

Kon-^{08/2018} zept

Einzelhandelskonzept
für die Stadt Blankenburg (Harz)



Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner PartGmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadt Blankenburg (Harz)

Harzstraße 3

38889 Blankenburg (Harz)

VERFASSTER

Dipl. Ing. Marc Föhler

Dipl.- Geogr. Lucas Beyer

Annika Heinlein, M. Sc.

Leipzig, 24. August 2018

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
	Einzelhandelskonzept für die Stadt Blankenburg (Harz)	1
1	Einführung und Ergebnisübersicht	4
2	Rechtliche Rahmenvorgaben	7
2.1	Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts	7
2.2	Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien	7
2.3	Raumordnerische Regelungen	11
3	Methodik	15
4	Markt- und Standortanalyse	16
4.1	Trends im Handel	17
4.2	Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	30
4.3	Angebotsanalyse	32
4.4	Nachfrageanalyse	39
4.5	Analyse der Nahversorgungsstruktur in Blankenburg (Harz)	45
4.6	Zwischenfazit: Wesentliche Erkenntnisse zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in der Stadt Blankenburg (Harz)	47
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	50
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	50
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Blankenburg (Harz)	58
6	Einzelhandelskonzept für Blankenburg (Harz)	59
6.1	Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für Die zentralen Versorgungsbereiche in Blankenburg (Harz)	59
6.2	Das Nahversorgungskonzept	84
6.3	Sortimentsliste für die Stadt Blankenburg (Harz)	92
6.4	Ansiedlungsleitsätze für die Stadt Blankenburg (Harz)	99
7	Zusammenfassung der: Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen	102
8	Anhang	104

Einführung und Ergebnisübersicht

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandel in Blankenburg (Harz) zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik bei Einzelhandelsansiedlungen, -verlagerungen und Betriebsaufgaben sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmerseite, der Entwicklung neuer Betriebstypen und vor allem den stetig veränderten Standortanforderungen.

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Die inmitten des Landkreises Harz gelegene Stadt Blankenburg (Harz) hat in der Funktion als Grundzentrum in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung des qualitativen Grundbedarfs für ihre Bürger und den zugeordneten Versorgungsraum sicherzustellen. Diese Aufgabe zählt insbesondere vor dem Hintergrund der demographischen Veränderungen zu den Zukunftsaufgaben der Kommune. Im Jahr 2017 fand im Auftrag der Stadt Blankenburg (Harz) eine Untersuchung der Angebots- und Nachfragestrukturen des Einzelhandelsbestands im Zusammenhang mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Blankenburg (Harz) statt.

Die Stadt Blankenburg (Harz) beabsichtigt, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentrums- und Einzelhandelsstruktur auf eine entsprechend tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Versorgungsstandorte gesichert werden. Nicht zuletzt soll durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert werden.

Bedingt durch den Strukturwandel im Einzelhandel erfolgten auch in der Stadt Blankenburg (Harz) in den letzten Jahren Veränderungen der Einzelhandels- und Nahversorgungsstrukturen. Dabei ist insbesondere die Nahversorgungsentwicklung durch Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen gekennzeichnet. Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Blankenburg (Harz) zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung zur Verfügung. Zudem enthält dieses Einzelhandelskonzept auch Leistungsbausteine, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtlichen Händlergemeinschaften und das Stadtmarketing, die Einzelhändler und Handelsunternehmen, Kunden bzw. Kundenvertreter, Immobilieneigentümer und Ansiedlungsinteressierte.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelskonzept zunächst der aktuelle Zustand der Einzelhandelsstruktur in Blankenburg (Harz) für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Die Analyse legt folgende Standortstärken, aber auch gewisse Handlungsbedarfe zur Einzelhandelsstruktur offen:

Wesentliche Erkenntnisse der Strukturanalyse in Blankenburg (Harz)

- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** stellt sich mit aktuell rd. 90,0 % im sachsen-anhaltinischen Vergleich als leicht unterdurchschnittlich dar, gegenüber dem bundesweiten Durchschnitt von 100 % ist das Kaufkraftniveau als deutlich unterdurchschnittlich einzustufen.
- Die Stadt Blankenburg (Harz) verfügt mit rd. 2,83 m² VKF je Einwohner über deutlich **überdurchschnittliche Ausstattungskennwerte** in Bezug auf die vorhandene Einzelhandelsverkaufsfläche (Bundesdurchschnitt 1,51 m² VKF je Einwohner).
- Insgesamt ergibt sich in Blankenburg (Harz) ein **Zentralitätswert** von 108 %, sortimentsbezogen sind hinsichtlich der Kaufkraftbindung aber deutliche Unterschiede vorhanden.
- Die Stadt Blankenburg (Harz) verzeichnete in den letzten Jahren eine deutlich rückläufige Bevölkerungsentwicklung von rd. 13 %, gemäß aktuellen Bevölkerungsprognosen wird sich dieser Trend in den nächsten Jahren abgeschwächt fortsetzen.
- Abgesehen von einigen Randbereichen, ist die **fußläufige Versorgung** mit Gütern des täglichen Bedarfs in weiten Teilen der Kernstadt gewährleistet.
- Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum sind im Jahr 2017 36 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 4.800 m² verortet, was einem Verkaufsflächenanteil von rd. 8,0 % entspricht. Die Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen nehmen mit rd. 41.850 m² einen deutlich höheren Anteil von rd. 70,3 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen ein, neben nicht zentrenrelevanten Sortimenten entfallen hierdrauf auch im deutlichen Umfang zentrenrelevante Sortiment wie bspw. Bekleidung und Schuhe/Lederwaren.
- **Kleinteilige Gebäude- und Geschäftsstrukturen**, eine problematische Anlieferungssituation, mangelnde Entwicklungs- und Potenzialflächen im Bereich der historischen Altstadt sowie die Konkurrenzsituation zum Standort Nordharzcenter erschweren die Ansiedlung von weiteren Magnetbetrieben und die Etablierung leistungsfähiger Anbieter in diesem Lagebereich.
- Die Altstadt Blankenburgs weist eine weitgehend **geschlossene Fachwerkbauung** auf. Darüber hinaus verfügt Blankenburg durch verschiedene Baudenkmäler wie das große und das kleine Schloss sowie durch verschiedene Naturattraktionen (bspw. die Teufelsmauer) über ein hohes touristisches Potenzial.

Auf Basis der Strukturanalysen werden im vorliegenden Einzelhandelskonzept zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Blankenburg (Harz) folgende übergeordnete, gesamtstädtische Entwicklungszielstellungen hergeleitet:

1. Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche
2. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

In Verbindung mit diesen Zielstellungen werden schließlich konkrete Empfehlungen zur gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur des Einzelhandels in Blankenburg (Harz) entwickelt. Gleichzeitig wird die Blankenburger Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste) aufgestellt. Wesentliches Ergebnis dieses Einzelhandelskonzeptes sind nicht zuletzt die sogenannten Ansiedlungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Blankenburger Entwicklung wurden die wichtigen Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Blankenburg (Harz) Berücksichtigung finden.

Das kommunale Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

2

Rechtliche Rahmenvorgaben

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

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG EINES EINZELHANDELSKONZEPTS

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

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

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

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

2.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE: PLANUNGSRECHTLICHE EINORDNUNG UND FESTLEGENSKRITERIEN

Die Innenstädte, die städtischen Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den geänderten bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

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

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

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

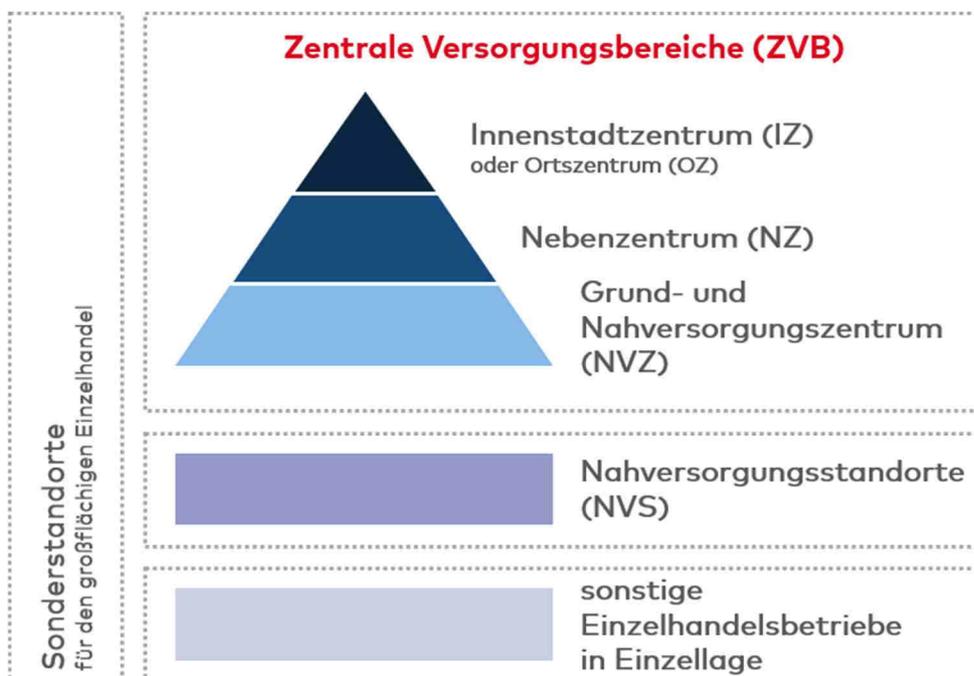


Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)
Quelle: Eigene Darstellung

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,

- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),

oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.¹ Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²

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

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine **städtebaulich integrierte Lage** voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.⁴

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

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

Quelle: Eigene Darstellung

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.⁵

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese

¹ Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

² Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

³ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

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

⁵ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

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

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/ oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Quelle: Eigene Darstellung

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.⁶

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur

⁶ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).

Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.⁷

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen), in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten, oder wenn potentielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

2.3 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

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

Landesentwicklungsprogramm Sachsen-Anhalt 2010

Im Landesentwicklungsprogramm Sachsen-Anhalt finden sich folgende Ziele und Grundsätze zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für Blankenburg (Harz) Beachtung bzw. Berücksichtigung finden müssen:

- **Z 35** „Grundzentren sind als Standorte zur Konzentration von Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen sowie der gewerblichen Wirtschaft zu sichern und zu entwickeln. Sie sind in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs einzubinden.“
- **G 17** „[...] Blankenburg (Harz) [...] haben eine besondere Bedeutung für die Versorgung im ländlichen Raum.“
- **Z 39** „Grundzentren sind in den Regionalen Entwicklungsplänen unter Zugrundelegung folgender Kriterien festzulegen:
- Der im Zusammenhang bebaute Ortsteil als zentrales Siedlungsgebiet einer Gemeinde einschließlich seiner Erweiterungen im Rahmen einer

⁷ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

geordneten städtebaulichen Entwicklung, soll in der Regel über mindestens 3 000 Einwohner verfügen.

- Der Versorgungsbereich soll darüber hinaus in der Regel mindestens 9 000 Einwohner umfassen.
- Die Erreichbarkeit durch die Bevölkerung des Versorgungsbereiches ist in der Regel in 15 Minuten PKW- Fahrzeit zu gewährleisten. [...]
- Im Rahmen des Aufstellungsverfahrens zum Regionalen Entwicklungsplan soll mit den Kommunen, in denen ein Zentraler Ort festgelegt wird, dieser im Einvernehmen mit ihnen räumlich abgegrenzt werden."
- **Z 46** „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. Die Ausweisung von Sondergebieten für eine spezifische Form großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center - FOC), ist nur an integrierten Standorten in Zentralen Orten der oberen Stufe (Oberzentren) vorzusehen und darf die Attraktivität der Innenstädte nicht gefährden."
- **Z 47** „Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen."
- **Z 48** „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte
 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,
 2. sind städtebaulich zu integrieren,
 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,
 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,
 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen."
- **Z 49** „Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken."
- **Z 50** „Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen."
- **Z 51** „Bei planerischen Standortentscheidungen zugunsten von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist auch die kumulative Wirkung mit bereits am Standort vorhandenen Einrichtungen hinsichtlich der Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstadtentwicklung in die Bewertung einzubeziehen."
- **Z 52** „Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen

und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ist neben den Ober- und Mittelzentren auch in Grundzentren unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches zulässig. Ausschließlich der Grundversorgung dienen großflächige Einzelhandelsbetriebe, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst. Voraussetzung ist die Anpassung des grundzentralen Systems durch die Regionalen Planungsgemeinschaften an die Kriterien im Landesentwicklungsplan.“

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelskonzepts wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Sachsen-Anhalt 2010 erarbeitet.

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Blankenburg (Harz) relevante Regionale Entwicklungsplan aus dem Jahr 2009⁸ beinhaltet folgende regionalplanerische Ziele, die bei der weiteren Erarbeitung dieses Konzeptes zu beachten sind:

- **4.2 Z 9** „Grundzentren sind als Standorte zur Konzentration von Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen sowie der gewerblichen Wirtschaft zu sichern und zu entwickeln. Sie sind in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs einzubinden. [...]“
- **4.2 Z 10** „Folgendes Grundzentrum übernimmt aufgrund der räumlichen Lage im Siedlungsgefüge Teilfunktionen eines Mittelzentrums:
 - Blankenburg“⁹
- **4.2 Z 13** „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden.“¹⁰
- **5.18 G 1** Die Einzelhandelsentwicklung ist an die Bedürfnisse der Menschen auszurichten. In allen Teilen der Planungsregion soll eine bedarfsorientierte Versorgung mit Ge- und Verbrauchsgütern und Nahrungs- und Genussmittel und Dienstleistungen durch eine räumlich ausgewogene und auf die differenzierten funktionalen Anforderungen der zentralörtlichen Gliederung (Ober-, Mittel, Grundzentren, ländliche Räume) ausgerichtete Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur erfolgen. Durch eine Vielzahl von Handelseinrichtungen unterschiedlicher Größen, Betriebsarten, und

⁸ Vgl. Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Harz 2009

⁹ In Bezug auf das Landesentwicklungsprogramm Sachsen-Anhalt 2010 ist darauf hinzuweisen, dass die Einstufung des Regionalplans bzgl. 4.2 Z10 als Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums nicht mehr aktuell ist und eine Überarbeitung des Regionalplans aktuell vorgenommen wird.

¹⁰ Gemäß Z52 des Landesentwicklungsprogramms Sachsen-Anhalt 2010 ist eine Ausweisung eines Sondergebietes für den großflächigen Einzelhandel, der ausschließlich der Grundversorgung dient, auch in Grundzentren möglich, sofern bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind (vgl. Ausführungen zum LEP Sachsen-Anhalt 2010).

Angebotsformen soll insbesondere auch die Entwicklung eines breiten Mittelstandes unterstützt werden.

Die Regionalen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Blankenburg (Harz) sind im vorliegenden Einzelhandelskonzept entsprechend berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandelskonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtstädtischen Ebene und ist künftig als die entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

3 Methodik

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

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



Abbildung 2: Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept
Quelle: Eigene Darstellung

Angewandte empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Analyse der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kamen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine, sekundärstatistischen Quellen und durchgeführten Arbeitskreise.

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	11/2017	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse/ zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Händler- befragung	Befragung durch Stadt + Handel	11/2017 - 01/2018	Flächendeckende Verteilung von standardisierten Fragebögen im Stadtgebiet/ Onlinebefragung (Rücklauf = 7 Fragebögen)	Angebotslücken, Umsatzherkunft Einschätzungen zum Einzelhandelsstandort, Einzugsbereiche, Umsätze, Stärken/Schwächen Analyse
Passantenbe- fragung	Befragung durch Stadt + Handel	12/2017 - 01/2018	Standardisierter Fragebogen (n=475) Befragungsstandort: Innenstadtzentrum, Nordharzcenter sowie Onlinefragebogen	Passantenherkunft Einkaufsverhalten Stärken/Schwächen Analyse Standortbewertungen
Sekundär- statistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH 2017	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt +Handel auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u.a. EHI Handel aktuell, Factbook Einzelhandel, laufende Auswertung der LM-Zeitung)		
Arbeitskreis- sitzungen	1. Termin 01/2018 2. Termin 04/2018	Prozessbegleitende Facharbeitskreise Diskussion der Ergebnisse der Analysephase sowie der Ansätze zur Erstellung des Einzelhandelskonzepts Teilnahme von Politik, Multiplikatoren, Trägern öffentlicher Belange		

Quelle: eigene Darstellung

4 Markt- und Standortanalyse

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

4.1 TRENDS IM HANDEL

Bevor im Folgenden die konkrete Situation des Einzelhandels in Blankenburg (Harz) analysiert wird, werden einleitend wichtige Trends der bundesdeutschen Einzelhandelsentwicklung skizziert und bezugnehmend auf Blankenburg (Harz) dargestellt. Dabei handelt es sich um Faktoren, die es bei der Erstellung dieses Konzepts aufgrund ihrer räumlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen zu beachten gilt.

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

4.1.1 Entwicklungen auf der Angebotsseite

Wesentliche Faktoren, die zu Veränderungen auf der Angebotsseite des Einzelhandels geführt haben, sind ein voranschreitender Wandel der Betriebsformen und Handelsformate, der Unternehmens- und Umsatzkonzentration sowie Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklungen.

Wandel der Betriebsformen und rückläufige Betriebszahlen: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer zunehmenden Discountorientierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte einher. Daneben liegen die Innenstädte (insb. A-Lagen) im Fokus der Expansionsabteilungen. Wohn- und Arbeitsplatzschwerpunkte (sowie Innenstadt-B-Lagen) sind für den filialisierten Einzelhandel hingegen deutlich weniger stark von Interesse.¹¹

Wandel der Betriebsformen: Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie z. B. Shopping-Center, Factory-Outlet-Center und Fachmarkzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) u. a. aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben das kundenseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung erkannt. Insbesondere Shopping-Center investieren verstärkt in Branchenmix, Verweilqualität und Nutzungsvielfalt jenseits des Einzelhandels, v. a. in Gastronomieangebote. Sie entwickeln sich systematisch zu sozialen Orten und vermarkten sich als „Ort der Überraschung“. Die Aufgabe von Innenstädten wird

¹¹ Vgl. EHI Retail Institute, Hahn Gruppe; Whitepaper: Expansionstrends 2015.

es zukünftig sein, einen für Besucher attraktiven Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment sicherzustellen.

Unternehmens- und Umsatzkonzentration: Heute wird der Einzelhandel von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Insbesondere die A-Lagen von größeren Innenstädten werden durch einen hohen Grad an Filialisierung gekennzeichnet. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel, aber auch abseits des Lebensmitteleinzelhandels lassen sich Konzentrationsprozesse feststellen – insbesondere bei Drogeriemärkten (insb. DM, Rossmann), Buchhäusern (z. B. Thalia, Hugendubel), Textil-Kaufhäusern (u. a. H & M, P & C, C & A, SinnLeffers), Unterhaltungselektronik-Märkten (insb. Media Markt, Saturn) und Sporthaus-Betreibern (z. B. Intersport, SportScheck, Decathlon).

Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung: Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zugenommen. Bereits heute entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,51 m² Verkaufsfläche.¹² Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat zudem zu einer Senkung der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt (vgl. nachfolgende Abbildung).

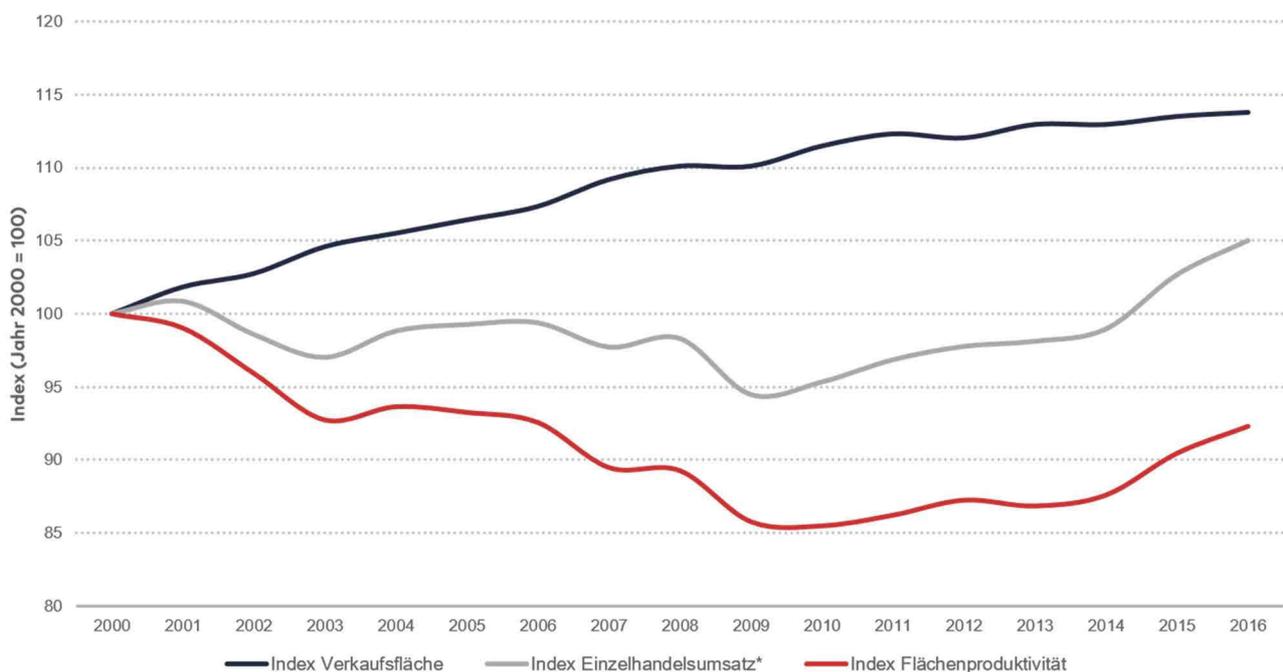


Abbildung 3: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 2000 bis 2016

Quelle: Eigene Darstellung nach Hahn Gruppe 2000 bis 2017

Seit 2007 ist jedoch zunehmend eine Abschwächung des Verkaufsflächenwachstums bzw. eine Stagnation zu erkennen. Die Gründe hierfür liegen u. a. in dem sukzessive gesättigten Marktniveau und den daraus resultierenden Insolvenzen

¹² Vgl. EHI 2013.

prägender Einzelhandelskonzerne wie Schlecker, Praktiker, Strauss-Innovation, etc..

Eine lineare Fortsetzung dieses Trends ist wahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

Online-Handel: Die Bedeutung des Online-Handels in Deutschland ist im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen und stellt heute eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel dar. So konnte das Onlinegeschäft in der näheren Vergangenheit stetig steigende Umsätze verzeichnen, wie nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

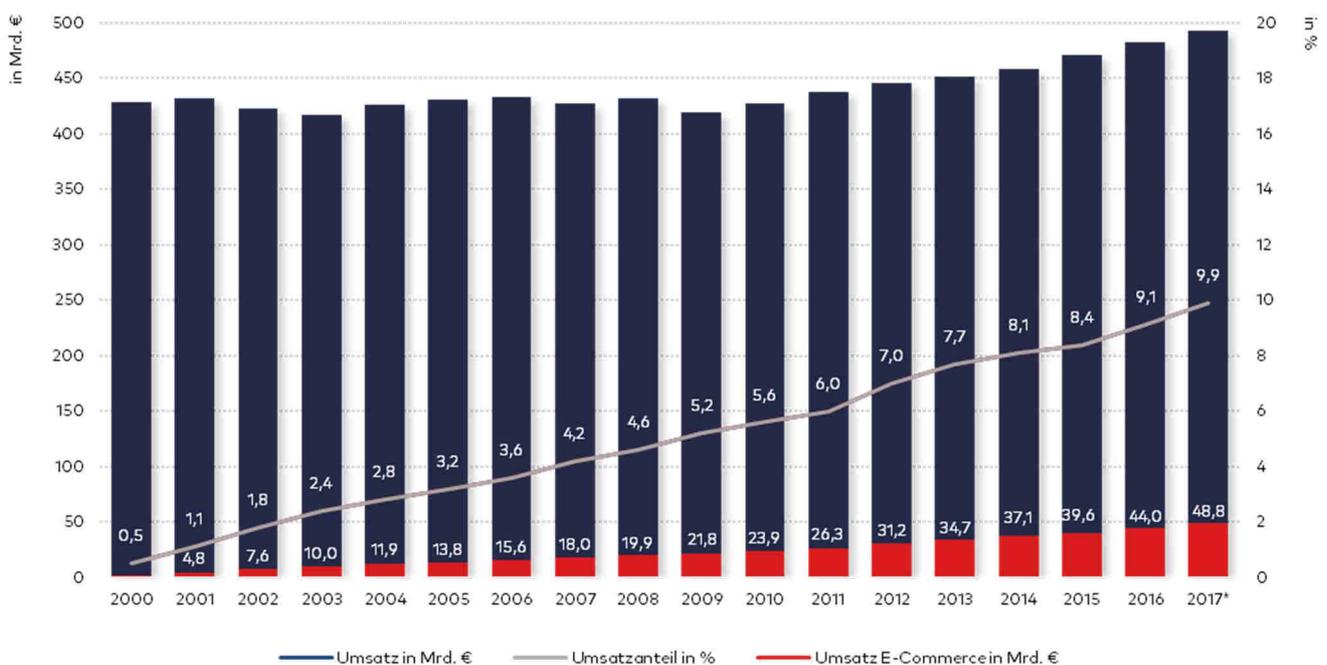


Abbildung 4: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz (Brutto/im engeren Sinne) in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 mit Prognose für 2017

Quelle: Eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2016 (handelsdaten.de)

Derzeit umfasst der E-Commerce insgesamt ein Volumen von rd. 48,8 Mrd. Euro (rd. 9,9 % des Gesamtumsatzes). Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen jedoch davon aus, dass der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2025 bei rd. 20 bis 25 % liegen wird. Hinsichtlich der Bedeutung des E-Commerce sind zwischen den einzelnen Warengruppen große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen

bereits heute signifikante Marktanteile i. H. v. 21 % bzw. 26 %¹³ und mehr auf. In anderen (insbesondere kurzfristigen) Warengruppen des täglichen Bedarfs (u. a. Nahrungs- und Genussmittel) vollzieht sich die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen auf einem deutlich niedrigeren Niveau (2016: 0,8 %) und wird zukünftig maßgeblich vom Markteintritt entsprechender Akteure abhängen (siehe dazu auch nachfolgenden Fokus-Abschnitt). Auch der Online-Handel hat dabei die Service- und Erlebnisorientierung der Verbraucher erkannt und versucht in den letzten „stationären Tugenden“ Beratung, Service und Erlebnis mittels telefonischer Stilberatung (z. B. Outfittery), Same-Hour-Delivery (z. B. Amazon Prime Now) und stationären Showrooms in Großstädten (z. B. Zalando) zu punkten.

Fokus: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

Die bereits seit längerem beobachtbaren Entwicklungstrends zu weniger und größeren Einheiten sowie die zunehmende Standortvergesellschaftung in Form von Fachmarktstandorten haben in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucher-verhalten determinieren sich dabei grundsätzlich wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist.

Wandel der Betriebsformen: Der in den letzten Jahrzehnten vollzogene Wandel der Betriebsformen umfasst erhebliche Veränderungen der Betriebs- und Standortstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel. Betrachtet man beispielsweise die Entwicklung der absoluten Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Lebensmitteleinzelhandel, so lässt sich deutschlandweit ein Rückgang i. H. v. 14 % attestieren (vgl. nachfolgende Abbildung).

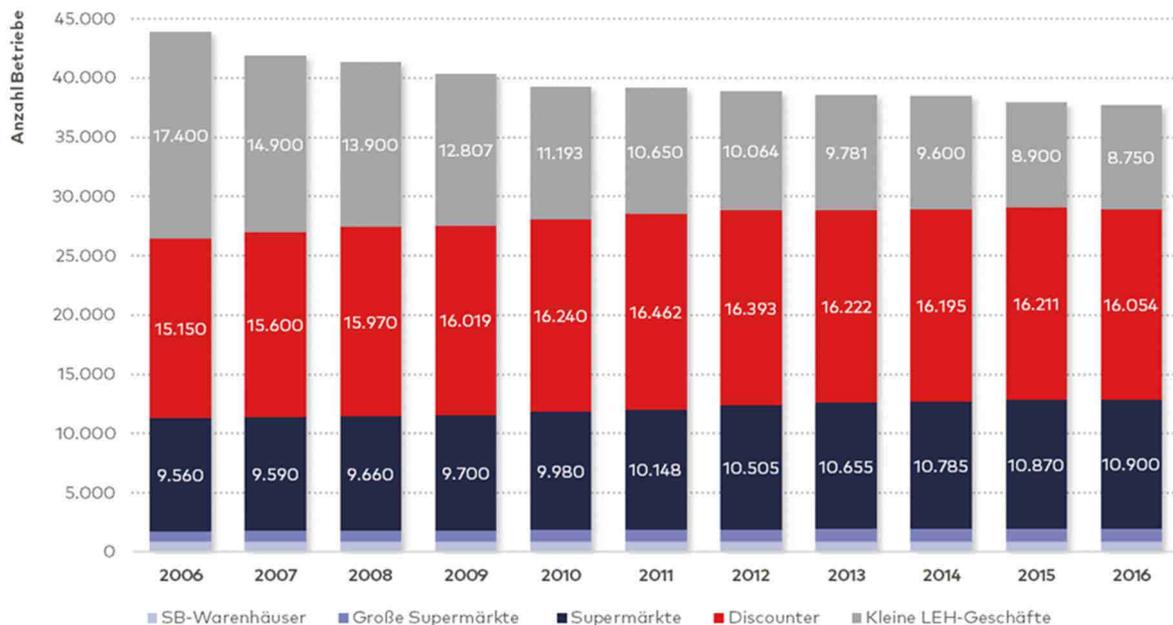


Abbildung 5: Entwicklung der Betriebszahl im Lebensmitteleinzelhandel
Quelle: Eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2017

¹³ Anteile des Online-Handels am Gesamtumsatz der jeweiligen Warengruppe. Vgl. IfH 2013; HDE 2017.

Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind jedoch deutlich unterschiedliche Entwicklungen zu registrieren. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Umsätze) ergeben sich insbesondere für die Lebensmittelsupermärkte, welche maßgeblich von der zunehmenden Verbreitung gesundheits- und nachhaltigkeitsorientierter Lebensstile profitieren und konnten deutschlandweit ihr Filialnetz um 1.340 Standorte (+14 %) erhöhen. Darin enthalten ist auch ein deutlicher Ausbau des Filialnetzes von Bio-Supermärkten. Ein analoges Bild ergibt sich für die großen Supermärkte/Verbrauchermärkte (> 2.500 m² G-VKF), welche sogar ein Wachstum um 27 % verzeichnen konnten (+ 214 Märkte).

Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und teilweise den 2000er Jahren gegenwärtig im Übergang zu einer Reifephase. Von 1975 bis ins Jahr 2006 verzehnfachte sich die Anzahl der Verkaufsstellen in Deutschland. Anschließend kam es zu einer deutlich verlangsamten Entwicklung (zwischen 2006 und 2011: +8 %), die inzwischen partiell in eine degressive Entwicklung umgeschlagen ist (zwischen 2006 und 2011 bundesweit: -2 %). Diese Entwicklung ist dabei jedoch maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes der Marktteilnehmer infolge eines Trading-Up-Prozesses und Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen der Betriebsform.

Das Gros der Rückgänge betrifft die kleinen Lebensmittelgeschäfte, deren Anzahl sich binnen der letzten zehn Jahre bundesweit halbiert hat. Nahmen diese Betriebe noch im Jahre 2006 qua Anzahl die bedeutendste Stellung unter den Angebotsformen im Lebensmitteleinzelhandel ein, so ist ihr gegenwärtiger Anteil mit 23 % doch inzwischen deutlich hinter demjenigen der Lebensmitteldiscounter (43 %) und der Supermärkte (29 %) zurückgefallen. Mit Blick auf die Nachfolgeproblematik und das ungünstige Marktumfeld werden diese Entwicklungen auch perspektivisch anhalten. Ferner ist seit Mitte der 2000er Jahre auch bei den SB-Warenhäusern eine Sättigungsgrenze erreicht, die in den vergangenen Jahren sowohl in Bezug auf die Anzahl der Betriebe als auch auf die Umsatzkennwerte und Verkaufsflächen rückläufige Entwicklungen zu verzeichnen hatten.

Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklungen: Parallel zu der sinkenden Anzahl von Verkaufsstätten im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel ist eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten (vgl. nachfolgende Abbildung). Dieses Flächenwachstum war in den letzten Jahrzehnten insbesondere in Fachmarktstandorten auszumachen und ergibt sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (Verbreiterung der Gangbereiche Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Angebotsbreite und -tiefe infolge der aktuellen Konsumtrends (wachsende Angebotsvielfalt und Bedeutung von Frischware, Bio- und Convenience-Produkten, Singlepackungen). Bei den Lebensmitteldiscountern ist zeitgleich zu den sinkenden Filialzahlen eine stagnierende bzw. moderat steigende Verkaufsfläche zu verzeichnen. Dies ist dabei Resultat eines grundlegenden Trading-Up Prozesses des Betriebstypus, welcher im Bereich der Expansion und der Modernisierung von Bestandsstandorten eine deutliche Tendenz zu signifikant größeren Markteinheiten (1.200 – 1.500 m² VKF) erkennen lässt und mit einer Überprüfung/Straffung des Standortnetzes durch die Marktteilnehmer einhergeht.

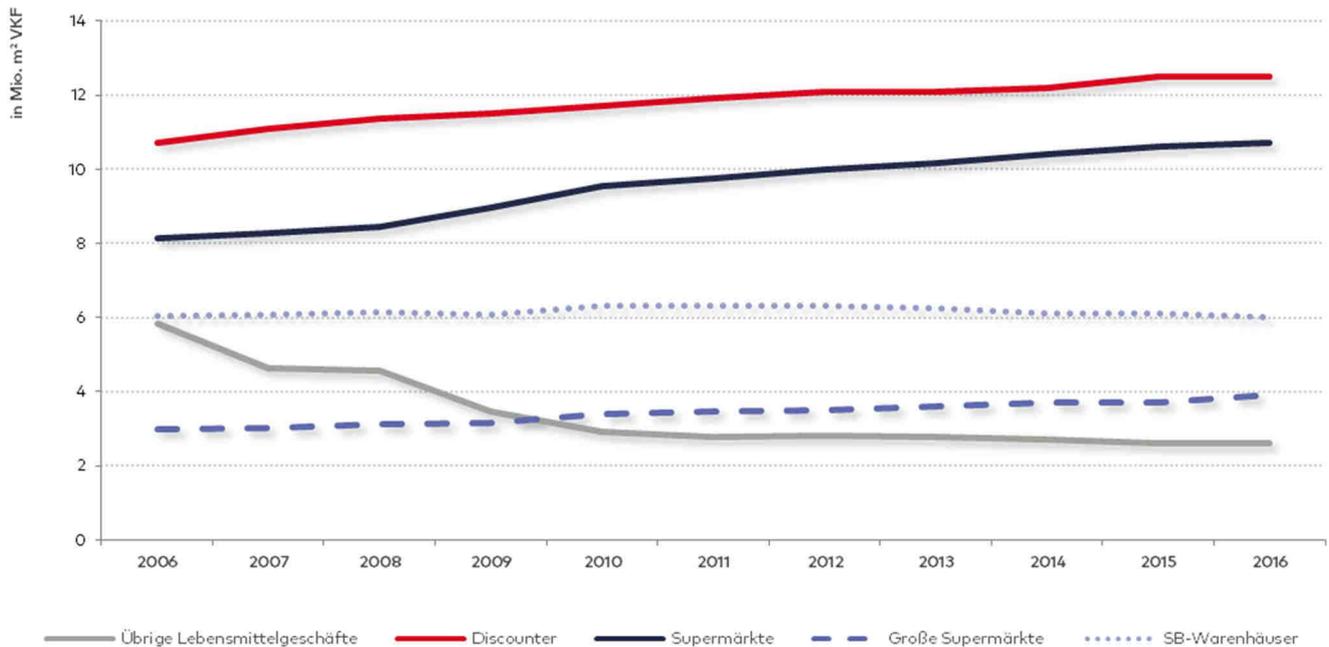


Abbildung 6: Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland nach Betriebsformen
 Quelle: Eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2017

Das anhaltende Verkaufsflächenwachstum lässt sich exemplarisch am Beispiel des Lebensmitteleinzelhandels nachvollziehen. Lag die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Lebensmitteldiscounters 2001 noch bei 525 m² und diejenige eines Supermarktes bei 1.114 m², so sind zwischenzeitliche durchschnittliche Marktgrößen von 720 m² (LM-Discounter, 2011) bzw. 1.290 m² (Supermarkt, 2009) erreicht.¹⁴ Für beide Betriebsformen wird in Abhängigkeit von der konkreten Lage aktuell von einer Mindestbetriebsgröße von 800 m² bzw. 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen ausgegangen.¹⁵

Als Reaktion auf zunächst sinkende Marktanteile und auf die gewandelte Verbrauchernachfrage sind auch im Segment der Supermärkte deutliche Umstrukturierungen erkennbar. Diese zeigen sich insbesondere in einer differierenden Sortimentsausrichtung (Frischesegment, Auswahl an Eigenmarken; Convenience Ausrichtung, Gastronomie) und einer attraktiven, zumeist großzügigeren Ladengestaltung, welche auch mit einer wachsenden Verkaufsflächengröße je Betriebseinheit einhergeht (vgl. nachfolgende Abbildung).

¹⁴ Vgl. EHI 2013.

¹⁵ Vgl. BMVBS 2013.

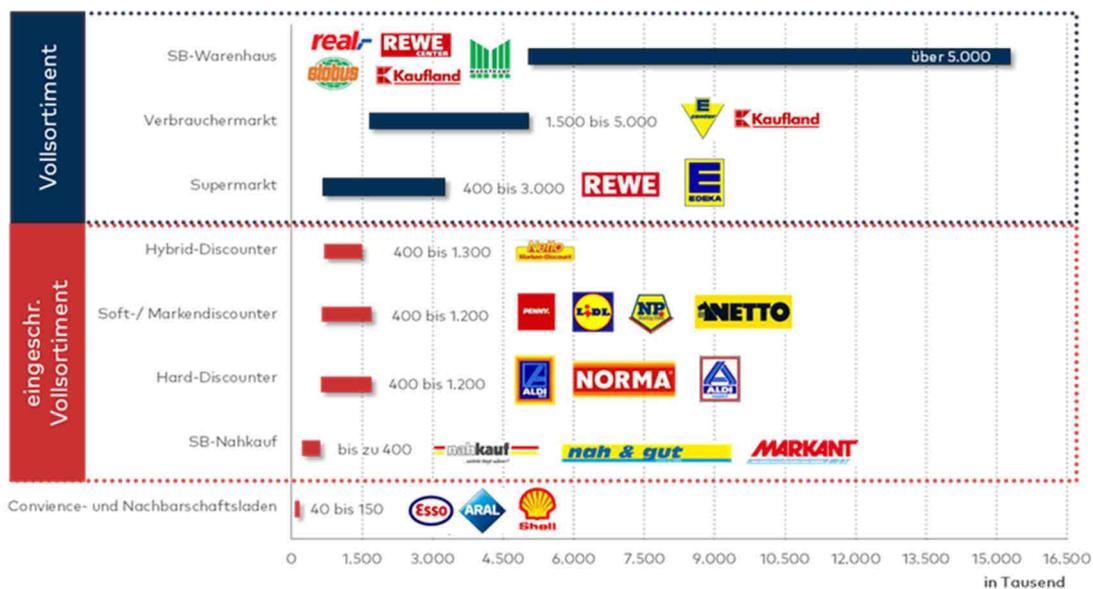


Abbildung 7: Spanne der Verkaufsflächen nach Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Eigene Darstellung eigene Darstellung auf Basis ILG (2016) Der Mieter im Fokus. Handelsimmobilien neu denken

Unternehmens- und Umsatzkonzentrationen: Fusionen, Übernahmen und internes Wachstum haben in den vergangenen Jahrzehnten zu sukzessiven Konzentrationsprozessen von Unternehmen und Umsätzen im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel geführt, partiell sind bereits Oligopolisierungstendenzen erkennbar, die in der Folge auch eine Sektoruntersuchung des Bundeskartellamtes im Zusammenhang mit der Übernahme der Tengelmann/Kaisers Märkte nach sich zogen.¹⁶ So weisen die dominierenden Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe gegenwärtig bereits einen Marktanteil von rd. 90 % auf, wobei zwei Drittel des Umsatzes auf die TOP 5 Betreiber entfallen.¹⁷ Auch der Drogeriewareneinzelhandel weist hohe Unternehmens- und Umsatzkonzentrationen auf. Als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen und damit einhergehend starken Rückgängen der Drogeriemärkte (vgl. nachfolgende Abbildung) lässt sich aktuell ein lebhaftes Expansionsgeschehen der verbliebenen Marktteilnehmer beobachten, welches sich jedoch im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung im Einzugsbereich der Märkte (insbesondere in den Mittel- und Oberzentren) fokussiert. So liegt die zur Wirtschaftlichkeit erforderliche Einwohnerzahl je nach anstehendem Kaufkraftniveau für einen marktadäquaten Drogeriewarenfachmarkt bei 10.000 bis 15.000, teilweise 20.000 Einwohner.

¹⁶ Vgl. Bundeskartellamt (2014): Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel.

¹⁷ Vgl. BMVBS (2013): Nahversorgung in ländlichen Räumen.

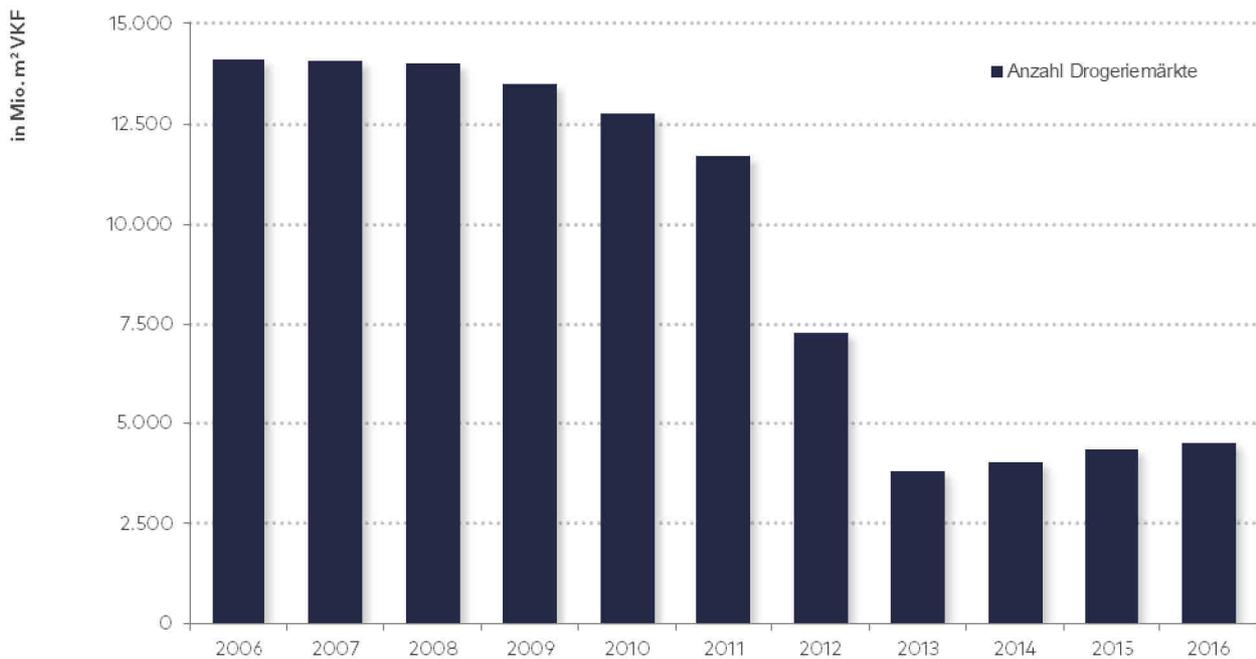


Abbildung 8: Entwicklung der Anzahl der Drogeriemärkte in Deutschland 2006-2016

Quelle: Eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2017

Standortentwicklung: Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes).

Mit dem Dimensionssprung der Märkte sind auch die Expansionsziele hinsichtlich der Mindesteinwohnerzahl im Einzugsbereich eines Betriebes des Lebensmittel- bzw. Drogeriewarensegmentes gestiegen (vgl. nachfolgende Tabelle). Im Bereich Lebensmittel lag diese im Jahre 2000 noch bei rd. 3.500 Einwohnern, während heute häufig mindestens 5.000 Einwohner benötigt werden, um beispielsweise die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Discounters unter Wettbewerbsbedingungen gewährleisten zu können. Damit einhergehend steigen auch die Anforderungen an die Anzahl der Parkplätze und die Größe des Grundstücks.

Tabelle 2: Expansionsanforderungen ausgewählter Lebensmitteldiscounter*.

Kriterium		
Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet	min. 3.500	min. 5.000 Kernort min. 10.000 Einzugsgebiet
Grundstücksgrößen	ab 4.500 m ²	Ab 5.000 m ²
Verkaufsfläche	1800-1.200 m ²	800 m ² (innerstädtisch) – 1.300 m ²
Kundenparkplätze	min. 60	min. 80
Sonstige Kriterien	Wohnortsnah, gute Sichtbarkeit	Hochfrequentierte Lagen mit guter verkehrstechnischer Erreichbarkeit und Sichtbarkeit Gute Anlieferungsmöglichkeiten

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis Betreiberangaben.

Distanzhandel im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel: Neben dem klassischen stationären Einzelhandel gewinnt auch der Online Handel (E-Commerce bzw. M-Commerce) zunehmend an Bedeutung. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels sowie der Drogeriewaren vollzieht sich der Online-Handel bislang noch in einem vergleichsweise geringen Maße, was insbesondere auf die diffizile Transportlogistik (Kühlkette), die erhöhte Discountorientierung der Verbraucher¹⁸ und die bislang noch nicht in einem ausreichenden Maße erfolgreich umgesetzten Konzepte des Mobile-Commerce (z. B. per Smartphone bzw. Application) bzw. von Abholstationen zurückzuführen ist.

4.1.2 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Neben den skizzierten Veränderungen auf der Angebotsseite nehmen auch Veränderungen auf der Nachfrageseite Einfluss auf die Handelslandschaft. Die derzeit beobachtbaren Verwerfungen im Einzelhandel sind dabei lediglich Vorboten der zukünftigen Entwicklungen. Umso wichtiger ist es, die innenstadtbezogenen Wandlungsprozesse systematisch zu erfassen und in ihren Zusammenhängen zu bewerten. Dabei lassen sich folgende Entwicklungsmuster erkennen.

Gesellschaftlicher Wandel: Der gesellschaftliche Wandel wird insbesondere durch die Individualisierung geprägt, die sowohl einen grundlegenden Wertewandel bewirkt, als auch ein Einflussfaktor im demografischen Wandel (s. u.) ist. Der Drang nach Selbstverwirklichung sowie die Ausdifferenzierung von Lebensstilen führen zu vielfältigeren Ansprüchen an den Stadtraum und den Einzelhandel. Die Innenstadtbesucher von morgen bewegen sich dabei in höchst hybriden Lebens- und Konsumwelten und haben ein tiefes Bedürfnis nach Erlebnis auf der einen Seite sowie Authentizität und lokalem Kontext auf der anderen Seite.

Raumentwicklung: Damit einher geht eine zunehmende „Kraft des Ortes“, welche u. a. ein Grund für die Debatte um Schwarmstädte und Reurbanisierungstendenzen ist. Dabei ist dieser Teilaspekt des „genius loci“ nicht neu. Neu ist allerdings,

¹⁸ Welche ein Durchreichen der zusätzlichen Transport- und Logistikkosten auf den Verbraucher nahezu unmöglich macht.

dass in einer zunehmend digitalen Welt ein tiefes Bedürfnis nach lokaler Verankerung oder „Rückbettung“¹⁹ in einen physischen Kontext entsteht und sich u. a. in der Innenstadt als städtischen Treffpunkt für die nomadische und digitale Gesellschaft manifestiert.

Digitalisierung: Die Wirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel werden bereits in Kapitel 4.1.1 thematisiert. Allerdings erstreckt sich die Digitalisierung auf weitere Handlungsfelder der Innenstadt – von Infrastrukturinvestitionen auf dem Weg zur „Smart City“ bis zum sinkenden Bedürfnis nach physischem Besitz (und damit zu anderen Konsumverhaltensmustern) in der Share Economy.

Bevölkerungsrückgang: Für Deutschland hat das Statistische Bundesamt eine deutliche Abnahme der Gesamtbevölkerung prognostiziert, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden in der Bevölkerungsentwicklung zu rechnen ist. Gleichzeitig stieg die Anzahl der Privathaushalte seit 1965 stetig an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduzierte. Laut Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes bildeten die Single-Haushalte im Jahre 2015 mit einem Wert von 41,4 % den größten Teil der privaten Haushalte.²⁰

Alterung der Bevölkerung: Im Zuge des demografischen Wandels wird die Bevölkerung in Deutschland weniger und durchschnittlich älter. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der über 65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die (Auto-) Mobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten und Serviceleistungen für Senioren (u. a. Bringdienste). Diese soziodemografischen Entwicklungen sowie das damit verbundene rückläufige Marktpotenzial überlagern sich mit umfassenden Konzentrationsprozessen insbesondere im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel (siehe Kapitel 4.1.1) und führen in der Folge zu einer Ausdünnung des Filialnetzes und somit letztlich zu längeren Wegen für den Verbraucher. Eine wohnortnahe (fußläufige) adäquate Versorgung mit Lebensmitteln und Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlicheren Raum und in Gebieten mit negativem Wanderungssaldo häufig nicht mehr gesichert, wie auch die Ergebnisse der nachfolgend dargestellten Untersuchung des Thünen-Instituts für Ländliche Räume zur Erreichbarkeit von strukturprägenden Lebensmittelmärkten in Deutschland nahelegt (vgl. nachfolgende Abbildung). Jedoch ergeben sich auch in Kernstädten durchschnittliche Entfernungen von etwa 1.500 m² - 2.000 m², wodurch eine fußläufige Erreichbarkeit nicht überall verfügbar ist.

¹⁹ Vgl. Dieter Läßle (2003): Thesen zur Renaissance der Stadt in der Wissensgesellschaft. In: Jahrbuch StadtRegion 2003, S. 61 - 77

²⁰ Vgl. Website Statistisches Bundesamt (Destatis) 2017: Privathaushalte: Deutschland, Jahre, Haushaltsgröße.

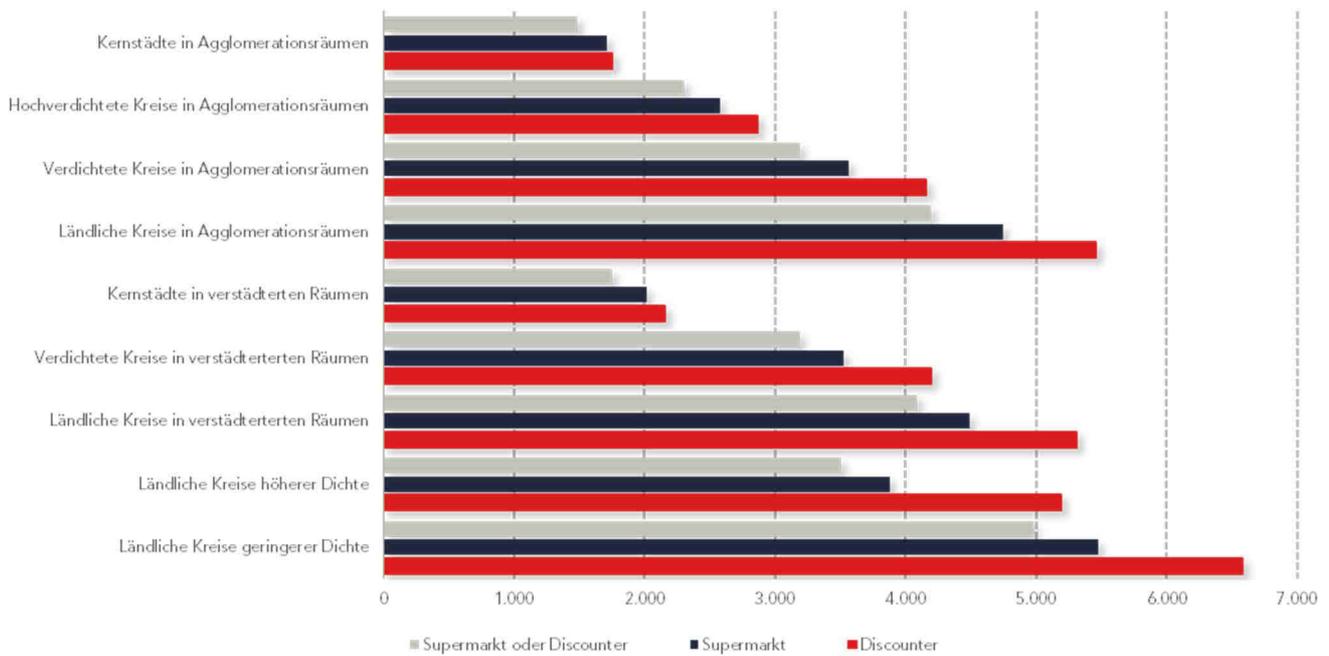


Abbildung 9: Erreichbarkeit von Supermärkten und Discountern (Realentfernung im m) nach Kreistypen*

Quelle: Eigene Darstellung nach: Neumeier, Stefan (2014): Modellierung der Erreichbarkeit von Supermärkten und Discountern

Veränderte Einkommensverhältnisse und die Ausgabenstruktur der Konsumenten:

Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung nicht zu einer analogen Erhöhung der Ausgaben im Einzelhandelsbereich. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird hingegen für Dienstleistungs- und Freizeitaktivitäten sowie für das Wohnen ausgegeben. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben²¹ in der Summe seit Jahren stagnieren bzw. zurückgehen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts der aktuellen unsicheren konjunkturellen Lage für den Einzelhandel und dessen einzelne Branchen nicht präzise vorherzusagen.

²¹ Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf ein zusätzliches absatzwirtschaftlich tragfähiges Entwicklungspotential ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

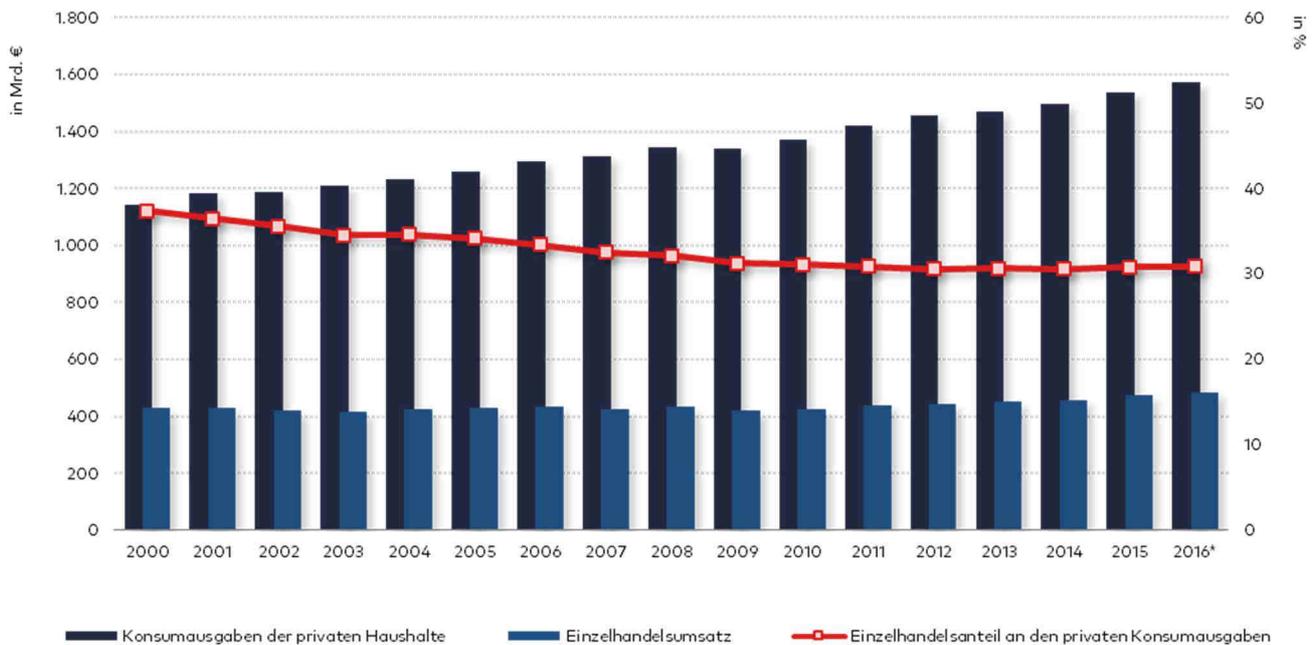


Abbildung 10: Entwicklung der Konsumausgaben und des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland 2000-2016

Quelle: Eigene Darstellung nach Hahn Gruppe 2000 bis 2014

Verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher: In den letzten Jahrzehnten hat sich in Deutschland ein gesellschaftlicher Wertewandel vollzogen, der dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend einen immateriellen Erlebniswert beimisst. Aus diesem Grund ist eine Aufspaltung des Einkaufs in ein Segment „Erlebniseinkauf“ und in ein Segment „Versorgungseinkauf“ zu beobachten. Während sich der Erlebniseinkauf durch die Faktoren Qualität, Status und Atmosphäre auszeichnet, stehen beim Versorgungseinkauf vorrangig der Preis und die schnelle Erreichbarkeit im Fokus der Konsumenten.

