur Kleingeräte) ▪ Fotogeräte, Videokameras, Fotos / Foto-waren, optische Erzeugnisse und Zubehör, Bild- und Tonträger ▪ <u>Augenoptik</u> ▪ Musikalien ▪ Briefmarken ▪ <u>Angelartikel</u>, <u>Jagdartikel</u>, Jagdbedarf	▪ Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung ▪ <u>Elektrogroßgeräte</u> / „weiße Ware“ **) ▪ Computer ▪ <u>Lampen, Leuchten</u>, Beleuchtungskörper ▪ <u>Büromaschinen</u> (gewerblicher Bedarf z. B. Kopierer, Bindegeräte, Aktenvernichter) ▪ <u>Antennen, Satellitenanlagen</u> ▪ Möbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel ▪ <u>Matratzen, Bettwaren</u> ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, <u>Malereibedarf</u> ▪ Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen <u>und -ausstattung</u>, <u>Sanitär</u>, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ Holz / Naturhölzer ▪ <u>Zimmer-, Beet- und Balkonpflanzen</u>, <u>Außenpflanzen</u>, <u>Pflege und Düngemittel</u>, Erde, Torf ▪ <u>Gartengeräte</u>, <u>Gartenmöbel</u>, <u>Gartenkeramik</u> / Pflanzengefäße, Gartenhäuser, Rasenmäher, Zäune ▪ <u>Kinderwagen</u>, <u>Kindersitze</u> ▪ Kfz- / Motorradzubehör ▪ <u>Sportgroßgeräte</u>, Fahrräder, <u>Fahrradzubehör</u> ▪ Campingartikel ▪ Boote und Zubehör
*) Aufzählung nicht abschließend **) sperrige Haus- und Küchengeräte wie z. B. Herde, Öfen, Kühlschränke, Waschmaschinen nach KEP-Zentren in Gewerbegebieten zulässig, jedoch ohne zentrenrelevante Randsortimente In Rot wesentliche Änderungen gegenüber der Sortimentsliste 2007 <u>Unterstrichen neu eingeführte Begriffe gegenüber der Sortimentsliste 2007, die im Allgemeinen dem besseren Verständnis der aufgeführten Sortimente dienen sollen</u> GMA-Empfehlungen 2014	▪ <u>Baustoffe, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen</u> ▪ Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge ▪ Landmaschinen, Maschinen, Werkzeuge (großteilig) ▪ Mineralölerzeugnisse, Brennstoffe ▪ Reifenhandel

Die Sortimentsliste beachtet sowohl die aktuelle räumliche Verteilung des Einzelhandels im ZRK-Gebiet (vgl. Abb. 6 in Kapitel II., 1.) als auch die städtebaulichen Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes. Die Sortimentsliste ist daher an die regionale Situation angepasst und somit regionsspezifisch.

Grundsätzlich orientiert sich die Zuordnung der Sortimente damit an den vorgenannten Angaben, in Einzelfällen wurden jedoch Anpassungen aufgrund der Vor-Ort-Gegebenheiten vorgenommen. Zur Einordnung der Sortimente ist daher auf folgende Punkte gesondert hinzuweisen:

- **Nahrungs- und Genussmittel** (inkl. Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren, Getränke, Reformwaren) werden grundsätzlich als zentren- und nahversorgungsrelevant eingestuft. Allerdings werden Lebensmittel (inkl. Getränken) häufig in Betriebstypen angeboten, die hinsichtlich ihres Flächenbedarfs sowie sonstiger Standortanforderungen (u. a. verkehrliche Erreichbarkeit für den Kunden- und Lieferverkehr) häufig nur schwer in zentrale Versorgungsbereiche zu integrieren sind (z. B. Supermarkt, Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt). Im Hinblick auf die Sicherstellung einer ausgewogenen und wohnungsnahen Versorgungsstruktur innerhalb einer Stadt oder Gemeinde kann die Zulässigkeit von großflächigen Neuansiedlungen und Erweiterungen ausnahmsweise auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, jedoch in integrierten Lagen, möglich sein. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen.¹
- Die Warengruppen **Gesundheits- und Körperpflegeartikel** (Drogeriewaren, Apothekerwaren, Wasch- und Putzmittel) sowie **Schnittblumen** sind als ergänzende Angebote der Nahversorgung von Bedeutung, weshalb sie als nahversorgungsrelevant eingestuft werden.
- Im Bereich **Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung** ist aus gutachterlicher Sicht darauf hinzuweisen, dass diese Sortimente mittlerweile verstärkt in mittel- und großflächigen Betriebseinheiten im Wesentlichen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet sind. Im ZRK-Gebiet werden diese Sortimente mit Ausnahme eines Fressnapf Fachmarktes für Heimtierbedarf im B-Zentrum Kassel-Bettenhausen hauptsächlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und

¹ siehe auch Kapitel V.

das Sortiment Tierfutter darüber hinaus auch als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten. Die Warengruppe spielt für die Besucherfrequenz bzw. Prägung der zentralen Versorgungsbereiche im ZRK-Gebiet keine nennenswerte Rolle. Vor diesem Hintergrund sowie der Marktentwicklung in dieser Branche¹ ist aus Sicht der GMA abweichend von der Einstufung im KEP-Zentren 2007 eine einheitliche Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zu empfehlen.

- Anbieter der Warengruppe **Elektrogeräte** (braune und weiße Ware) befinden sich im ZRK-Gebiet ungefähr jeweils zur Hälfte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und in dezentralen Lagen. Bei einem Teil der Waren handelt es sich um großvolumige Produkte (z. B. Haushaltsgeräte) welche i. d. R. mit dem Pkw transportiert werden (müssen). Vor dem Hintergrund der Transportfähigkeit dieser Sortimente erfolgte eine Zuordnung von Elektrogroßgeräten wie sperriger Haus- und Küchengeräte wie z. B. Herde, Öfen, Kühlschränke und Waschmaschinen zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Sonstige Elektrogeräte (Kleingeräte) sind gemäß Anforderungen des LEP Hessen – wie im KEP-Zentren 2007 – den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuschreiben.
- Bei der Warengruppe **Lampen / Leuchten / Beleuchtungskörper** gibt es derzeit im ZRK-Gebiet je zwei Fachanbieter in der Kasseler Innenstadt sowie im B-Zentrum Kassel, Friedrich-Ebert-Straße. Darüber hinaus wird dieses Sortiment als Neben- bzw. Randsortiment in den Elektrofachmärkten Saturn in der Kasseler Innenstadt, Expert Medialand im B-Zentrum Kassel-Bettenhausen sowie nicht zuletzt im Herkules SB-Warenhaus im A2-Zentrum Baunatal-Stadtmitte angeboten. Der Großteil dieses Sortimentes wird jedoch als Randsortiment in Großvertriebsformen (z. B. Baumärkte, Möbelhäuser) angeboten. 90 % der Verkaufsfläche in diesem Sortiment sind in dezentralen Lagen verortet. Das Sortiment zeichnet sich zudem dadurch aus, dass es i. d. R. gezielt und daher bevorzugt mit dem Auto eingekauft wird sowie Kopplungseffekte mit zentrenrelevantem Sortiment meist gering sind. Mit Blick auf die Marktentwicklung ist festzustellen, dass Lampen / Leuchten / Beleuchtungskörper sowohl heute als auch zukünftig weniger von inhabergeführten Betrieben, sondern stärker von mittel- und großflächigen Betriebsformen angebo-

¹ Die Warengruppe des zoologischen Bedarfs wird zunehmend durch filialisierte Fachmarktanbieter geprägt, während inhabergeführte Betriebe deutlich an Bedeutung verlieren.

ten werden, für die unter verkehrlichen Gesichtspunkten ein Standort außerhalb zentraler Versorgungsbereiche standortgerecht ist. Daher werden diese Sortimente in der Sortimentsliste wie im KEP-Zentren 2007 weiterhin als nicht zentrenrelevant eingestuft.

- Einrichtungszubehör und Raumausstattung wurde in der Sortimentsliste näher differenziert und auf Grundlage der bestehenden Einzelhandelssituation im ZRK-Gebiet sowie aufgrund der allgemeinen Warenbeschaffenheit in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente aufgeteilt. So gehören beispielsweise **Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Raumausstattung, Bettwäsche, Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten und Stoffe** zu den zentrenrelevanten Sortimenten, **Matratzen, Bettwaren, Teppiche, Möbel, Küchen und Badeinrichtung und -ausstattung** wurden jedoch als nicht zentrenrelevante Sortimente eingestuft. Dies entspricht der bereits im KEP-Zentren 2007 gewählten Einstufung.
- **Campingartikel, Sportgroßgeräte, Fahrräder und -zubehör** werden im ZRK-Gebiet aufgrund der derzeitigen Situation des Einzelhandels, der sich in diesen Sortimenten hauptsächlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befindet (> 95 % der Verkaufsfläche), als nicht zentrenrelevant eingestuft. Auch hier wird damit die Zuordnung wie im KEP-Zentren 2007 vorgenommen.

Im Gegensatz zur Untersuchung von 2007 ist bewusst ein höherer Detaillierungsgrad gewählt worden, um differenzierte Sortimentszuordnungen und damit transparentere Entscheidungsgrundlagen (v. a. für die Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen) zu schaffen.

2. Standortkonzept

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungs- und Verlagerungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb des ZRK-Gebiets als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen im ZRK-Gebiet in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

2.1 Begriff „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs¹.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:²

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

¹ Quelle: Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, S. 77f. ; § 11 Abs. 3 BauNVO, § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 1 Abs. 6 BauGB

² Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW¹ im Jahr 2006 verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht² (BVerG) bestätigt wurden.

Das BVerG führt in einem Urteil vom 11.10.2007 aus:

„.....sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Innenstädte 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 ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird. „ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.“

In einem weiteren Urteil des BVerG heißt es:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss

¹ vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

² vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“ BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.“

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Innenstadt), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Standorte sind städtebaulich integriert in einem insbesondere baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit überwiegenden Wohnanteilen oder in dessen unmittelbarem Anschluss als Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzeptes mit besonderer Berücksichtigung der Aspekte Städtebau, Verkehr sowie Einzelhandel und Dienstleistungen. Sie zeichnen sich neben einer Anbindung an den ÖPNV auch durch einen hohen fußläufigen Einzugsbereich aus.

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

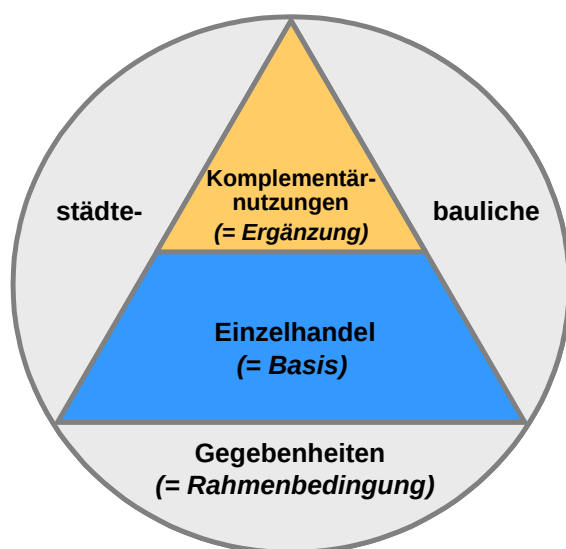
- planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im gemeinsamen Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- sonstigen, raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte), die durch Beschluss der Verbandsversammlung Selbstbindungscharakter entfalten
- nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.¹

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden¹ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.²

¹ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Wesentliche Aspekte bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche



Einzelhandel / Komplementärnutzungen:

- quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

städtebauliche Gegebenheiten:

- Bebauungsstruktur, stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barriere Wirkung / Bahngleise / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle, Kirche)

GMA-Darstellung 2014

Mit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche werden zwei wesentliche **Ziele** verfolgt:

- die räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im ZRK-Gebiet gemäß der städtebaulichen Zielsetzungen

¹ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

² d. h., die Umsetzung gemäß §§ 14 f. BauGB muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

- die Ausweisung schutzwürdiger Bereiche i. S. des Baugesetzes, d. h. diese Bereiche dürfen in ihrer Funktionsfähigkeit (kein Wettbewerbsschutz) durch Einzelhandelsneuan siedlungen in der Standortkommune sowie in Nachbarkommunen nicht geschädigt werden.

Für die **Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches** gelten nach einschlägigen Planungsgrundlagen folgende **Kriterien**:

- Angebotsdichte / -vielfalt
- Nutzungsmix öffentlicher / privater Versorgungseinrichtungen (Multifunktionalität)
- Kompaktheit der Bebauung
- städtebauliche Prägung des Zentrums (Zentrencharakter)
- Aufenthaltsqualität
- Erreichbarkeit für alle Verkehrsarten (Fußgänger, Radfahrer, Pkw, ÖPNV)
- fußläufige Erlebbarkeit.

Bei der **kartografischen Abgrenzung** werden außerdem die folgenden Leit- und Detailkriterien berücksichtigt:

- **Gewinnung räumlich abgerundeter und möglichst kompakter Bereiche:** Berücksichtigung von Lage und Dichte der Nutzungen.
- **Laufwegen und räumlich-funktionale Bezüge in den Zentren:** Die fußläufige Erlebbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs ist ebenfalls ein Kriterium. Berücksichtigt wird in diesem Zusammenhang auch die räumliche (Längen-)Ausdehnung der Zentren. Ausläufer mit Dienstleistungen und Gastronomie bei sonst vorhandener Wohnnutzung werden i. d. R. gekappt.
- **Entwicklungsmöglichkeiten** des Zentrums: In die Abgrenzung werden mögliche Potenzialflächen aufgenommen, die für eine städtebaulich sinnvolle Erweiterung des Zentrums bzw. des Angebotes in Frage kommen (idealerweise im Kern des zentralen Versorgungsbereichs, in Einzelfällen auch am Ende).

- **Parzellenorientierte Abgrenzung:** grundsätzlich parzellenscharfe Abgrenzung; im Einzelfall wird von der Parzellengrenze abgewichen (z. B. bei tiefen Grundstücken).

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im ZRK-Gebiet sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgte – in Abstimmung mit dem Auftraggeber – auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und ist – anders als die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im KEP-Zentren 2007 – weitgehend parzellenscharf. Es ist anzumerken, dass die Abgrenzungen nicht als absolut starr zu verstehen sind. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben in räumlicher Nähe zum jeweiligen zentralen Versorgungsbereich ist zu prüfen, ob ggf. im Rahmen einer Fortschreibung des Zentrenkonzeptes die Abgrenzung anzupassen ist.

2.2 Zentren- und Standortstruktur im ZRK-Gebiet

Unter Berücksichtigung ausgewählter Kriterien (vgl. Kriterienkatalog, Übersicht 4), der im vorhergehenden Kapitel dargestellten Aspekte zur Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche sowie der bisherigen Einordnung der Einkaufslagen, wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt (vgl. Abbildungen 13 und 14, Karte 3):

Karte 3: Zentrenstruktur und -hierarchie im ZRK-Gebiet 2014

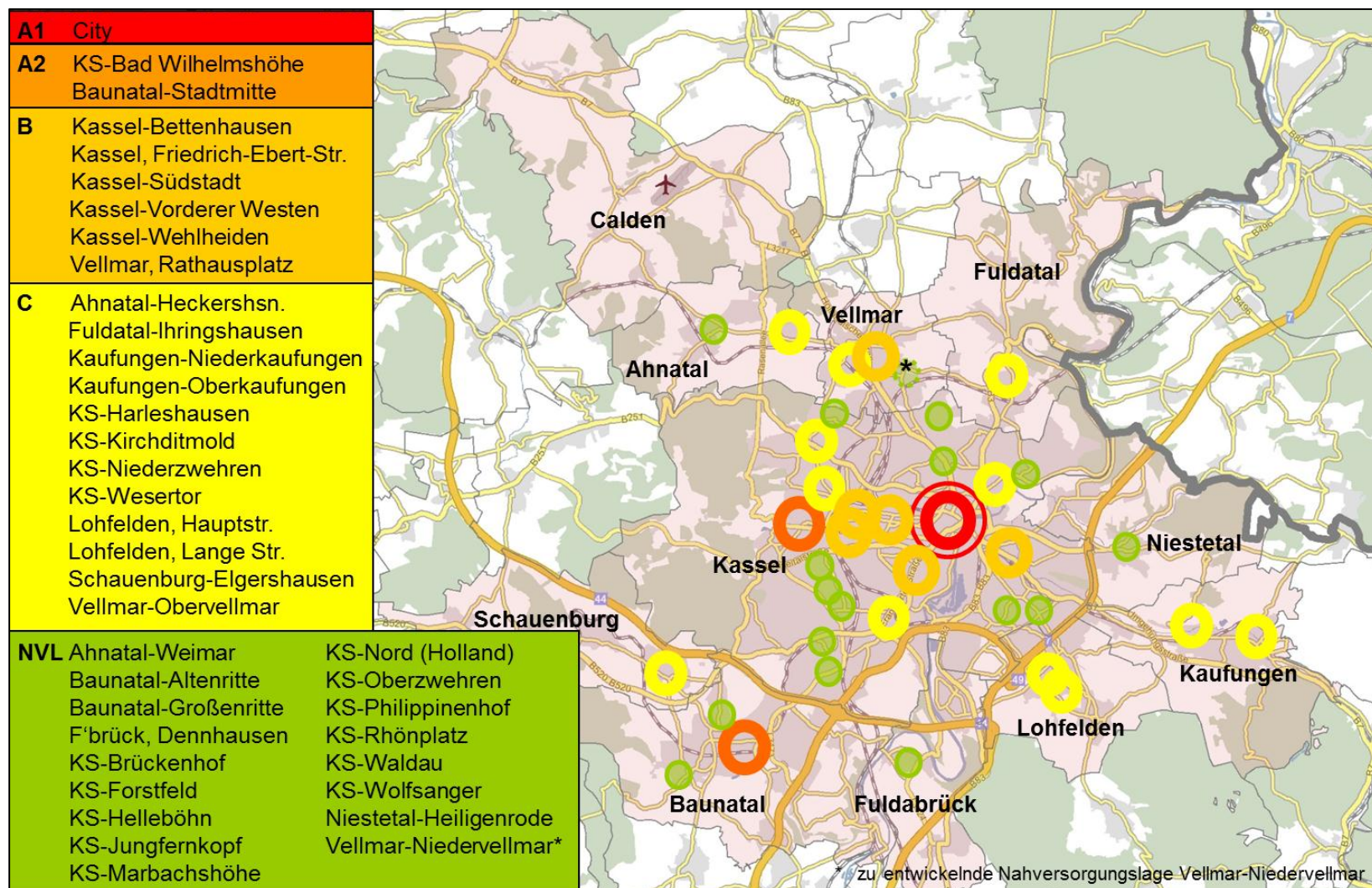


Abbildung 13: Zentren- / Standortstruktur im ZRK-Gebiet 2014 (Übersicht)

Haupt- (A1-) Zentrum	A2-Zentren	B-Zentren	C-Zentren (Nahversorgungs- zentren)	Nahversor- gungslagen
City	Bad Wilhelmshöhe Baunatal-Mitte	KS-Bettenhausen KS, Fr.-Ebert-Straße KS-Südstadt KS-Vorderer Westen KS-Wehlheiden Vellmar, Rathauspl.	Ahnatal-Heckersshsn. Fuldatal-Ihringsshsn. KS-Harleshausen KS-Kirchditmold KS-Niederzwehren KS-Wesertor Kfg.-Niederkaufungen Kfg.-Oberkaufungen Lohfelden, Hauptstr. Lohfelden, Lange Str. Schauenbg.-Elgersh. Vellmar-Obervellmar	Ahnatal-Weimar Baunatal-Altenritte Baunatal-Großenritte F'brück, Dennhausen KS-Brückenhof KS-Forstfeld KS-Helleböhn KS-Jungfernkopf KS-Marbachshöhe KS-Nord (-Holland) KS-Oberzwehren KS-Philippinenhof KS-Rhönplatz KS-Waldau KS-Wolfsanger Niestetal-Heiligenrode Vellmar-Niedervellmar*
Zentrale Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO				wohnnortnahe, fußäufig erreichbare Lebensmittel- märkte mit Zentrenan- sätzen und wesentlicher Nahversorgungsfunktion, keine ZVBs

* perspektivisch Ausbau zu einer Nahversorgungslage geplant, wenn es gelingt, einen Lebensmittelmarkt als Frequenzbringer zu etablieren

GMA-Darstellung 2014

Abbildung 14: Zentren- / Standortstruktur im ZRK-Gebiet 2014 nach Gemeinden

	A-Zentren	B-Zentren	C-Zentren (NVZ)	Nahversorgungslagen
Kassel	Innenstadt Bad Wilhelmshöhe	KS-Bettenhausen KS, Fr.-Ebert-Str. KS-Südstadt KS-Vorderer Westen KS-Wehlheiden	KS-Harleshausen KS-Kirchditmold KS-Niederzwehren KS-Wesertor	KS-Brückenhof KS-Forstfeld KS-Helleböhn KS-Jungfernkopf KS-Marbachshöhe KS-Nord (-Holland) KS-Oberzwehren KS-Waldau KS-Wolfsanger
Ahnatal			Ahnatal-Heckershausen	Ahnatal-Weimar
Baunatal	Baunatal-Stadtmitte			Baunatal-Altenritte Baunatal-Großenritte
Calden				
Fuldabrück				F'brück-Dennhausen
Fuldatal			Fuldatal-Ihringshausen	
Kaufungen			Kfg.-Niederkaufungen Kfg.-Oberkaufungen	
Lohfelden			Lohfelden, Hauptstr. Lohfelden, Lange Str.	
Niestetal				Niestetal-Heiligenrode
Schauenburg			Schauenbg.-Elgershshn.	
Vellmar		Vellmar, Rathauspl.	Vellmar-Obervellmar	Vellmar-Niedervellmar*