Entwicklungstrends im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel: Entscheidende Veränderungen auf der Nachfrageseite sind in der soziodemografischen Bevölkerungsstruktur, dem Einkaufsverhalten sowie den Konsumtypen auszumachen. Durch eine gestiegene Mobilität der Verbraucher und wachsende Ansprüche an Preis und Sortimentsauswahl sowie an die Standorte an sich (z. B. Kopplungsmöglichkeiten), hat insbesondere die sogenannte „Nearest-Center-Bindung“ im Sinne einer primären Orientierung auf die zum Wohnort nächstgelegene Verkaufseinrichtung, spürbar an Bedeutung verloren.

Individualmobilität der Konsumenten: Mit der wachsenden Motorisierung in den vergangenen Jahrzehnten entwickelte sich im Zusammenspiel mit den Marktentwicklungen die fußläufige Nahversorgung vor allem im ländlichen Raum in eine motorisierte Fernversorgung. Die verbreitete Pkw-Verfügbarkeit ermöglicht heute vielen Konsumenten eine hohe räumliche Nachfrageflexibilität bei der Auswahl der Einkaufsstätten. Da gleichzeitig auch die Ansprüche der Verbraucher an die Einzelhandelseinrichtungen gestiegen sind, werden verkehrsgünstig gelegene Standorte mit einem großen Parkplatzangebot sowie einem gut sortierten, preisgünstigen Warenangebot häufig bevorzugt aufgesucht.

Um die für den Einkauf zurückzulegenden Distanzen möglichst zeitsparend zu bewältigen, werden Einkaufswege zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Darüber hinaus tätigen viele Konsumenten nur noch ein- bis zweimal wöchentlich einen Lebensmitteleinkauf, welcher aufgrund der Menge an gekaufter Ware die Pkw-Nutzung voraussetzt.

Auf der anderen Seite ist insbesondere in Großstädten und bei jüngeren Personengruppen die Bedeutung des Pkw als Verkehrsmittel (und damit auch der Motorisierungsgrad) in den letzten Jahren zurückgegangen. Der innerstädtische Einzelhandel muss sich hinsichtlich seines Serviceangebotes also nicht nur auf ein im Wandel begriffenes Mobilitätsverhalten einstellen (z. B. vermehrte Nutzung von Car-Sharing-Diensten und öffentlichen Verkehrsmitteln), sondern muss auch auf veränderte Kundengewohnheiten (z. B. Warenlieferung, Ausnutzung von Omni-Channel-Marketing) reagieren.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewusste Einkauf im niedrigpreisigen Segment (Preiskauf/Discount-Shopping) haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf (Convenience-Shopping) und weiter ausdifferenzierte Lebensstile (z. B. Lifestyles of Health and Sustainability) mit ihren bewussten und nachhaltigen Einkaufsorientierungen an Bedeutung gewonnen. Infolge dieser zunehmenden Pluralisierung haben sich auch die entsprechenden Ausrichtungen der Betriebstypen der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsanbieter diversifiziert.

4.2 RÄUMLICHE UND SOZIOÖKONOMISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

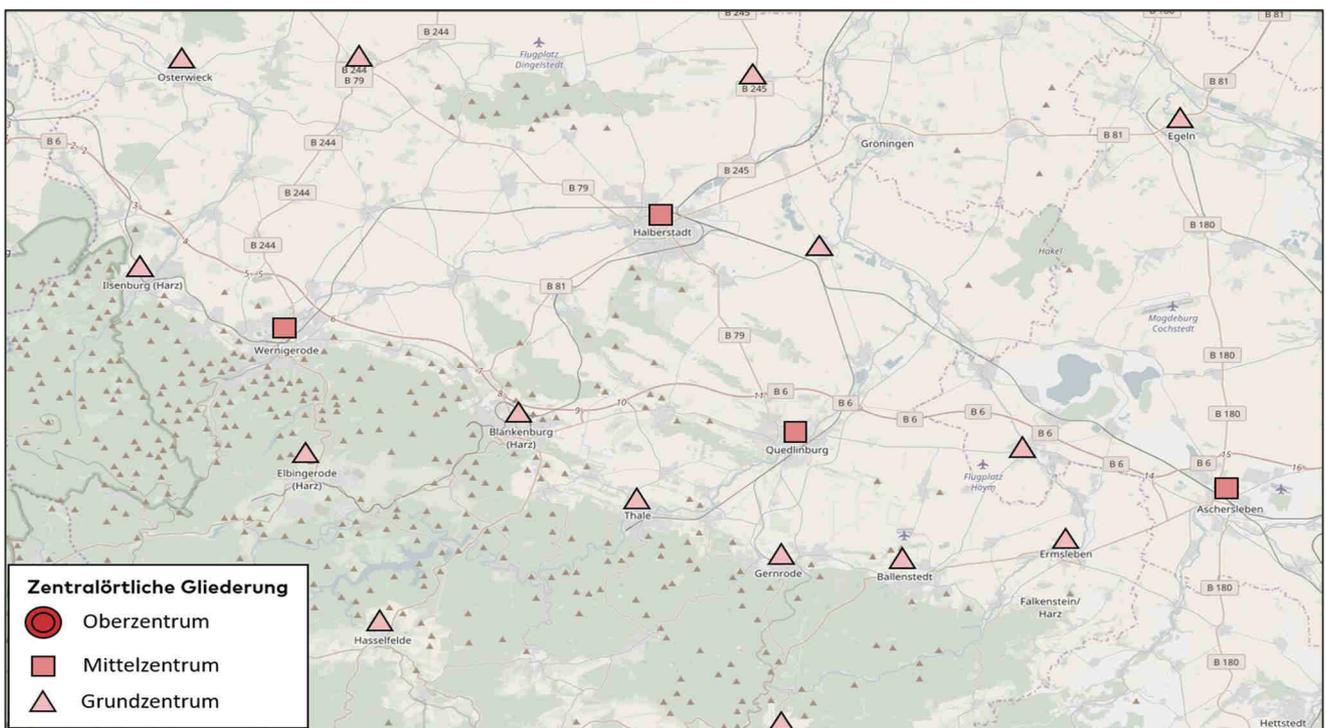
Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgenden Kapiteln näher vorgestellt.

RÄUMLICHE UND SOZIOÖKONOMISCHE RAHMENBEDINGUNGEN STADT BLANKENBURG (HARZ)

Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner im zugeordneten Markteinzugsgebiet	27.000

Nächstgelegene zentrale Orte (gemittelte Entfernung)

Mittelzentren	Oberzentren
Stadt Quedlinburg (rd. 15 km)	Stadt Salzgitter (rd. 65 km)
Stadt Wernigerode (rd. 17 km)	Stadt Braunschweig (rd. 70 km)
Stadt Halberstadt (rd. 17 km)	Stadt Magdeburg (rd. 70 km)



Siedlungsstrukturelle Kennwerte

Einwohner (Stand: 2017)	21.007
Relative Bevölkerungsentwicklung Gesamtstadt bis 2022	- 4,0 %
Bevölkerungsanteil Kernstadt	13.578 EW (64,6 %)
Größere Ortsteile außerhalb der Kernstadt (> 1.000 EW)	Derenburg (2.512 EW) Hüttenrode (1.026 EW)

Verkehrliche Anbindung

MIV: Gute verkehrliche Anbindung an nächstgelegene zentrale Orte mittels B 6 sowie B 81

ÖPNV/SPNV: Anbindung an das Regionalbahn Netz der DB (Bahnlinie nach Oschersleben und Halberstadt)

Quellen: Eigene Darstellung aus Basis LEP Sachsen-Anhalt 2010 und Regionaler Entwicklungsplan Harz 2009; Kartengrundlage: OpenStreetMap 2017 - veröffentlicht unter ODbL. Einwohnerzahlen: Stadt Blankenburg (Harz) 2017, Bevölkerungsprognose: Statistisches Landesamt Sachsen Anhalt.

4.3 ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Blankenburg (Harz) wurden im Rahmen der Bestandserhebung im November 2017 insgesamt 129 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 59.500 m² verfügen (vgl. nachfolgende Tabelle). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl (rd. 21.000 Einwohner) bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Blankenburg (Harz) mit einer Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner von rd. 2,83 m² deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt (1,51 m² VKF/Einwohner).

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Blankenburg (Harz)*

Einzelhandelsbestandserhebung 2017	
Anzahl der Betriebe	129
Gesamtverkaufsfläche (in m ²)	59.500
Verkaufsfläche je Einwohner (in m ² je EW)	2,83

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; Verkaufsflächenangaben gerundet; * ohne Leerstände.

Dies betrifft insbesondere die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortiment i.e.S. und Möbel, in denen Blankenburg für ein Grundzentrum über eine vergleichsweise hohe Verkaufsflächenausstattung verfügt, die u. a. auf den ehemaligen Status als Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums zurückzuführen ist. Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Blankenburg (Harz) Einzelhandelsbetrieben mit lediglich rd. 30,0 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen (Innenstadtzentrum, NVZ Neue Halberstädter Straße zzgl. sonstige städtebaulich integrierte Lagen) angesiedelt

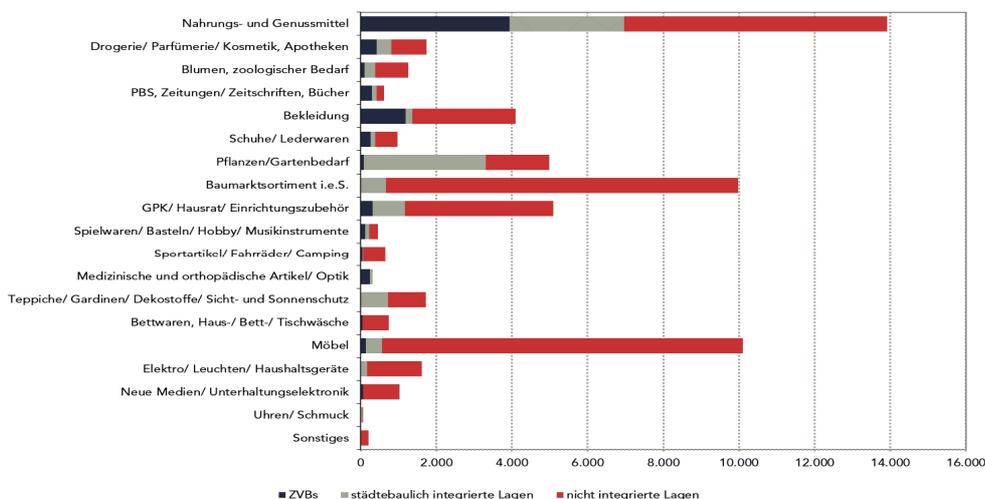


Abbildung 11: Einzelhandelsbestand in Blankenburg (Harz) nach Warengruppen und Lagebereichen
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017

sind (ohne Leerstände). Die übrigen Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 70,0 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet.

Dies betrifft insbesondere nicht zentrenrelevante Sortimente wie Möbel und Baumarktsortimente, aber auch teilweise zentrenrelevante Sortimente, wie Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör sowie Bettwaren, Haus-/ Bett- und Tischwäsche.

Nimmt man eine teilräumliche Differenzierung des Verkaufsflächenbestandes vor, so wird zudem deutlich, dass sich der Einzelhandelsbestand hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe bzw. der gesamtstädtischen Verkaufsflächen, bis auf den Ortsteil Derenburg mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 3,5 %, der fast ausschließlich auf die Kernstadt Blankenburg (Harz) (Stadtgebiet ohne Ortsteile) konzentriert.

Im Einzelnen können in der Stadt Blankenburg (Harz) die nachfolgend einzeln charakterisierten strukturprägenden Standortbereiche²² differenziert werden.

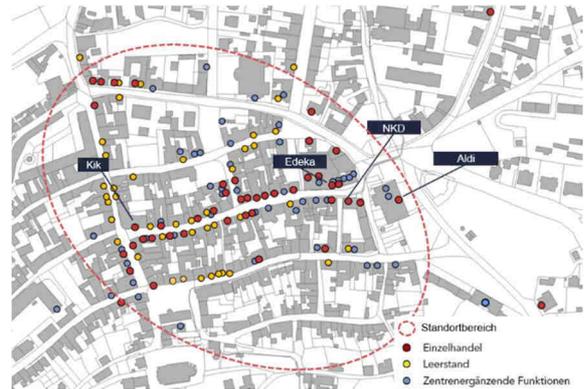
²² Da die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erst in Kapitel 6 erfolgt, wird das Innenstadtzentrum/die Altstadt zunächst als Standortbereich bezeichnet.

4.3.1 Standortbereich Innenstadtzentrum

STECKBRIEF INNENSTADTZENTRUM

Verkaufsfläche in m ² (absolut/anteilig)*	4.800 / 8,0 %
Anzahl der Betriebe (absolut/anteilig)*	36 / 28 %
Anzahl der Leerstände (absolut/anteilig)**	23 / 39 %
Anzahl zentrenergänzender Funktionen	40

Magnetbetriebe: Edeka, Aldi, Kik, NKD



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufe

in m²

Kurzfristiger Bedarfsbereich	2.540
Mittelfristiger Bedarfsbereich	1.890
Langfristiger Bedarfsbereich	350



Merkmale Standortbereich Innenstadtzentrum

- Altstadt mit historischer, überwiegend kleinteiliger Bebauungsstruktur
- Überwiegend kleinteilige Einzelhandelstruktur mit meist inhabergeführte Fachgeschäften
- Angebotsschwerpunkt: Überwiegend kurz- und mittelfristige Bedarfsstufe, nachrangig langfristiger Bedarf
- Durch die Lage von zwei nahversorgungsrelevanten, größerflächigen Betrieben (Edeka, Aldi), die als Magnetbetriebe für die gesamte Innenstadt fungieren, ist im Bereich der oberen Langen Straße die höchste Frequenz festzustellen.
- Jenseits der Langen Straße ist auf Grund des perforierten Einzelhandelsbesatzes und der vermehrten Leerstände eine deutlich geringere Passantenfrequenz festzustellen.
- Positive Ansätze für eine Belebung der sonstigen Bereiche des Innenstadtzentrums sind durch die jüngere Ansiedlung spezialisierter Fachgeschäfte

(bspw. Lange Straße/Ecke Tränkestraße, Tränkestraße/ Ecke Mauerstraße) zu erkennen.

- Im Innenstadtzentrum ist eine hohe Dichte an zentrenergänzenden Funktionen (Dienstleistungen und Gastronomie) vorhanden, die wesentlich für die Attraktivierung und Frequentierung des Innenstadtzentrums sind.
- Durch die Öffnung der Langen Straße für den Verkehr ist eine Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit mit dem PKW festzustellen, jedoch resultiert hieraus auch eine geringe Aufenthaltsqualität
- Im Bereich des Innenstadtzentrums ist eine erhöhte Leerstandsquote von rd. 39 % vorhanden. Konzentrationstendenzen sind insbesondere im Bereich der Tränkestraße und der Marktstraße erkennbar.

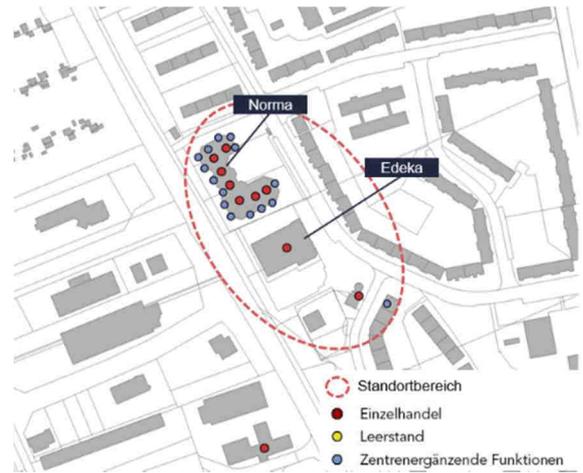
Quellen: Eigene Darstellung und Berechnung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; eigene Aufnahmen;
Kartengrundlage: Stadt Blankenburg (Harz); Verkaufsflächen gerundet.
*** ohne Leerstand; anteilig; bezogen auf Gesamtstadt; ** anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich**

4.3.2 Standortbereich Neue Halberstädter Straße

STECKBRIEF NEUE HALBERSTÄDTER STRASSE

Verkaufsfläche in m ² (absolut/anteilig)*	2.500 / 4 %
Anzahl der Betriebe (absolut/anteilig)*	10 / 8 %
Anzahl der Leerstände (absolut/anteilig)**	0 %
Anzahl zentrenergänzender Funktionen	15

Magnetbetriebe: Edeka, Norma



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufe

in m²

Kurzfristiger Bedarfsbereich	2.220
Mittelfristiger Bedarfsbereich	130
Langfristiger Bedarfsbereich	150



Merkmale Standortbereich Neue Halberstädter Straße

- Angebotsschwerpunkt: Überwiegend kurzfristiger Bedarfsstufe, nachrangig kurz- und langfristiger Bedarf; Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe werden neben dem Randsortiment nur in wenigen Fachgeschäften angeboten
- Lebensmittelsupermarkt Edeka als wichtigster Magnetbetrieb, der wesentlich zur Frequentierung des Nahversorgungszentrums beiträgt.
- Das Lebensmittelangebot ist mit einem Lebensmittelsupermarkt sowie einem Lebensmitteldiscounter als vollumfänglich zu werten
- Der Standortbereich ist überwiegend in Wohnbebauung eingebettet. Er weist auf Grund seines Angebotes für die umliegenden verdichteten

Wohngebiete sowie für die nördliche Kernstadt eine hohe Bedeutung für die fußläufige bzw. verbrauchernahe Nahversorgung auf.

- Die Erreichbarkeit für Pkw-Kunden ist als gut einzustufen
- Zentrenergänzende Funktionen insbesondere aus den Bereichen Dienstleistung und ärztliche Versorgung
- Keine Leerstände im Nahversorgungszentrum vorhanden
- Im nördlichen Bereich eher funktional geprägte Gestaltung, vergleichsweise geringe Aufenthaltsqualität

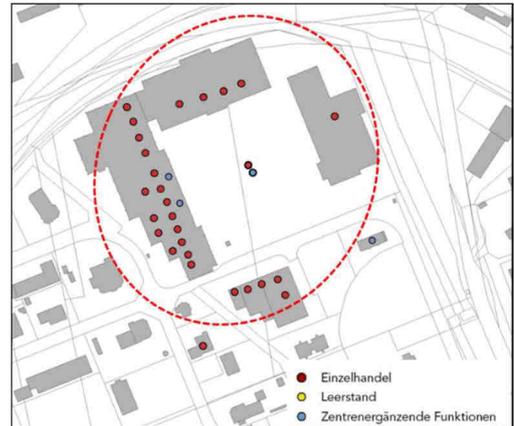
Quellen: Eigene Darstellung und Berechnung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; eigene Aufnahmen;
Kartengrundlage: Stadt Blankenburg (Harz); **Verkaufsflächen auf 10 gerundet**
*** ohne Leerstand; anteilig: bezogen auf Gesamtstadt; ** anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich**

4.3.3 Standortbereich Nordharzcenter

STECKBRIEF NORDHARZCENTER

Verkaufsfläche in m ² (absolut/anteilig)*	33.600 / 56,0 %
Anzahl der Betriebe (absolut/anteilig)*	27 / 21 %
Anzahl zentrenergänzender Funktionen	4

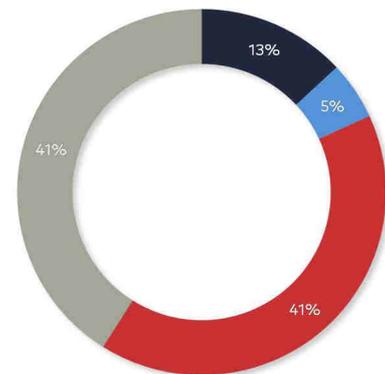
Magnetbetriebe: Hagebaumarkt, Real, Expert, Möbel Schulenburg, Rossmann, Zoo& Co, Depot



Verkaufsfläche

in m²

Kurzfristiger Bedarfsbereich	6.100
Mittelfristiger Bedarfsbereich	13.700
Langfristiger Bedarfsbereich	13.800



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Merkmale Standortbereich Nordharzcenter

- Autokundenorientierter, städtebaulich nicht integrierter Standortbereich in unmittelbarer Nähe zur Auffahrt der Bundesstraße Blankenburg Zentrum (B 6)
- Prägung der Umgebung insbesondere durch gewerbliche Betriebe, insgesamt eher funktionale Gestaltung
- Aufgrund des attraktiven Angebotes und der verkehrsgünstigen Lage weist der Standort ein Einzugsgebiet auf, das deutlich über das Stadtgebiet Blankenburgs hinaus reicht.
- Der Standortbereich umfasst insbesondere Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsstufe
- Bedeutender Ergänzungsstandort im Stadtgebiet im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Möbel, Baumarktsortiment i.e.S.) mit regionaler Ausstrahlung
- Einzelhandelsangebot umfasst auch im erheblichen Umfang zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente, Standort steht dadurch in einem Konkurrenzverhältnis zu den zentralen Versorgungsbereichen (u.a. Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör)

Quellen: Eigene Darstellung und Berechnung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; eigene Aufnahmen; Kartengrundlage: Stadt Blankenburg (Harz); Verkaufsflächen auf 10 gerundet
 * ohne Leerstand; anteilig; bezogen auf Gesamtstadt; ** anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich

4.4 NACHFRAGEANALYSE

Neben den räumlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten des INSTITUTS FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH (IfH) zurückgegriffen.

Die Stadt Blankenburg (Harz) verfügt gemäß Angaben des INSTITUTS FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH (IfH) im Jahr 2017 über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft i. H. v. rd. 109,2 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 5.197 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit etwa 2.141 Euro auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (einschl. Backwaren/ Fleischwaren und Getränke) entfällt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beträgt in 90,0 % und liegt damit leicht unterhalb des Landesdurchschnitts des Bundeslandes Sachsen-Anhalt, jedoch unter dem Bundesdurchschnitt von 100.²³

²³ **Kaufkraftkennziffer:** Sie beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

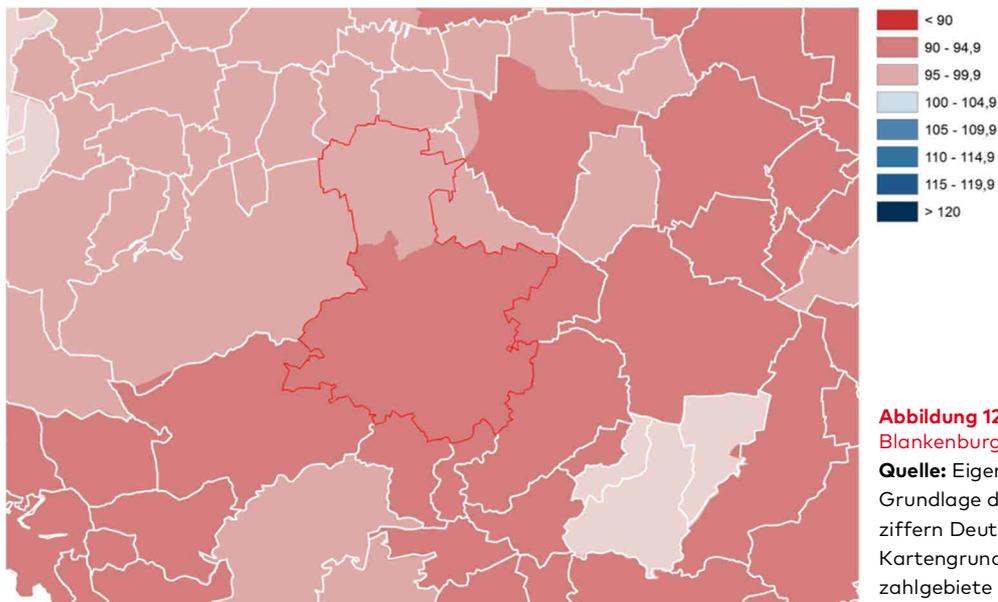


Abbildung 12: Kaufkraftniveau für Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der IfH Kaufkraftkennziffern Deutschland 2017, Kartengrundlage: DDS: Postleitzahlgebiete 2014.

Kaufkraftorientierung

Zur Ermittlung der lokalen Kaufkraftströme dienen u. a. die Ergebnisse der Passantenbefragung; im Ergebnis liefert der empirische Baustein Daten zur sogenannten lokalen Einkaufsorientierung der befragten Haushalte nach Warengruppe (vgl. nachfolgende Abbildung).

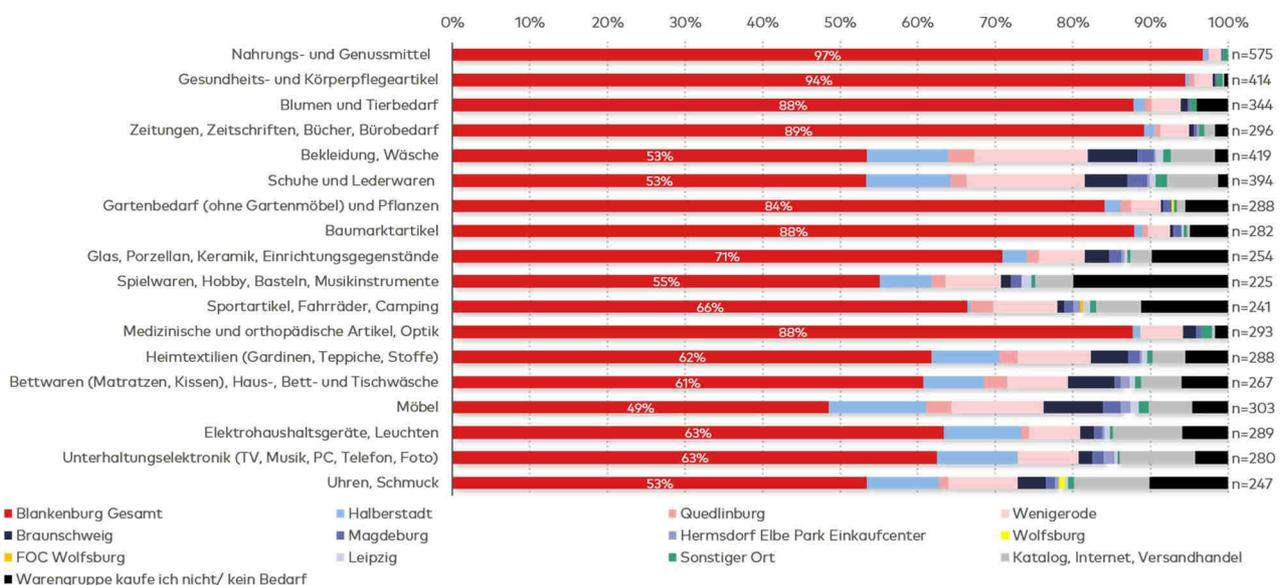


Abbildung 13: Regionale Einkaufsorientierung [in %]

Quelle: Eigene Darstellung, Datengrundlage: Passanten-Befragung Stadt + Handel 12/2017 - 01/2018

Die Ergebnisse der Passanten-Befragung zeigen, dass die räumliche Einkaufsorientierung erwartungsgemäß zwischen den einzelnen Warengruppen (entsprechend der lokal vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe) und Fristigkeitsstufen deutlich differiert. Insbesondere zeigt sich, dass Blankenburg (Harz) insgesamt für ein Grundzentrum in vielen Warengruppen über eine vergleichsweise hohe lokale Kaufkraftbindung verfügt. Besonders stark ausgeprägt ist diese

insbesondere bei Waren des kurzfristigen Bedarfs sowie in den Warengruppen Baummarktartikel, Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel), Pflanzen sowie medizinische und orthopädische Artikel/ Optik.

Hohe Kaufkraftbindungen können darüber hinaus in den Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik, Einrichtungsgegenstände und Sportartikel, Fahrräder, Camping erzielt werden, diese können für ein Grundzentrum in dem Konkurrenzumfeld ebenfalls als nur noch bedingt steigerungsfähig erachtet werden. Auch in den weiteren Warengruppen können mit Kaufkraftbindungsquoten von meist über 50 % immer noch verhältnismäßig hohe Werte verzeichnet werden. Diese Werte sind für Grundzentren untypisch und sind in der überdurchschnittlichen Verkaufsflächen-Ausstattung Blankenburgs begründet. Diese ist wiederum auf das breite Angebot im Nordharzcenter zurückzuführen, welches entstand, als Blankenburg (Harz) noch als Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion eingestuft war.

Die höchsten Kaufkraftabflüsse in den stationären Einzelhandel sind dabei in die benachbarten Mittelzentren Halberstadt und Wernigerode sowie nachrangig in das Oberzentrum Braunschweig zu konstatieren.

Bei Betrachtung der Einkaufsorientierung wird zudem deutlich, dass insbesondere in den mittel- und langfristigen Bedarfsgütern wie Bekleidung/ Wäsche, Uhren/ Schmuck, Schuhe und Lederwaren sowie Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten und Unterhaltungselektronik signifikante Kaufkraftabflüsse in den Distanzhandel (v. a. Online-Handel) zu verzeichnen sind. Er stellt sich somit als weiterer Konkurrent zum Blankenburger stationären Einzelhandel dar.²⁴

Sofern ein Befragter angab, sich in einer Warengruppe in Blankenburg (Harz) zu versorgen, wurde dieser auch nach einer standortbezogenen Einkaufsorientierung innerhalb Blankenburgs befragt (vgl. nachfolgende Abbildung).

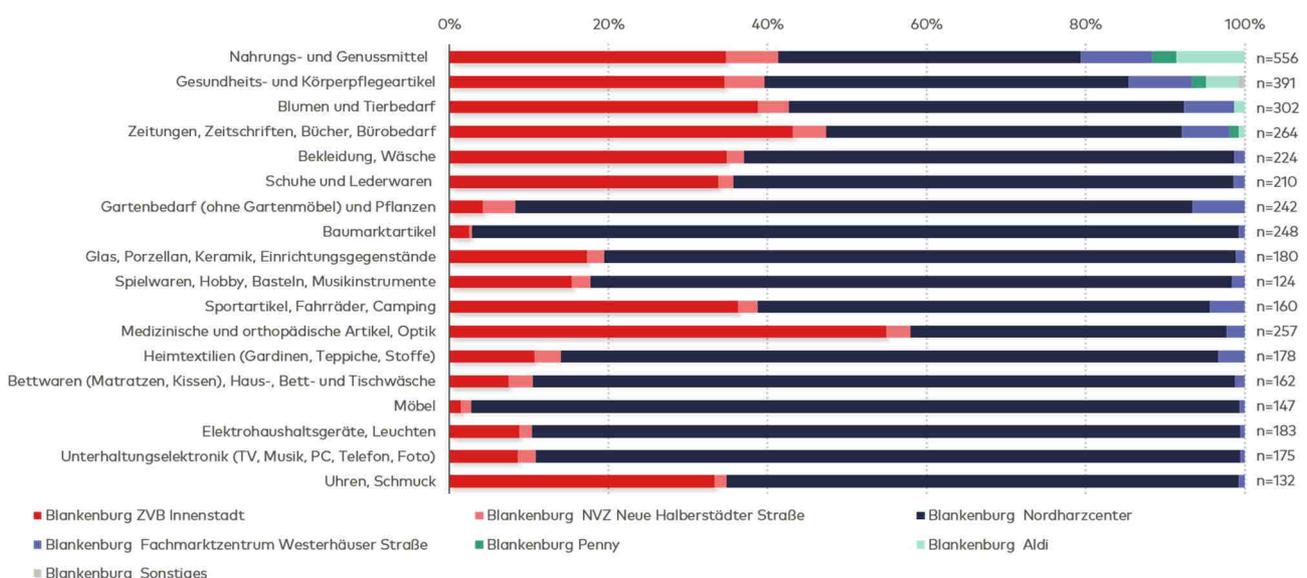


Abbildung 14: Lokale Einkaufsorientierung der Befragten (innerhalb Blankenburgs) [in %]

Quelle: Eigene Darstellung, Datengrundlage: Passanten-Befragung Stadt + Handel 12/2017 - 01/2018

²⁴ Rückflüsse aus Multichannel-Konzepten stationärer Einzelhändler in Blankenburg (Harz) bleiben in diesem Zusammenhang unberücksichtigt.

Auffällig ist dabei, dass die Innenstadt in fast allen Warengruppen nicht als Haupteinkaufsort fungiert. So dient insbesondere der Standort Nordharzcenter in vielen, auch zentrenrelevanten, Warengruppen für diejenigen als Haupteinkaufsort, die sich in der jeweiligen Warengruppe in Blankenburg (Harz) versorgen. Lediglich die Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel/ Optik wird hauptsächlich im ZVB Innenstadt erworben. Hier zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang mit der Verkaufsflächenausstattung der Standorte.

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel sind hinsichtlich der Einkaufsorientierung zwei Standortbereiche dominierend (Innenstadt rd. 35 %, Nordharzcenter rd. 38 %). Das Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße sowie die weiteren Standorte spielen eine untergeordnete Rolle. Dies spiegelt sich auch in der Verteilung der Verkaufsfläche wieder (vgl. Kapitel 4.3). Eine nahezu identische Verteilung der Einkaufsorientierung ist im Bereich der Drogeriewaren festzustellen.

Markteinzugsgebiet

Anhand des Versorgungsauftrags der Stadt Blankenburg (Harz) sowie den Ergebnissen der Passantenbefragung lässt sich ein Markteinzugsbereich für Blankenburg (Harz) abgrenzen. Dabei lässt sich im Ergebnis festhalten, dass mit rd. 70 % der überwiegende Anteil der im Rahmen der Kundenherkunftserhebung befragten Probanden aus Blankenburg (Harz) selbst stammt, rd. 27 % der Befragten wohnen außerhalb der Stadt, die weiteren Befragten machen keine Angaben zu ihrem Wohnsitz.

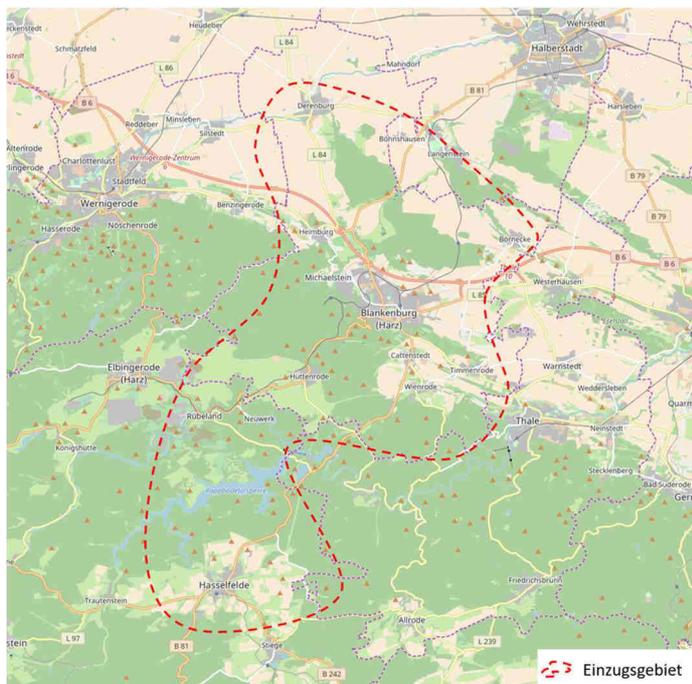


Abbildung 15: Versorgungsbereich der Stadt Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: OpenStreetMap 2017 - veröffentlicht unter ODbL. Datengrundlage: Passanten-Befragung Stadt + Handel 12/2017 - 01/2018.

Das Markteinzugsgebiet der Stadt Blankenburg (Harz) bezieht sich weitgehend auf ihr Gemeindegebiet und erweitert sich Richtung Norden um die angrenzende Ortschaft Langenstein der Stadt Halberstadt und deren Ortsteil Böhnshausen sowie Teilbereiche der im Süden angrenzende Gemeinde Oberharz am Brocken (vgl. Abbildung 7).

Umsatz, Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze²⁵ im Blankenburger Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für die Stadt Blankenburg (Harz) spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Blankenburg (Harz) und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Einzelhandel der Stadt Blankenburg (Harz).
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die, mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage, in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 118 Mio. € brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich somit eine Gesamtzentralität von rd. 108 %.²⁶ Wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in der Stadt Blankenburg (Harz) je nach Warengruppe jedoch sehr differenziert aus.

So kann im Bereich des kurzfristigen Bedarfsbereichs mit einer durchschnittlichen Zentralität von rd. 118 % deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Markteinzugsgebiet generiert werden, der insbesondere durch das SB-Warenhaus real sowie durch den Drogeriefachmarkt Rossmann am Nordharzcenter begründet ist.

Im Bereich des aperiodischen Bedarfs weist Blankenburg (Harz) dagegen im Mittel eine geringere Zentralität auf. Ebenfalls hohe Werte werden allerdings im Bereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (139 %), medizinische und orthopädische Artikel/ Optik (126 %), Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte (125 %) sowie

²⁵ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

²⁶ Zentralität: Sie gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Baumarktsortiment i.e.S. (121 %) generiert. Deutliche Kaufkraftabflüsse sind hingegen in den Warengruppen Uhren/Schmuck, Schuhe/Lederwaren, Bekleidung sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente festzustellen. Insgesamt verfügt die Stadt Blankenburg (Harz) für ein Grundzentrum über hohe Zentralitätskennziffern, die nur bedingt steigerungsfähig anzusehen sind (vgl. Kap. 4.4).

Tabelle 4: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Blankenburg (Harz)

Warengruppe	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Zentralität in %
Nahrungs- und Genussmittel	13.922	54,4	45,0	121%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	1.746	7,8	7,0	112%
Blumen, zoologischer Bedarf	1.253	2,6	2,2	115%
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	618	2,8	3,2	89%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	17.539	67,7	57,4	118%
Bekleidung	4.099	6,6	9,7	68%
Schuhe/ Lederwaren	976	1,7	2,6	64%
Pflanzen/Gartenbedarf	4.987	2,0	1,7	118%
Baumarktsortiment i.e.S.	9.968	12,1	10,0	121%
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	5.097	1,7	1,3	139%
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	449	1,7	2,5	68%
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	653	1,8	2,0	88%
Mittelfristiger Bedarfsbereich	26.230	27,6	29,8	93%
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	313	2,0	1,6	126%
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	1.724	1,4	1,2	119%
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	738	1,2	1,1	105%
Möbel	10.111	5,3	5,7	93%
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	1.615	4,0	3,2	125%
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	1.027	8,0	7,3	109%
Uhren/ Schmuck	44	0,7	1,3	54%
Sonstiges	203	0,6	0,6	102%
Langfristiger Bedarfsbereich	15.775	23,2	22,0	105%
GESAMT	59.544	118,4	109,2	108%

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017, Kaufkraftzahlen IfH 2017; GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren; VKF auf 10 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. EUR gerundet; Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen.

4.5 ANALYSE DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR IN BLANKENBURG (HARZ)

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Blankenburg (Harz) im Folgenden vertieft analysiert.

Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung

Blankenburg (Harz) weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 13.900 m² im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,66 m² je Einwohner entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Blankenburg (Harz) im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rund 0,41 m²/EW. Auch im Vergleich zur Planungsregion Harz ist die VKF-Ausstattung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel in Blankenburg (Harz) deutlich überdurchschnittlich (0,51 m² VKF/EW)²⁷.

Die Zentralitätskennziffer von 121 % verdeutlicht zudem, dass die lokale Kaufkraft im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel nahezu vollumfänglich im Gebiet gebunden werden kann und zudem Kaufkraft aus dem Umland – insbesondere dem Markteinzugsgebiet – zufließt, da in Blankenburg (Harz) ein breiter und attraktiver Betriebstypenmix in dieser Warengruppe vorhanden ist.

Tabelle 5: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Blankenburg (Harz) gesamt

Verkaufsflächenausstattung	0,66 m ² VKF je EW
Verkaufsflächenanteil	
In den zentralen Versorgungsbereichen	29 %
In sonstigen städtebaulich integrierten Lagen	21 %
In städtebaulich nicht integrierten Lagen	50 %
Betriebstypenmix	
Lebensmitteldiscounter (> rd. 400 m ² VKF)	8
Supermärkte (> rd. 400 m ² VKF)	2
Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	1
Getränkemärkte	2
Sonstige Anbieter (Lebensmittel-Fachgeschäfte, Tankstellen, Kioske und Lebensmittel-Handwerk)	31
Zentralität	121 %
Quelle: eigene Berechnung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; Kaufkraftzahlen IfH 2017	

Insgesamt sind mit acht Lebensmitteldiscountern und zwei Supermärkten sowie einem SB-Warenhaus elf größere (über 400 m² VKF) Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet vorhanden. Ergänzt wird das Angebot durch zwei Getränkemärkte sowie 31 kleinflächige Fachgeschäfte (vgl. vorstehende Tabelle). Bedingt durch die vorhandenen Anbieter gibt es in Bezug auf die Verkaufsfläche einen ausgewogenen Betriebstypenmix an Nahrungs- und Genussmittelbetrieben in Blankenburg (Harz), das allerdings stark das im Norden Blankenburgs ansässige SB-Warenhaus geprägt ist.

²⁷ Quelle: REHK Harz

Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche von über 400 m² eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Warensortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 – 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet (vgl. Abbildung 16). Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.²⁸ In Gebieten außerhalb dieser gekennzeichneten Bereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Blankenburg (Harz).

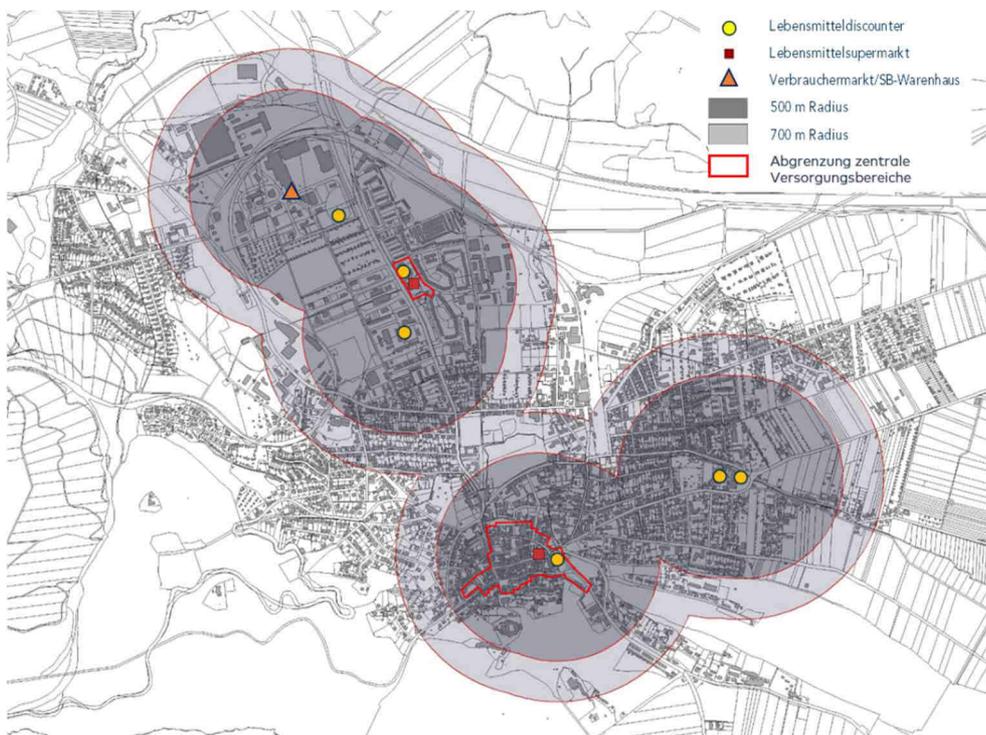


Abbildung 16: Die Nahversorgungsstruktur in Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; Kartengrundlage: Stadt Blankenburg (Harz).

Abbildung 8 verdeutlicht, dass hinsichtlich der Nahversorgungssituation in der Kernstadt Blankenburg (Harz) bereits in großen Teilen die fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist.

Während in den nördlichen und südlichen Bereichen der Kernstadt eine fußläufige Erreichbarkeit teilweise sogar mehrerer Versorger gegeben ist, ist im westlichen

²⁸ Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rund 700 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 Gehminuten entspricht, vgl. Ministerium für Bauen und Verkehr, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie NRW 2008, Nr. 2.8.

und nordöstlichen Kernstadtbereich keine fußläufige Erreichbarkeit eines Lebensmittelmarktes gegeben, die Nahversorgungssituation ist hier nicht als optimal einzustufen. Dies betrifft insgesamt rd. 2.550 Einwohner²⁹.

Bis auf den Ortsteil Derenburg ist es in den weiteren Ortsteilen der Stadt Blankenburg (Harz) den Bewohnern nicht möglich, sich fußläufig in einem ausreichenden Maße mit Waren des täglichen Bedarfs zu versorgen. Dort sind in Folge der geringen Mantelbevölkerung keine strukturprägenden Anbieter ansässig.

4.6 ZWISCHENFAZIT: WESENTLICHE ERKENNTNISSE ZUR FORTENTWICKLUNG DER EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT BLANKENBURG (HARZ)

Zu den für den Einzelhandel in Blankenburg (Harz) wesentlichen **Rahmenbedingungen** zählen:

- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beträgt in 90,0 % und liegt damit nur leicht unterhalb des Landesdurchschnitts des Bundeslandes Sachsen-Anhalt, jedoch deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 100 %.
- Die Stadt Blankenburg (Harz) ist als Grundzentrum ausgewiesen; das im Rahmen der Passantenbefragung ermittelte Markteinzugsgebiet umfasst die Stadt Blankenburg (Harz) inklusive ihrer Ortsteile sowie kleinräumige Bereiche der angrenzenden Kommunen Oberharz am Brocken und Halberstadt (Langenstein Böhnshausen). Insgesamt umfasst das ländlich geprägte Markteinzugsgebiet einen Bereich mit rd. 27.000 Einwohner.
- Die Stadt Blankenburg (Harz) befindet sich in einem leistungsfähigen Konkurrenzumfeld mit den benachbarten Mittelzentren Halberstadt, Quedlinburg und Wernigerode.
- In Blankenburg (Harz) sind rd. 96 % der Verkaufsflächen in der Kernstadt³⁰ verortet.
- Gemäß der Zielstellungen des LEP Sachsen-Anhalt soll Blankenburg (Harz) als Standort für die Versorgung der Bevölkerung des zugewiesenen Nahbereiches mit Gütern des qualifizierten Grundbedarfes gesichert und weiterentwickelt werden.

Als **positiv zu bewertende Standortfaktoren** können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Es ist in der Stadt Blankenburg (Harz) eine überdurchschnittliche quantitative Verkaufsflächenausstattung (rd. 2,83 m² je EW) vorhanden.
- In der Stadt Blankenburg (Harz) ist mit zwei Supermärkten, einem SB-Warenhaus sowie acht Lebensmitteldiscountern insgesamt ein hohes quantitatives Ausstattungsniveau im Bereich Nahrungs- und Genussmittel vorhanden. Mit einer Verkaufsflächenausstattung von 0,66 m² je Einwohner liegt Blankenburg (Harz) deutlich über dem Bundes- und Regionaldurchschnitt. Das Angebot im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel weist in Bezug auf die Verkaufsfläche einen ausgewogenen

²⁹ Quelle: Eigene Berechnung auf Basis Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2015; Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2017.

³⁰ Der Begriff Kernstadt umfasst das Stadtgebiet Blankenburg (Harz) ohne Ortsteile.

Betriebstypenmix, der stark durch das im Norden gelegenen SB-Warenhaus real geprägt ist.

- Blankenburg (Harz) weist bei einer für ein Grundzentrum vergleichsweise hohen durchschnittlichen Zentralität von 118 % im kurzfristigen Bedarfsbereich deutliche Kaufkraftzuflüsse auf.
- Der Standortbereich Innenstadt ist neben den Magnetbetrieben Edeka, Aldi, Kik und NKD von einem überwiegenden kleinteiligen Einzelhandelsbesatz sowie zentrenergänzenden Funktionen geprägt, die insgesamt deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken.
- Blankenburg (Harz) weist ein für ein Grundzentrum breites Angebot an Anbietern auf. Neben dem SB-Warenhaus Real gibt es u. a. einen großen Baumarkt, ein Möbelhaus sowie einen Elektrofachmarkt, welche sich am Standortbereich Nordharzcenter befinden.
- Aufgrund der genannten Anbietervielfalt ist in der Stadt Blankenburg (Harz) gegenwärtig in den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs ein zum Teil deutlicher Kaufkraftzufluss zu verzeichnen.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Die Einzelhandelsverkaufsfläche in Blankenburg (Harz) ist überwiegend in städtebaulich nicht integrierter Lage verortet, lediglich rd. 30,0 % der Verkaufsflächen befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen (inkl. ZVBs).
- Der Standort Innenstadtzentrum weist eine ausgeprägte Leerstandsproblematik auf. Aktuell stehen rd. 39 % der Ladenlokale im Altstadtbereich leer.
- Am Standortbereich Innenstadtzentrum stehen aktuell keine Freiflächen für größere Magnetbetriebe zur Verfügung. Aufgrund der städtebaulichen Ausgangslage erscheint eine Ansiedlung von großflächigen Anbietern im Bestand als nur bedingt möglich. Eine Ansiedlung von Fachgeschäften sollte auch weiterhin fokussiert werden.
- Bis auf den Ortsteil Derenburg ist außerhalb der Kernstadt Blankenburgs kein strukturprägender Lebensmittelmarkt (> 400 ² Verkaufsfläche) verortet. Hier übernehmen Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Hofläden und Dorfläden wichtige Versorgungsfunktionen und gewährleisten eine gewisse Grundversorgung vor Ort.
- Während in den nördlichen und südlichen Bereichen der Kernstadt eine fußläufige Erreichbarkeit teilweise sogar mehrerer Versorger gegeben ist, ist im westlichen und nordöstlichen Kernstadtbereich keine fußläufige Erreichbarkeit eines Lebensmittelmarktes gegeben, die Nahversorgungssituation ist hier nicht als optimal einzustufen.

Im Hinblick auf künftige Entwicklungsperspektiven verlangen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte besondere Aufmerksamkeit:

- Konzentration der raumbedeutsamen Funktionen³¹ auf die Blankenburger Kernstadt³²
- Sicherung und Weiterentwicklung der Standortbereiche mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereiches sowie ergänzend mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches
- Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung am Standortbereich Innenstadtzentrum, den Nahversorgungsstandorten sowie den fußläufig nicht optimal versorgten westlichen bzw. nordöstlichen Siedlungsbereichen (vgl. Kapitel 6.2).

Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt zudem daraus, dass einerseits die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen Blankenburgs für die Zukunft gesichert werden und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund einer sehr aktiven überörtlichen Konkurrenz mit den benachbarten Mittelzentren Halberstadt, Quedlinburg und Wernigerode, in welchen eine ständige Fortentwicklungen des Angebots erfolgen. Andererseits sollten praxisnahe und marktgerechte Optimierungslösungen für diejenigen Aspekte entwickelt werden, die eher kritisch zu bewerten sind. Solche Lösungen sind in den nachfolgenden Teilbausteinen dieses Konzeptes sowohl in städtebaulicher Sicht als auch funktional zu erarbeiten.

³¹ Unter raumbedeutsamen Funktionen sind u. A. Zentrenergänzende Funktionen, Frequenz generierende Einrichtungen, Magnetbetriebe, etc. zu verstehen.

³² Der Begriff Kernstadt umfasst das Stadtgebiet Blankenburgs ohne Ortsteile.

5

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

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

5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In dem Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren: Er kann und soll aufgrund seines naturgegebenen mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenze der Entwicklung“ (etwa als oberer Grenzwert), sondern vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels darstellen.

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

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

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

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungsspielräume auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb Blankenburgs gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuan siedlungspotenzial neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.1.2 Methodik und Berechnung

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



Abbildung 17: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

Quelle: Eigene Darstellung

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

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

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Zur Untersuchung der künftigen Kaufkraft in Blankenburg (Harz) wird auf Daten der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt zurückgegriffen. Für eine weitere Variante der Bevölkerungsvorausberechnung wird die jährliche Bevölkerungsentwicklung seit 2012 berechnet und auf die Zukunft projiziert. Beide Statistiken gehen dabei von einem Bevölkerungsrückgang in den nächsten 5 Jahren aus. Im Ergebnis zeigen beide Varianten eine Abnahme der Bevölkerungszahl bis 2022 um rd. 4 % auf.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind daher insgesamt – unabhängig von der zugrunde gelegten Variante – keine Impulse für die künftige Kaufkraft zu erwarten.

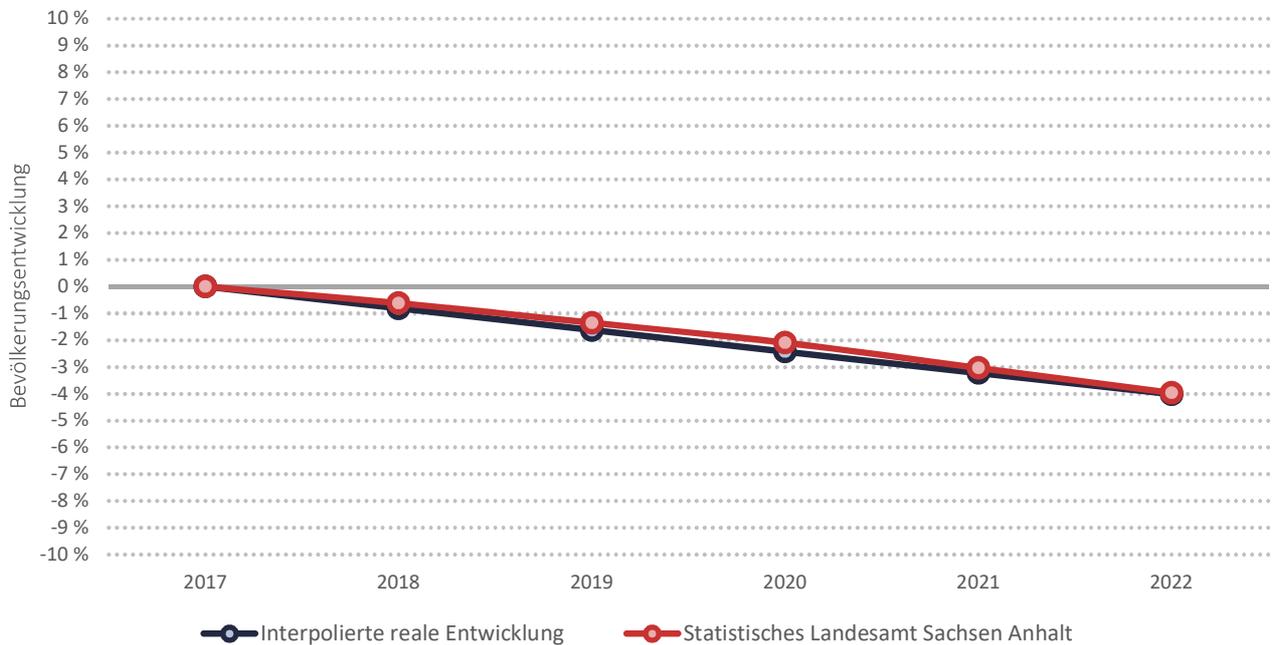


Abbildung 18: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2017; 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose von 2014 bis 2030

Entwicklungen im Online-Handel

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel allgemein stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen ist. So konnte das Onlinegeschäft in der näheren Vergangenheit stetig steigende Marktanteile verzeichnen und wird in den nächsten Jahren noch einmal deutlich wachsen.

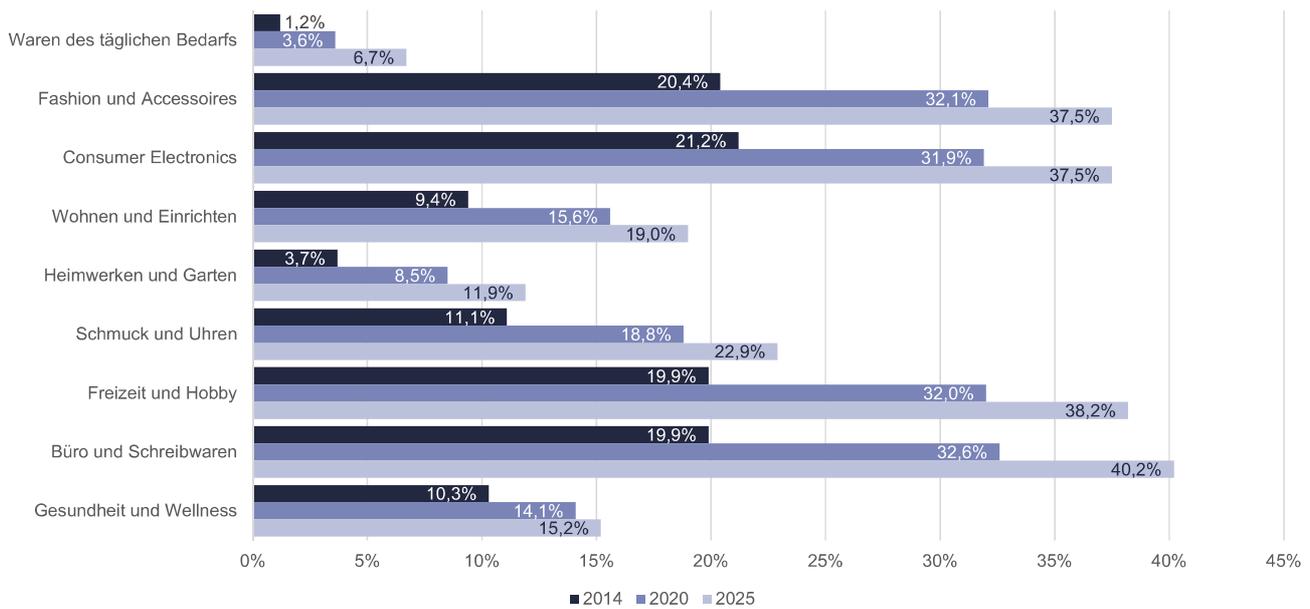


Abbildung 19: Entwicklung der Marktanteile des Online-Handels am warengruppenspezifischen Gesamtumsatz des Einzelhandels (BRD)
 Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel Daten nach: Quelle: BBSR/HDE (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren, Bonn

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Fashion und Accessoires, Consumer Electronics, Freizeit und Hobby sowie Büro und Schreibwaren nimmt der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente betroffen. In diesen Warengruppen sind bis 2025 die höchsten Marktanteile zu erwarten.

Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der zukünftige Marktanteil des E-Commerce je nach Sortiment zwischen rd. 7 % (Waren des kurzfristigen Bedarfs) und rd. 40 % (Büro und Schreibwaren) liegen wird.

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

Wie bereits im Kap 4.1 aufgezeigt, erfolgte in der Zeit von 2000 bis 2016 bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, so dass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. abgeschwächt. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und

Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Aspekte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um eine Kopplungsfähigkeit zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Prognose des absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmens ergibt sich aus den Annahmen der dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.

Die heutige Einzelhandelszentralität von Blankenburg (Harz) beträgt 108 % (vgl. Kapitel 4.4). Hieraus erwachsen für einige der Warengruppen Erweiterungsspielräume bis zur jeweiligen Ziel-Zentralität (vgl. folgende Abbildung; Ziel-Zentralität als roter Bereich).

Nachfrageseitig wird die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in Blankenburg (Harz) voraussichtlich durch das Sinken der Bevölkerungszahl und der damit einhergehenden Entwicklung der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Verbrauchsausgabenentwicklung/Anteil der einzelhandelsrelevanten Ausgaben an Verbrauchsausgaben) sowie dem wachsenden E-Commerce-Anteil bestimmt. Insgesamt ist daher ein Entwicklungsimpuls im Bereich der Nachfrage nicht als realitätsnah einzuschätzen.

Angebotsseitig eröffnet sich in begrenztem Maße ein zusätzlicher absatzwirtschaftlich tragfähiger Verkaufsflächenrahmen durch weiterhin leicht rückläufige Flächenproduktivitäten in Folge der weiterhin wachsenden Verkaufsflächenansprüche der Betreiber.

Ziel-Zentralitäten

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Blankenburg (Harz) beträgt rd. 108 %, wobei jedoch sortimentspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige wenige Warengruppen Erweiterungsspielräume bis zur jeweiligen Ziel-Zentralität.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs aus fachgutachterlicher Sicht eine Ziel-Zentralität von 105 % entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag plausibel.

Für die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs soll in Blankenburg (Harz) künftig eine Ziel-Zentralität von 75 % angelegt werden.

Für die Sortimente des langfristigen Bedarfs soll in Blankenburg (Harz) künftig ebenfalls eine Ziel-Zentralität von 75 % angelegt werden. Eine höhere Ziel-Zentralität kann auf Grund des Versorgungsauftrages des Grundzentrums sowie der Konkurrenzsituation durch die benachbarten Mittelzentren nicht realisiert werden. Gleichwohl resultieren bereits aus dieser Ziel-Zentralität Entwicklungsbedarfe für einige wenige Warengruppen, auch wenn die Zentralität vielen Warengruppen über den definierten Zielzentralitäten liegt.

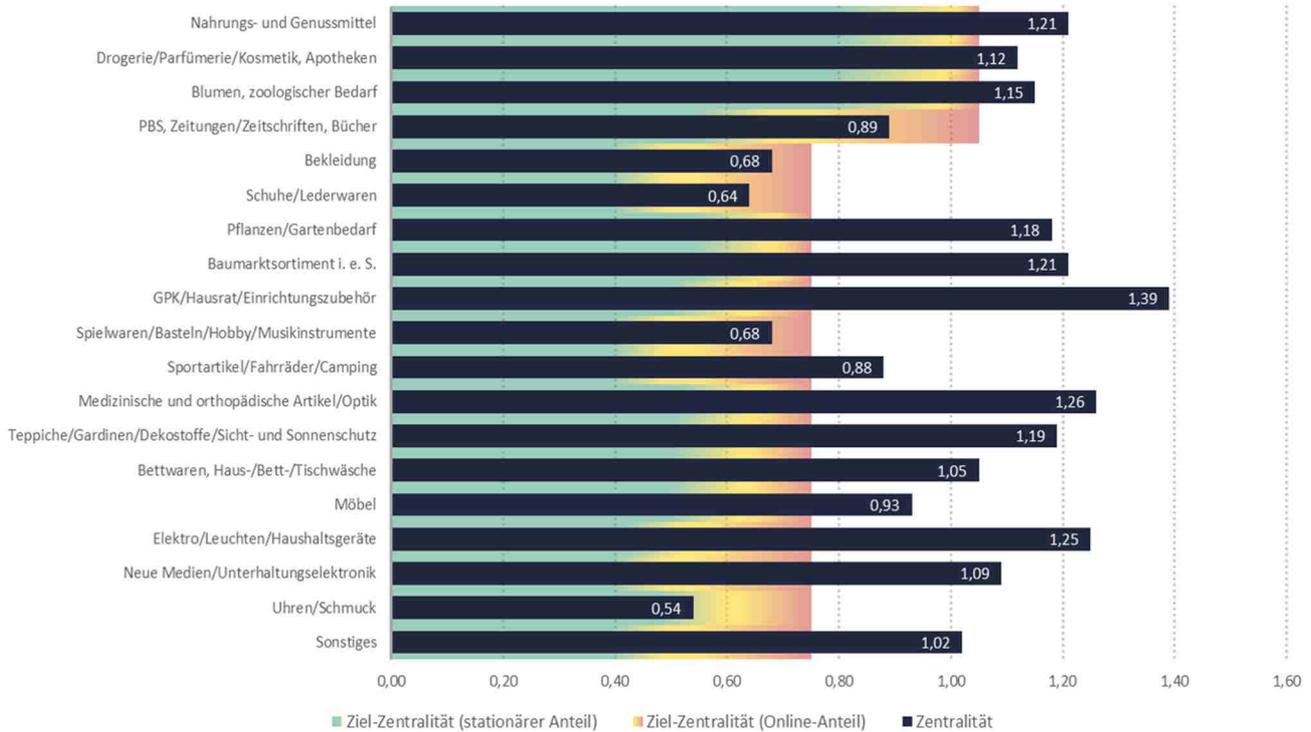


Abbildung 20: Zielzentralitäten der Stadt Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Blankenburg (Harz)

Die nachstehende Tabelle zeigt den künftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen differenziert nach Warengruppen. Die Prognose ergibt sich aus den oben dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen und den Ziel-Zentralitäten.

Dargestellt werden Möglichkeiten für Arrondierungsspielräume sowie Neuansiedlungen für eine i. d. R. mögliche Umsetzung (■) sowie die Notwendigkeit einer Einzelfallanalyse bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben (□).

Tabelle 6: Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Blankenburg (Harz) unter Einbezug der Zielperspektive

	Arrondierungs-spielraum	kleines Fachgeschäft	kleiner Fachmarkt	großer Fachmarkt
Nahrungs- und Genussmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blumen, zoologischer Bedarf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bekleidung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schuhe/Lederwaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pflanzen/Gartenbedarf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baumarktsortiment i. e. S.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportartikel/Fahrräder/Camping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möbel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uhren/Schmuck	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren; HBT = Haus-/Bett-/Tischwäsche

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens ergibt folgendes Potenzial für die Perspektive bis 2022. Der Schwerpunkt des Entwicklungsrahmens liegt im Bereich mittelfristiger Bedarfsgüter, dort insbesondere bei den Branchen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren. In den kurz- und langfristigen Bedarfsbereich bestehen bis auf einen Arrondierungsspielraum in den Sortimenten PBS/, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher sowie Uhren/Schmuck keine rechnerischen Entwicklungsspielräume.

Für Blankenburg (Harz) bedeuten diese Prognoseergebnisse,

- dass die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion Blankenburgs nur in einigen wenigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- dass in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu),

- dass bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die Blankenburger zentralen Versorgungsbereiche einerseits oder die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert,
- und dass angesichts des in vielen Teilen fehlenden Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell müssen diese Ansiedlungsspielräume stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotenzial entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht zu berücksichtigende Marktfaktoren³³ zugrunde; diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“ etwa als oberer oder als unterer Grenzwert darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die die absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenspielräume überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Blankenburg (Harz) korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

Im Bereich zentrenprägender Warengruppen besteht nur ein begrenztes Entwicklungspotenzial für eine Erweiterung des Angebotes in den nächsten fünf Jahren bis 2022. Im Hinblick auf das Ziel der Innenstadtstärkung ist es empfehlenswert, diese Ansiedlungspotenziale künftig schwerpunktmäßig zum Angebotsausbau im Innenstadtzentrum zu nutzen.

An dieser Stelle soll explizit hervorgehoben werden, dass der ermittelte Entwicklungsrahmen gerade dann, wenn der Standort stadtentwicklungspolitisch optimal ist, zugunsten einer positiven Gesamtentwicklung des Standortes überschritten werden kann. Grenzen ergeben sich in solchen Fällen allenfalls aus landesplanerischen und städtebaurechtlichen Zielvorgaben, namentlich dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen. Die erarbeiteten Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap. 6.4) berücksichtigen diese standortbezogene Regelungsempfehlung.

³³ Stellung im regionalen Wettbewerb, Positionierung gegenüber Mitbewerbern etc.

5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR BLANKENBURG (HARZ)

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

1. **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche:** Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche entsprechend deren funktionaler Ausrichtung durch Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen, gleichzeitig sind schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung zu vermeiden.
2. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Sinnvolle Standorte in der Kernstadt³⁴ sichern, stärken und ergänzen, gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermeiden; ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung in den Ortsteilen entwickeln.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Entwicklungszielstellung: Im Fokus der Entwicklung stehen die zentralen Versorgungsbereiche Blankenburgs, welche gesichert und gestärkt werden soll. Die hier allgemein formulierten übergeordneten Entwicklungszielstellungen werden in weiteren Verlauf des Einzelhandelskonzeptes (insbesondere Kapitel 6) konkretisiert.



Abbildung 21: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung

³⁴ Der Begriff Kernstadt umfasst das Stadtgebiet Blankenburg (Harz) ohne Ortsteile. Eine genauere Spezifizierung der konzeptionell gewünschten Standorte erfolgt in Kapitel 6.2.

6

Einzelhandelskonzept für Blankenburg (Harz)

Aufbauend auf die eingehende Analyse der Angebots-, Nahversorgungs- und Nachfragestruktur in der Stadt Blankenburg (Harz) (vgl. Kapitel 4) wird im Folgenden ein Zentrums- und Standortkonzept entwickelt und die Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Blankenburger Liste“) sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze abgeleitet.

6.1 DAS ZENTRENKONZEPT: EMPFEHLUNGEN FÜR DIE ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE IN BLANKENBURG (HARZ)

Bei der Entwicklung eines Zentrums- und Standortkonzeptes ist zu prüfen, inwieweit die bereits vorgestellten Standortbereiche die rechtlichen Standortanforderungen als zentraler Versorgungsbereich (ZVB) erfüllen. Hierzu gehört neben der städtebaulichen integrierten Lage, auch ein multifunktionales Angebot, welches neben dem Einzelhandel auch private Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen wie z.B. Verwaltungseinrichtungen oder Bildungseinrichtungen umfasst. Um die Versorgungsfunktion für die Bevölkerung erfüllen zu können, ist eine hohe verkehrliche Zentralität im Bereich des motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs erforderlich. Neben den faktischen Gegebenheiten können zentrale Versorgungsbereiche auch mögliche Flächen zur weiteren Entwicklung und Stärkung eines zentralen Versorgungsbereichs enthalten (vgl. Kapitel Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien). Die folgende Grafik veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Standard-Bestandsstruktur hinausgeht.

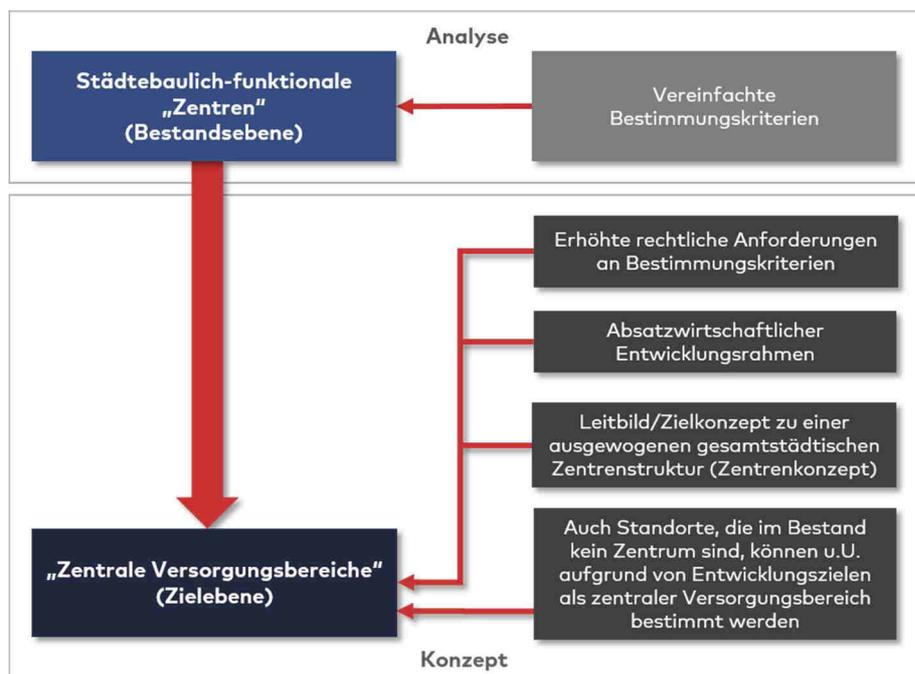


Abbildung 22: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung

In Blankenburg (Harz) können mit dem Innenstadtzentrum sowie dem Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße zwei zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden. Darüber hinaus lassen zwar vereinzelt Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei solchen Agglomerationen der Grad der städtebaulichen Integration, der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten, etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich.

6.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Das Innenstadtzentrum ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt Blankenburg (Harz). Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf.

Räumliche Ausprägung des Innenstadtzentrums

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum umfasst neben der Hauptlage des Einzelhandels mehrere Nebenlagen, funktionale Ergänzungsbereiche sowie einen Entwicklungsbereich. Es umfasst damit diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt Blankenburg (Harz).

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kapitel Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs:

- Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen, erstreckt sich die Hauptlage des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum entlang der Hauptachse Lange Straße inkl. des direkt östlich angrenzenden Aldi Areals. Außerdem umfasst er als Nebenlage die Mauerstraße, Poststraße sowie Teilbereiche der Katharinenstraße. Die Tränkestraße, der Markt sowie Teilbereiche der Marktstraße bilden den Entwicklungsbereich Einzelhandel. Die städtebauliche Zielstellung der Stadt Blankenburg (Harz) ist es, diesen Bereich städtebaulich weiter aufzuwerten, dort die Einzelhandelsfunktion zu stärken und gezielt ansiedlungswillige Fachgeschäfte hin zu lenken.

Weitere Bereiche ergänzen die Haupt- und Nebenlage des Innenstadtzentrums als funktionaler Ergänzungsbereich.

- Im Norden orientiert sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Wesentlichen an den rückwärtigen Grundstücksgrenzen nördlich der Mauerstraße. Außerhalb der Begrenzungen ist im Norden im direkten Anschluss kein weiterer Einzelhandelsbesatz vorhanden.
- Der westliche Abschluss des zentralen Versorgungsbereichs wird durch die nördliche Tränkstraße, die Vincentstraße und die Harzstraße gebildet. In den zentralen Versorgungsbereich mit einbezogen wird dabei das Gelände der Stadtverwaltung, die in diesem Bereich eine zusätzlich frequenzerzeugende Funktion aufweist. Außerhalb dieser westlichen Begrenzung ist die Wohnfunktion die klar dominierende Nutzung.
- Im Süden orientiert sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Wesentlichen an den rückwärtigen Grundstücksgrenzen entlang des Marktes sowie der Marktstraße mit dem Rathaus als bedeutende zentrenergänzende Funktion. Außerhalb der Begrenzungen ist im direkten Anschluss kein weiterer Einzelhandelsbesatz vorhanden.
- Im Osten wird der zentrale Versorgungsbereich durch den Schnappelberg begrenzt, mit der Touristeninformation als bedeutende zentrenergänzende Funktion.
- Außerhalb dieser Begrenzung ist nur noch ein stark perforierter Einzelhandelsbesatz und ein ausgedünnter Besatz an zentrenergänzenden Funktionen verortet, der keinen direkten städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem abgrenzten Zentralen Versorgungsbereich aufweist. Darüber hinausgehende Bereiche sind überwiegend durch Wohnbebauung geprägt.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich, diese wird in der folgenden Abbildung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum dargestellt.

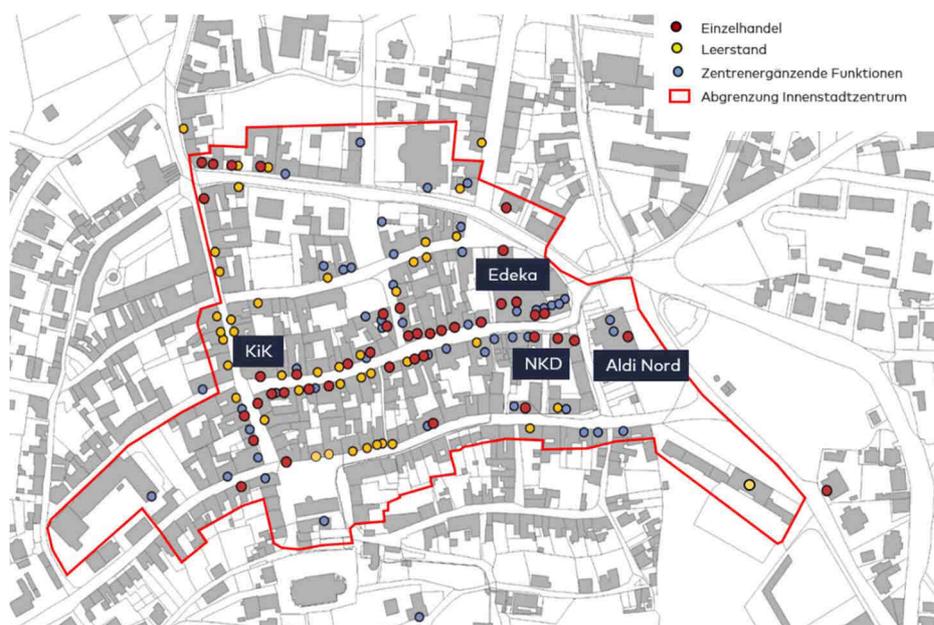


Abbildung 23: Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Quelle: Eigene Darstellung nach Bestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; Kartengrundlage: Stadt Blankenburg (Harz)

Verkehrliche Erschließung

Der Standortbereich Innenstadtzentrum wird für den motorisierten Individualverkehr durch ein eng verzweigtes Netz kleiner Straßen erschlossen. Eine Anbindung an das regionale und überregionale Straßenverkehrsnetz wird über die nahe gelegene Bundesstraße B 81 gewährleistet. Stellmöglichkeiten sind für den ruhenden Verkehr am Schnappelberg, an der Tränkestraße (Domänehof) sowie bei der Stadtverwaltung gegeben. Entlang der Einkaufsstraßen kann ebenfalls straßenbegleitend geparkt werden. Aufgrund seiner zentralen Lage verfügt das Innenstadtzentrum über eine gute Erreichbarkeit für den Fuß- und Radverkehr. Zudem befinden sich die Bushaltestellen Markt und Tummelplatz innerhalb des Innenstadtzentrums, von welchen eine gute Anbindung an den Blankenburger Bahnhof besteht. Von dort ist eine gute Anbindung per Bus/Regionalexpress an die Ortsteile Börnecke, Derenburg und Heimbürg, die Nachbargemeinden sowie die nächstgelegenen Mittelzentren gewährleistet.

Einzelhandelsbesatz

Hinsichtlich des Einzelhandels ist der zentrale Versorgungsbereich v. a. durch kleine individuelle Fachgeschäfte geprägt. Größte Einzelhandelsbetriebe stellen der Lebensmittelsupermarkt Edeka sowie der Lebensmitteldiscounter Aldi dar. Im Zentrum des zentralen Versorgungsbereichs, der Langen Straße, befinden sich die überwiegende Zahl der Einzelhandelsgeschäfte und ein erhöhter Filialisierungsgrad. Die für den zentralen Versorgungsbereich wichtigsten zentrenergänzenden Funktionen wie das Rathaus oder die Stadtverwaltung befinden sich in den angrenzenden Bereichen.

In Süden der im Westen an die Lange Straße anschließenden Tränkestraße setzt sich der Einzelhandelsbesatz weiter fort, weist jedoch, im Vergleich zur Marktstraße, zunehmende Lücken und Leerstände auf. Im Norden der Tränkestraße sind ebenfalls vermehrt Leerstände vorzufinden.

Insgesamt ist der Einzelhandel des Innenstadtzentrums eher auf ein älteres Zielpublikum und auf Stammkundschaft ausgerichtet.

Ergänzend zum stationären Handel findet mittwochs der Wochenmarkt auf dem Tummelplatz statt.

Innere Organisation des Innenstadtzentrums

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum ist kein homogenes Gebilde sondern kann in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Differenzierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum werden die Haupt- und Nebenlagen sowie der funktionale Ergänzungsbereich und der Entwicklungsbereich Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt anhand der baulichen und handelsprägenden Struktur.

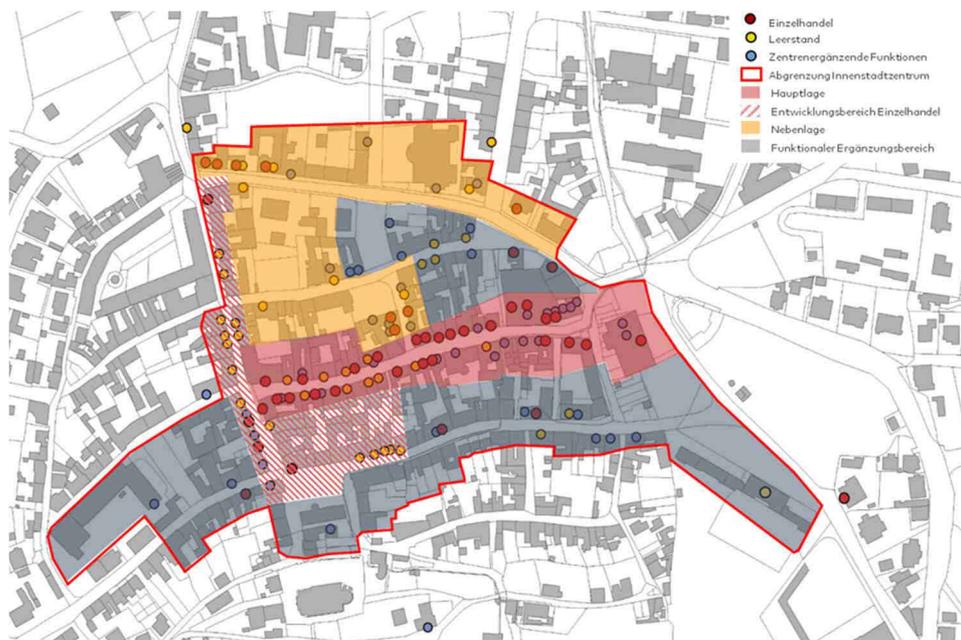


Abbildung 24: Innere Organisation des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum (Zielkonzept)

Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Blankenburg; Datengrundlage: Vor-Ort-Erhebung Stadt + Handel 11/2017

Hauptlage

Als Hauptlage kann die „beste Adresse“ eines Geschäftsbereichs bezeichnet werden. Eine erhöhte Handelsdichte, ein hoher Filialisierungsgrad sowie erhöhte Passantenfrequenzen sind charakteristisch. Innerhalb des Innenstadtzentrums bilden die Einzelhandelsbetriebe und die ergänzenden Zentrenfunktionen (z.B. Banken und Gastronomie) eine deutliche Hauptlage in der Langen Straße mit einer Verlängerung nach Osten, der das Areal des Lebensmitteldiscounters Aldi umfasst. In diesem Bereich sind mit Edeka, Aldi, Kik und NKD auch die großen Magnetbetriebe des Innenstadtzentrums verortet. Diese Magnetbetriebe tragen wesentlich für die Freqüentierung der Innenstadt bei, von der insbesondere kleinere Fachgeschäfte in diesen Bereichen der Innenstadt profitieren (vgl. Abbildung 23 und Abbildung 24). Ein Konzentrationsschwerpunkt ist im Bereich der östlichen Langen Straße zu erkennen. Im westlichen Bereich hingegen sind in Richtung Tränkestraße abnehmende Frequenzen festzustellen. Es fehlt insbesondere im westlichen Bereich des Innenstadtzentrums ein Magnetbetrieb, der die Kunden dazu verleiten könnte, sich zwischen zwei Geschäftspolen zu bewegen („Knochenstruktur“) und so auch das Angebot der zwischen den Polen gelegenen frequenzabhängigen Geschäfte wahrzunehmen und dort ggf. Einkäufe zu tätigen.

In der Hauptlage sollte auch in Zukunft der Schwerpunkt für Einzelhandelsbetriebe mit Magnetfunktion und frequenzabhängige Betriebe, mit qualitativem und filialisiertem Angebot, angesiedelt sein. Es gilt die Fußgängerfrequenz sowie die Einzelhandelsfunktion in der Hauptlage zu sichern und zu stärken. Auch die verkehrliche Erreichbarkeit zur Sicherung der Konkurrenzfähigkeit gegenüber den Außenstandorten (insb. Nordharzcenter) sollte erhalten bzw. gesteigert werden.

Nebenlagen

Die Nebenlagen sind gekennzeichnet durch eine deutlich geringere Einzelhandelsdichte, einem abnehmenden Filialisierungsgrad sowie einen höheren

Nutzungsanteil von Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben in Erdgeschosslage. Das Angebot dieser Lagen ergänzt funktional das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot der Hauptlage. Als Nebenlagen sind die südlichen Bereich der Tränkstraße sowie die Poststraße als Verbindungsachse zum Tummelplatz einzustufen.

Im Gegensatz zur Hauptlage sollte in den Nebenlagen der Schwerpunkt auf Fachgeschäfte, frequenzunabhängigen Einzelhandel und zentrenergänzende Funktionen gesichert werden. Darüberhinaus ist auf die Sicherung der Frequenzierung durch die Verkehrsführung zu achten.

Funktionale Ergänzungsbereiche

In diesem Bereich nimmt der Einzelhandel gegenwärtig eine tendenziell untergeordnete Rolle ein. Für den funktionalen Ergänzungsbereich sind v. a. Dienstleistungen, gastronomische und touristische Angebote sowie kleinteilige, spezialisierte Einzelhandelsbetriebe mit Fachgeschäftscharakter prägend. Der Besatz ist weniger dicht als in der Haupt- und Nebenlage. Prägend für diesen Bereich ist die hohe Dichte an zentrenergänzenden Funktionen. Besonders hervorzuheben sind hierbei das Rathaus, die Stadtverwaltung sowie die Tourist-Information.

Räumlich umfasst der funktionale Ergänzungsbereich das Areal rund um den Tummelplatz, den östlichen Teil der Katharinenstraße, das Areal zwischen Vincent- und Harzstraße sowie den östlichen Teil der Marktstraße und den oberen Schnappelberg (vgl. Abbildung 24). In Zukunft sollten hier insbesondere zentrenergänzende Funktionen angesiedelt werden, die das multifunktionale Angebot des Innenstadtzentrums abrunden und zusätzliche Frequenzen erzeugen (vgl. Entwicklungsempfehlungen für das Innenstadtzentrum).

Entwicklungsbereich Einzelhandel

Der Entwicklungsbereich Einzelhandel zielt vor allem auf die Zielperspektive. Aktuell ist dieser Bereich insbesondere durch Leerstände und lediglich im Bereich der südlichen Tränkestraße durch Fachgeschäfte geprägt.