GMA-Darstellung 2014

- Die **zentralen Versorgungsbereiche** wurden aufbauend auf der Zentrenstruktur aus dem Jahr 2007¹ sowie vor dem Hintergrund der aktuellen Situation definiert und abgegrenzt. Sie werden anhand einer vierstufigen Zentrenstruktur (A1-Zentrum Kassel-Innenstadt, zwei A2-Zentren, sechs B-Zentren und 12 Nahversorgungszentren) kategorisiert (vgl. Abbildung 13).
- Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden außerdem 16 **Nahversorgungslagen** definiert. Diese können z. B. aufgrund des geringen Besatzes oder der fehlenden räumlichen Konzentration zentrenprägender Nutzungen aktuell nicht als zentrale Versorgungsbereiche gewertet werden. Das heißt, sie erfüllen die Richtwerte des Kriterienkatalogs zur Definition der Zentrenstruktur im ZRK-Gebiet nicht, besitzen jedoch gleichzeitig aufgrund der vorhandenen Nutzungen (Lebensmittelmarkt, kleinteiliger Einzelhandel, Komplementärnutzungen) eine Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung. Das alleinige Vorhandensein eines Lebensmittelmarktes mit evtl. Vorkassenzonenanbietern sowie vereinzelter Komplementärnutzungen im Standortumfeld ist nicht hinreichend zur Definition als Nahversorgungslage. Die Nahversorgungslagen weisen somit einen gewissen Zentrumscharakter auf und sind daher ebenfalls bei Standortplanungen zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu sichern.
- Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Verbandsgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl siedlungsräumlich integrierte Lagen (iL) als auch dezentrale, nicht integrierte Standorte in autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, aL):
 - In den (siedlungsräumlich) **integrierten Lagen** kann es vereinzelt Betriebe geben, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen. Diese werden daher den Nahversorgungslagen zugeordnet.
 - Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ursprünglich primär für Gewerbebetriebe vorgesehen waren. Tatsächlich weisen sie jedoch auf der einen Seite einen Besatz mit z. T. großflächigen Betrieben des Fachmarktsektors auf (z. B. Möbelmarkt, Baumarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu fin-

¹ gemäß Junker & Kruse, Fortschreibung des KEP-Zentren, 2007

den, z. B. das dez Einkaufszentrum in Kassel, das Ratio-Land Baunatal sowie das Herkules Einkaufszentrum in Vellmar. Dort sind in erster Linie größere Lebensmittelmärkte, aber auch Fachmärkte mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Schuhe, Bekleidung, Elektrowaren). Mit Ausnahme von Anbietern im Vorkassen- und Mallbereich (z. B. Schuh- und Schlüsseldienst, Geldautomat, Reinigung) sind hier kaum ergänzende Nutzungen ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sowie der i. d. R. fehlender Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Diese dezentralen Einzelhandelsagglomerationen sollten nach Einzelfallprüfung auch weiterhin als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment dienen und so – im Hinblick auf die gesamtregionale Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen. Dabei sind im Sinne einer Verkehrsbündelung etwaige Ansiedlungen insbesondere auf Bereiche zu lenken, die bereits eine eindeutige Vorprägung im Einzelhandel haben, auch damit sonstige Gewerbegebiete dem produzierenden bzw. verarbeitenden Gewerbe vorbehalten bleiben kann.

Übersicht 4: Kriterienkatalog zur Definition der Zentrenstruktur im ZRK-Gebiet

Zentrentyp Anforderungen	C-Zentrum (Nahversorgungszentrum)	B-Zentrum	A-Zentrum	Innenstadt (City)
Versorgungs- gebiet	ein Stadt-/Gemeindeteil	mehrere Stadtteile oder außerhalb Kassels gesamtes Stadt-/Gemeindegebiet	mehrere Stadtteile oder außerhalb Kassels gesamtstädtischer Einzugsbereich	gesamte Region, z. T. darüber hinausgehender Einzugsbereich
Branchenmix / Sortimente Einzelhandel	– deutlicher Schwerpunkt auf Angeboten des kurzfristigen Bedarfs (i. d. R. > 70 % der Verkaufsfläche) – 5 Betriebe oder mehr – ab 800 m² VK gesamt (Richtwert) – breites Sortiment bei Lebensmitteln mit mindestens 1 Lebensmittelmarkt – z. T. beschränktes Angebot von einzelnen Waren des mittelfristigen Bedarfs (z. B. Bekleidung)	– Schwerpunkt auf Angeboten des kurzfristigen Bedarfs (> 50 % der Verkaufsfläche) – 25 Betriebe oder mehr – ca. 4.000 m² VK gesamt (Richtwert) – breites Sortiment bei Lebensmitteln und in mehreren Non-Food-Branchen (auch des mittel- und langfristigen Bedarfs)	– Schwerpunkt auch bei Angeboten des mittel- und langfristigen Bedarfs (> 2.000 m² VK gesamt) – ca. 50 Betriebe – ca. 8.000 m² VK gesamt (Richtwert) – breites und tiefes Sortiment bei Lebensmitteln und in vielen Non-Food-Branchen – großer Wochenmarkt	– sowohl breites als auch differenziertes und spezialisiertes Einzelhandelsangebot mit hoher Sortimentstiefe – Hauptzentrum als größte integrierte Geschäftslage der Gesamtregion – > 100.000 m² VK gesamt – > 85 % der Verkaufsfläche entfällt auf Angebote des mittel- / langfristigen Bedarfs – Angebote des kurzfristigen Bedarfs für Innenstadtbewohner und -besucher
strukturprä- gende Betriebe	– Supermarkt und / oder Discounter	– mehrere Lebensmittelmärkte, davon ein Supermarkt – Drogeriemarkt	– Lebensmittelmärkte versch. Betriebsformen und -größen (z. B. Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounter, spezialisierte Fachgeschäfte) – Waren- / Kaufhaus oder Einkaufszentrum – weitere strukturprägende Betriebe in mehreren Branchen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs	– Waren- / Kaufhäuser – spezialisierte Fachgeschäfte – Flagshipstores bzw. großflächige Fachgeschäfte nationaler oder internationaler Filialisten – Shoppingcenter
Komplementär- nutzungen	Angebote der Grundversorgung, auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet	wie Nahversorgungszentrum zzgl. Angebote der weitergehenden Versorgung	wie B-Zentrum zzgl. spezialisierte Angebote, insgesamt ausdifferenziertes Dienstleistungsangebot	wie A-Zentrum zzgl. Einrichtungen mit gesamtregionaler und z. T. darüber hinausgehender Bedeutung, insgesamt vielfältiges privates und öffentliches Dienstleistungsangebot
Verkehr	– ÖPNV-Haltepunkt (Bus) – straßenbegleitende Parkierungsflächen	– ÖPNV-Haltepunkt (Bus / Tram) – Parkplätze	– ÖPNV-Knotenpunkt mit mehreren Verkehrsarten – verkehrsberuhigte Bereiche (evtl. Fußgängerzone) – Parkraumkonzept (evtl. Parkhäuser)	– ÖPNV-Knotenpunkte – Regional- / Fernverkehr der Deutschen Bahn AG – Fußgängerzone – differenziertes Parkraumkonzept / Parkraumbewirtschaftung – Parkleitsystem

GMA-Darstellung 2014

2.3 Zentrenpässe für zentrale Versorgungsbereiche

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im ZRK-Gebiet sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgten auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme der Erdgeschossnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzungen basieren auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und sind weitgehend parzellenscharf. Es ist anzumerken, dass die Begrenzungen nicht als absolut starr zu verstehen sind. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben in räumlicher Nähe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist zu prüfen, ob ggf. im Rahmen einer Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes die Abgrenzung anzupassen ist.

Im Anhang werden die zentralen Versorgungsbereiche im ZRK-Gebiet anhand von Zentrenpässen detailliert dargestellt und bewertet. Dabei werden insbesondere zu folgenden Aspekten Aussagen getroffen:

- Stadtteil und Versorgungsgebiet
- Ausstattung und strukturprägende Betriebe sowie Einordnung in das Standortgefüge / Standortumfeld
- Räumliche und städtebauliche Situation (und ggf. sich daraus ergebende Abgrenzungskriterien)
- Angebots- und Nachfragesituation im Umfeld (und ggf. Ableitung von Ergänzungspotenzialen)
- Ziele und Handlungsempfehlungen.

Für die Lesart der Zentrenpässe (z. B. Abkürzungen) wird auf das Glossar im Anhang verwiesen.

2.4 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen.¹ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur im ZRK-Gebiet branchen- und standortbezogene Empfehlungen zur Standortentwicklung gegeben:

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Abbildung 15: Empfehlungen zur Standortentwicklung

Ansiedlung in... mit...		zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. BauGB und BauNVO				sonstige Lagen	
		City	A2-Zentren	B-Zentren	C-Zentren (Nahversorgungs- zentren)	siedlungs- räumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungs- lagen)	siedlungs- räumlich nicht integrierte Lagen
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig	✓	✓	○	○ ¹⁾	○ ¹⁾²⁾	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	○	⚡
innenstadt- relevantem Kernsortiment	großflächig	✓	○	○	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	○	⚡
nicht zentren- relevantem Kernsortiment	großflächig	✓	○	○	⚡	○ ²⁾	○ ²⁾
	nicht großflächig	✓	✓	✓	○	○	○
✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen ○ Einzelfallprüfung erforderlich ⚡ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen 1) nach Landesplanung ist die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels in Grundzentren nur in begründeten Ausnahmefällen möglich, z. B. zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen 2) Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel nur in den im Regionalplan ausgewiesenen „Vorranggebieten Siedlung“ zulässig (Ziel 3 des Regionalplans); grundsätzlich können großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten, die wegen ihres Einzugsbereichs nur im jeweiligen Oberzentrum zulässig wären, auch in den übrigen zentralen Orten zulässig sein (Ziel 2)							

▪ **Zentrale Versorgungsbereiche: A1- und A2-Zentren**

Für den zentralen Versorgungsbereich A1-Zentrum Innenstadt gilt grundsätzlich keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen; d. h., dass sowohl großflächige¹ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig sind. Da es bei Ansiedlungsvorhaben großflächiger Betriebe im jeweiligen zentralen Versorgungsbereich durch Umverteilungseffekte zu Lageverschiebungen auch innerhalb der Zentren kommen kann, wird empfohlen, bestimmte großflächige Betriebsformen wie Einkaufszentren und Kaufhäuser ausschließlich auf die Kasseler City zu lenken und Einzelfallprüfungen vorzunehmen.² Für die A2-Zentren Kassel-Bad Wilhelmshöhe und Baunatal-Stadtmitte gilt, dass kleinflächiger Einzelhandel allgemein und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig sind. Für großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist eine Einzelfallprüfung vorgesehen. Dabei ist die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zwar möglich, jedoch aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen, um etwaige Flächenpotenziale Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorzubehalten, die für die Zentren eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

▪ **Zentrale Versorgungsbereiche: B-Zentren**

In den B-Zentren Kassel-Bettenhausen, Kassel, Friedrich-Ebert-Straße, Kassel-Süd, Kassel-Vorderer Westen, Kassel-Wehlheiden sowie Vellmar, Rathausplatz besteht keine Beschränkung hinsichtlich der Einzelhandelsansiedlung von großflächigen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten soll hingegen nur nach Einzelfallprüfung möglich sein, um die Auswirkungen auf die A-Zentren zu berücksichtigen. Weiterhin ist auch in B-Zentren die Ansiedlung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ebenfalls grundsätzlich möglich.