Städtebauliche Zielstellung der Stadt Blankenburg (Harz) ist es, diesen Bereich u. a. durch Sanierungsmaßnahmen städtebaulich weiter aufzuwerten, dort die Einzelhandelsfunktion zu stärken und gezielt ansiedlungswillige Fachgeschäfte hin zu lenken. Durch die direkte Anbindung an die Hauptlage des Innenstadtzentrums kann auch ein zusätzlicher positiver Effekt auf die untere Lange Straße entstehen. Aktuell sind im Entwicklungsbereich Einzelhandel bereits positive Effekte durch die Ansiedlung spezialisierter Fachgeschäfte (bspw. Lange Straße/Ecke Tränkestraße) und Betriebe mit geteilten Verkaufsflächen (bspw. Tränkestraße/ Ecke Mauerstraße) zu erkennen. Diesen Trend gilt es zu sichern und zu stärken.

Zentrenergänzende Funktionen

Kennzeichnend für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum ist insbesondere die hohe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen, die weit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken und zusätzlich als Frequenzbringer für die im Innenstadtzentrum verorteten kleineren und größeren Fachgeschäfte fungieren. Besonders hervorzuheben sind dabei das Rathaus, die Stadtverwaltung, Ärzte, eine Postfiliale, mehrere Banken, gastronomische Angebote sowie kirchliche Einrichtungen. Auch die Tourist-Information am Schnappelberg bringt zusätzliche Frequenz, allerdings liegt diese am Rand des Innenstadtzentrums und wirkt somit nur bedingt frequenzsteigernd auf die anderen Lagen.

Tourismus

Insbesondere durch die touristischen Attraktionen Blankenburgs (Harz), wie das Große Schloss, die Teufelsmauer mit dem Großvaterfelsen und der Regenstein, das Kloster Michaelstein oder die Aussichtspunkte auf dem Ziegenkopf und auf der Luisenburg, erhält Stadt eine bedeutende touristische Funktion. Diese Wahrzeichen liegen allerdings außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum und tragen bislang nur bedingt zur Steigerung der Frequenzierung der Innenstadt bei.

Sie wirken für die gesamte Stadt identitätsstiftend, fördern die standortbezogene Markenbildung und erhöhen maßgeblich die Attraktivität der Stadt. Entwicklungszielstellung sollte es deshalb sein, die Besucher durch für Touristen attraktive Angebote des Einzelhandels (bspw. Geschäfte mit regionalspezifischem Angebot) oder durch eine attraktive Gastronomie mit Hilfe von Marketingmaßnahmen in die Innenstadt zu lenken und so insgesamt zu einer Belebung der Innenstadt beizutragen.

Potenzialflächen

Die weitgehend geschlossenen Strukturen in den innerstädtischen Einzelhandelslagen bieten keine größeren unbebauten Areale (Baulücken), die zur Etablierung von Einzelhandelsstrukturen geeignet sind.

Weitere Potenzialflächen sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum insbesondere in Form von leerstehenden oder mindergenutzten Ladenlokalen verfügbar. So waren zum Zeitpunkt der Bestandserhebung insgesamt 38 Geschäftseinheiten leerstehend. Aktuell gibt es jedoch keine größeren Leerstände im Innenstadtzentrum, die für die Ansiedlung eines großflächigen Betriebes geeignet wären. Bei leerstehenden Ladenlokalen mit kleiner Geschäftsfläche sollte eruiert werden, inwieweit eine Zusammenlegung mit angrenzenden Geschäftseinheiten möglich ist, um so marktadäquatere, größere Verkaufsflächeneinheiten zu schaffen (vgl. nachfolgende Empfehlungen zur Entwicklung der Innenstadt).

6.1.2 Bewertung des Innenstadtzentrums durch Bürger und Händler

Zur Darstellung von Stärken und Schwächen der Blankenburger Innenstadt, wurden die befragten Bürger und Händler um eine Bewertung verschiedener Attraktivitätsfaktoren gebeten. Die Bewertung erfolgte mithilfe von Schulnoten (1 bis 5).

Auf Grund der geringen Beteiligung an der Händlerbefragung, können aus Händlersicht allerdings nur Tendenzen wiedergegeben werden.

Betrachtet man die folgende Abbildung, so zeigt sich ein sehr differenziertes Bild je nach Parameter, der bewertet werden soll. Allgemein fällt auf, dass „sehr gut“ nur sehr selten angegeben wurde. Knapp die Hälfte aller Parameter wird noch als „gut“ eingestuft.

Besonders positiv hervorgehoben wurden dabei das Dienstleistungsangebot, die Erreichbarkeit des Innenstadtzentrums, die Qualität der angebotenen Waren, die Beratung und der Service in den Geschäften, Parkplatzangebot sowie die Öffnungszeiten.

Kritisch gesehen wurden hingegen die Möglichkeit zum Bummeln, die Warenvielfalt, die Attraktivität des Gebäudebestandes sowie das gastronomische Angebot. Insgesamt wurde die Blankenburger Innenstadt alles in allem mit der Note 2,8 eher durchschnittlich bewertet (vgl. nachfolgende Abbildung).

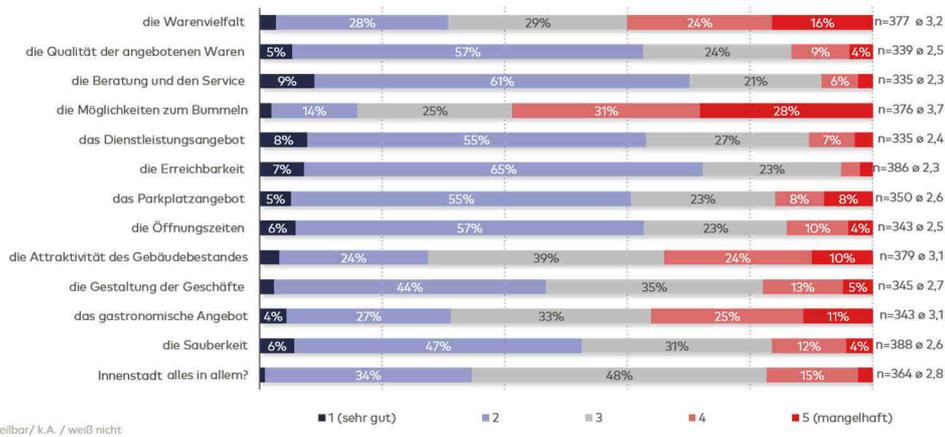


Abbildung 25: Bewertung der Blankenburger Innenstadt durch die Befragten

Eigene Darstellung, Datengrundlage: Stadt+Handel Passantenbefragung 12/2017

Darüber hinaus wurde in der Befragung thematisiert, was die Gründe für den Besuch der Blankenburger Innenstadt sind. Die Ergebnisse zeigen, dass 71 % der Teilnehmer vorwiegend zum Einkaufen, 23 % aufgrund der Gastronomie/ Verabredung und 22 % zum Zeitvertreib in die Innenstadt kommen (vgl. nachfolgende Abbildung). Es zeigt sich somit, dass neben den Einzelhandelsangebot insbesondere das vielfältige Dienstleistungsangebot wesentlich zur Frequentierung der Blankenburger Innenstadt beiträgt

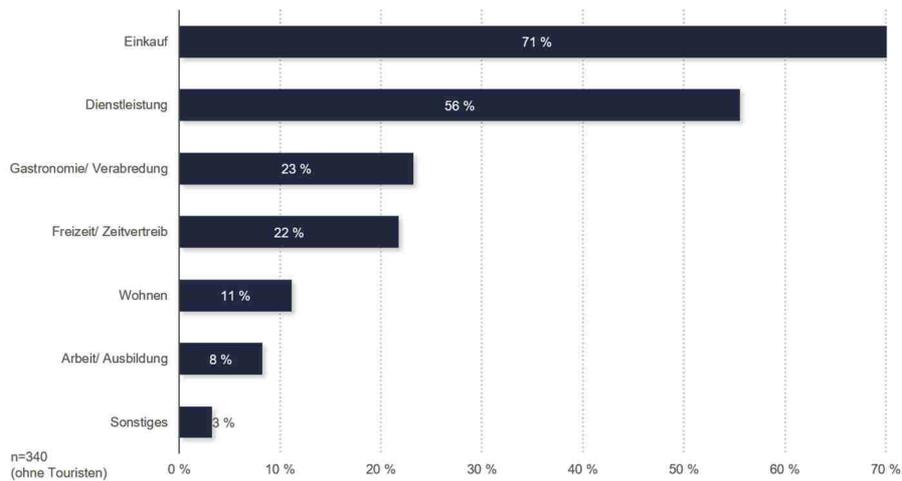


Abbildung 26: Gründe Innenstadtbesuch

Quelle: Eigene Darstellung, Datengrundlage: Stadt+Handel Passantenbefragung 12/2017

Um Hinweise zu erhalten, durch welche Angebote das Innenstadtzentrum gestärkt werden könnte, wurden die Bürger befragt, ob sie Einzelhandelsangebote in Blankenburg (Harz) vermissen. Sofern dies der Fall war, wurden sie gebeten diese zu benennen. Insgesamt gaben 52 % der Befragten an, Angebote zu vermissen. Hiervon fehlten 18 % Angebote im Bereich Bekleidung (teilweise auch spezielle Angebote wie Baby- und Kindermode, Herrenbekleidung, hochwertige Mode und junge Mode). Des Weiteren wurden insbesondere mehr Angebote im Bereich Regionale Produkte/Spezialitäten genannt (vgl. nachfolgende Abbildung).



Abbildung 27: Vermisste Angebote in der Stadt Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Darstellung, Datengrundlage: Stadt+Handel Passantenbefragung 12/2017

Außerdem wurden sowohl die Bürger als auch die Händler nach Wünschen und Ideen für die zukünftige (Einzelhandels-) Entwicklung in Blankenburg (Harz) befragt. Im Vordergrund standen dabei insbesondere die Aspekte der Belebung und der Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Innenstadtbereich. Insbesondere wünschen sich die Bürger die Verkehrsberuhigung des Innenstadtzentrums, mehr (Außen-)gastronomie, aber auch eine Beseitigung der Leerstände, Kunstgegenstände, Parkbänke, die Errichtung einer Fußgängerzone, mehr Events, und eine atmosphärische Aufwertung. Einzelhandelsbezogene Wünsche waren insbesondere die Aktivierung der Innenstadt, die Konzentration des Einzelhandels in der Innenstadt und eine größere Angebots- und Warenvielfalt (vgl. Abbildung 28).



Abbildung 28: Wünsche und Anregungen der befragten Passanten zur Blankenburger Einzelhandelsentwicklung
Quelle: Eigene Darstellung, Datengrundlage: Stadt+Handel Passantenbefragung 12/2017, Je größer und kräftiger ein Begriff hervorgehoben ist, umso häufiger wurde er von Seiten der Befragten genannt.

6.1.3 Entwicklungsziele und Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Aufgrund der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrums für die Stadt Blankenburg (Harz) ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung im Sinne einer grundzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden.

ENTWICKLUNGSZIELE ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADTZENTRUM I

Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich

- Sicherung, Stärkung und Entwicklung des Innenstadtzentrums als Ganzes
- Positivraum für den Einzelhandel mit höherwertigem und spezialisiertem Angebot
- Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften
- Ausbau des Warenangebots im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs, weitere (spezialisierte/ bisher fehlende Angebote schaffen wie bspw. Läden mit regionalspezifischen Produkten)

Multifunktionale Innenstadt

- Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, ergänzt durch innerstädtisches Wohnen. Insbesondere das Thema des altengerechten Wohnens wird auf Grund der demographischen Entwicklung für Blankenburg (Harz) zunehmend relevant.
- Profilierung der Teillagen des ZVB unter Orientierung an der Funktionszuweisung der einzelnen Lagebereiche
- Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt als Konzentrationsraum für frequenzbringende zentrenergänzende Funktionen (öffentliche, private Dienstleistungen, Gastronomie)
- Sicherung und gezielte Ansiedlung von „Ankerpunkten“, in Form von stark frequentierten zentrenergänzenden Funktionen im zentralen Versorgungsbereich, die auch zu Kopplungseinkäufen mit dem Einzelhandel führen u.a. Banken, Ärztehaus, Touristeninformation.
- Stärkung von (außen-)gastronomischen Angeboten

Schaffung von marktadäquaten und zukunftsfähigen Flächen

- Soweit möglich: Schaffung von marktadäquaten und zukunftsfähigen Flächen
- Neue/untergenutzte Flächen erschließen, ggf. Flächenzusammenlegungen als Option, jedoch Abwägung mit den weiteren städtebaulichen Zielstellungen erforderlich
- Nachnutzung bestehender Leerstände
- Einbeziehung der Eigentümer, Wirtschaftsförderung: lenkende Angebotsplanung
- Stärkung der vorhandenen Magnetbetriebe durch einen zeit- und nachfragegemäßen Aus- oder Umbau der Ladenflächen (sofern die Angebotsstrukturen dieser Magnetbetriebe nicht mehr den marktüblichen Anforderungen entsprechen), und zwar unmittelbar am Objekt selbst oder – sofern die verfügbaren Flächen hierzu nicht ausreichen sollten – in unmittelbarer Nähe.

Weitere touristische Profilierung der gastronomischen und kulturellen Angebote sowie des Einzelhandels

- Sicherung und Stärkung des Einzelhandels insbesondere im Kopplungsbereich Einzelhandel – öffentliche/private Dienstleistungen und Einzelhandel – Tourismus
- Es sollte insbesondere eine räumliche Verknüpfung der Themen Tourismus und Innenstadtzentrum angestrebt werden, da sich die touristischen Wahrzeichen sowie die damit verbundene Infrastruktur (Tourist-Info) sich nicht in räumlicher Nähe zum Einzelhandel im Innenstadtzentrum befinden.

Quelle: eigene Darstellung

ENTWICKLUNGSZIELE ZENTRALER VERSORGBEREICH INNENSTADTZENTRUM II

- Um das Innenstadtzentrum für Touristen attraktiver zu gestalten und die Wahrnehmbarkeit Blankenburgs zu erhöhen, sollte die Einzigartigkeit des Blankenburger Innenstadtzentrums mit dem geschlossenen Fachwerkbau sowie dem großen und kleinen Schloss weiter gefördert und vermarktet werden.
- Stärkere Verzahnung der Themen Tourismus und Einzelhandel, bspw. durch Angebot von regionalen Produkten an touristisch belebten Standorten (z.B. Tourist-Info).

Weitere Profilierung des Wochenmarktes

- Dem mittwochs stattfindenden Wochenmarkt auf dem Tummelplatz kommt eine besondere Bedeutung hinsichtlich der Angebotsergänzung im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich, als auch hinsichtlich der Belebung des Innenstadtzentrums zu. Der Wochenmarkt sollte daher auch künftig erhalten und durch entsprechende Sortimentsergänzungen (bspw. in Form von hochwertigen Frischeprodukten oder regionale Produkten) gestärkt werden.

Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs

- Stärkung der kleinteiligen Angebotsstrukturen im Bereich Lebensmittel im ZVB Innenstadtzentrum durch Sicherung und marktadäquatem Erhalt der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (Edeka, Aldi).
- Ausbau des Nahversorgungsangebotes mit regionalen Produkten, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich. Aktuell gibt es dazu bereits Überlegungen im Bereich des Domänehof.

Sicherung bestehender Sortimentsmix und Ergänzung mit Angeboten im mittelfristigen Bedarf

- Sicherung der vorhandenen Magnetbetriebe und der vorhandenen Branchen sowie auch der kleineren Einzelhandelsbetriebe durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die aus neuen Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs resultieren können (bauleitplanerische Steuerung).
- Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt durch bislang unterrepräsentierte Betriebstypen und Angebote auch in Warengruppen, in denen die Ansiedlungspotenziale nur begrenzt bzw. nicht vorhanden sind
- Nennenswerte Ansiedlungspotenziale bestehen darüber hinaus für ergänzende Sortimente ergeben sich vor allem in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren sowie Uhren/Schmuck. Für eventuelle Ansiedlungen bieten sich insbesondere bestehende Leerstände in der Hauptlage oder im Entwicklungsbereich Einzelhandel an.
- Auch die Ansiedlung von Vorhaben mit *nicht* zentren- und *nicht* zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Hauptsortiment ist im Innenstadtzentrum grundsätzlich wünschenswert.
- Kooperationen der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer untereinander fördern
- Prüfung, inwieweit durch eine Terrassierung perspektivisch eine Begradigung des Marktplatzes erreicht werden kann. Mit dieser stünde eine städtebaulich attraktive Fläche zur Verfügung auf der bspw. Außengastronomie oder ein Wochenmarkt etabliert werden könnte.

Quelle: eigene Darstellung

ENTWICKLUNGSZIELE ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADTZENTRUM III

Förderung „weicher“ Standortfaktoren

- Etablierung eines Stadtmarketings/ Citymanagements
- Aktives Flächen- und Leerstandmanagement betreiben
- Aufenthaltsqualität steigern, z. B. Außengastronomie, Bestuhlung, Schaffung von Verweilmöglichkeiten
- Regionalisierung des Angebotes als Chance nutzen
- Spezialisierung des Angebots eines Fachgeschäftes/ Aufbau mehrerer Standbeine bspw. durch eine Angebotskombination aus Einzelhandel und Dienstleistung (bspw. Bäcker – Backkurse)
- Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten im Innenstadtzentrum
- Vorhandene Ansätze zur Verbesserung der Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation und des Marketings stärken
- Ausbau der Online-Präsenz des innerstädtischen Einzelhandels ggf. in Zusammenarbeiten mit benachbarten Zentralen Orten, im Idealfall: Möglichkeiten zur Online Prüfung der Warenverfügbarkeit schaffen (bspw. über Plattformen wie locafox o. ä.).
- Kooperationen der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer untereinander fördern

Quelle: eigene Darstellung

Im Folgenden werden einzelne Entwicklungsempfehlungen vertieft dargestellt:

City- /Quartiersmanagement



Abbildung 29: Arbeitsfelder eines Quartiersmanagements

Quelle: Eigene Darstellung

In dem Einzelhandelskonzept werden mit der Festlegung der Zentrenhierarchie, der Sortimentsliste und den Ansiedlungsleitsätzen Empfehlungen für die einzelhandelsbezogene Stadtentwicklung gegeben. Ein weiterer nächster wichtiger Schritt ist die Realisierung konkreter aktivierender Maßnahmen.

In der Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums kann ein City- oder Innenstadtmanagement als „Kümmerer“ diese umfassenden Prozesse strukturieren und zielorientiert begleiten. Ein Innenstadtmanagement ist ein moderierender und integrativer Bestandteil eines koordinierten städtebaulichen, werblichen und wettbewerblichen Umsetzungsprozesses, welcher die vorhandenen Kräfte bündelt und auf ein zielorientiertes Ergebnis hinarbeitet.

Das Innenstadtmanagement wird in der Organisationsform den Strukturen vor Ort angepasst, sodass keine Parallelen aufgebaut werden, sondern sich die Institution in den lokalen Gegebenheiten etabliert. Dies kann sowohl in der Stadtverwaltung, der Wirtschaftsförderung als auch im Stadtmarketing oder durch einen externen Dienstleister organisiert sein. Zu beachten ist die Rolle als Moderator bzw. Mediator. Ein Innenstadtmanagement fungiert als zentraler Ansprechpartner lokaler Akteure wie Gewerbetreibende, Bürger, Besucher und Immobilieneigentümer, bildet die Schnittstelle zwischen öffentlicher und privater Hand und koordiniert die einzelnen Interessen. Das Management wirkt als Impulsgeber für eine lebendige Innenstadtentwicklung und aktiviert einzelne Akteursgruppen dementsprechend.

Die inhaltlichen Aufgaben eines Innenstadtmanagements können dabei so vielfältig sein wie die Innenstadt selbst. Neben Gewerbeflächenmanagement, der Ansprache von Investoren und der Beratung von Immobilieneigentümern kann das Aufgabenportfolio von der bedarfsgerechten Beratung Gewerbetreibender bspw. zu Themen wie der Digitalisierung über das Management oder die Begleitung von städtebaulichen Förderprogrammen bis hin zu Öffentlichkeitsarbeit, Marketingmaßnahmen und Veranstaltungsmanagement gehen.

Leerstands- und Flächenmanagement

Für die Belebung des Innenstadtzentrums bietet sich in diesem Zusammenhang für Blankenburg (Harz) eine Etablierung eines Leerstands- und Ladenflächenmanagements an, um Einzelhandelsbetriebe gezielt in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln und auch in die gewachsenen Lagen zu lenken. Ein entsprechendes Ansprechpartner ist der zentrale „Kümmerer“, beispielsweise ein Citymanagement, um die Vermittlung verfügbarer Geschäftsflächen. Dabei steht das gleichzeitige Anstreben des gewünschten Branchenmixes im Vordergrund, d. h. neben einem Quantitätsziel zur Verringerung der Leerstandsquote spielt auch das Qualitätsziel zur Steuerung des Branchenmixes eine große Rolle. Nachstehende Abbildung zeigt den idealtypischen Ablauf eines Ladenflächenmanagements.

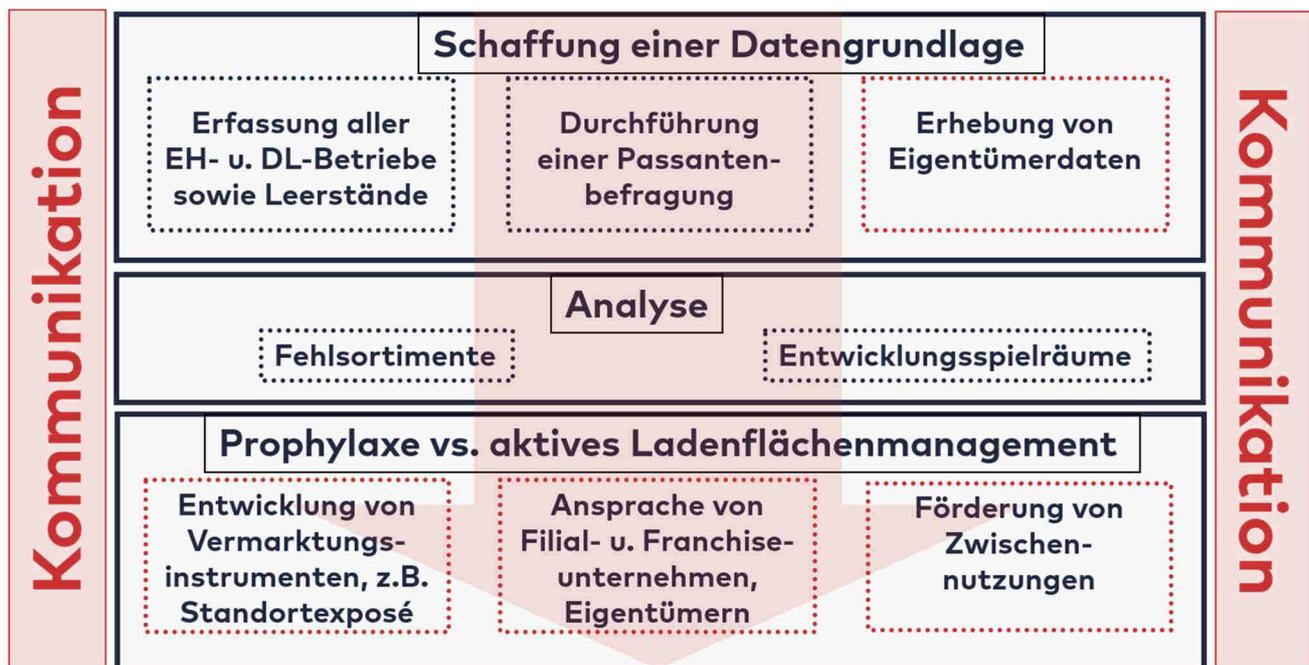


Abbildung 30: Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements

Quelle: Eigene Darstellung; die blau markierten Felder erfolgten bereits im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes

Ein Ladenflächenmanagement gliedert sich in vier Stufen. Die erste Stufe besteht in der Schaffung einer Datengrundlage, indem alle Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie Leerstände erfasst werden (Anschrift, Verkaufsfläche) und wenn möglich auch durch Eigentümerdaten sowie Vertragslaufzeiten und weiteren Daten zu Schaufensterlänge und Nebenräumen ergänzt werden. Zusätzlich können Ergebnisse der Passantenbefragungen berücksichtigt werden.

Im zweiten Schritt werden die erhobenen Daten analysiert und in einer umfassenden Flächendatenbank zusammengeführt. Diese Flächendatenbank und weitere Auswertungen zur räumlichen Umsetzung von Einzelhandelsansiedlungen und zu Fehlbranchen bilden das zukünftige Handwerkszeug, um auf Betreiberanfragen zielgerichtet reagieren zu können.

In der dritten Stufe geht es um die Prophylaxe und aktive Beseitigung von Leerständen, indem Vermarktungsinstrumente entwickelt werden und gezielt potenzielle Betreiber und Immobilieneigentümer angesprochen werden sowie Zwischennutzungen akquiriert werden.

Der vierte Baustein der Kommunikation sollte begleitend stattfinden. Zum einen sollte eine gezielte Pressearbeit nach Außen praktiziert werden und zum anderen sollte nach Innen die Kooperation und Kommunikation am Standort durch regelmäßige Treffen gestärkt werden. Ein weiterer Schwerpunkt bildet auch hier die Beratung von Immobilieneigentümern zur Vermarktung ihrer Ladenlokale bzw. zur Sensibilisierung für mögliche Flächenzusammenlegungen.

Durch das nun vorliegende Einzelhandelskonzept und die in diesem Rahmen durchgeführten empirischen Bausteine (Einzelhandelsbestandserhebung, Passantenbefragung) und Analysen (absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen) liegen in Blankenburg (Harz) wichtige Daten für die Einrichtung eines Ladenflächenmanagements bereits vor.

Im Rahmen eines Ladenflächenmanagements sollte auch die Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften im Innenstadtzentren fokussiert werden. Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer und ggf. weiteren Akteuren können unter Zuhilfenahme von professionellen Coaching-Maßnahmen insbesondere folgende Aspekte bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben thematisiert und optimiert werden:

- Warenpräsentation/ Schaufenstergestaltung/ Marketing,
- Inhabernachfolge,
- Zwischenfinanzierung,
- bautechnische/ architektonische Beratung der Eigentümer zum Umbau bzw. Zusammenlegung von Ladenlokalen.

Diese qualifizierenden Maßnahmen dienen der mittel- bis langfristigen Bestandssicherung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe und somit der Sicherung der Angebotsvielfalt im Innenstadtzentrum.

Verbesserung der Aufenthaltsqualität

Zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Innenstadtzentrum empfiehlt sich eine Prüfung und Einleitung ergänzender qualitativer Maßnahmen. Hierbei sollten u.a. die nachfolgend benannten Gestaltungsdefizite im Fokus stehen und in Kooperation mit privatwirtschaftlichen Akteuren abgebaut werden:

- Erhöhung der Aufenthaltsqualität im Bereich der Platzsituationen (Tummelplatz, Markt)
- Etablierung von Sitzgelegenheiten und Kinderspielmöglichkeiten
- Partielle Attraktivierung und Vereinheitlichung der Stadtmöblierung (in Abhängigkeit von Gestaltungssatzung, Gestaltung des öffentlichen Raums)
- Stärkung gastronomischer Angebote
- Optimierung der Gestaltung von Außenflächen bestehender gastronomischer Einrichtungen sowie der Warenpräsentation vor Einzelhandelsgeschäften

Außenpräsentation von Geschäftslokalen/ Schaufenstergestaltung

Die wichtigste Funktion einer Außenpräsentation von Geschäften durch das Schaufenster ist es die Aufmerksamkeit des Kunden zu erlangen, ihn so im Kundenlauf zu stoppen und Impulskäufe auszulösen. Daneben dient sie zur Steigerung des Bekanntheitsgrades, der Prägung eines Images und zur Hervorhebung der eigenen Sortimente. Generell sollte jeder Geschäftsinhaber über folgende Fragen Klarheit gewinnen:

- Wer ist mein Zielpublikum und wie erreiche ich es?
- Was zeichnet meine Waren aus, welche Reize kann ich setzen?

- Welche Kompetenzen möchte ich vermitteln hinsichtlich
 - Preis/ Qualität
 - Sortimentsbreite/ -tiefe
 - Service

Im Idealfall entwickelt sich somit eine Alleinstellungsmerkmal (USP) und eine individuelle Visitenkarte des Händlers.

Folgende Aussagen gelten grundsätzlich bei der Gestaltung von Schaufenstern:

- Das Schaufenster sollte ansprechend und auffallend gestaltet sein in Höhe und Tiefe,
- „weniger ist oft mehr“: Das Schaufenster sollte eine eindeutige Aussage beinhalten und übersichtlich gestaltet sein,
- je kleiner ein Schaufenster ist, umso individueller sollte die Dekoration auf das Ladenlokal abgestimmt sein,
- das Thema/ die Aktion der Schaufensterdekoration sollte im Innenbereich aufgegriffen werden, um die Linie vom Außenbereich in den Innenbereich fortzuführen und eine angenehme (Einkaufs-)Atmosphäre zu schaffen.