▪ **Zentrale Versorgungsbereiche: C-Zentren / Nahversorgungszentren**

In den C- bzw. Nahversorgungszentren soll der Angebotsschwerpunkt bei mögli-

¹ großflächiger Einzelhandel i. d. R. ab 800 m² Verkaufsfläche

² Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass einige Fälle, z. B. ein Mieterwechsel in einer bestehenden Immobilie, aufgrund der Lage im Kerngebiet planungsrechtlich kaum fassbar sind.

chen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln sind. Im Oberzentrum Kassel und in den Mittelzentren Baunatal¹ und Vellmar ist die Ansiedlung auch von großflächigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben unter Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung ohne Einschränkung möglich. In den übrigen Gemeinden (Grundzentren) ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevante Kernsortiment nur in begründeten Ausnahmefällen möglich, z. B. zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen. Damit wird den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung entsprochen.

Als ergänzende Angebote können auch nicht großflächige Betriebe ($\leq 800 \text{ m}^2 \text{ VK}$) mit zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt werden. Großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten ausgeschlossen werden, da diese schwerpunktmäßig auf die A-Zentren gelenkt werden sollten, denen eine Vorrangstellung zukommt. Ist die Entwicklungsfähigkeit dieser Angebote in den A-Zentren nicht darstellbar, kommen auch die B-Zentren für eine Aufnahme dieser Betriebe in Frage, wobei jeweils die Auswirkungen zu untersuchen sind (Einzelfallprüfung). Die Ansiedlung von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel ist zur Wahrung der Entwicklungsfähigkeit mit nahversorgungs- und ggf. zentrenrelevanten Sortimenten städtebaulich auch in C-Zentren nicht zu empfehlen.

- **Nahversorgungslagen (keine zentralen Versorgungsbereiche) und siedlungsräumlich integrierte Lagen**

Bei den Nahversorgungslagen und siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereichen zuzuordnen sind. Insbesondere die **Nahversorgungslagen** weisen z. T. Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzende Wohnbevölkerung, wenngleich die Gesamtausstattung jedoch nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zu-

¹ In der Stadt Baunatal erfolgte kein Ausweis eines C- bzw. Nahversorgungszentrums

lässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind und die Bauleitplanung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen. In den Grundzentren ist erneut auf die Maßgabe der Landes- und Regionalplanung hinzuweisen, dass derartige Vorhaben nur in begründeten Ausnahmefällen, z. B. zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen landes- und regionalplanerischen Vorgaben möglich sind. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vorliegen sollte. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder die Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier sollte im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.¹

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sollten ausgeschlossen werden. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nach Möglichkeit auf die Bestandslagen zu lenken (s. unten).

- **Siedlungsräumlich nicht integrierte / dezentrale Standorte**

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen, ihrer Funktionsfähigkeit sowie deren Entwicklungsmöglichkeiten nicht zu beeinträchtigen, ist an den siedlungsräumlich nicht integrierten / dezentralen Standorten die Ansiedlung von weiteren Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) zukünftig auszuschließen.

An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zur Vervollständigung / Ergänzung des bestehen-

¹ Auch in diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

den Einzelhandelsbesatzes im ZRK-Gebiet grundsätzlich möglich sein (sorgfältige Einzelfallprüfung), wobei einer Lenkung auf etablierte Einzelhandelsstandorte der Vorrang zu geben ist, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen.¹ Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Anpassung an aktuelle Markterfordernisse und zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und des Standortes ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit nach Einzelfallprüfung einzuräumen. Diese Erweiterungen sind jedoch auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen.²

- **Gewerbe- und Industriegebiete** sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden, auch weil eine Nutzung durch Einzelhandel i. d. R. zu einem Anstieg der Bodenpreise in Gewerbe- / Industriegebieten führt und damit für ansiedlungswillige Gewerbe- / Industriebetriebe eine erhebliche Hürde darstellt. Sonstige kleinteilige Einzelhandelsnutzungen (z. B. Annexhandel und die in der Sortimentsliste grau markierten, d. h. auch in Gewerbegebieten zulässigen Sortimente) sind baugebietsbezogen ebenfalls im Einzelfall zu prüfen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten

¹ Nach Ziel 2 des Regionalplans dürfen grundsätzlich großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten, die wegen ihres Einzugsbereichs nur im Oberzentrum Kassel zulässig wären, auch in den übrigen zentralen Orten zulässig sein.

² Der Umfang einer geringfügigen Erweiterung stellt keine allgemeingültige Größenordnung dar, sondern ist aus der Untersuchung des konkreten Einzelfalls abzuleiten. Im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung ist zunächst zu bewerten, ob infolge eines Erweiterungsvorhabens wesentliche Beeinträchtigungen bestehender zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten sind und ob sich das Vorhaben im Verhältnis angemessen darstellt. In diesem Zusammenhang gilt es auch darzustellen, ob sich die Standortqualität und damit die Marktbedeutung des zur Erweiterung vorgesehenen Einzelhandelsbetriebes nennenswert verbessern könnten. Dies ist im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen.

zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen.

Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente¹ auf maximal 5 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche² anzulegen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung³ die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen im ZRK-Gebiet führen. Dies gilt auch für die expandierenden Spezialfachmärkte aus dem Sport- und Freizeitsegment (z. B. Fahrrad-, Reitsport-, Golfplatzmärkte), die i. d. R. auf einem über 5 % hinausgehenden Teil ihrer Verkaufsflächen zentrenrelevante (Rand-)Sortimente führen und die in den vergangenen Jahren auch im Verbandsgebiet angesiedelt bzw. Baugenehmigungen erlangt haben. Derartige Vorhaben sind im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung sehr kritisch zu untersuchen, wobei zum einen die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu bewerten sind und zum anderen die Frage zu klären ist, inwieweit ein Flächenverbrauch von eigentlich für Gewerbe / Industrie vorzuhaltenden Flächen erfolgt.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist diesen Betrieben eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im ZRK-Gebiet sowie auf zentrale

¹ Laut OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Sortimente auf max. 5 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht als Ergebnis der interkommunalen Abstimmung dem KEP-Zentren 2007. Damit ist die Selbstbindung noch stärker als die Vorgaben gemäß LEP Hessen bzw. Einzelhandelserlass Hessen, der in großflächigen Betrieben den Verkaufsflächenanteil zentrenrelevanter Sortimente i. d. R. auf max. 10 %, jedoch max. 800 m² VK, begrenzt.

³ Gemäß Ziel 4 des Regionalplans Nordhessen, durch verbindliche bauplanungsrechtliche Festsetzungen zu den zulässigen Kern- und Randsortimenten und den zugehörigen Verkaufsflächen sicherzustellen, dass keine nicht nur unwesentlichen negativen Auswirkungen auf die städtebaulich integrierten Geschäftszentren und Versorgungskerne des zentralen Ortes oder benachbarter zentraler Orte hinsichtlich des Umfangs und der Vielfältigkeit des Leistungsangebotes zu erwarten sind.

Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist ebenfalls im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

3. Empfehlungen zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss des Zentrenkonzeptes (KEP-Zentren)** als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Zentrenkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der (inter)kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
 - Ziele für die Einzelhandelsentwicklung
 - Sortimentsliste
 - Zentren- und Standortstruktur
 - Zentrale Versorgungsbereiche
 - Empfehlungen zur Standortentwicklung.
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Zentrenkonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch die Verbandsversammlung beschlossen worden ist.¹
- **Kommunikation mit Investoren und Handelsunternehmen**

Die vorliegende Untersuchung sollte genutzt werden, um hiermit sowohl Investo-

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

ren als auch Handelsunternehmen gezielt über die Möglichkeiten zur Einzelhandelsentwicklung im ZRK-Gebiet anzusprechen. Das Zentrenkonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungssituation und mögliche Entwicklungspotenziale im ZRK-Gebiet (z. B. im Bereich Drogeriewaren) und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Entwicklung in Zentren mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Auf diese Weise können zukünftig noch private Investitionen gezielt in zentrale Versorgungsbereiche gelenkt werden und zur Verbesserung der Versorgung sowie ggf. städtebaulicher Belange beitragen.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung im ZRK-Gebiet zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Vorgehensweise und Methodik	4
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile ausgewählter Betriebsformen in Deutschland	5
Abbildung 3: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes	8
Abbildung 4: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen	11
Abbildung 5: Entwicklungen des Onlinehandels	15
Abbildung 6: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorien im Jahr 2013 in Prozent	16
Abbildung 7: Einzelhandelsbestand nach Lagen	32
Abbildung 8: Relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner	36
Abbildung 9: Einzelhandelszentralität der Städte und Gemeinden im ZRK-Gebiet	38
Abbildung 10: Einzelhandelszentralität im ZRK-Gebiet nach Hauptwarengruppen	40
Abbildung 11: Ziele und Aufbau des Zentrenkonzeptes	62
Abbildung 12: Wesentliche Aspekte bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	72
Abbildung 13: Zentren- / Standortstruktur im ZRK-Gebiet 2014 (Übersicht)	76
Abbildung 14: Zentren- / Standortstruktur im ZRK-Gebiet 2014 nach Gemeinden	76
Abbildung 15: Empfehlungen zur Standortentwicklung	82
Abbildung 16: Haupteinkaufsort im Lebensmittelsegment in den Umlandgemeinden	95
Abbildung 17: Haupteinkaufsort im Lebensmittelsegment in der Stadt Kassel	96
Abbildung 18: Verkehrsmittelwahl beim Einkauf in den Kommunen des ZRK-Gebiets	97
Abbildung 19: Verkehrsmittelwahl beim Einkauf in Kassel	98
Abbildung 20: Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadt- bzw. Ortsteil (Kommunen)	100
Abbildung 21: Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadt- bzw. Ortsteils (Kommunen)	101
Abbildung 22: Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil (Kassel)	102
Abbildung 23: Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils	103
Abbildung 24: Gründe für Einkauf von Lebensmitteln außerhalb des eigenen Stadt- bzw. Ortsteils	104

Kartenverzeichnis

Karte 1:	ZRK-Gebiet und zentralörtliche Struktur	24
Karte 2:	Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel	60
Karte 3:	Zentrenstruktur und -hierarchie im ZRK-Gebiet 2014	75

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Veränderung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	9
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	9
Tabelle 3:	Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland	12
Tabelle 4:	Einwohner im ZRK-Gebiet	25
Tabelle 5:	Makrostandortprofile	26
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand nach Branchen	28
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand nach Städten und Gemeinden	30
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im ZRK-Gebiet	34
Tabelle 9:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	41
Tabelle 10:	Personenmerkmale der telefonischen Haushaltsbefragung	94

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Bewertung der Situation bei Lebensmitteln und Drogeriewaren und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in den Stadtteilen Kassels	48
Übersicht 2:	Bewertung der Situation bei Lebensmitteln und Drogeriewaren und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in den Umlandgemeinden	54
Übersicht 3:	Sortimentsliste	65
Übersicht 4:	Kriterienkatalog zur Definition der Zentrenstruktur im ZRK-Gebiet	79

A N H A N G

V. Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Fortschreibung des KEP-Zentren erfolgte in den Monaten Juni und Juli 2014 eine telefonische Haushaltsbefragung, um Rückschlüsse auf das Einkaufsverhalten der Bewohner und die aktuelle Versorgungsbedeutung der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstandorte im ZRK-Gebiet ziehen zu können. Insgesamt konnten 1.516 Fragebögen ausgewertet werden. Die Personenmerkmale der Befragten sind in nachfolgender Tabelle 8 dargestellt.

Insgesamt konnte eine Verteilung der Stichprobe zwischen den einzelnen Städten und Gemeinden entsprechend des Wohnortes erreicht werden. Während in der Stadt Kassel 914 Personen (ca. 60 %) befragt wurden, waren dies in den Umlandgemeinden 602 (ca. 40 %). Vergleicht man die Stichprobengröße in den einzelnen Städten und Gemeinden mit der tatsächlichen Einwohnerverteilung im ZRK-Gebiet, so ist festzustellen, dass diese übereinstimmen. Innerhalb der Kasseler Stadtteile konnte eine proportionale Stichprobengröße entsprechend der PLZ-Gebiete erzielt werden.

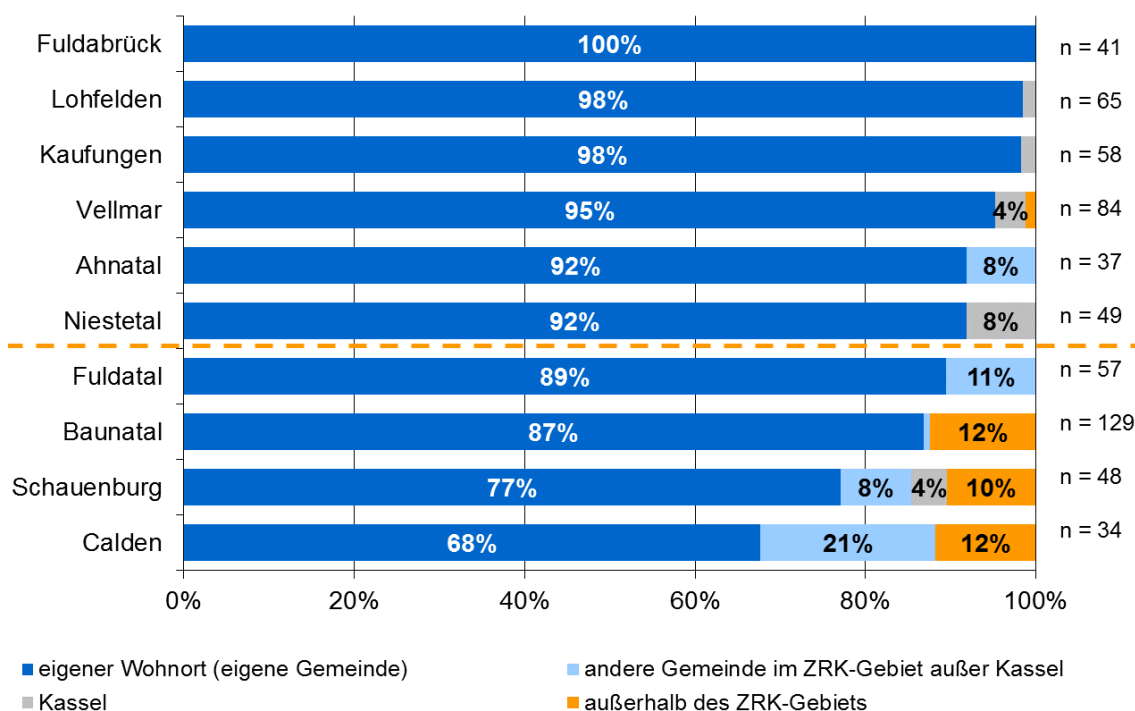
Tabelle 10: Personenmerkmale der telefonischen Haushaltsbefragung

		Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	405	27
	weiblich	1.111	73
Alter	unter 25 Jahre	22	2
	25 – 45	249	16
	46 – 64	695	46
	65 – 74 Jahre	351	23
	75 – 84 Jahre	181	12
	85 Jahre und älter	17	1
Haushaltsgröße	1 Person	327	22
	2 Personen	625	41
	3 Personen	281	19
	4 Personen+	276	19
Gemeinde	Kassel	914	60
	Ahnatal	37	2
	Baunatal	129	9
	Calden	34	2
	Fuldabrück	41	3
	Fulda	57	4
	Kaufungen	58	4
	Lohfelden	65	4
	Niestetal	49	3
	Schauenburg	48	3
	Vellmar	84	6
in Kassel: Stadtteil	Mitte	39	4
	Südstadt	38	4
	Vorderer Westen	76	8
	Wehlheiden	62	7
	Bad Wilhelmshöhe	57	6
	Brasselsberg	20	2
	Süsterfeld/Helleböhn	12	1
	Harleshausen	54	6
	Kirchditmold	51	6
	Rothenditmold	20	2
	Nord (Holland)	54	6
	Philippinenhof/Warteberg	42	5
	Fasanenhof	58	6
	Wolfsanger/Hasenhecke	59	7
	Bettenhausen	56	6
	Forstfeld	18	2
	Waldau	26	3
	Niederzwehren	66	7
	Oberzwehren	54	6
	Nordshausen	14	2
	Jungfernkopf	22	2
	Unterneustadt	16	2
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014			

V.1 Haupteinkaufsort für Lebensmittel

Bei der Frage nach dem **Haupteinkaufsort im Lebensmittelsegment** zeigt sich eine deutliche Orientierung der **Umlandbewohner** auf die Angebotsstrukturen in der eigenen Gemeinde. Während in der Gemeinde Fuldabrück alle Befragten einen Lebensmittelmarkt innerhalb des Gemeindegebiets als Haupteinkaufsorts angaben, waren in den Gemeinden Lohfelden und Kaufungen auf einen Lebensmittelmarkt in der eigenen Gemeinde rd. 98 % der Befragten orientiert (vgl. Abbildung 16).

Abbildung 16: Haupteinkaufsort im Lebensmittelsegment in den Umlandgemeinden

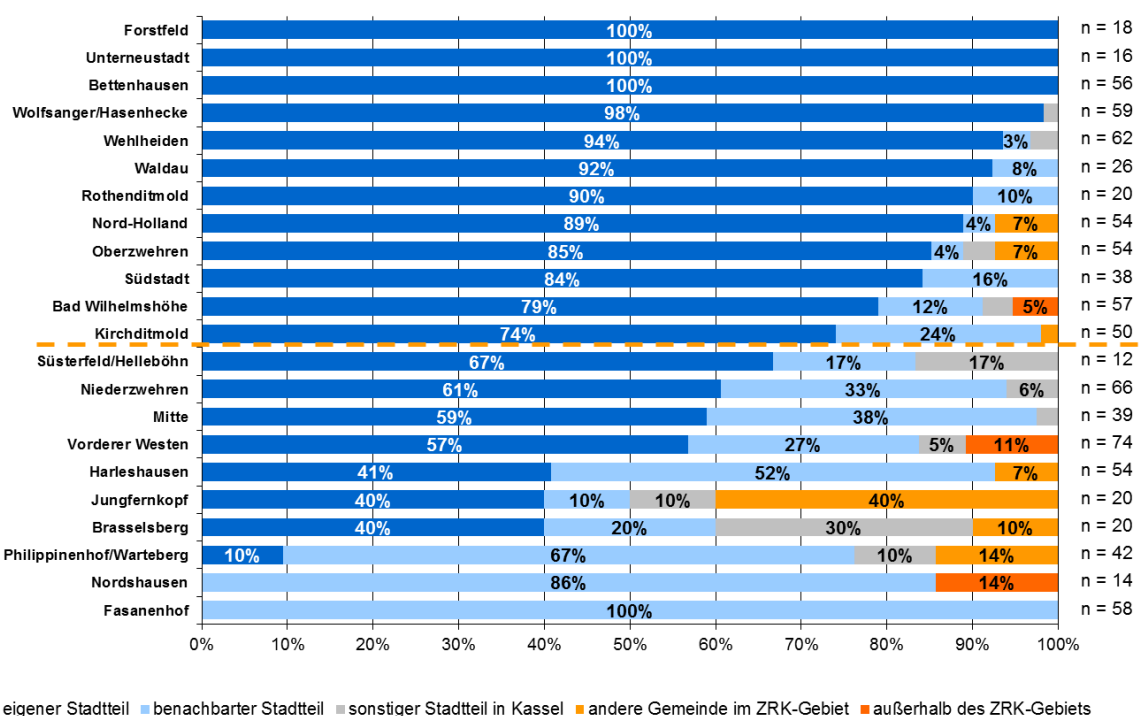


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n=602; gestrichelte Linie = Durchschnitt

Auch die Einwohner der Stadt Vellmar sowie der Gemeinden Ahnatal, Niestetal und Fulda sind zu 89 – 95 % hauptsächlich auf die Angebote am Wohnort orientiert. Leichte Abflüsse sind in der Stadt Baunatal aus den randlich gelegenen Stadtteilen (v. a. Großenritte, u. a. zu Lidl und Edeka Edermünde) zu verzeichnen, wohingegen für einen Teil der Einwohner der ländlich geprägten Ortsteile in Schauenburg und Calden auch die Angebote in Bad Emstal bzw. am Einkaufszentrum Vellmar und in Warburg eine (untergeordnete) Rolle spielen.

In der **Stadt Kassel** weisen die Bewohner der Stadtteile Forstfeld, Unterneustadt und Bettenhausen die höchste Orientierung auf den eigenen Stadtteil auf. Die geringste Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadtteil zeigen erwartungsgemäß die Bewohner der Stadtteile Harleshausen, Jungfernkopf, Brasselsberg, Philippinenhof/Warteberg, Nordshausen und Fasanenhof¹, die kein oder nur ein ausschnittsweises Angebot aufweisen (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Haupteinkaufsort im Lebensmittelsegment in der Stadt Kassel



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n = 914; gestrichelte Linie = Durchschnitt

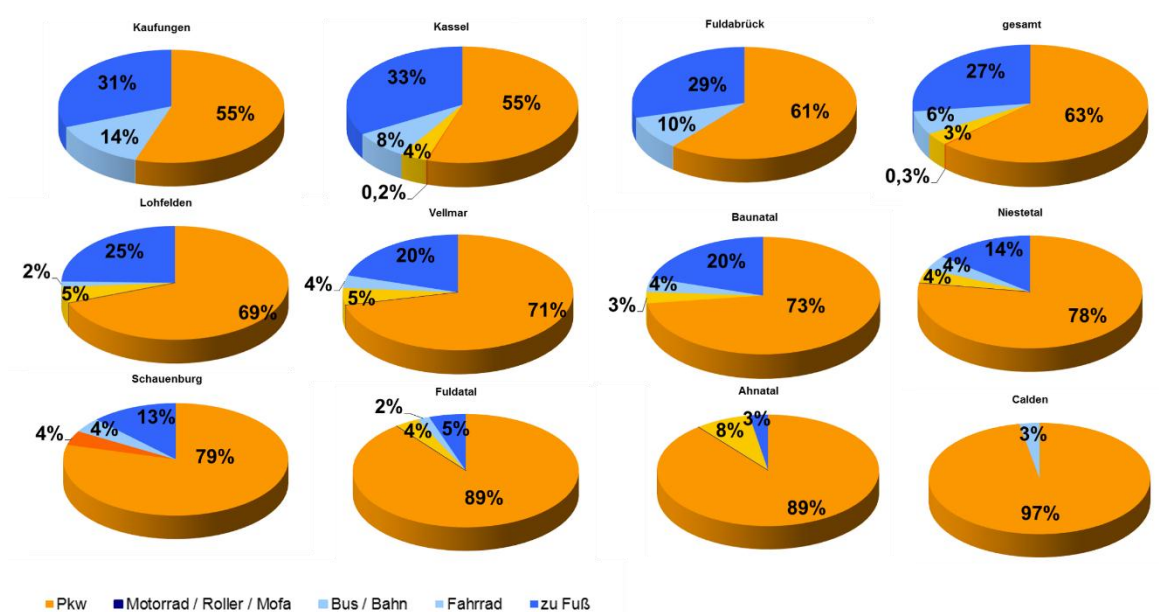
V.2 Verkehrsmittelwahl und -verfügbarkeit

Bei den befragten Einwohnern aus den **Umlandgemeinden** Kaufungen und Fuldabrück sowie der Stadt Kassel liegt der Anteil derer, die ihre Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen, mit 39 – 45 % am höchsten und über dem durchschnittlichen Anteil dieser Verkehrsmittel von ca. 33 %. Durchschnittlich versorgt sich etwas mehr als jeder Vierte zu

¹ Gefragt wurde nach Betrieb und Adresse (Straße), in welchem Lebensmittel am häufigsten eingekauft werden. Die Zuordnung der genannten Betriebe zu Stadtteilen erfolgte durch GMA.