Für weitere Informationen und eine intensivere Schulung zum Thema Außenpräsentation/ Schaufenstergestaltung sei auf entsprechende Kursangebote und Lehrgänge für Einzelhändler von der Industrie- und Handelskammer verwiesen.

Flächenzusammenlegung

Die Entwicklungsziele umfassen auch die Empfehlung zur Prüfung von Möglichkeiten zur Flächenzusammenlegung von getrennten Ladenlokalen. Das Blankenburger Innenstadtzentrum ist geprägt durch überwiegend kleinteilige Verkaufsflächengrößen der einzelnen Ladenlokale. Aktuelle Einzelhandelskonzepte fragen regelmäßig deutlich größere Ladenflächen nach. Um hier marktadäquate und moderne Verkaufsflächeneinheiten zu schaffen und somit das Innenstadtzentrum entsprechend der ausgesprochenen Empfehlungen nachhaltig zu stärken, sollte das Zusammenlegen von Ladenlokalen geprüft und wenn möglich umgesetzt werden. In Folge dieser Maßnahmen könnten ggf. größere Ladeneinheiten für gängige Filialistenkonzepte bereitgestellt werden. Voraussetzung für eine solche Maßnahme ist eine Sensibilisierung von Immobilieneigentümer von geeigneten Objekten. Die Stadtverwaltung selbst kann in solchen Prozessen lediglich als eine steuernde und ggf. moderierende Unterstützerrolle tätig sein.

Als Beispiel für eine erfolgreiche Flächenzusammenlegung sei auf zwei in der nachfolgenden Abbildung dargestellte Projekte aus der Stadt Plauen verwiesen. In diesem sind jeweils zwei bisher getrennte Ladenflächen zusammengelegt worden, sodass zusammenhängende größere Ladenlokale entstanden sind. In dem Fallbeispiel wurden nicht nur zwei nebeneinander gelegene Ladenlokale zusammengelegt (linkes Fallbeispiel), sondern auch zwei Ladenlokale, die hintereinander gelegen sind (rechtes Beispiel), der topographische Höhenunterschied zwischen der Klosterstraße und dem Klostermarkt konnte dabei durch den Einbau einer Treppe innerhalb des Ladenlokals überwunden werden. In Blankenburg (Harz) sollte bspw. eine Flächenzusammenlegung am Markt 3 und 4 sowie der Langen Straße 4 und 39 geprüft werden (vgl. Abbildung 32).

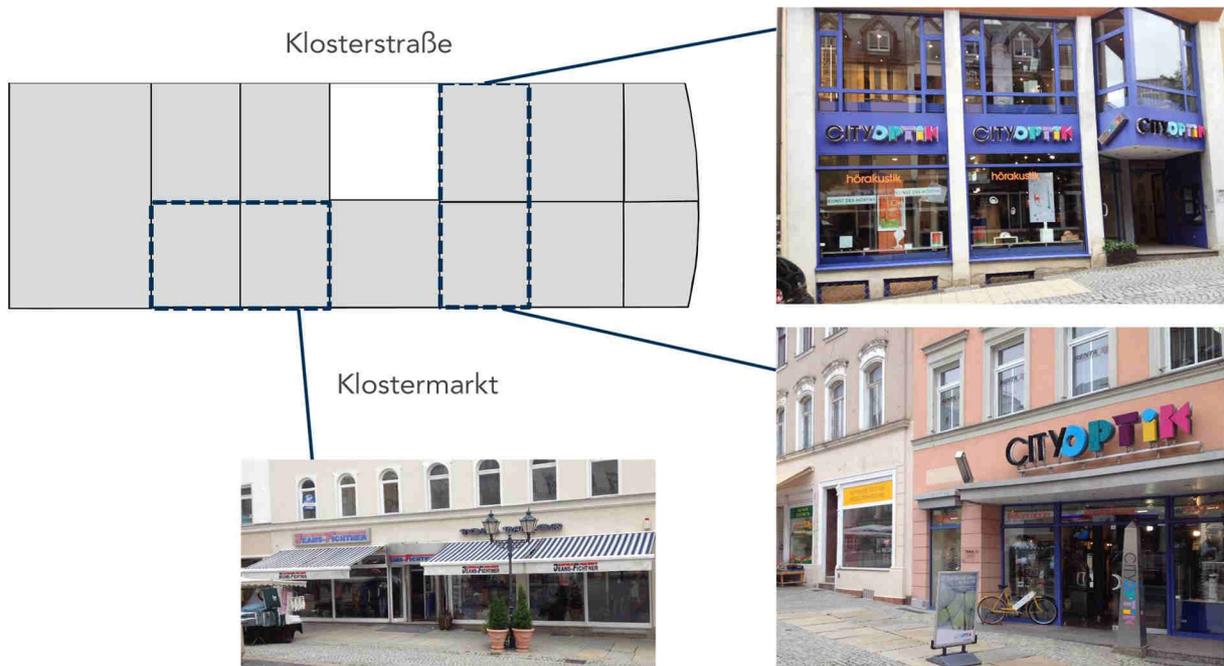


Abbildung 31: Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Plauen

Quelle: Eigene Darstellung; Fotos Stadt + Handel 2013



Abbildung 32: Beispiele für mögliche Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Blankenburg

Quelle: Eigene Darstellung; Fotos Stadt + Handel 2018

Die Innenstadtstruktur von Blankenburg (Harz) ist durch eine Konzentration der Magnetbetriebe im östlichen Bereich der Lange Straße geprägt (Edeka, Aldi, NKD), der Kunde wird somit nur bedingt dazu verleitet die westlichen Bereiche der Innenstadt aufzusuchen, da hier keine größeren frequenzerzeugenden Einzelhandelsbetriebe verortet sind. Mittel- und langfristig sollte deshalb geprüft werden, inwieweit durch umfangreichere Umbaumaßnahmen im rückwärtigen Bereich der Häuser Möglichkeiten zur Schaffung größerflächiger Angebote bestehen. Ziel hierbei sollte die Schaffung einer Knochenstruktur im Bereich der Langen Straße sein, bei der der Kunde dazu verleitet wird, zwischen zwei Polen sich zu bewegen, so dass eine ausgeprägtere Laufelage entsteht. Von einer solchen Laufelage würden insbesondere kleinere Fachgeschäfte, die zwischen beiden Polen gelegen sind profitieren (Generierung von Laufkundschaft). Ein Beispiel für eine erfolgreiche Etablierung von größerflächigen Angeboten in einer durch historische Bebauung geprägten Innenstadt ist in der Stadt Schmölln vorzufinden. Hier ist es sogar gelungen bei Erhaltung der historisch wertvollen Fassadenstrukturen durch

umfangreiche Umbaumaßnahmen einen Kaufland Verbrauchermarkt im Innenstadtzentrum zu etablieren (vgl. Abbildung 33), der wesentlich zu dessen Frequentierung beiträgt. Eine vergleichbare Verkaufsflächengrößenordnung wird auf Grund der Strukturen voraussichtlich in der Blankenburger Innenstadt auch durch umfangreichere Umbaumaßnahmen nicht etablierbar sein, jedoch sollte geprüft werden, inwieweit hierdurch Flächen bspw. für einen größeren Schuhmarkt oder sonstige größere Fachmärkte geschaffen werden können.



Abbildung 33: Beispiel für die Integration eines strukturprägenden Anbieters in kleinteilige, historische Strukturen

Quelle: Eigene Darstellung: Fotos Stadt + Handel 2018

Etablierung von bislang fehlenden Sortimenten in der Innenstadt

Um in der Innenstadt von Blankenburg (Harz) ein attraktives Angebot für Einwohner und Touristen zu etablieren und zu sichern, ist es sinnvoll, ein breites und qualitativ hochwertiges Angebot bereit zu stellen. Um dies umzusetzen, sollten insbesondere Sortimente angesiedelt werden, die bislang in der Blankenburger Innenstadt unterrepräsentiert sind. Betrachtet man dazu die Ergebnisse der Passantenbefragung sowie die noch verfügbaren Verkaufsflächenpotenziale für die Stadt Blankenburg (Harz), so sieht man, dass insbesondere die Sortimente

- Bekleidung,
- Drogerie/ Parfümerie/ Reformwaren und
- regionale Produkte bislang

in Blankenburg vermisst werden (vgl. Abbildung 27). Absatzwirtschaftliche Potenziale sind vor allem in den Warengruppen

- Papier-/Büro-/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher,
- Bekleidung (insbesondere mittel- bis höherpreisig oder spezialisiert),
- Schuhe/Lederwaren sowie
- Uhren/Schmuck

vorhanden (vgl. Kapitel 5.1.3). Typischerweise werden die oben genannten Sortimente in Fachgeschäften angeboten, was der Baustruktur der Innenstadt entgegen kommt³⁵

Regionale Produkte/ Feinkost

Fachgeschäfte für regionale Produkte können neben regionalen Spezialitäten aus dem Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel auch Produkte der Warengruppen Drogerie, Parfümerie, Kosmetik anbieten. Auch eine Kombination mit Literatur aus der Region ist denkbar. Nähere Ausführungen Stärkung regionaler Produkte folgen im untenstehenden Kapitel.



Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren

Auch im Bereich Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren besteht aktuell in Blankenburg (Harz) noch ein gewisses Potenzial für die Etablierung von weiteren Fachgeschäften. Auch die Ergebnisse der Passantenbefragung zeigen, dass in Blankenburg (Harz) diese Sortimente bislang vermisst werden. Daher empfiehlt sich für Blankenburg insbesondere die qualitative Aufwertung und die Etablierung spezialisierte Angebote, beispielsweise junge Mode oder große Größen. Auf Grund der engen Verwandtschaft der beiden in Rede stehenden Sortimente bieten sich auch kombinierte Angebotsformen in Fachgeschäften an.



Uhren/ Schmuck

Neben den oben genannten Fachgeschäften, gibt es in Blankenburg (Harz) ebenfalls noch einen gewissen Arrondierungsspielraum im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck. Auch hier sollte eine Diversifizierung des Angebotes, beispielsweise durch die Betriebsform eines Goldschmiedes (Schwerpunkt Schmuck), erfolgen, da dieses Angebotssegment in der Blankenburger Innenstadt bislang nur in sehr geringem Maß vertreten ist.



³⁵ Quelle: Eigene Darstellung: Fotos Stadt + Handel 2018.

Entscheidend ist in diesem Zusammenhang, dass die Eigentümer, die entsprechenden kostenintensive Umbaumaßnahmen ergreifen, um eine langfristige Nutzungsperspektive für ihre Immobilie in der Innenstadt zu erreichen sowie Händler, die sich neu in der Innenstadt niederlassen wollen, auch über eine gewisse Investitionssicherheit verfügen. So müsste bspw. gewährleistet werden, dass eine Ansiedlung von vergleichbaren Sortimenten im größeren Umfang an autokundenorientierten Standorten ausgeschlossen werden kann.

Stärkung regionaler Produkte

Wie bereits im vorherigen Absatz „Etablierung von bislang fehlenden Sortimenten in der Innenstadt“ erwähnt, zählen auch regionale Produkte zu solchen Sortimenten, die von Einwohnern und Touristen bislang in Blankenburg (Harz) am stärksten vermisst werden. Der Verkauf regionaler Produkte ist hierbei nicht nur für den Tourismus bedeutend, da er das positive Image der Region und der Regionalmarke „Typisch Harz“ fördert, sondern auch in Hinblick auf die Einwohner Blankenburgs sinnvoll, da er identifikationsstiftend wirken kann und das regionale Bewusstsein fördert. Der Verkauf kann über verschiedene Wege erfolgen:

- Kopplung von Verkauf und Dienstleistung (z.B. Touristinfo)
- Verkauf im Fachgeschäft (vgl. untenstehende Abbildung)
- Verkauf auf dem Wochenmarkt (insbesondere Produkte, die nur saisonal angeboten werden, vgl. untenstehender Absatz)



Abbildung 34: Beispiel für Fachgeschäft für regionale Produkte

Quelle: Eigene Darstellung: Fotos Stadt + Handel 2018

Etablierung von Kompetenz-Ankerpunkten

Neben dem Einzelhandel spielen auch die zentrenergänzenden Funktionen als Frequenzbringer eine wichtige Rolle für die Funktionsvielfalt der Innenstadt. Es sollte daher auf die Sicherung bereits bestehender zentrenergänzender Funktionen sowie die gezielte Neuansiedlung solcher Funktionen, wie Banken, Ärzte etc. im Innenstadtzentrum geachtet werden. Für das Innenstadtzentrum Blankenburgs empfiehlt sich zudem die Etablierung von Ankerpunkten an denen Einzelhandel, Dienstleistungen und weitere Funktionen eine gebündelte Angebotskompetenz aufweisen. Beispiele hierfür wären im Bereich Tourismus etwa eine Kombination aus einer Touristen-Information sowie Einzelhandel mit regionalspezifischen Produkten, oder im Bereich Gesundheit eine Kombination aus verschiedenen Ärzten, einer Apotheke, altengerechtem Wohnen und Einzelhandelsbetriebe wie Sanitätshäuser, Anbietern mit Reformwaren o. ä., so dass sich an entsprechenden Standorten ein Gesundheitscluster etablieren kann, das insgesamt eine höhere Kundenfrequenz erzeugt als ein einzelner Betrieb.

Weitere Profilierung des Wochenmarktes

Ein optimaler Wochenmarkt „stärkt auch andere“: Wochenmärkte generieren im Idealfall hohe Besucherfrequenzen; hiervon können auch die unmittelbar benachbarten Nutzungen profitieren. Insofern dient ein gut funktionierender Wochenmarkt deutlich der Belebung des Ladeneinzelhandels, der Gastronomie und anderer Einrichtungen in Teillagen der Fußgängerzonen oder im gesamten Zentrum. Die örtlichen Gewerbetreibenden können ggf. ein erhebliches wirtschaftliches Eigeninteresse an einem Wochenmarkt haben und sollten daher sowohl als Akteure als auch als wichtige örtliche Meinungsbildner in das regionale Wochenmarkt-Konzept einbezogen werden. Die Optimierung eines Wochenmarktes ist als ein Baustein zur angewandten Wirtschaftsförderung und zur Sicherung bzw. Weiterentwicklung der örtlichen Zentrenstruktur im Sinne der Stadtentwicklung und des Städtebaus zu verstehen.

In Blankenburg (Harz) findet der Wochenmarkt aktuell auf dem Tummelplatz statt (s. nachfolgende Abbildung), nachdem der ehemalige Standort Lange Straße durch die Öffnung für den motorisierten Individualverkehr aktuell nicht zur Verfügung steht. Auf Grund der ausgeprägten Topographie Blankenburgs sowie der für den Verkehr geöffneten Hauptlage ergeben sich nur wenige Alternativflächen. Der Tummelplatz als zentraler Platz im Innenstadtzentrum bietet hier eine der wenigen Möglichkeiten zur Etablierung eines entsprechenden Marktes.



Abbildung 35: Tummelplatz als Standort des Wochenmarktes in Blankenburg (Harz)

Quelle: Eigene Aufnahme Stadt + Handel 2017.

Für die weitere Profilierung und Stärkung des Wochenmarktes in Blankenburg ergeben sich folgende Handlungsfelder:

- **Sortiment**
Die Angebotsstruktur, die grundsätzliche Qualität und Vielfalt der Waren stehen hier im Fokus. Das Sortiment sollte das bereits vorhandene Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel im Innenstadtzentrum ergänzen und vorhandene Lücken schließen (z.B. regionale, saisonale Produkte, Frischeware).
- **Händlerstruktur**
Leistungsträger und starke Frequenzbringer sind auf dem Wochenmarkt zu integrieren, um ein breites Publikum anzulocken. Hier sollte vor allem auf regionale Anbieter gesetzt werden, um sich von der Konkurrenz (bspw. Lebensmittelmärkte) abzusetzen. Für kleinere regionale Anbieter/Direkterzeuger kann ein gemeinsamer Verkaufsstand sinnvoll sein.
- **Alleinstellungsmerkmale**
Es sollte eine Abgrenzung und Profilierung gegenüber anderen Wochenmärkten und dem stationären Einzelhandel stattfinden. Der Wochenmarkt kann sich beispielsweise durch den Fokus auf regionale oder hochwertige Produkte ein stand-alone Merkmal schaffen. Auch durch eine Umbenennung und eine offensive Vermarktung dieses Namens kann sich der Wochenmarkt in Blankenburg (Harz) ein Alleinstellungsmerkmal schaffen.
- **Anbindung**
Bisher besteht eine kritische Anbindung des Wochenmarktes an die Hauptlage, mit nur gering ausgeprägten wechselseitigen Effekten. Hier sollte beispielsweise durch eine Standanordnung, welche der Langen Straße zugewandt ist und Werbebanner zwischen dem Tummelplatz und der Langen Straße eine attraktivere Anbindung geschaffen werden. Auch durch sog. „Satelliten“, kleine wöchentlich wechselnde Probierstände in der Hauptlage, kann eine bessere Integration erreicht werden.

- **Erlebnisfaktor**

Auch auf dem Wochenmarkt spielt die Aufenthaltsqualität sowie der Erlebnisfaktor eine wichtige Rolle. Durch gezielte, jahreszeitlich angepasste Aktionen und spezielle Kooperationspartner lassen sich diese Faktoren deutlich verbessern und neue Zielgruppen ansprechen.

Prüfauftrag: Einrichtung eines Shuttlebusses zwischen Innenstadtzentrum und Nordharzcenter

Um die Standorte Innenstadtzentrum und Nordharzcenter besser zu verknüpfen, soll die Idee der Einrichtung eines kostenlosen Shuttlebusses vom Nordharzcenter ins Innenstadtzentrum geprüft werden. Damit soll für Kunden am Nordharzcenter ein Anreiz und Impuls gesetzt werden, auch das Innenstadtzentrum zu besuchen.

Problemstellung:

- Aktuell ist keine Ergänzung des Angebots der beiden Standortbereiche festzustellen. Dem Innenstadtzentrum fehlen bislang attraktive Magnetbetriebe, welche das Angebot des Nordharzcenters ergänzen (und nicht eher in Konkurrenz zu diesem stehen) und die Kunden vom Nordharzcenter in die Innenstadt locken.
- Durch einen kostenlosen Shuttlebus zwischen dem Nordharzcenter und dem Innenstadtzentrum Blankenburgs besteht die Gefahr, potenzielle Kaufkraft vom Innenstadtzentrum an den Standort Nordharzcenter zu lenken.
- Sofern sich perspektivisch eine wesentliche Stärkung des Angebotes des Innenstadtzentrums ergeben sollte, das auf Grund seiner Ausrichtung das Angebot des Nordharzcenters ergänzt, sollte eine entsprechende Etablierung eines Shuttlebusses geprüft werden.

6.1.4 Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße

Der zweite zentrale Versorgungsbereich wird durch den Standortbereich an der Neuen Halberstädter Straße gebildet. Im Gegensatz zum Innenstadtzentrum weist das Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße einen deutlich geringeren Besitz an Einzelhandelsbetrieben sowie zentrenergänzenden Funktionen auf. Der Angebotsschwerpunkt wird durch nahversorgungsrelevante Angebote gebildet. Das Nahversorgungszentrum weist auf Grund seine Integration in ein Wohngebiet der Plattenbauweise eine hohe Bedeutung für die Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete sowie die nördlichen Bereiche der Kernstadt auf.

Die folgende Abbildung verdeutlicht die städtebaulich begründete Festlegung für das integrierte Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße. Es umfasst neben den Magnetbetrieben Edeka und Norma auch kleinflächige Fachgeschäfte. Dabei handelt es sich v. a. um Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Angebot. Ebenso sind wichtige zentrenergänzende Funktionen des Nahversorgungszentrums dargestellt. Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich, diese wird in der folgenden Abbildung für das Nahversorgungszentrum dargestellt.



Abbildung 36: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße

Quelle: Eigene Darstellung nach Bestandserhebung Stadt + Handel 11/2017; Kartengrundlage: Stadt Blankenburg (Harz)

- Östlich wird der zentrale Versorgungsbereich durch die Karls-Zerbst-Straße begrenzt. Die daran anschließenden Lagebereiche werden ausschließlich durch Wohnfunktion geprägt. Westlich wirkt die Neue Halberstädter Straße limitierend.
- Im Norden, Osten und Süden umschließt eine Wohnsiedlung der Plattenbauweise den Nahversorgungsbereich. Dieses Gebiet stellt vorwiegend den Naheinzugsbereich des ansässigen Einzelhandels dar.
- Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs befindet sich ein Edeka Supermarkt mit einem modernen Marktauftritt sowie der

Lebensmitteldiscounter Norma. Zudem sind weitere kleinflächige nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe sowie zentrenergänzende Funktionen angesiedelt. Den südöstlichen Schlusspunkt des zentralen Versorgungsbereichs bildet ein Blumenfachgeschäft.

Die Entwicklungszielstellung sollte dabei die Sicherung und die qualitative Weiterentwicklung des standörtlichen Nahversorgungsangebotes sowie eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität sein (vgl. nachfolgende Tabelle).

Tabelle 7: Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch...

- Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion
- Gezielter, aber zugleich zugunsten des Innenstadtzentrums begrenzter Ausbau der Angebots- und Branchenvielfalt
- Untergeordnet auch Ansiedlung von Betrieben mit Sortimenten aus dem zentrenrelevanten Bedarfsbereich für eine erweiterte Grundversorgung des Naheinzugsbereichs – überwiegend die nördliche Kernstadt Blankenburgs (keine großflächigen Betriebe), abgestimmte Entwicklung mit dem Innenstadtzentrum, wo entsprechende Angebote prioritär angesiedelt werden sollte.
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Nahversorgungszentrum durch Aufwertung des öffentlichen Raums

Quelle: eigene Darstellung

6.2 DAS NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde im Kapitel 4.5 analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Blankenburg (Harz) ausgesprochen. Zu den spezifischen Rahmenbedingungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Blankenburg (Harz) zählt eine Verteilung der großen nahversorgungsrelevanten Anbieter (Aldi, Lidl, Norma, Netto, Penny, Real) über die Kernstadt Blankenburgs. Während vier Lebensmittelmärkte (Edeka, Aldi, Norma) in zentralen Versorgungsbereichen verortet sind, befinden sich die weiteren Märkte überwiegend in den weiteren städtebaulich integrierten Lagen. Drei Märkte befinden sich in nicht integrierten Lagen (real am Nordharzcenter, Aldi an der Lerchenbreite, Penny an der Neuen Halberstädter Straße).

In weiten Teilen der Kernstadt ist eine fußläufige Nahversorgung im ausreichenden Maße gesichert. Lediglich in Randbereichen ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit als nicht mehr optimal zu werten.

Handlungsprioritäten

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Blankenburg (Harz) ist stark begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten tragfähiger absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder

kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Blankenburg (Harz) aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN BLANKENBURG (HARZ)

1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche (durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten sowie der Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten)

2. Priorität: Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung

- Sicherung und Entwicklung von Standorten in siedlungsstrukturell integrierten Lagen zur Weiterentwicklung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung (Sicherung der Standorte in integrierten Lagen durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten, sowie der Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten)
- Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage: restriktiver Umgang mit weiteren Betriebsansiedlungen bzw. –erweiterungen

Sonstiges:

- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, An-dienung, Parkplätze und Service

An nicht integrierten Standorten

- Keine weitere Ansiedlung und wesentliche Verkaufsflächenerweiterung an nicht integrierten Standorten
- Ausnahmsweise können geringfügige Änderungen der Verkaufsfläche vorgenommen werden (bspw. innerhalb des Gebäudes, im Sinne eines dynamischen/aktiven Bestandsschutzes), sofern eine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der verbrauchernahen Nahversorgung ausgeschlossen werden kann.

Quelle: Eigene Darstellung

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap. Ansiedlungsleitsätze). Diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des zentralen Versorgungsbereichs als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

Sofern innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs nachweislich keine geeigneten Flächen für Neuansiedlungen zur Verfügung gestellt werden können, ist es möglich, Entwicklungsflächen für die Ansiedlung eines einzelhandelsbasierten Nahversorgungsvorhabens, wenn es außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Blankenburgs, aber in unmittelbarer räumlicher Nähe liegt, in den zentralen Versorgungsbereich aufzunehmen. Dies ist an eine intensive Einzelfallprüfung geknüpft, welche mindestens folgende Prüfungskriterien enthalten sollte:

- Für das Einzelhandelsvorhaben stehen in den zentralen Versorgungsbereichen Blankenburgs nachweislich³⁶ keine Entwicklungsflächen zur Verfügung.
- Das Einzelhandelsvorhaben ist mit der Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich funktional abgestimmt (sowohl sortiments- als auch verkaufsflächenbezogen) und ergänzt/arrondiert das Angebot im zentralen Versorgungsbereich.
- Die Entwicklungsfläche steht in einem direkten städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit einem der zentralen Versorgungsbereiche Blankenburgs.
- Die Erweiterung entspricht einer stadtentwicklungspolitisch abgewogenen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs (als Ganzes) und ist abgestimmt mit den gesamtstädtischen Leitsätzen zu verkaufs-, standorts- und sortimentsbezogenen Fortentwicklung der Blankenburger Einzelhandelsstruktur.

Zur Analyse der stadtentwicklungspolitischen Tragweite der Erweiterung sollte stets eine intensive Einzelfallbetrachtung inkl. eines städtebaulichen Konzepts für das betreffende Ansiedlungsvorhaben und dem zentralen Versorgungsbereich erarbeitet werden. In diesem sollten insbesondere die aktuellen und künftig möglichen Kundenlaufwege sowie die sonstigen funktionalen, städtebaulichen und stadtgestalterischen Bezüge innerhalb des bestehenden Zentrums zu dessen, zu untersuchenden, Erweiterungsbereich thematisiert werden. Eine solcherlei vorbereitete und abgewogene räumliche Ausweitung des zentralen Versorgungsbereichs sollte vom zuständigen Ratsgremium durch Beschluss gebilligt werden.

Wie in den Empfehlungen zur Nahversorgung (vgl. vorstehende Tabelle) formuliert, ist in Blankenburg (Harz) vorrangig das Nahversorgungsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen zu sichern und weiterzuentwickeln. Hinsichtlich der Weiterentwicklung der Nahversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen in Blankenburg (Harz) ist auf die Empfehlungen für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche in Kapitel 6.1.3) hinzuweisen.

Nachgeordnet ist das Nahversorgungsangebot in den städtebaulich integrierten Lagen zu sichern und weiterzuentwickeln. Im Fokus sollen dabei insbesondere jene Siedlungsbereiche stehen, in denen bislang keine umfängliche fußläufige Nahversorgung möglich ist. Des Weiteren sollten insbesondere jene Standorte weiterentwickelt werden, in denen eine hohe Mantelbevölkerung vorhanden ist, und in denen sich nicht mehrere fußläufige Einzugsbereiche unterschiedlicher Lebensmittelmärkte überschneiden.

Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in städtebaulich integrierten Lagen sollten überwiegend der gebietsbezogenen Nahversorgung dienen und folgende Grundvoraussetzungen erfüllen:

³⁶ Dieser Nachweis sollte sich nicht an kurzfristiger, einzelflächenbezogener Verfügbarkeit, sondern langfristigen strukturellen Entwicklungsoptionen unter Beachtung absehbarer Standortanforderungen der Betreiber orientieren.

- Das Vorhaben dient überwiegend der Nahversorgung (90 % nahversorgungsrelevantes Sortiment, angemessene Verkaufsflächendimensionierung)
- Vorhabenstandort ist städtebaulich integriert und von Wohnsiedlungsbereichen aus fußläufig erreichbar
- Standort weist möglichst eine ÖPNV-Anbindung auf

Eine angemessene Verkaufsflächendimensionierung ist dabei von der Höhe der Mantelbevölkerung abhängig. Zur Ermittlung einer entsprechenden Verkaufsflächendimensionierung dient das nachfolgende Prüfschema:

1. Prüfschritt:

i.d.R. 35 - 50 % Kaufkraftabschöpfung der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich (i.d.R. bis zu 1.000 Meter fußläufig, abhängig von Siedlungsstruktur/Barrieren etc.) des Vorhabens

2. Prüfschritt:

i. d. R. keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des Nahbereichs mit dem Nahbereich der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche

3. Prüfschritt:

i.d.R. Sicherung oder Optimierung der fußläufigen Nahversorgung oder der Angebotsqualität

Wenn positiv, dann:

4. Prüfschritt:

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf ZVB und Nahversorgung

Abbildung 37: Nahversorgungsprüfschema für Vorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – Ableitung einer angemessenen Vorhabendimensionierung

Quelle: Eigene Darstellung.

Erfüllt ein Lebensmittelmarkt-Vorhaben die o. g. Grundvoraussetzungen und ist die projektierte Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Mantelbevölkerung hinreichend dimensioniert (vgl. vorstehende Abbildung), ist eine weitere absatzwirtschaftliche Prüfung nicht zwingend erforderlich (bei Vorhaben > 800 m² Verkaufsfläche aber dennoch ratsam und im formellen Planverfahren ohnehin erforderlich).