Fuß. Der Anteil der Personen, die ihren Versorgungseinkauf mit dem Fahrrad durchführen, liegt bei etwa 6 %. Den öffentlichen Verkehrsmitteln kommt im Vergleich dazu eine geringere Bedeutung (rd. 3 %) zu. Den deutlichen Schwerpunkt (rd. 64 %) bilden jedoch die Personen, die ihre Einkäufe mit dem Pkw tätigen. Eine besondere Rolle spielt der Pkw für die Bewohner der ländlich strukturierten Gemeinden Schauenburg, Fuldatal, Ahnatal und Calden, in denen der Pkw-Anteil zwischen 79 und 97 % erreicht.

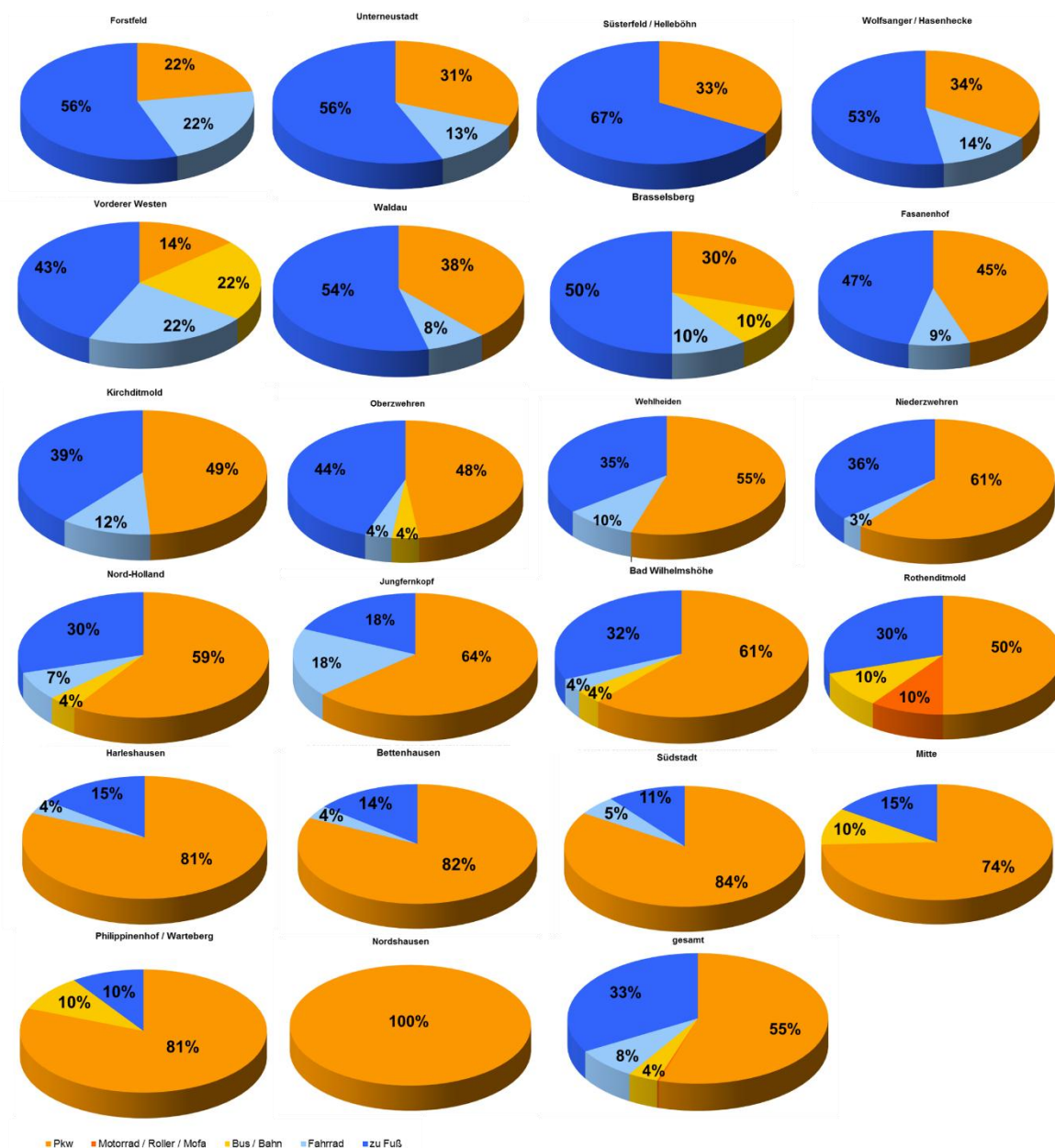
Abbildung 18: Verkehrsmittelwahl beim Einkauf in den Kommunen des ZRK-Gebiets



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

Von den Nutzern des Umweltverbundes (zu Fuß, Fahrrad, öffentliche Verkehrsmittel) verfügen in den Umlandgemeinden zwar rd. 57 % über einen eigenen Pkw, nutzen diesen jedoch nicht für den Einkauf. In der Stadt Kassel sind dies rd. 52 %. Umgekehrt sind 43 % der Befragten in den Umlandgemeinden und 48 % der Befragten in der Stadt Kassel, die zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln Lebensmittel einkaufen, auf eine wohnortnahe Lebensmittelversorgung angewiesen, weil sie nicht über einen Pkw verfügen. Die fußläufig erreichbaren Angebote der Lebensmittelversorgung spielen somit eine wesentliche Rolle.

Abbildung 19: Verkehrsmittelwahl beim Einkauf in Kassel



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

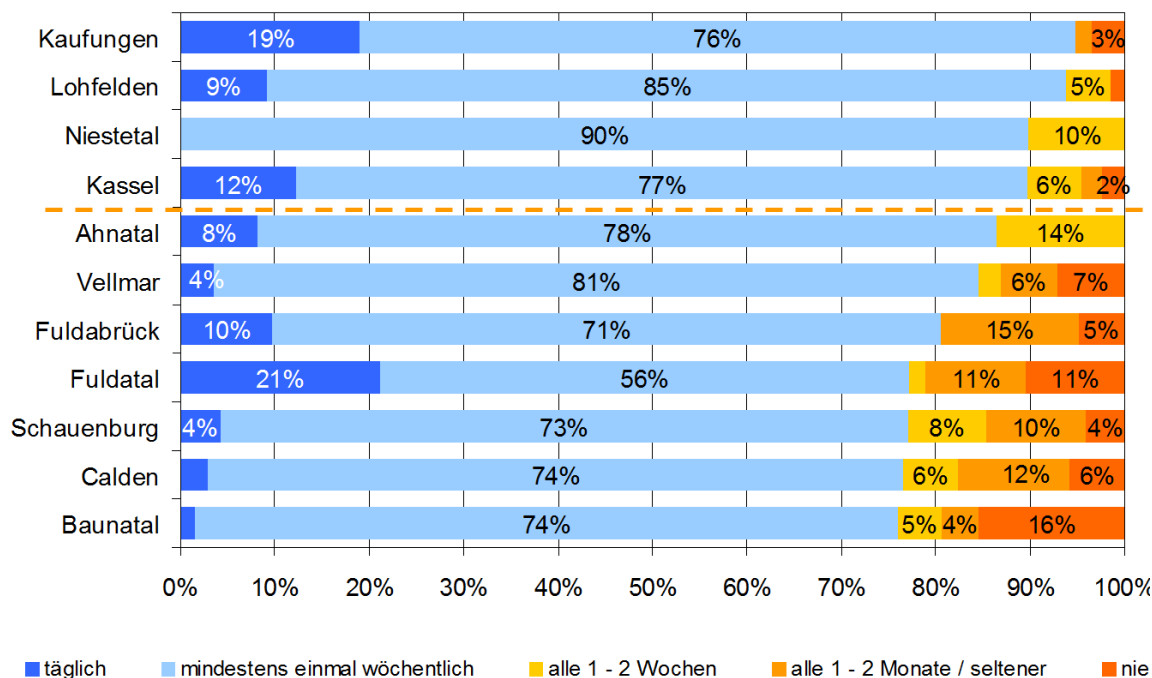
In der **Stadt Kassel** ist der Anteil der Personen, die sich bevorzugt zu Fuß oder mit dem Fahrrad versorgen, in den Stadtteilen Forstfeld, Unterneustadt, Süsterfeld/Helleböhn und Wolsanger/Hasenhecke am größten. Nur 22 – 34 % der befragten Personen versorgen sich in diesen Stadtteilen bevorzugt mit dem Pkw, obwohl die Pkw-Verfügbarkeit zwischen 27 % (Forstfeld) und 79 % (Wolfsanger/Hasenhecke) liegt.

Der Pkw spielt hingegen vor allem in den Stadtteilen Nordshausen, Philippinenhof/Warteberg, Mitte, Südstadt, Bettenhausen und Harleshausen eine Rolle, wo jeweils über 80 % der Befragten üblicherweise mit dem Auto Lebensmittel einkaufen. Für die Bewohner der Stadtteile Nordshausen und Philippinenhof/Warteberg hängt dies v. a. mit dem nur ausschnittsweise oder kaum vorhandenen Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln zusammen, dass sich die Befragten außerhalb des eigenen Stadtteils – und dann insbesondere mit dem Pkw – versorgen. In den Stadtteilen Mitte und Harleshausen erfolgt die Versorgung mit Lebensmitteln überwiegend im Zusammenhang mit anderen Verkehren (z. B. Pendlerweg) und bezieht sich deshalb vorwiegend auf Standorte außerhalb des eigenen Stadtteils, da die Lebensmittelmärkte im eigenen Stadtteil kaum eigene Stellplatzkapazitäten in direkter Zuordnung aufweisen, zum anderen aber auch aufgrund von Lage und Qualität nicht gänzlich den Kundenanforderungen genügen zu scheinen. In Bettenhausen und in der Südstadt sind Lebensmittelmärkte v. a. an autokundenfreundlichen Standorten mit jeweils großzügigen Stellplatzkapazitäten sowohl in zentralen Versorgungsbereichen (z. B. tegut, Leipziger Straße oder Edeka, Frankfurter Straße) als auch in Bettenhausen in dezentraler Standortlage (z. B. Netto, Heiligenröder Straße) vorhanden.

V.3 Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadt- bzw. Ortsteil

Hinsichtlich der **Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadt- bzw. Ortsteil** ist mit durchschnittlich 88 % ein hoher Anteil an Personen zu verzeichnen, die in ihrem Stadt- bzw. Ortsteil täglich bzw. mindestens einmal wöchentlich einkaufen und damit als „Stammkunden“ zu bezeichnen sind. Hier ist ein großer Anteil den Einwohnern in den Gemeinden Kaufungen, Lohfelden und Niestetal zuzuweisen. Auch in der Stadt Kassel gibt ein leicht überdurchschnittlicher Anteil von 89 % der Befragten an, im eigenen Stadtteil mindestens einmal wöchentlich einzukaufen. Am niedrigsten ist der Stammkundenanteil in den Städten und Gemeinden, in denen einige Stadt- und Ortsteile gar keine oder nur rudimentäre Lebensmittelangebote aufweisen, wie dies in einigen Stadtteilen Baunatal (u. a. Kirchbauna, Rengershausen, Guntershausen) sowie einigen Ortsteilen in Fulda (v. a. Knickhagen, Simmershausen, Wahnhausen, Wilhelmshausen), Schauenburg (v. a. Breitenbach, Martinshagen) und Calden (v. a. Ehrsten, Fürstenwald, Meimbressen, Obermeiser und Westuffeln) der Fall ist.

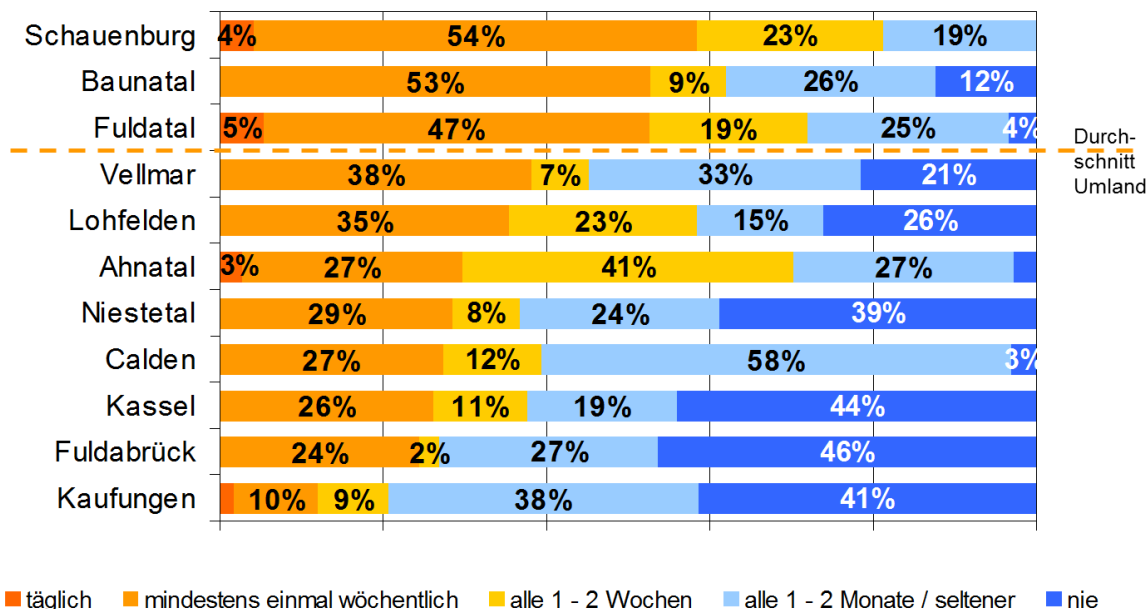
Abbildung 20: Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadt- bzw. Ortsteil (Kommunen)



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten; gestrichelte Linie = Durchschnitt

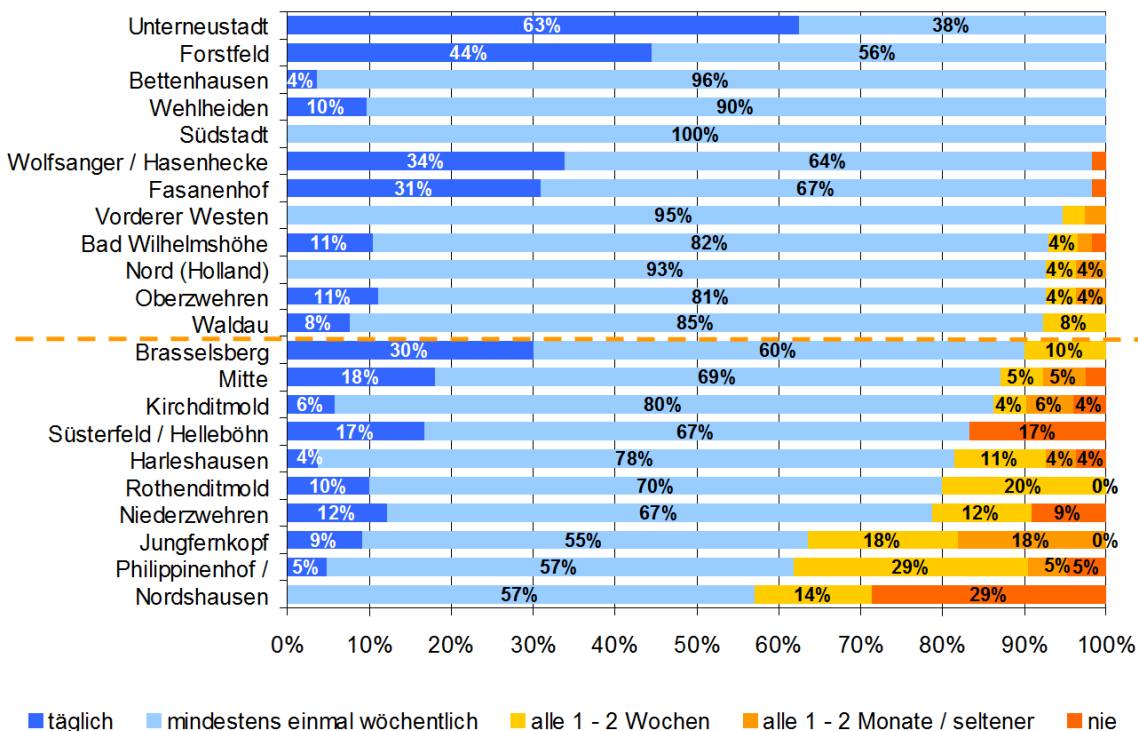
Auch die **Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadt- bzw. Ortsteils** wurde ermittelt. Dabei ist festzustellen, dass auch in den Umlandgemeinden etwa die Hälfte der Befragten seltener oder nie außerhalb ihres Stadtteils einkaufen. Hier entfällt der größte Anteil an die Einwohner aus Kaufungen, Fuldabrück und Kassel. Weitere 37 % der Befragten aus den Umlandgemeinden und 26 % der Befragten in Kassel gaben an, ihre Waren täglich oder mindestens einmal die Woche außerhalb ihres Stadt- bzw. Ortsteils einzukaufen. Schwerpunktmäßig handelt es sich dabei v. a. um die Bewohner aus Schauenburg, Baunatal und Fuldatal, deren Stadt- und Ortsteile z. T. über keine bzw. nur rudimentäre Angebote im Lebensmittelsegment verfügen.

Abbildung 21: Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadt- bzw. Ortsteils (Kommunen)



In **Kassel** ist die höchste Einkaufshäufigkeit im **eigenen Stadtteil** in Unterneustadt, Forstfeld, Bettenhausen, Wehlheiden und in der Südstadt festzustellen. Bemerkenswert ist auch die hohe Einkaufshäufigkeit der Bewohner des Stadtteils Fasanenhof. Dieses Ergebnis erstaunt v. a. vor dem Hintergrund, dass Fasanenhof derzeit lediglich über ein nur sehr geringfügiges Einzelhandelsangebot im Lebensmittelsegment (v. a. Lidl) verfügt. Es ist daher zu vermuten, dass die Einwohner des Stadtteils Fasanenhof aufgrund der räumlichen Nähe zu den Angebotsstrukturen im nördlichen Stadtgebiet nicht zwischen den Stadtteilen (z. B. Edeka Fiedlerstraße, Nord-Holland) differenzieren. Demgegenüber suchen die Bewohner der Stadtteile Jungfernkopf, Philippinenhof/Warteberg und Nordshausen am häufigsten Einkaufsstandorte außerhalb des eigenen Stadtteils auf.

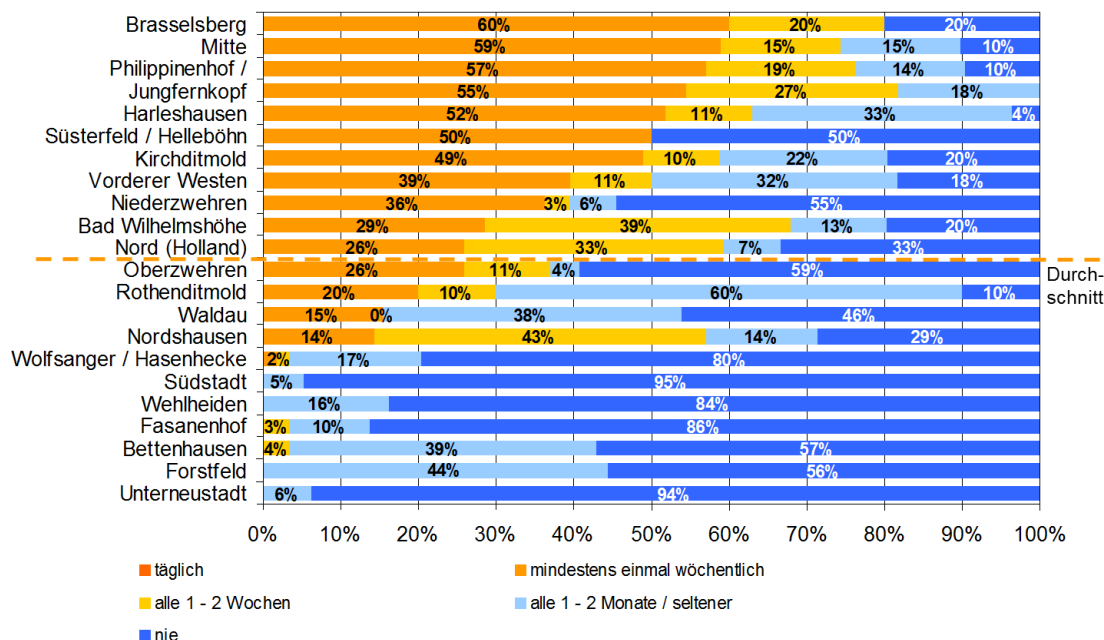
Abbildung 22: Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil (Kassel)



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten; gestrichelte Linie = Durchschnitt

In den Stadtteilen Kassels ist festzuhalten, dass lediglich etwa 40 % der Befragten seltener oder nie außerhalb ihres Stadtteils einkaufen. Vor allem die Bewohner der Stadtteile Unterneustadt, Forstfeld, Bettenhausen, Fasanenhof, Wehlheiden und Südstadt tun dies selten oder nie, wobei für den Stadtteil Fasanenhof erneut darauf hinzuweisen ist, dass die Befragten hier offenbar das Angebot von Edeka an der Fiedlerstraße dem eigenen Stadtteil zugerechnet haben. Einmal die Woche kaufen insbesondere die Bewohner der Stadtteile Brasselsberg, Mitte, Philippinenhof/Warteberg, Jungfernkopf, Harleshausen, Süsterfeld/Helleböhn (Anteil jeweils über 50 %) ihre Waren mindestens außerhalb ihres Stadtteils ein. Auffallend ist dabei, dass diese Stadtteile über nur einen geringen Einzelhandelsbesatz im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verfügen. Demnach hängen die Kaufkraftabflüsse an andere Stadtteile hier unmittelbar mit der geringen Ausstattung zusammen.