Wird im Rahmen der Bewertungsschritte ermittelt, dass die Kriterien zu einem überwiegenden Anteil, aber nicht vollständig, erfüllt werden, ist eine Untersuchung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die bestehende Nahversorgungsstruktur ratsam, etwa in Form eines städtebaulichen Verträglichkeitsgutachtens.³⁷

- Grundsätzlich sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Basis einer validen und nachvollziehbaren Methodik zu ermitteln

³⁷ Die Kosten einer solchen ergebnisoffenen gutachterlichen Untersuchung bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben unterhalb der Vermutungsregel des § 11 Abs.3 (800 m² VKF) trägt i.d.R. die Kommune, oberhalb dieser Schwelle liegt die Pflicht zur Widerlegung der Vermutungsregel beim Vorhabenträger, die Kosten der Untersuchung sind somit von ihm zu tragen.

und darzustellen. Dabei sind für die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auch realistisch zu erwartende maximale Flächenproduktivitäten zu verwenden.

- Neben der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) ist in diesem Fall vor allem eine städtebaulich begründete Analyse und eine städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsziele für die (untersuchungsrelevanten) zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsstrukturen zu erbringen. Dabei sind auch mögliche Strukturverschiebungen in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung. Die vieldiskutierte 10 %-Schwelle sollte bei der städtebaulichen Einordnung der Umsatzumverteilungen vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen kritisch gewürdigt werden.

Sollte durch die Ersteinschätzung eines Vorhabens festgestellt werden, dass die genannten Voraussetzungen ganz überwiegend zu einer negativen Einschätzung eines Vorhabens führen, wird empfohlen, das Vorhaben mit Bezug auf die Ziele dieses Nahversorgungskonzepts notfalls bauleitplanerisch zu verhindern, jedenfalls aber nicht durch die Aufstellung eines Bebauungsplans zu fördern.

Sofern sich über das vorgenannte städtebaulich begründete Prüfschema Vorhaben als positiv im Sinne der Optimierung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen darstellen, liegen aus fachlicher Sicht wesentliche Argumente für eine landesplanerische Verträglichkeit vor.

Empfehlungen für die Blankenburger Ortsteile

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Außerhalb der Kernstadt bestehen lediglich im Ortsteil Derenburg zur Zeit der Bestandserhebung (11/2017) weitere strukturprägenden Lebensmittelmärkte. Die dort ansässigen Lebensmitteldiscounter NP Discount und Netto spielen eine bedeutende Rolle für die verbrauchernahe Nahversorgung sowohl in Derenburg als auch für die benachbarten Ortsteile, den Fortbestand entsprechender Lebensmittelmärkte in Derenburg gilt es somit auch für die nächsten Jahre zu sichern und weiterzuentwickeln.



Abbildung 38: Lebensmitteldiscounter im Ortsteil Derenburg

Quelle: Eigene Darstellung: Fotos Stadt + Handel 2017.

In den weiteren Ortsteilen sind keine weiteren strukturprägenden Lebensmittelmärkte verortet, hier bestehen lediglich kleinteilige nahversorgungsrelevante Angebote, wie beispielsweise Lebensmittelgeschäfte, Hofläden, Bäcker und Fleischer (vgl. nachfolgende Tabelle).

Tabelle 8: (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Blankenburg (Harz)

Orsteile	Ausstattung
Börnecke	Lebensmittelgeschäft, Hofladen
Derenburg	2 Discounter, 2 Bäcker, 1 Fleischer
Hüttenrode	2 Lebensmittelgeschäfte
Timmenrode	1 Bäckerei
Wienrode	1 Fleischer

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017.

Diese übernehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen für die örtliche Bevölkerung. Für strukturprägende Lebensmittelmärkte wird außerhalb der Kernstadt in keinem Ortsteil bis auf Derenburg die hierfür notwendige Mantelbevölkerung von 1.500 bis 3.000 (in Abhängigkeit von den örtlichen Strukturen) erreicht, so dass diese kaum rentabel betrieben werden könnten.

In Zukunft sollte deshalb der Fokus in diesen Lagen auf alternativen Vertriebskonzepten und Versorgungsangeboten liegen. Dazu gehören:

- Kleinflächenkonzepte
- Mobiler Handel (Verkaufswagen)
- „Gebündelter“ mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion“)
- Liefer- und Bestellservice
- Hofläden

Gerade der mobile Handel in Form von Verkaufswagen ist im ländlichen Raum eine Alternative die Nahversorgung sicherzustellen, entweder als Spezialanbieter (z. B. Eier oder Fleisch) oder mit einem breiter gefächerten Sortiment als mobiler Laden. Eine zeitliche wie räumliche Bündelung mehrerer Verkaufswagen bietet zudem die Möglichkeit der Schaffung eines „Minimarkts“ mit einem vielfältigeren Angebotsspektrum.

Darüber hinaus können an Einzelhandelsbetriebe angegliederte Bringdienste das Nahversorgungsangebot in einem Ort ergänzen und durch Attraktivitätssteigerung gleichzeitig dessen Marktdurchdringung erhöhen. Bisher gibt es in diesem Bereich jedoch keinen bundesweit tätigen Anbieter und auch hinsichtlich der Ausgestaltung der Angebote lassen sich deutliche Unterschiede feststellen.³⁸

Eine weitere Alternative, die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen, sind Hofläden, welche meist als Direktverkauf landwirtschaftlicher Betriebe dienen. Diese Läden bieten zudem die Möglichkeit, durch eine Erweiterung einen

³⁸ Vgl.: Beckmann et al (2007): S. 51.

Multifunktionsladen zu gestalten, welche dem Konsumenten, ähnlich wie Nahversorgungsagglomerationen oder Zentren vielfältige Kopplungsmöglichkeiten bieten können.

In einigen Ortsteilen Blankenburgs gibt es aktuell bereits mobile Bäcker und Fleischer sowie eine mobile Sparkasse. Dieses Angebot gilt es zu sichern und auszubauen.

Im Ortsteil Börnecke gibt es zudem aktuell die Projektidee „Große Emma“, eine Kooperation mehrerer Akteure der Daseinsvorsorge (u. a. Sparkasse) im Rahmen der Regionalförderung, deren Funktionen an einem Standort gemeinsam gebündelt angeboten werden. Die Etablierung wäre gerade in Hinblick auf den demographischen Wandel und die damit verbundene stark alternde Bevölkerungsstruktur von großer Bedeutung für die Versorgung des Ortsteils und sollte weiter fokussiert werden.

EXKURS STANDORTBEREICH NORDHARZCENTER I

- Mit rd. 20 % der Betriebe und rd. 56 % der Verkaufsfläche weist der Standort Nordharzcenter ein deutliches städtebauliches Gewicht in der Einzelhandelslandschaft Blankenburgs auf
- Angebotsschwerpunkt liegt im Schwerpunkt im mittel- und langfristigen Bereich, mit rd. 30 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel ist jedoch auch ein erhebliches Standortgewicht im kurzfristigen Bedarfsbereich am Nordharzcenter verortet.
- Neben nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist am Standort auch ein hoher Verkaufsflächenanteil zentrenrelevanter Sortimente (u.a. Bekleidung (rd. 67 %), Schuhe/Lederwaren (rd. 60%), GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör (rd. 77 %) vorhanden.

Auf Grund der landes- und regionalplanerischen Vorgaben stellt der weitere planerische Umgang mit dem Nordharzcenter eine besondere Herausforderung dar. Denkbar sind hierbei drei Entwicklungsperspektiven:

1. Beibehaltung des planerischen Status-Quo, keine Aufstellung eines Bebauungsplans

Bis zur Aufhebung der mittelzentralen Teilfunktion Blankenburg (Harz) im Zuge der Fortschreibung des LEP Sachsen-Anhalt 2010 bestand am Standort Nordharz Center ein Bebauungsplan, der u.a. die Höhe der Verkaufsfläche festschrieb. Im Zuge der Zurückstufung Blankenburgs zu einem Grundzentrum wurde der entsprechende Bebauungsplan aufgehoben, am Standort ist dabei aktuell im Flächennutzungsplan eine Weißfläche dargestellt ist. Einzelhandelsplanvorhaben am Standort sind somit aktuell nach § 34 (3) BauGB zu prüfen. Bei dieser Prüfung würde lediglich geprüft inwieweit ein konkretes Planvorhaben schädliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsstrukturen von **faktischen** zentralen Versorgungsbereichen hat. Es findet weder eine Prüfung der Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen noch auf die Entwicklungsperspektive von zentralen Versorgungsbereichen statt.

Landes- und regionalplanerische Vorgaben sowie Vorgaben aus städtebaulichen Entwicklungskonzepten (bspw. Integrierte Stadtentwicklungskonzepte, Einzelhandelskonzept) sind nicht prüfungsrelevant.

Quelle: eigene Darstellung

EXKURS STANDORTBEREICH NORDHARZCENTER II

2. Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Beschränkung der Verkaufsflächen auf den Status quo

Durch die Aufstellung eines Bebauungsplanes kann der Standortbereich Nordharzcenter eine Begrenzung der zulässigen Verkaufsfläche erwirkt werden. Hierbei könnte die Verkaufsfläche des Standortes auf die bereits realisierten Verkaufsflächen begrenzt werden, ein weiterer Verkaufsflächenausbau am Standort wäre somit nicht mehr möglich.

Begründet werden könnte eine solche erhebliche Einschränkung der standörtlichen Entwicklungsmöglichkeiten über die bereits bestehenden Konkurrenzbeziehungen zu den zentralen Versorgungsbereichen und den integrierten Nahversorgungsmärkten sowie über die städtebaulichen Zielstellungen in Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung in dem Innenstadtzentrum.

Da gemäß Ziel Z 46 des LEP Sachsen-Anhalt eine Ausweisung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel nur in städtebaulich integrierten Lagen vorgenommen werden darf, müsste eine entsprechende Überplanung des Standortbereiches in enger Abstimmung mit der Landes-/Regionalplanung vorgenommen werden. Sofern keine weiteren Möglichkeiten zur Aufstellung eines Bebauungsplanes am Standort bestehen sollten, wäre ein Zielabweichungsverfahren durchzuführen.

3. Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Begrenzung der Verkaufsflächen und der Einberaumung von gewissen Entwicklungsmöglichkeiten.

Bei dieser Entwicklungsperspektive wird wie bei der vorstehenden Variante für den Standortbereich ein Bebauungsplan aufgestellt und eine Verkaufsflächenbegrenzung vorgenommen. Allerdings werden hier die Interessen des Eigentümers im Rahmen einer Abwägung höher gewichtet und ihm gewisse Verkaufsflächen-Entwicklungsmöglichkeiten am Standort einberaumt. Der sortimentsgenaue Verkaufsflächenumfang des Entwicklungsspielraumes müsste dabei im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse ermittelt werden. Eine mehr als unerhebliche Beeinträchtigung von zentralen Versorgungsbereichen und der Nahversorgungssituation soll dabei ausgeschlossen werden können.

Quelle: eigene Darstellung

6.3 SORTIMENTSLISTE FÜR DIE STADT BLANKENBURG (HARZ)

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

6.3.1 Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsbestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der

Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzepts zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.³⁹ Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

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

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

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

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

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

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

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

Quelle: eigene Darstellung

Obschon in einigen Sortimenten eine räumlich nicht eindeutige Vorprägung (Verteilung der Verkaufsflächen) erkennbar ist, weisen zahlreiche Sortimente

³⁹ Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

aufgrund der angeführten Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz (Besucherfrequenz, Integrations-fähigkeit, Kopplungsaffinität, Transport-fähigkeit; s. hierzu die entsprechende Textbox) die Voraussetzung zur Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment auf. Da diese Sortimente – gemäß den im vorliegenden Einzelhandelskonzept formulierten Zielstellungen – zur Stärkung und Differenzierung der Bestandsstrukturen in dem zentralen Versorgungsbereich von wesentlicher Bedeutung sind, werden folgende Sortimente trotz ihrer derzeitigen prozentual höchsten Verortung in den städtebaulichen Lagekategorien städtebaulich integrierte Lage (siL) und städtebaulich nicht integrierte Lage (niL) als **zentrenrelevant bzw. zentren- und nahversorgungsrelevant** definiert:

- Bekleidung
- Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör
- Glas/Porzellan/Keramik
- Handarbeitsbedarf/ Kurzwaren/ Meterware
- Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Hausrat/Haushaltswaren
- Heimtextilien/Gardinen
- Kinderwagen
- Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Bastelbedarf
- Schuhe/Lederwaren
- Spielwaren
- Uhren/Schmuck
- Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel),
- Bilder/Poster/Bilderrahmen
- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie, Kosmetik/Parfümerie
- (Schnitt-) Blumen
- Zeitungen/Zeitschriften

Außerdem werden aufgrund ihrer positiven Beurteilung der relevanten Kriterien für Zentrenrelevanz weitere Sortimente als **zentrenrelevant** definiert, für welche in Blankenburg (Harz) bislang kein Angebot besteht:

- Musikinstrumente und Musikalien

Bezüglich der oben stehenden Sortimente ist festzuhalten, dass diese regelmäßig in (z. T. auch kleinflächigen) Fachgeschäften angeboten werden. Eine Integration in die Bestandsstrukturen des zentralen Versorgungsbereichs ist möglich, so dass im Rahmen des Versorgungsauftrages bzgl. des qualifizierten Grundbedarfs insgesamt eine realistische Zielperspektive für die Ansiedlung der Sortimente in dem zentralen Versorgungsbereich festgestellt werden kann.

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in Blankenburg (Harz) als sog. „Blankenburger Liste“.

6.3.2 Sortimentsliste für die Stadt Blankenburg (Harz) („Blankenburger Liste“)

Tabelle 9: Sortimentsliste für die Stadt Blankenburg (Harz) („Blankenburger Liste“)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Computer (PC-Hardware und - Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/ Porzellan/ Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtü- cher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/ Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegen- ständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/ Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä.)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikeln
Telekommunikationsartikel	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
Uhren/ Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck

Unterhaltungselektronik (inkl. Ton- und Bildträger)	47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Waffen/ Jagdbedarf/ Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf)
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)

Quelle: eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 11/2017

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

Zentren- sowie nahversorgungsrelevante Sortimente

(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Blumen)
Drogeriewaren, Parfümerieartikel und Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/ Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen

Quelle: eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 11/2017.

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

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
Nicht zentrenrelevante Sortimente⁴⁰		
Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzept der Stadt Blankenburg (Harz) als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.		
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u.a. Bettdecken, Kopfkissen u.a. Bettwaren)
Baumarktsortiment i. e. S.	aus 47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel)
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Erotikartikel	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Lampen/ Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
Pflanzen/ Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2017.

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

⁴⁰ Kurzform für nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

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

6.4 ANSIEDLUNGSLEITSÄTZE FÜR DIE STADT BLANKENBURG (HARZ)

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

6.4.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von Entwicklungsleitlinien, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, des künftigen Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts sowie eine Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Leistungsbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftiger ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Blankenburger Einzelhandels insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

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

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

6.4.2 Ansiedlungsleitsätze

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Blankenburg (Harz) empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden,

⁴¹ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Blankenburg (Harz), insbesondere des ZVB Innenstadtzentrum.

um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.

- **Im Innenstadtzentrum:** unbegrenzt (Positivraum)⁴²
- **Im Nahversorgungszentrum:** Mit der Innenstadt abgestimmte Entwicklung kleinflächiger Angebote (ergänzender Grundbedarf, i.d.R. Fachgeschäftgröße), Umstrukturierungen/Nachnutzungen gemäß der Empfehlungen im Zentren- und Standortkonzept
- **Restriktiver Umgang an nicht integrierten Standorten**

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen grundsätzlich im Innenstadtzentrum zulässig sein. Damit kann das Innenstadtzentrum seiner heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig soll eine Streuung solcher wichtigen Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber dem Innenstadtzentrum sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im Innenstadtzentrum als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebots beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Innenstadtzentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich beim Innenstadtzentrum um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Gemäß Leitsatz I sollen kleinflächige Angebote mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch im Nahversorgungszentrum zulässig sein, sofern sie als Ergänzung des Nahversorgungsangebotes im Sinne eines erweiterten Grundbedarfs dienen und mit dem Innenstadtzentrum abgestimmt sind (i.d.R. Fachgeschäftgröße). Zusätzlich zu den vorgenannten Regelungen können kleinere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den städtebaulich integrierten Lagen in begrenztem Maße zulässig sein, um das überwiegend auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell begrenzt zu ergänzen. Der empfohlene Bezug auf die Versorgungsaufgabe „des engeren Gebiets“ zielt darauf, dass an dieser Standortkategorie keine Fachmärkte entstehen, die gegenüber einzelnen zentralen Versorgungsbereichen zu einem zu großen Gewicht der sonstigen integrierten Lagen führen würde. Demzufolge zielt diese Regelung auf die Zulässigkeit kleiner Fachgeschäfte, die bereits heute in den sonstigen integrierten Lagen in dieser begrenzten Größenordnung vorhanden sind.

Leitsatz II: Zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist primär in zentralen Versorgungsbereichen und zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an städtebaulich integrierten Standorten zur Sicherung der fußläufigen bzw. der verbrauchernahen Versorgung anzusiedeln oder auszubauen.

- **In den zentralen Versorgungsbereichen**, sofern negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche (auch die der Nachbarkommunen)

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

und auf die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtigungsverbot).

- **Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs** auch an städtebaulich integrierten Standorten zur Sicherung der fußläufigen bzw. der verbrauchernahen Versorgung, sofern es zur Sicherung der flächendeckenden Nahversorgung beiträgt, negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtigungsverbot) und es mit den konzeptionellen Aussagen zur Entwicklung der Nahversorgung korrespondiert.

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen haben, sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment primär in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten *außerhalb* der zentralen Versorgungsbereiche kann ein Nahversorgungsangebot nachrangig empfohlen werden. Dabei soll (gemäß der „übergeordneten Entwicklungszielstellungen“) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei die zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen oder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Leitsatz III: Eine Ansiedlung von sondergebietspflichtigem, großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment⁴³ ist gemäß LEP Sachsen-Anhalt in Blankenburg (Harz) nicht möglich.

- Empfehlung: Ausnahmeregelung: Umwandlung zentrenrelevanter Sortimente am Sonderstandort Nordharzcenter in nicht zentrenrelevante Sortimente (abzustimmen mit der Regionalplanung).
- Dabei ist die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente⁴⁴ auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche und maximal 800 m² je Betrieb zu begrenzen – eine weitere Begrenzung der zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen getroffen werden.
- Darüber hinaus können kleinflächige Anbieter mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden.

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

⁴³ Im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

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

7

Zusammenfassung der: Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen

Die Stadt Blankenburg (Harz) verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit einer klar definierten Versorgungsaufgabe. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten. In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen.

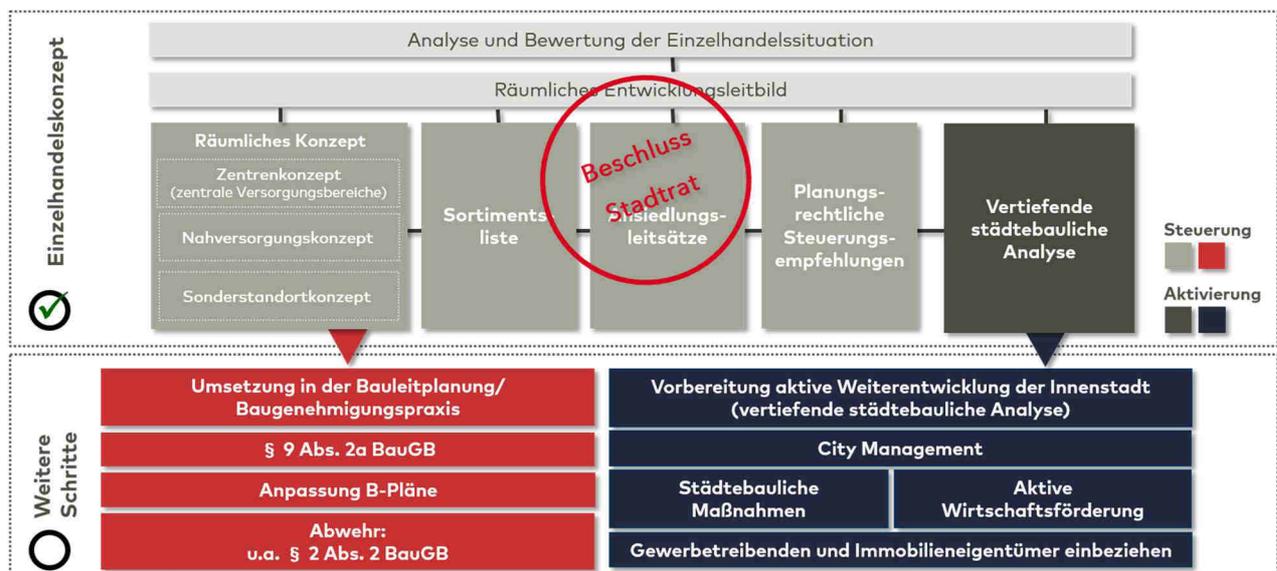


Abbildung 39: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik
Quelle: Eigene Darstellung

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-) Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

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

8 Anhang

Literaturverzeichnis

LITERATUR UND HANDELSFACHDATEN

BBSR/HDE (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren, Bonn.

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

BMVBS (2013): Nahversorgung in ländlichen Räumen

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

DSSW (2012): Wirkung von Einkaufszentren auf die Innenstadt, Berlin.

EHI (2012, 2013): Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Daten zu Verkaufsflächen und Umsätzen im Einzelhandel/Lebensmitteleinzelhandel. Abrufbar unter Handelsdaten.de

Hahn-Gruppe (2006 - 2017): Real Estate Report Germany der Jahre 2006 – 2016/17. Bergisch Gladbach

IFH (2008-2017) - Institut für Handelsforschung: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Jahre 2008 bis 2017.

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

Läpple, Dieter (2003): Thesen zur Renaissance der Stadt in der Wissensgesellschaft. In: Jahrbuch StadtRegion 2003, S. 61 - 77.

Ministerium für Bauen und Verkehr, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie (2008): Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW), Düsseldorf

Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Sachsen-Anhalt (2010): Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt.

Regionale Planungsgemeinschaft Harz/Magdeburg (2009): Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Harz.

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

Statistisches Bundesamt (2014a): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2013. Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2014b): Konsumausgaben privater Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken

WABE-Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2006. Berlin

SONSTIGE QUELLEN

Website Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland: www.bevh.org

Website EHI – handelsdaten.de: www.handelsdaten.de

Website HDE: www.einzelhandel.de

Website Statistisches Bundesamt (Destatis): www.destatis.de

Website Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt: <https://www.statistik.sachsen-anhalt.de/>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)	8
Abbildung 2:	Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept	15
Abbildung 3:	Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 2000 bis 2016	18
Abbildung 4:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz (Brutto/im engeren Sinne) in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 mit Prognose für 2017	19
Abbildung 5:	Entwicklung der Betriebszahl im Lebensmitteleinzelhandel	20
Abbildung 6:	Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland nach Betriebsformen	22
Abbildung 7:	Spanne der Verkaufsflächen nach Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	23
Abbildung 8:	Entwicklung der Anzahl der Drogeriemärkte in Deutschland 2006-2016	24
Abbildung 9:	Erreichbarkeit von Supermärkten und Discountern (Realentfernung in m) nach Kreistypen*	27
Abbildung 10:	Entwicklung der Konsumausgaben und des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland 2000-2016	28
Abbildung 11:	Einzelhandelsbestand in Blankenburg (Harz) nach Warengruppen und Lagebereichen	32
Abbildung 12:	Kaufkraftniveau für Blankenburg (Harz)	40
Abbildung 13:	Regionale Einkaufsorientierung [in %]	40
Abbildung 14:	Lokale Einkaufsorientierung der Befragten (innerhalb Blankenburgs) [in %]	41
Abbildung 15:	Versorgungsbereich der Stadt Blankenburg (Harz)	42
Abbildung 16:	Die Nahversorgungsstruktur in Blankenburg (Harz)	46
Abbildung 17:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	51
Abbildung 18:	Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Blankenburg (Harz)	52
Abbildung 19:	Entwicklung der Marktanteile des Online-Handels am warengruppenspezifischen Gesamtumsatz des Einzelhandels (BRD)	53
Abbildung 20:	Zielzentralitäten der Stadt Blankenburg (Harz)	55
Abbildung 21:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Blankenburg (Harz)	58
Abbildung 22:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Blankenburg (Harz)	59
Abbildung 23:	Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum	61

Abbildung 24:	Innere Organisation des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum (Zielkonzept)	63
Abbildung 25:	Bewertung der Blankenburger Innenstadt durch die Befragten	66
Abbildung 26:	Gründe Innenstadtbesuch	67
Abbildung 27:	Vermisste Angebote in der Stadt Blankenburg (Harz)	67
Abbildung 28:	Wünsche und Anregungen der befragten Passanten zur Blankenburger Einzelhandelsentwicklung	68
Abbildung 29:	Arbeitsfelder eines Quartiersmanagements	71
Abbildung 30:	Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements	73
Abbildung 31:	Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Plauen	76
Abbildung 32:	Beispiele für mögliche Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Blankenburg	76
Abbildung 33:	Beispiel für die Integration eines strukturprägenden Anbieters in kleinteilige, historische Strukturen	77
Abbildung 34:	Beispiel für Fachgeschäft für regionale Produkte	79
Abbildung 35:	Tummelplatz als Standort des Wochenmarktes in Blankenburg (Harz)	81
Abbildung 36:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße	83
Abbildung 37:	Nahversorgungsprüfschema für Vorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – Ableitung einer angemessenen Vorhabendimensionierung	87
Abbildung 38:	Lebensmitteldiscounter im Ortsteil Derenburg	88
Abbildung 39:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik	102

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine, sekundärstatistischen Quellen und durchgeführten Arbeitskreise.	16
Tabelle 2:	Expansionsanforderungen ausgewählter Lebensmitteldiscounter*.	25
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in Blankenburg (Harz)*	32
Tabelle 4:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Blankenburg (Harz)	44
Tabelle 5:	Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Blankenburg (Harz) gesamt	45
Tabelle 6:	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Blankenburg (Harz) unter Einbezug der Zielperspektive	56
Tabelle 7:	Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Nahversorgungszentrum Neue Halberstädter Straße	84
Tabelle 8:	(Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Blankenburg (Harz)	89
Tabelle 9:	Sortimentsliste für die Stadt Blankenburg (Harz) („Blankenburger Liste“)	95

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung	m	Meter
Abs.	Absatz	m²	Quadratmeter
B	Bundesstraße	max.	maximal
BAB	Bundesautobahn	mind.	mindestens
BauGB	Baugesetzbuch	Mio.	Millionen
BauNVO	Baunutzungsverordnung	MIV	motorisierter Individualverkehr
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung	Mrd.	Milliarden
Bsp.	Beispiel	niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
BGF	Bruttogeschossfläche	Nr.	Nummer
bspw.	beispielsweise	NuG	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
BVerfGH	Bundesverfassungs- gerichtshof	NVZ	Nahversorgungszentrum
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
bzw.	beziehungsweise	OVG	Oberverwaltungsgericht
d. h.	dass heißt	o.g.	oben genannt
Drog.	Drogeriewaren	p. a.	per annum
EAG	Europarechts- anpassungsgesetz Bau	PBS	Warengruppe Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
EH	Einzelhandel	Pkw	Personenkraftwagen
EHK	Einzelhandelskonzept	rd.	rund
einschl.	einschließlich	S.	Seite
etc.	et cetera	s.	siehe
e.V.	eingetragener Verein	siL	städtebaulich integrierte Lage
EW	Einwohner	sog.	sogenannt
f.	folgende	s. o.	siehe oben
ff.	fortfolgende	SPNV	Schienen- personennahverkehr
FNP	Flächennutzungsplan	s. u.	siehe unten
gem.	gemäß	u. a.	unter anderem
ggf.	gegebenenfalls	u.ä.	und ähnliches
GPK	Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik	usw.	und so weiter
ha	Hektar	u.U.	unter Umständen
HZ	Hauptzentrum	v. a.	vor allem
i.A.	im Auftrag	VGH	Verwaltungsgerichtshof
i. d. R.	in der Regel	vgl.	vergleiche
i. e. S.	im engeren Sinne	VKF	Verkaufsfläche
i. H. v.	in Höhe von	WZ	Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes
inkl.	Inklusive	ZVB	zentraler Versorgungsbereich
insb.	insbesondere	z. B.	zum Beispiel
i. S.	im Sinne	z. T.	zum Teil
i. S. v.	im Sinne von	z.Z.	zur Zeit
i. V. m.	in Verbindung mit		
IZ	Innenstadtzentrum		
Kap.	Kapitel		
Kfz	Kraftfahrzeug		
km	Kilometer		
L	Landesstraße		
LEP	Landesentwicklungsplan		
LM	Lebensmittel		

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Führer Stadtplaner PartGmbH

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43