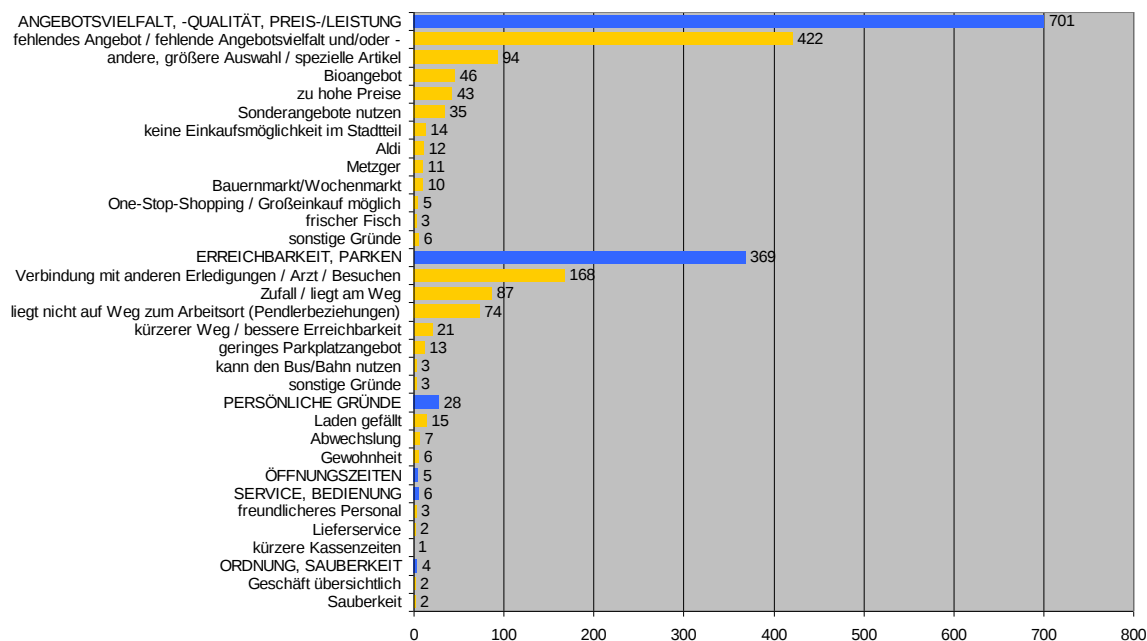
Abbildung 23: Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

Für einen **Einkauf außerhalb des eigenen Stadt- bzw. Ortsteils** ist aus Sicht der befragten Bewohner in erster Linie das fehlende Angebot / die fehlende Auswahl vor Ort ausschlaggebend. Dies wurde in den Umlandgemeinden v. a. von den Bewohnern Fulda als genannt, wo in den Ortsteilen Knickhagen, Simmershausen, Wahnhausen und Wilhelmshausen nur ein rudimentäres Lebensmittelsangebot (z. B. Dorfladen und Bäckerei in Simmershausen, Landfleischerei in Wilhelmshausen, Getränke in Wahnhausen) vorhanden ist. In der Stadt Kassel kaufen insbesondere die Bewohner in Kirchditmold (v. a. Edeka, nahkauf), Jungfernkopf (v. a. tegut, Penny), Nordshausen (keine Angebote) und Harleshausen (u. a. Aldi, Edeka, tegut, nahkauf) aufgrund des fehlenden Angebots / fehlender Angebotsqualität außerhalb des eigenen Stadtteils ein. Auch die Verbindung mit anderen Erledigungen wie z. B. Arztbesuche, Pendlerbeziehungen und Spontaneinkäufe spielt eine wesentliche Rolle. Hervorzuheben ist v. a. der fehlende Bioladen, der für viele ein Grund zum Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils darstellt. Hier ist der Großteil der Nennungen den Kasseler Stadtteilen Vorderer Westen, Harleshausen und Kirchditmold zuzuordnen. Ein geringes Parkplatzangebot spielt für die Befragten nur eine deutlich untergeordnete Rolle bei der Wahl des Einkaufsstandortes. Dies schlägt sich auch bei der Verkehrsmittelwahl beim Einkauf (s. o.) nieder.

Abbildung 24: Gründe für Einkauf von Lebensmitteln außerhalb des eigenen Stadt- bzw. Ortsteils



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n=1.113

VI. Zentrenpässe

- siehe separaten Band (Teil II: Zentrenpässe) -

VII. Glossar

Definitionen gemäß EHI Retail Institut (2009): Handel aktuell 2009/2010, Köln bzw. GMA- eigene Definitionen.

Factory Outlet Center (FOC)

Ein Factory Outlet Center ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktverkauf insbesondere Ware zweiter Wahl, Überbestände und Retouren seines Produktionsprogramms oder seines Zukaufssortiments vorrangig in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt.

Großer Supermarkt / Verbrauchermarkt (SM)

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I¹- und Nonfood II²-Artikel führt.

Güter des aperiodischen Bedarfs

Güter des aperiodischen Bedarfs sind Gebrauchsgüter des mittel- und langfristigen Bedarfes, d. h. Waren mit einem mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus (z. B. Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Elektrowaren, Baumarktartikel etc.). Güter des periodischen Bedarfs weisen demgegenüber einen kurzfristigen Beschaffungsrhythmus auf. Zu ihnen zählen v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren.

Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung (in Prozent ausgedrückt) beschreibt den Anteil des vorhandenen Kaufkraftpotenzials einer Stadt bzw. einer Zone eines Marktgebietes, der dort gebunden wird. Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend (z. B. zusammengefasst nach Food und Nonfood) erfolgen. Die Berechnung erfolgt durch Divisi-

¹ GMA-Anmerkung: Dies sind u. a. Drogeriewaren.

² GMA-Anmerkung: Dies sind u. a. Papier / Büro / Schreibwaren

on des erzielten Umsatzes einer Branche / Zone eines Marktgebietes durch das vorhandene Kaufkraftpotenzial dieser Branche / Zone des Marktgebietes.

Kaufkraftkennziffer

Das Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der Bevölkerung ab, das sich aus der Wirtschaftskraft dieser Region ergibt. Gemessen wird das Kaufkraftniveau durch die Kaufkraftkennziffer. Diese wird in Relation zum Bundesdurchschnitt (= 100,0) angegeben.

Kauf- und Warenhaus (KH / WH)

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft. Der Begriff Kaufhaus betont die branchenbetonte Orientierung.

Komplementärnutzungen

Komplementärnutzungen ergänzen den Einzelhandelsbestand einer Innenstadt / eines Zentrums und stellen in Standortkombination eine von Kunden gewünschte Multifunktionalität sicher. Durch den dadurch erreichten Funktionsmix erhöhen sich der Kundenzustrom sowie die Kundenaustauschbeziehungen. Neben gastronomischen Einrichtungen, Beherbergungsbetrieben, Banken, Versicherungen und Reisebüros zählen auch Freizeitangebote (z. B. Multiplexkino) sowie Verwaltungseinrichtungen (z. B. Rathaus) und kulturelle Einrichtungen (z. B. Museen) zu wichtigen Komplementärangeboten.

Lebensmitteldiscounter (DIS)

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche von 800 – 1.200 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Lebensmittelfachgeschäft (Lebensmittel-FG)

Ein Lebensmittelfachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitätenfachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

SB-Warenhaus (SBW)

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Solitärstandorte

Solitärstandorte sind städtebaulich integrierte Standorte außerhalb ausgewiesener Zentren (d. h. in sog. Streulage). Typischer Besatz eines Solitärstandortes ist ein einzelner Lebensmittelmarkt (ggf. inkl. Lebensmittelhandwerk, im Sonderfall auch mit einzelnen weiteren, kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben). Solitärstandorte tragen neben Betrieben in ausgewiesenen Zentren ebenfalls zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung einer Stadt / eines Stadtteils bei.

Streuumsätze

Streuumsätze sind Umsätze, die von Bewohnern außerhalb des definierten Marktgebietes eines Einzelhandelsstandortes erwirtschaftet werden (z. B. von Touristen, Berufspendlern etc.).

Supermarkt (SM)

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II-Artikel aufweist.

Trading down

Der Begriff „Trading down“ leitet sich von der Bezeichnung einer strategischen Grundausrichtung in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben (im Gegensatz zu einer „Tra-

ding up“-Strategie) ab. Bezüglich der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen (Straßen, Quartieren) oder ganzer Innenstädte bezeichnet "Trading down" den Trend zum Ersatz qualitativ höherwertiger und höherpreisiger Anbieter durch niedrigpreisige / discountierende Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz höherpreisiger Sortimentsbestandteile durch niedrigpreisige Artikel. Damit geht ein qualitativer Wertverlust des Angebotes, des Ladenbaus, der Außenwerbung und des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten etc. einher. Typische Betriebstypen / Erscheinungen von "Trading down"-Prozessen sind discountierende Filialisten, Sonderpostenläden / 1-Euro-Shops, temporäre Zwischennutzungen und Leerstand.

Verkaufsfläche (VK)

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfasst die Fläche, die dem Verkauf dient, die dem Kunden zugänglich ist und die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt wird. Eingeschlossen sind die Standflächen für Warenträger, Konsumbereiche, Schaufenster, Treppen in Verkaufsräumen und dem Kunden zugängliche sonstige Verkaufs- und Serviceflächen. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

Vertikalisierung (des Einzelhandels)

Vertikalisierung bezeichnet die Ausdehnung unternehmerischer Aktivitäten auf vor- oder nachgelagerte Stufen des Wertschöpfungsprozesses durch Integration (Eigentum bzw. Kapitalbeteiligung) oder Kooperation (vertragliche Bindung von Unternehmen anderer Wertschöpfungsstufen). Vertikalisierung kann bedeuten, dass Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette und damit alle Prozesse von der Produktion bis zum Verkauf an den Endverbraucher steuern (Vertikalisten); häufig erstreckt sich die Kontrolle jedoch nur auf Teilprozesse. Als Beispiele für **vertikale Textiler** sind u. a. H&M sowie ZARA anzuführen.

Zentralität

Die (Einzelhandels-) Zentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Werte über 100,0 bedeuten Kaufkraftzufluss, Werte unter 100,0 entsprechend Kaufkraftabfluss. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland.