

## **Grundlagenstudie zu einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Nastätten**

**Auftraggeber:**  
GFN Vermögensverwaltung GmbH,  
Dachau



**Einzelhandels- und  
Zentrenkonzept  
September 2012**

**Disclaimer:**

Die GfK GeoMarketing GmbH hat dieses Gutachten für die GFN Vermögensverwaltung GmbH als Grundlagenstudie für ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Nastätten im Zuge der geplanten Ansiedlung von Fachmärkten in der Nastätter Straße erstellt. Dritte können daraus keine Rechte oder Ansprüche herleiten.

## Inhalt

<b>1. Ausgangslage, Auftrag und Aufgabenstellung, Methodische Vorgehensweise .....</b>	<b>6</b>
1.1 Ausgangslage .....	6
1.2 Auftrag und Aufgabenstellung .....	6
1.3 Methodische Vorgehensweise .....	7
<b>2. Makro-Standort Stadt Nastätten .....</b>	<b>8</b>
2.1 Lage im Raum, zentralörtliche Bedeutung und besondere Charakteristika .....	8
2.2 Verkehrliche Erreichbarkeit und Planungen .....	8
2.3 Strukturdaten zu Bevölkerung und Wirtschaft .....	9
2.4 Fazit.....	11
<b>3. Der Einzelhandel in Nastätten .....</b>	<b>12</b>
3.1 Räumliche Strukturen und Bestandslagen in Nastätten .....	12
3.1.1 Innenstadt .....	12
3.1.2 Leerstandsituation in der Innenstadt.....	13
3.1.3 Übriges Stadtgebiet .....	15
3.1.4 Relevante Einzelhandelsplanungen.....	15
3.2 Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels in Nastätten.....	16
3.2.1 Verkaufsfläche und Einzelhandelsumsatz.....	16
3.2.2 Zentralität .....	19
<b>4. Regionale Wettbewerbssituation im Einzelhandel .....</b>	<b>21</b>
4.1 Übrige Verbandsgemeinde.....	21
4.2 St. Goarshausen und St. Goar.....	21
4.3 Fazit.....	22
<b>5. Marktgebiet und Nachfragevolumen .....</b>	<b>23</b>
5.1 Marktgebiet .....	23
5.2 Nachfragevolumen .....	26
5.3 Kaufkraftströme/ Abschöpfungsquoten .....	29

<b>6. Perspektivische markt- und potenzielseitige Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in Nastätten .....</b>	<b>31</b>
6.1 Vorbemerkung .....	31
6.2 Entwicklungsparameter der Szenarien .....	31
6.3 Ergebnisse der Szenarien und Annahmen zu möglichen Entwicklungsperspektiven für den Nastätter Einzelhandel .....	33
6.4 Fazit.....	34
<b>7. Einzelhandels- und Zentrenkonzept .....</b>	<b>37</b>
7.1 Funktions- und Aufgabenverteilung der Standortbereiche im Einzelhandel .....	37
7.2 Einzelhandelsspezifische Entwicklungspotenziale .....	38
7.3 Vorschlag zur Zentrenstruktur der Stadt Nastätten .....	39
7.3.1 Allgemeine Vorbemerkungen .....	39
7.3.2 Leitvorstellungen .....	40
7.3.3 "Nastätter Liste" .....	40
7.3.4 Zentrenstruktur Nastätten .....	45

## Tabellen und Abbildungen

### Tabellen

Tabelle 1:	Ausgewählte Daten zur Sozial- und Wirtschaftsstruktur .....	10
Tabelle 2:	Einzelhandelsumsätze und Verkaufsflächen in Nastätten .....	18
Tabelle 3:	Pro-Kopf-Ausgabebeträge, Nachfragevolumen, Einzelhandelsumsatz und Zentralität in Nastätten .	20
Tabelle 4	Einwohner und Nachfragevolumen im Marktgebiet der Stadt Nastätten.....	27
Tabelle 5:	Aufschlüsselung des Nachfragevolumens nach Warengruppen in den Marktgebietszonen von Nastätten .....	28
Tabelle 6:	Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die Stadt Nastätten .....	30
Tabelle 7:	Markt- und potenzielseitige Aspekte für den Einzelhandel in Nastätten bis zum Jahr 2021 (I) .....	35
Tabelle 8:	Markt- und potenzielseitige Aspekte für den Einzelhandel in Nastätten bis zum Jahr 2021 (II).....	36

### Abbildungen

Abbildung 1:	Einzelhandelsstrukturen in Nastätten .....	14
Abbildung 2:	Karte des Marktgebietes der Stadt Nastätten.....	25
Abbildung 3:	Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und des Ergänzungsstandortes (schematische Darstellung).....	47

## 1. Ausgangslage, Auftrag und Aufgabenstellung, Methodische Vorgehensweise

### 1.1 Ausgangslage

Die Stadt Nastätten bildet zusammen mit den Rheinstädten St. Goar und St. Goarshausen ein kooperierendes Mittelzentrum im Rhein-Lahn-Kreis. Als wichtiger Einzelhandelsstandort im südlichen Kreisgebiet steht die Stadt vor der Herausforderung, den städtischen Einzelhandel qualifiziert zu sichern bzw. wenn möglich, auszubauen.

Aktuell stehen in der örtlichen Einzelhandelsszene eine Fachmarktzeilen-Neuplanung am Standortbereich des westlichen Verkehrskreisels nahe der Webergasse an der Nastätter Straße/L 335 an. Als Vorhabenträger fungiert die GFN Vermögensverwaltung GmbH, Dachau.

Nach dem derzeit gültigen Landesentwicklungsprogramm (LEP IV, Oktober 2008) des Landes Rheinland-Pfalz ist zur weiteren Prüfung bzw. Beurteilung dieser Planung die Erarbeitung und Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Nastätten zwingend notwendig. In diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind gemäß den dort artikulierten Zielen "zentrale Versorgungsbereiche" und "Ergänzungsstandorte" festzulegen.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll dabei in der Funktion eines räumlich-funktionalen Entwicklungskonzeptes als Grundlage für aktuelle und zukünftige Bauleitplanverfahren im Zuge von Einzelhandelsansiedlungen dienen.

### 1.2 Auftrag und Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund der skizzierten Ausgangslage hat die GFN Vermögensverwaltung GmbH, Dachau, mit Schreiben vom 16. Mai 2012 die GfK GeoMarketing GmbH mit der Erstellung eines entsprechenden Gutachtens, in dem die Grundlagen für ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erarbeitet werden sollen, beauftragt.

Gemäß dem mit der Verbandsgemeinde Nastätten abgestimmte Angebot vom 07. Mai 2012 wurden hierzu - neben der Darstellung des Makro-Standortes Stadt Nastätten- insbesondere folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

#### **Einzelhandelssituation in den relevanten Gemeinden der Verbandsgemeinde Nastätten**

- Erfassung des gesamten Einzelhandelsbesatzes nach den betriebstypischen Merkmalen Lage, Branchenzugehörigkeit, Verkaufsfläche und Umsatz der Stadt Nastätten. Auch wurden die Gemeinden Miehlen, Holzhausen an der Haide und Bogel als bevölkerungsgrößere Gemeinden der Verbandsgemeinde Nastätten entsprechend untersucht.

- Tabellarische Darstellung der Struktur- und Leistungsdaten (Umsatz, Verkaufsfläche) differenziert nach GfK-Hauptwarengruppen für die Stadt Nastätten.

#### **Wettbewerb, Marktgebiet, Verflechtungsbereich und Entwicklungsszenarien**

- Beurteilung des Einzelhandels in den relevanten Wettbewerbszentren innerhalb der Region, insbesondere in St. Goar und St. Goarshausen.
- Räumliche Abgrenzung des Marktgebiets und Berechnung der Nachfragevolumina unter Berücksichtigung GfK-interner Basiszahlen (u.a. Pro-Kopf-Ausgabebetrag je Warengruppe) im Marktgebiet des Nastätter Einzelhandels.
- Kaufkraftstrommodellrechnung zur Darstellung von Kaufkraftzu- und -abflüssen im Marktgebiet; Berechnung der Einzelhandelszentralität der Stadt Nastätten und Bestimmung ggf. möglicher Angebotslücken und -überhänge sowie Nachholbedarf als Basis zur Abschätzung möglicher Entwicklungsperspektiven.
- Erarbeitung von Entwicklungsszenarien zur perspektivischen Kaufkraft- und Nachfragevolumenentwicklung in der Stadt Nastätten sowie im Marktgebiet bis zum Jahr 2021. Daraus ergeben sich perspektivische Umsatzpotenziale.

## Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Nastätten

- Bewertung der einzelhandelsspezifischen quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenziale der Stadt;
- Bestimmung der Funktions- und Aufgabenverteilung zwischen der Stadtmitte, den Ergänzungsstandorten und dem übrigen Stadtgebiet im Einzelhandel und Vorschlag zur räumliche Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche.
- Bewertung der einzelhändlerischen Versorgungssituation in der Stadt bzw. Verbandsgemeinde und ggf. Vorschläge zu geeigneten Maßnahmen zur Sicherung/Verbesserung der Versorgungssituation;
- Einbeziehung einzelhändlerischer und auch städtebaulicher Zielvorstellungen der Stadt und Hinweis auf mögliche Konfliktfelder;
- Handlungsempfehlungen für die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe.

## Erstellung einer Nastätter Sortimentsliste

- Erarbeitung einer "Nastätter Liste", die der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Nastätten, insbesondere im Rahmen der Bauleitplanung, gemäß LEP IV, dienen wird. Dabei wird - auf die spezifischen Verhältnisse vor Ort abgestimmt - eine Unterscheidung zwischen innenstadtrelevanten, nicht- innenstadtrelevanten sowie

nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente) vorgenommen.

### 1.3 Methodische Vorgehensweise

Die nachfolgenden Ausführungen basieren in erster Linie auf den intensiven Vor-Ort-Recherchen der GfK GeoMarketing und Gesprächen mit Vertretern der Verbandsgemeinde und Stadtverwaltung Nastätten.

Grundlage der vorliegenden Untersuchung bildet dabei eine aktuelle Bestandserhebung<sup>1</sup> des gesamten Einzelhandelsbesatzes in der Stadt Nastätten sowie auch in den bevölkerungsgrößeren Gemeinden Miehlen, Holzhausen an der Haide und Bogel der Verbandsgemeinde Nastätten<sup>2</sup>, jeweils differenziert nach zwölf Hauptwarengruppen<sup>3</sup>, Betriebsgröße (Verkaufsfläche) und Umsatzgröße.

Darüber hinaus erfolgte eine qualitative Bewertung des Nastätter Einzelhandels bzw. der Einzelhandelsstrukturen in den drei anderen Gemeinden der Verbandsgemeinde durch den Projektleiter vor Ort. Des Weiteren wurden einzelhandelsrelevante Planungen recherchiert und bewertet.

Zusätzlich wurden alle relevanten amtlichen und institutsinternen Daten und Sekundärmaterialien aufbereitet und in die vorliegende Untersuchung einbezogen.

<sup>1</sup> Durchgeführt in der 23. und 24. KW 2012.

<sup>2</sup> Insgesamt umfasst die Verbandsgemeinde neben der Stadt Nastätten und den Ortsgemeinden Miehlen, Holzhausen an der Haide und Bogel weitere 28 Ortsgemeinden.

<sup>3</sup> Dies sind die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege, Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik, Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck, Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf, Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien.

## 2. Makro-Standort Stadt Nastätten

### 2.1 Lage im Raum, zentralörtliche Bedeutung und besondere Charakteristika

Die rheinland-pfälzische Stadt Nastätten (knapp 4.200 Einwohner<sup>4</sup>) liegt im westlichen Hintertaunus, rd. 33 km südöstlich des Oberzentrums Koblenz bzw. rd. 26 km südlich der Kreisstadt Bad Ems, unweit zum Nachbarbundesland Hessen.

Als Hauptstadt des "Blauen Ländchens" (historischer, über die blaue Tuchfärbung geprägter Begriff) stellt Nastätten im Rhein-Lahn-Kreis das südliche Zentrum dar.

Aufgrund ihrer Lage im Mühlbachtal verfügt die Stadt über unterschiedliche topografische Gegebenheiten. Mit der Lage in einer sehr attraktiven naturräumlichen Umgebung (Wald- und Wiesenflächen) sowie nahe des UNESCO-Welterbes Oberes Mittelrheintal (u.a. mit Rheinsteig und Lorelyfelsen) besitzt Nastätten zudem eine gewisse touristische Bedeutung (u.a. mit Campingplatz zum Mühlbachtal, rd. 150 Stellplätze, Ferien- und Reiterhof und Hotels).

Die innerhalb der Planungsregion Mittelrhein-Westerwald situierte Stadt Nastätten besitzt die zentralörtliche Einstufung als Mittelzentrum. Mit St. Gorashausen und St. Goar bildet die Stadt Nastätten

einen "mittelzentralen" Verbund kooperierender Zentren". Ferner ist Nastätten Sitz der Verbandsgemeinde Nastätten (knapp 17.000 Einwohner), die neben der Stadt Nastätten 31 weitere Ortsgemeinden<sup>5</sup> umfasst. Nastätten ist bedeutender Schulstandort, verfügt über Sozialeinrichtungen und ist Krankenhausstandort. Ferner sorgen diverse Freizeiteinrichtungen (u.a. Segelflugplatz, Schwimmbad, Kinocenter, Museum, Sport- und Reitanlage) und Gastronomieangebote, die auch auf das touristische Potenzial abheben, für eine angenehme Wohnqualität.

Gewerbliche Strukturen finden sich im Industriegebiet an der Rheinstraße, wobei handwerksorientierte Großbetriebe dominieren. In Gewerbegebieten angrenzender Gemeinden (z.B. in Miehlen) befinden sich zudem auch größere Produktionsbetriebe. Auch der Einzelhandel nimmt eine wichtige Stellung im Wirtschaftsgefüge der Stadt ein.

Aufgrund ihrer verkehrsgünstigen Lage an der Bundesstraße 274 bzw. der Landesstraße 335 sowie der naturräumlichen günstigen Bedingungen konnte sich die Stadt Nastätten in den vergangenen Jahren als attraktiver Wohnstandort etablieren, was sich auch

im städtebaulichen Bild widerspiegelt, wobei sich die Siedlungsstruktur nördlich des Mühlbachs von Westen nach Südosten erstreckt.

Die Stadt Nastätten führte und führt unter hohem finanziellem Aufwand umfangreiche Sanierungsmaßnahmen im Ortskern durch, so dass die städtebauliche Qualität der Ortsmitte in den vergangenen Jahren merklich gesteigert wurde.

### 2.2 Verkehrliche Erreichbarkeit und Planungen

Über die B 274, L 335, L 337 sowie die Kreisstraßen 77 und 80 besteht eine gute regionale Pkw-Erreichbarkeit aus allen Richtungen. Insofern ist die Stadt Nastätten gut mit den umgebenden Gemeinden verbunden, sodass insgesamt eine gute Pkw-Erreichbarkeit der Stadt aus dem übrigen Verbandsgemeindegebiet festzustellen ist.

Die großräumige Anfahrt erfolgt in erster Linie von Nordosten über die BAB 3/E 5 (Abfahrt Montabaur) über Nassau bzw. B 260 bzw. von Osten über die BAB 3 (Abfahrt Limburg-Nord), die B 274 über Katzenelnbogen nach Nastätten.

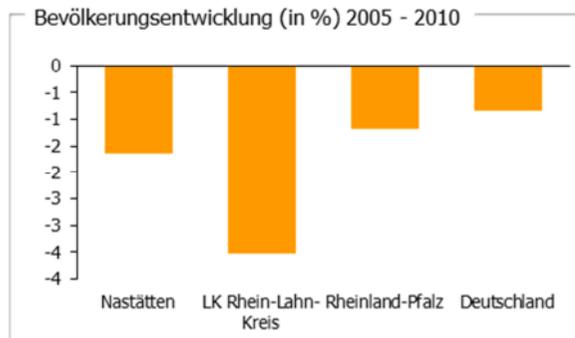
Zudem ist die Stadt Nastätten über den Verkehrsverbund Rhein-Mosel GmbH (VRM) in das regionale ÖPNV-Netz eingebunden und verfügt auch über Busverbindungen u.a. nach Koblenz und Wiesbaden.

<sup>4</sup> Stand 01.01.2010.

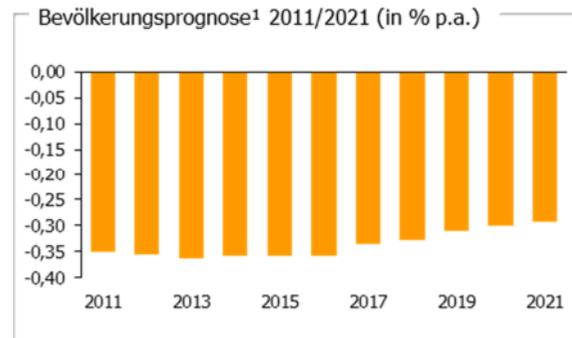
<sup>5</sup> Berg, Bettendorf, Bogel, Buch, Diethardt, Ehr, Endlichhofen, Eschbach, Gemmerich, Hainau, Himmighofen, Holzhausen, Hunzel, Kasdorf, Kehlbach, Lautert, Lipporn, Marienfels, Miehlen, Niederbachheim, Niederwallmenach, Oberbachheim, Obertiefenbach, Oberwallmenach, Oelsberg, Rettershain, Ruppertshofen, Strüth, Weidenbach, Welterod, Winterwerb.

### 2.3 Strukturdaten zu Bevölkerung und Wirtschaft

Was die Bevölkerungsentwicklung im Beobachtungszeitraum der letzten fünf Jahre anbelangt, ist für die Stadt Nastätten trotz ihrer hohen Wohnqualität ein leichter Einwohnerrückgang (-1,7 %) zu verzeichnen, der allerdings im Vergleich zum Landkreis (- 3,5 %) relativ gering ausfällt, während für Rheinland-Pfalz eine insgesamt leicht negative Entwicklung festzustellen ist (vgl. nachfolgendes Diagramm sowie Tabelle 1 auf S. 10).



Für den Rhein-Lahn-Kreis wird bis 2021 insgesamt nur ein **leichter Bevölkerungsrückgang** prognostiziert, wie der nachfolgenden Grafik zu entnehmen ist. Aufgrund der günstigen Lage zum Oberzentrum Koblenz sowie der hohen Wohnqualität ist davon auszugehen, dass für die Stadt Nastätten insgesamt eine stabile Bevölkerungsentwicklung zu erwarten ist.



Die **altersstrukturelle Zusammensetzung** der Bevölkerung in Nastätten zeigt gegenüber den Landkreiswerten einen vergleichsweise leicht geringeren Anteil von Senioren (65 und älter) und einen tendenziell höheren Anteil der Altersgruppe der 15- bis unter 30-Jährigen. Diese Werte dürften als Indiz für die Attraktivität von Nastätten als Wohnstandort insbesondere für Erwerbstätige und Familien zu werten sein.

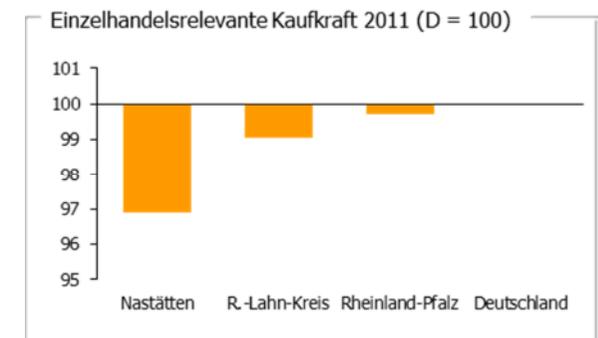


Positiv hervorzuheben ist die im Vergleich zum Landesdurchschnitt und insbesondere zum Bundesdurchschnitt niedrigere **Arbeitslosenquote** (Kreisangabe).

Die im Vergleich zum Kreis hohe **Beschäftigten-zentralität** zeigt die Bedeutung Nastätens als Arbeitsplatzstandort in der Region plakativ auf und wird auch an der recht hohen Einpendlerzahl von rd. 940 (gegenüber rd. 1.110 Auspendlern) deutlich.

Der Anteil von **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** im Dienstleistungssektor bewegt sich sehr deutlich über den entsprechenden Wert des Landkreises und den Vergleichswerten auf Landes- und Bundesebene.

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft-Kennziffer der GfK** liegt mit 96,9 unter dem entsprechenden Wert des Rhein-Lahn-Kreises bzw. unterhalb des Landes- und Bundesdurchschnitts.



**Tabelle 1: Ausgewählte Daten zur Sozial- und Wirtschaftsstruktur**

	Gebietseinheit	Nastätten	LK Rhein-Lahn-Kreis	Rheinland-Pfalz	Deutschland
<b>Strukturdaten</b>					
<b>Einwohner</b> <sup>1)</sup>	1.1.2010	4.196	124.474	4.012.675	81.802.257
	1.1.2005	4.267	129.022	4.061.105	82.500.849
	Veränderung ggü. 2005 in %	- 1,7	- 3,5	- 1,2	- 0,8
<b>Einwohnerdichte</b> <sup>1)</sup> (Ew./km <sup>2</sup> 1.1.2010)		322	159	202	229
<b>Altersstruktur</b> <sup>1)</sup> in % (1.1.2010)					
	unter 15 Jahre	13,7	13,4	13,7	13,5
	15 bis unter 30 Jahre	18,0	16,2	17,4	17,4
	30 bis unter 50 Jahre	25,3	27,5	28,4	29,2
	50 bis unter 65 Jahre	21,6	20,7	19,8	19,3
	ab 65 Jahre	21,4	22,1	20,7	20,7
<b>Anzahl der Haushalte</b> <sup>2)</sup> (1.1.2010)		1.808	57.633	1.881.049	39.721.587
<b>Durchschnittliche Haushaltgröße</b>		2,3	2,2	2,1	2,1
<b>Arbeitslosenquote</b> in % (Jahresdurchschnitt 2010) <sup>3)</sup>		4,7	4,7	5,7	7,7
<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte</b> <sup>4)</sup>					
	1.7.2010	1.277	27.698	1.217.744	27.710.487
	davon im Dienstleistungssektor in %	84,1	62,1	66,1	68,8
<b>Beschäftigtenzentralität</b> <sup>5)</sup>		89,8	65,7	89,6	100,0
<b>Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen je Einwohner</b> in Euro		5.163	5.278	5.313	5.329
<b>Einzelhandelsrelevante GfK Kaufkraft- Kennziffer 2011</b> <sup>2)</sup>		96,9	99,0	99,7	100,0

- Rundungsdifferenzen möglich -

<sup>1)</sup> Lt. Statistischen Berichten der jeweiligen Statistischen Landesämter sowie lt. Auskunft des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden. Die Angaben zur künftigen Entwicklung der Bevölkerung beziehen sich auf den jeweiligen Kreis/kreisfreie Stadt und wurden den Prognosen der jeweiligen Statistischen Landesämter entnommen; auf dieser Grundlage wurden die dargestellten Veränderungsdaten berechnet.

<sup>2)</sup> GfK GeoMarketing 2010/2011

<sup>3)</sup> Lt. Auskunft der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg (alle zivilen Erwerbspersonen insgesamt). Für kreisangehörige Städte/Gemeinden werden keine Arbeitslosenquoten veröffentlicht; ersatzweise werden die Arbeitslosenquoten des Kreises herangezogen.

<sup>4)</sup> Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer (Arbeitsortbefragung) lt. Angaben der Bundesagentur für Arbeit.

<sup>5)</sup> Stellenwert der Gebietseinheit auf dem Erwerbssektor; Beschäftigte je Einwohner am Arbeitsort, dividiert durch Beschäftigte je Einwohner im Bundesgebiet, multipliziert mit 100.

## 2.4 **Fazit**

Insgesamt sind der im südlichen Rhein-Lahn-Kreis gelegenen Stadt Nastätten gute makrostandortseitige Rahmenbedingungen zu bescheinigen.

Hinsichtlich der sozioökonomischen Rahmendaten sind insbesondere die vergleichsweise hohe Beschäftigtenzentralität, der hohe Anteil von sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Dienstleistungssektor und die geringe Arbeitslosigkeit positiv hervorzuheben.

Die Stadt verfügt nicht zuletzt aufgrund der reizvollen Lage im Taunus über eine hohe Attraktivität als Wohnstandort, wobei das Oberzentrum Koblenz und auch Wiesbaden als bevorzugte Arbeitsplatzstandorte sowie auch als wichtige übergeordnete Einkaufsstätten dienen.

Aufgrund der - nicht nur im Einzelhandel - gegebenen zentralörtlichen Ausstattung und Funktion Nastätzens als Zentrum im Süden des Rhein-Lahn-Kreises dürfte aus gutachterlicher Sicht auch für die kommenden Jahre Nastätten seine mittelzentrale Position weiterhin gut wahrnehmen bzw. gilt es diese im Sinne einer zukunftsorientierten Stadtentwicklung zu stärken.

### 3. Der Einzelhandel in Nastätten

#### 3.1 Räumliche Strukturen und Bestandslagen in Nastätten

##### 3.1.1 Innenstadt

Die Nastätter Stadtmitte (s. Abb. 1 auf Seite 14) verfügt über einen aus *einzelhändlerisch-funktionaler Sicht* insgesamt kompakten Innenstadtbereich, der im Wesentlichen das Innenstadtbereich zwischen der Römerstraße im Norden, dem Mühlbach im Süden sowie der Rheingaustraße im Osten und der Linie Friedhofsweg/Mühlbach beschreibt.

Im Folgenden ist dieser Bereich als zentrale Innenstadtlage zu bezeichnen (siehe Abbildung 1, Seite 14).<sup>6</sup>

Als wichtigste Einzelabschnitte sind die beiden Platzbereiche Marktplatz und Zentralplatz mit den jeweils umliegenden Straßen sowie die Römerstraße zwischen Bahnhofstraße/Borngasse und Rheinstraße zu nennen.

Entlang der Römerstraße sind überwiegend inhabergeführte, flächenkleinere Einzelhandelsstrukturen zu finden. Wichtigster Magnetbetrieb ist der kompetente und markenorientierte Großflächenanbieter Modehaus Bayer nebst seinen Shops Subway und Oneway. Ferner sind hier u.a. auch die Anbieter

<sup>6</sup> Diese vorläufige von den Gutachtern vorgenommene Abgrenzung der zentralen Innenstadtlage kann selbstverständlich im Laufe der Aufstellung und Diskussion des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes modifiziert werden.

Steeg (Schuhe), Gasteyer (Spielwaren), Weil (Drogerie- und Parfumerieartikel), Bücherland und Sport 2000 zu nennen, die von weiteren interessanten inhabergeführten Läden des Lebensmittelhandwerks ergänzt werden. Kennzeichnend für diesen Einzelhandelsbereich ist die Lage in der historischen Innenstadt, die über eine auch für Fußgänger gute Aufenthaltsqualität verfügt, wobei der Pkw-Verkehr insbesondere im östlichen Abschnitt der Römerstraße und auch in der Rheinstraße recht ausgeprägt ist.

Von der südlich der Römerstraße abzweigenden kleinen Passage "Shopping Meile" (u.a. mit Jeans Boss und den Postenanbieter Multi-Spar) führt der Weg zum Zentralplatz. Mit Penny und dem Biomarkt "die Kornkammer" sind hier wichtige Lebensmittelanbieter angesiedelt. Ferner können von dem Parkplatzbereich am Zentralplatz das Modehaus Bayer sowie das Möbelhaus Gugler (Hauptantritt an der Bahnhofstraße) fußläufig erreicht werden. Das Möbelhaus stellt als beratungsintensiver und kompetenter Einrichtungsanbieter neben Bayer einen weiteren wichtigen inhabergeführten Magnetbetrieb in der Innenstadt von Nastätten dar und ist flächengrößter Einzelhandelsbetrieb in der Innenstadt.

Einen weiteren Einzelhandelsbereich in der Stadtmitte markiert der Marktplatz mit den dort östlich befindlichen Abschnitten der Bahnhofsstraße. Dieses maßgebliche 'Versorgungszentrum' verfügt mit dem Vollsortimenter Rewe (nebst separatem Getränkemarkt), dem Bekleidungsanbieter Ernsting's Family und inhabergeführten Einzelhandelsanbietern

sowie Lebensmittelhandwerksbetrieben (u.a. arcada Badgestalt) über interessante Anbieter, wobei Rewe, derzeit der einzige Vollsortimenter in Nastätten ist.

Ferner befinden sich im östlichen Verlauf der Paul-Spindler-Straße mit Hübel-Sauerwein ein interessanter Werkzeug- und Hartwarenanbieter, ferner sind in der Rheinstraße, Brühlstraße sowie in der östlichen Römerstraße vereinzelt kleinteilige Strukturen ansässig.

Der innerörtliche Einzelhandelsbesatz wird zudem durch eine Reihe von Dienstleistungsanbietern (insbesondere Frisöre, Fahrschulen, Änderungsschneidereien, Reisebüros, Versicherungen, Steuerberater, Makler, Videothek, Reinigung, Kosmetik-, Sonnen- und Nagelstudios), unterschiedlichen Gastronomiebetrieben und Banken/Sparkasse sowie öffentlichen Einrichtungen (Rathaus, Arbeitsagentur, Kirchen, Feuerwehr) und Ärzten abgerundet und ergänzt. Zudem befindet sich in der Römerstraße das Kinocenter Nastätten (drei Säle).

Insgesamt zeigt der Einzelhandelsbesatz in der Stadtmitte Nastätzens eine vergleichsweise sehr interessante Mischung aus kleinteiligen örtlichen Anbietern, großflächigen inhabergeführten Betrieben und großflächigen Filialbetrieben, die vorzugsweise im periodischen Bedarfsbereich zu finden sind.

Dabei stellen die nahversorgungsorientierten Anbieter des periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel und Körperpflege, inkl. Lebensmittelhandwerk) lediglich ein Drittel der Innenstadtsortimente. Von großer Bedeutung sind die

typischen Innenstadtsortimente Bekleidung/ Textilien, Schuhe/Lederwaren sowie aber auch der Sortimentsbereich Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien, der andernorts fast nur noch in peripheren Standorten zu finden ist.

Das für Ortszentren bzw. Innenstädte im Allgemeinen prägenden 'Leitsortiment' Technik ist in Nastätten eher als unterbesetzt in der Innenstadt zu sehen.

Die Nastätter Stadtmitte übernimmt mit ihrem interessanten Angebotsmix und den unterschiedlichen Magnetbetrieben eine maßgebliche Versorgungsfunktion für die Stadt und das weite Umland.

### **3.1.2 Leerstandsituation in der Innenstadt**

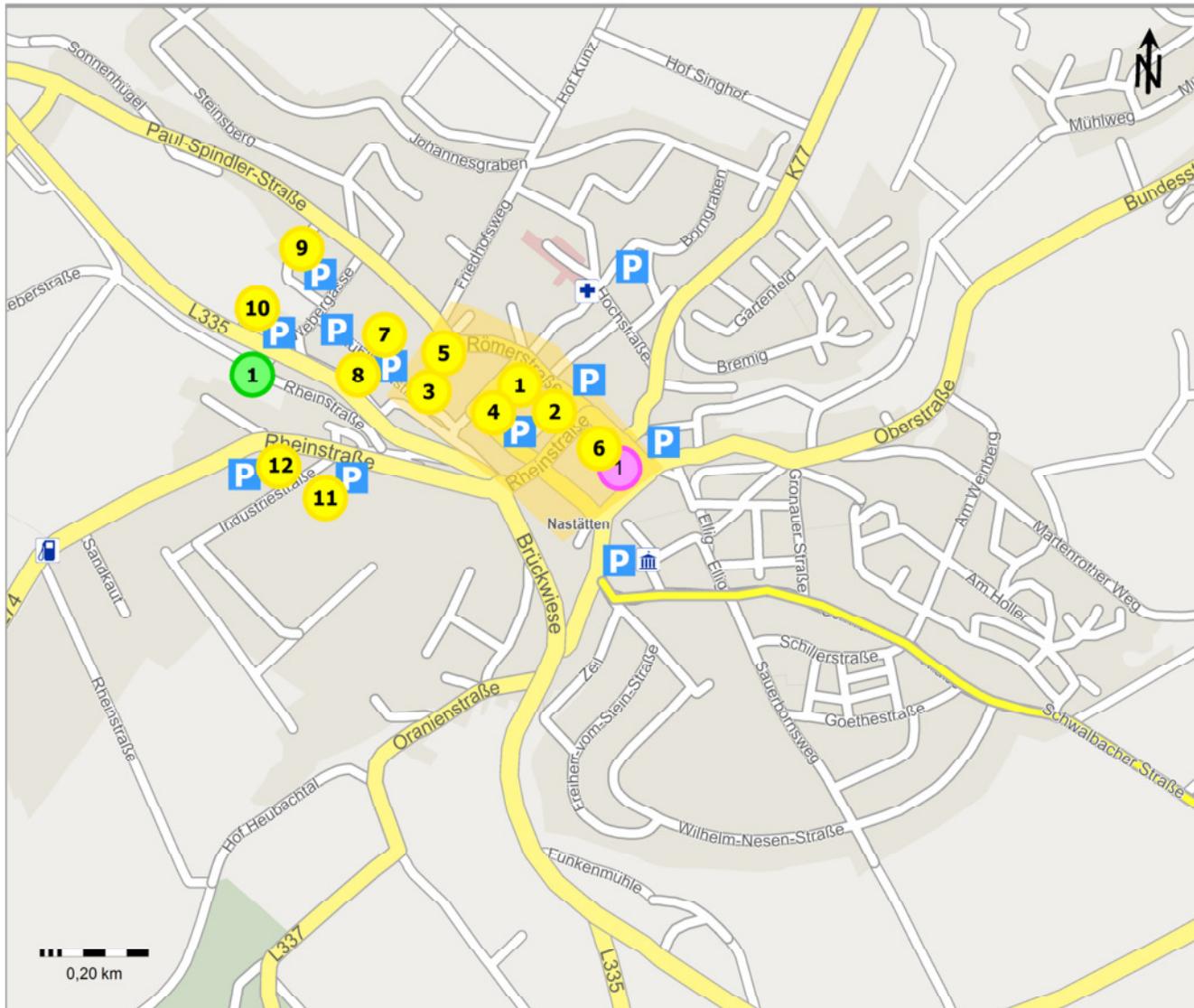
Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung im Juni 2012 wurden in der Nastätter Stadtmitte insgesamt vierzehn Leerstände erfasst.

Allein auf die Römerstraße (inklusive der "Shopping Meile") entfallen dabei acht Einheiten.

Am Marktplatz, im Hoster sowie an der Oberstraße war jeweils ein Leerstand zu registrieren, ferner standen in der Rheinstraße drei Ladenlokale leer.

Bis auf einen Leerstand am Marktplatz und in der "Shopping Meile" (ehemaliger Schlecker Drogeriemarkt) dürfte es sich bei den übrigen zur Zeit nicht genutzten Flächen um kleinstrukturierte Flächen handeln, wobei ein Objekt an der Römerstraße zum Zeitpunkt der Flächenerhebung offensichtlich umgebaut wurde.

Abbildung 1: Einzelhandelsstrukturen in Nastätten



zentrale Innenstadtlage  
(wie vorstehend beschrieben)

**Handel (Auswahl)**

- 1 Möbel Gugler
- 2 Modehaus Bayer
- 3 Rewe
- 4 Penny
- 5 Schuhe Steeg
- 6 Sport 2000
- 7 Aldi
- 8 Bauklotz Steeg
- 9 Fachmärkte In der Au
- 10 Lidl
- 11 Netto
- 12 Expert Kein

**Projekte**

- 1 Neue Märkte an der L335

**Sonstiges**

- 1 Kinocenter

**Verkehrssituation**

- Hauptverkehrsstraße
- Parkplatz

### 3.1.3 Übriges Stadtgebiet

Einen maßgeblichen Angebotsschwerpunkt in städtebaulich voll integrierter Lage im übrigen Stadtgebiet von Nastätten bildet der unmittelbar westlich der Stadtmitte gelegene Einkaufsbereich "In der Au"/Webergasse.

In nur 190 m Entfernung vom Marktplatz agiert Aldi (Anfahrt über Webergasse), vis-à-vis davon sind im Standortverbund "In der Au" die Fachmärkte Deichmann, Takko und dm sowie ein Getränkemarkt zu finden. Im Bereich Webergasse/L 335 (Kreisverkehr) agiert Lidl mit einem vergleichsweise verkaufsflächengroßen Lebensmitteldiscounter. Ebenfalls in verkehrsorientierter Lage befindet sich südlich des Aldi-Marktes bzw. östlich des Lidls zwischen L 335 und Mühlbach der Baumarkt Bauklotz Steeg, der (inklusive der Außenverkaufsfläche) größter Einzelhandelsbetrieb der Stadt Nastätten ist. Ferner agieren östlich des Baumarktes nahe des östlich gelegenen Verkehrskreisels in Streulagen u.a. der Wohngarten, Küchenanbieter Wolf und das Fahrrad- und Motorradgeschäft ZDV, die recht kompetent das örtliche Einzelhandelsangebot abrunden.

Das südlich der Innenstadt gelegene Industriegebiet Nastätten an der B 274 stellt mit seinen Einzelhandelsstrukturen an der Industriestraße bzw. direkt an der B 274 einen wichtigen Angebotsschwerpunkt im Außenbereich des Stadtgebietes dar. Insbesondere der Elektrofachmarkt Expert Klein an der Rheinstraße dürfte als großflächiger bzw.

leistungsfähiger Betrieb über eine gute Ausstrahlung verfügen.

Im sogenannten "Rhein-Center"<sup>7</sup> an der Industriestraße stellt Netto den Leitbetrieb dar, dem insgesamt fünf weiteren Einzelhandelsbetriebe (u.a. Papierwelten und Maus Gartengeräte) in einer separaten Immobilie vorgelagert sind. Zudem sind hier zwei Leerstände (u.a. ehemaliger Schlecker Drogeriemarkt) zu finden.

Insgesamt gesehen übernimmt der Außenbereich Industriegebiet Nastätten innerhalb des städtischen Einzelhandelsgefüges eine untergeordnete Rolle ein und ergänzt als verkehrsorientierter Standort die Innenstadtstrukturen bzw. die innenstadtnahen Angebote.

Grundsätzlich ist laut dem gültigen Bebauungsplan im Großteil des Industriegebietes Einzelhandel zulässig.

Was die **Nahversorgungssituation** in der Stadt Nastätten angeht, besteht aufgrund der gegebenen Betriebe rein quantitativ für die ortsansässige Bevölkerung ein sehr guter Ausstattungsgrad, auch wenn nicht alle Stadtbewohner innerhalb eines 500 m Radius einen nahversorgungsorientierten Anbieter finden

<sup>7</sup> Hierbei handelt es sich nicht um eine Centeranlage im klassischen Sinne, sondern um ältere Einzelhandelsimmobilien in Standortgemeinschaft mit nördlich vorgelagerten Pkw-Stellplatzflächen.

Das eindeutige Gros der Stadtbewohner kann jedoch innerhalb eines 1km Radius einen Nahversorger (auch fußläufig) erreichen.

### 3.1.4 Relevante Einzelhandelsplanungen

Die GFN Vermögensverwaltung GmbH plant im südlichen Abschnitt der B 335 nahe des westlichen Verkehrskreisels gegenüber dem Lidl-Markt die Errichtung einer Fachmarktzeile mit einem Vollsortimenter (Typ "Edeka" mit rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), einem Einrichtungsfachmarkt (Typ "Dänisches Bettenlager" mit rd. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und einem Drogeriemarkt (mit rd. 650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie ggf. einem weiteren mittelgroßen Anbieter.

Aufgrund der Lage der Planung dürfte sich somit der Flächenanteil im übrigen Stadtgebiet deutlich erhöhen.

## 3.2 Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels in Nastätten

### 3.2.1 Verkaufsfläche und Einzelhandelsumsatz

Insgesamt verfügt die Stadt Nastätten über rd. 24.730 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein Einzelhandelsumsatz von knapp 76 Mio. Euro erwirtschaftet wird (siehe Tabelle 2).

Insgesamt wurden 82 Einzelhandelsstätten erhoben.

Die einzelhändlerische Pro-Kopf-Ausstattung beläuft sich dabei auf rd. 5,9 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner der Stadt Nastätten<sup>8</sup>, was im Vergleich zu ähnlich großen, in einem vergleichbaren räumlichen Kontext gelegenen Gemeinden einen weit überdurchschnittlichen Wert darstellt.

Allerdings relativiert sich dieser Ausstattungsgrad, wenn die Einwohnerzahl der Verbandsgemeinde Nastätten (rd. 17.000 Einwohner) herangezogen wird. Dann würde der Verkaufsflächenausstattungsgrad der Stadt Nastätten rd. 1,45 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner der Verbandsgemeinde betragen. Würde man die Verkaufsfläche der drei Nachbargemeinden Miehlen, Holzhausen an der Haide und Bogel mit insgesamt rd. 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hinzu addieren, beträgt der Verbandsgemeindeausstattungsgrad rd. 1,54 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner der Verbandsgemeinde.

<sup>8</sup> Bundesdurchschnitt derzeit rd. 1,45 m<sup>2</sup> VKF/EW.

Räumlich differenziert betrachtet, verfügt die Innenstadt von Nastätten über eine Verkaufsflächenausstattung von rd. knapp 11.600 m<sup>2</sup>, was einem auch im Vergleich zu anderen ähnlich großen Städten sehr guten Anteil von knapp 47 % der in der Gesamtstadt vorhandenen Angebotsflächen entspricht.

Sortimentspezifisch betrachtet ist die Verteilung der Angebotssegmente zwischen der Nastätter Innenstadt und dem übrigen Stadtgebiet aus gutachtlicher Sicht wie folgt zu bewerten:

Im **periodischen Bedarfsbereich** (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege, insgesamt 7.420 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ist mit rd. 51 % der gesamten Verkaufsflächen in diesem Bereich der Angebotsschwerpunkt in der Stadtmitte angesiedelt, was nicht zuletzt auf die Anbieter Rewe und Penny zurückzuführen ist. Mit einem Flächenanteil von einem Drittel der gesamten Innenstadtverkaufsfläche ist diese Warengruppe die am stärksten in der Innenstadt vertretene.

Gleichwohl spielt der periodische Bedarfsbereich mit rd. 3.630 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im übrigen Stadtgebiet eine wichtige Rolle, da immerhin knapp 49 % der diesbezüglichen Fläche hier zu finden ist. Dies entspricht einem Anteil von fast 28 % der außerhalb der Innenstadt zu findenden Verkaufsfläche.

Der Angebotsschwerpunkt in den Warengruppen des **aperiodischen Bedarfs** ist mit fast 55 % der diesbezüglichen Gesamtverkaufsfläche außerhalb der Stadtmitte situiert, was eine heute eher ungewöhnliche Flächenverteilung darstellt. Die

diesbezügliche Stärke der Nastätter Innenstadt ist vor allem auf die Anwesenheit von Möbel Gugler und Mode Bayer in der Innenstadt zurückzuführen.

So hat das 'klassisch zentrenrelevante' Sortiment Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren in der Nastätten Innenstadt einen Anteil von rd. 68 % (insgesamt rd. 3.920 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Damit ist das Gros dieses wichtigen Innenstadtsortiments in der Stadtmitte vertreten.

Auch die für eine Stadtmitte typische Warengruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf ist mit immerhin gut der Hälfte der diesbezüglichen in Nastätten angesiedelten Verkaufsfläche in der Innenstadt zu finden.

Aber auch der Angebotsbereich Möbel- und Einrichtungsbedarf (insgesamt knapp 5.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ist mit gut 55 % (Möbel Gugler-Effekt) in der Innenstadt anzutreffen, was ein vergleichsweise recht hoher Wert darstellt und Möbeleinzelhändler andernorts oft nur auf der 'grünen Wiese' anzutreffen sind.

Das Gros der Heimwerker- und Gartenbedarfsverkaufsfläche (knapp 3.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ist außerhalb der Innenstadt lokalisiert.

Die Warengruppe Technik - eigentlich ein typisches zentrenrelevantes Sortiment - stellt mit lediglich rd. 16 % der diesbezüglichen Verkaufsfläche (insgesamt rd. 2.160 m<sup>2</sup>) das Schlusslicht in der Innenstadt dar.

Mit Expert Klein als örtlicher Marktführer entfällt der

"Löwen"-Anteil der Technikfläche auf das übrige Stadtgebiet.

Insgesamt lässt die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung (siehe hierzu auch Tabelle 2 auf der folgenden Seite) auf eine funktionierende 'Arbeitsteilung' zwischen den kleinteiligen bis großflächigen Angebotsformen in der Innenstadt, dem mittel- bis großflächigen Innenstadt-Ergänzungsstandorten, die sich z.T. in unmittelbarer Nachbarschaft zur Innenstadt befinden und den Strukturen im Industriegebiet erkennen.

Dabei nimmt die Innenstadt von Nastätten eine wichtige Stellung ein und dominiert in vielen Warengruppen die örtliche Angebotsszene.

*Nähere Informationen, insbesondere zur Umsatzverteilung im Stadtgebiet, siehe auch Tabelle 2 auf der folgenden Seite, wobei aus Geheimhaltungsgründen<sup>9</sup> eine Darstellung nach sechs Hauptwarengruppen erfolgt.*

---

<sup>9</sup> Aus Datenschutzgründen können Werte nur dann ausgewiesen werden, wenn in jeder der 12 Erhebungssortimentsgruppen pro Standortbereich mindestens drei Anbieter vorhanden sind. Dies ist in Nastätten nicht für jede der 12 Sortimentsgruppen der Fall. Insofern werden die Daten in aggregierter Form nach sechs Hauptwarengruppen dargestellt.

**Tabelle 2: Einzelhandelsumsätze und Verkaufsflächen in Nastätten**

Ladeneinzelhandelsumsätze Verkaufsflächen	Ladeneinzelhandelsumsätze in NASTÄTTEN 2011					Verkaufsflächen in NASTÄTTEN 2012				
	1)					2)				
	Insgesamt	davon in der Innenstadt		davon im übrigen Stadtgebiet		Insgesamt	davon in der Innenstadt		davon im übrigen Stadtgebiet	
in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	ca. in m <sup>2</sup>	ca. in m <sup>2</sup>	in %	ca. in m <sup>2</sup>	in %	
<b>Warengruppen/Sortimente</b>										
<b>periodischer Bedarf gesamt</b> (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege)	<b>39,1</b>	<b>16,1</b>	<b>41,2</b>	<b>23,0</b>	<b>58,8</b>	<b>7.420</b>	<b>3.790</b>	<b>51,1</b>	<b>3.630</b>	<b>48,9</b>
<b>aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)</b>	<b>36,8</b>	<b>16,7</b>	<b>45,4</b>	<b>20,1</b>	<b>54,6</b>	<b>17.310</b>	<b>7.800</b>	<b>45,1</b>	<b>9.510</b>	<b>54,9</b>
<b>a) Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>9,6</b>	<b>6,7</b>	<b>69,8</b>	<b>2,9</b>	<b>30,2</b>	<b>3.920</b>	<b>2.670</b>	<b>68,1</b>	<b>1.250</b>	<b>31,9</b>
<b>b) Hartwaren gesamt, davon:</b>	<b>27,2</b>	<b>10,0</b>	<b>36,8</b>	<b>17,2</b>	<b>63,2</b>	<b>13.390</b>	<b>5.130</b>	<b>38</b>	<b>8.260</b>	<b>61,7</b>
• Technik <sup>3)</sup>	9,0	1,3	14,4	7,7	85,6	2.160	340	15,7	1.820	84,3
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>4)</sup>	5,7	3,1	54,4	2,6	45,6	2.190	1.140	52,1	1.050	47,9
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>5)</sup>	5,4	1,2	22,2	4,2	77,8	3.650	670	18,4	2.980	81,6
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	7,1	4,4	62,0	2,7	38,0	5.390	2.980	55,3	2.410	44,7
<b>Insgesamt</b>	<b>75,9</b>	<b>32,8</b>	<b>43,2</b>	<b>43,1</b>	<b>56,8</b>	<b>24.730</b>	<b>11.590</b>	<b>46,9</b>	<b>13.140</b>	<b>53,1</b>
<b>Flächenproduktivität</b> ca. in Euro pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	<b>3.100</b>	<b>2.800</b>	.	<b>3.300</b>	.	.	.	.	.	.

Rundungsdifferenzen möglich

1) Eigene Berechnungen auf der Basis der Vor-Ort-Recherchen der Gutachter (Stichtagserhebung). Exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk.

2) Stand: Juni 2012

3) Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.

4) Die Warengruppen Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.

5) Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf.

### 3.2.2 Zentralität

Die Handelszentralität einer Stadt oder Gemeinde wird aus der Gegenüberstellung der in der Gemeinde erzielten Einzelhandelsumsätze mit dem Nachfragenvolumen dieser Gemeinde ermittelt. Neben dem Gesamtwert kann die Handelszentralität auch sortimentspezifisch ausgewiesen werden.

Durch die Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem Nachfragenvolumen können Aussagen abgeleitet werden, ob eine Gemeinde insgesamt oder bei einzelnen Branchengruppen per saldo Kaufkraftzuflüsse oder Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen hat.

Eine Handelszentralität von über 100 % bedeutet, dass die Zuflüsse die Abflüsse übersteigen und es damit insgesamt zu einem saldierten Kaufkraftzufluss kommt. Demgegenüber sagt eine Handelszentralität von unter 100 % aus, dass per saldo Kaufkraft in Konkurrenzzentren abfließt.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragenvolumen in der Stadt Nastätten beträgt knapp 22 Mio. Euro, während sich das Umsatzvolumen des ortsansässigen Einzelhandels auf rd. 76 Mio. Euro beläuft.

Damit errechnet sich eine sortimentsübergreifende Zentralitätskennziffer von sehr stattlichen rd. 350 (vgl. Tabelle 3 auf nachfolgender Seite).

Für die Stadt Nastätten ergibt sich insgesamt insofern ein Kaufkraftzufluss per Saldo von gut 54 Mio. Euro p.a.

Der Nastätter Zentralitätswert zeigt somit die regionale Bedeutung der Stadt als zentraler Versorgungs-

standort (Mittelzentrum im ländlichen Raum) im Süden des Rhein-Lahn-Kreises plakativ auf.

Bemerkenswert ist insbesondere der Kaufkraftzufluss im periodischen Bedarfsbereich (rd. 29 Mio. Euro p.a.), was einer Zentralität von rd. 389 entspricht und anschaulich die Wichtigkeit Nastätzens für die Versorgung mit Dingen des täglichen Bedarfs darstellt.

Im aperiodischen Bedarfsbereich erreicht der Nastätter Einzelhandel einen Zentralitätswert von rd. 316 was nicht zuletzt durch die sehr hohe Zentralität im Bereich Möbel- und Einrichtungsbedarf (Zentralität von 413) begründet ist.

Per Saldo beträgt der Kaufkraftzufluss hier rd. 25 Mio. Euro p.a.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass mit gut 7 Mio. Euro p.a. vergleichsweise sehr gute Kaufkraftzuflüsse im Bereich Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren zu verzeichnen sind, was einer für die Größe der Stadt recht hohen Handelszentralität von fast 397 entspricht.

Auch für den Technikbereich (rd. 372) und auch noch für das innerstädtische Kernsortiment Haushalts- und persönlicher Bedarf (knapp 233) sind vergleichsweise hohe Zentralitätswerte festzustellen.

Den niedrigsten Zentralitätswert ist mit knapp 206 für den Heimwerker- und Gartenbedarfsbereich festzustellen.

Die Haltung und Sicherung der Handelszentralität bzw. eine möglich Zentralitätssteigerung in Teilbereichen über eine entsprechende Stärkung bzw. Ausbau des örtlichen Angebots ist als stadtentwicklungspolitische Zukunftsaufgabe zu verfolgen.

In der Gesamtschau der ermittelten Zentralitätswerte lässt sich demnach feststellen, dass die Stadt Nastätten ihren mittelzentralen Versorgungsauftrag derzeit hervorragend gerecht wird.

Dabei sind die hohen Zentralitätswerte dem Umstand geschuldet, dass Nastätten in einem ansonsten wettbewerblich schwach aufgestellten Raum den zentralen Einkaufsort für die Gemeinden des Umlands - über die Verbandsgrenzen hinaus - darstellt.

Insbesondere sollte aber auch bedacht werden, dass das derzeit vorhandene Angebot in quantitativer wie qualitativer Hinsicht ergänzt wird und somit die erreichte Zentralität der Stadt Nastätten gehalten, wenn nicht sogar in Teilbereichen in gewissem Umfang gesteigert werden kann.

*Siehe hierzu auch die folgende Tabelle 3.*

**Tabelle 3: Pro-Kopf-Ausgabebeträge, Nachfragevolumen, Einzelhandelsumsatz und Zentralität in Nastätten**

<b>Ladeneinzelhandelsumsätze Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen Handelszentralität</b>	<b>Einzel- handels- relevantes Nachfrage- volumen je Einwohner 1)</b>	<b>Einzel- handels- relevantes Nachfrage- volumen 2011 2)</b>	<b>Laden- einzelhan- delsumsätze 2011 3)</b>	<b>Umsatz- struktur 2011</b>	<b>Kaufkraftzu- bzw. -abfluss 2011 per saldo</b>	<b>Handels- zentralität 2011</b>
<b>Warengruppen/Sortimente</b>	in Euro	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	Index
<b>periodischer Bedarf gesamt</b> (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege)	<b>2.393</b>	<b>10,0</b>	<b>39,1</b>	<b>51,5</b>	<b>29,1</b>	<b>389,4</b>
<b>aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)</b>	<b>2.772</b>	<b>11,6</b>	<b>36,8</b>	<b>48,5</b>	<b>25,2</b>	<b>316,4</b>
<b>a) Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>577</b>	<b>2,4</b>	<b>9,6</b>	<b>12,6</b>	<b>7,2</b>	<b>396,7</b>
<b>b) Hartwaren gesamt, davon:</b>	<b>2.195</b>	<b>9,2</b>	<b>27,2</b>	<b>35,8</b>	<b>18,0</b>	<b>295,3</b>
• Technik <sup>4)</sup>	577	2,4	9,0	11,9	6,6	371,9
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>5)</sup>	584	2,5	5,7	7,5	3,3	232,7
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>6)</sup>	624	2,6	5,4	7,1	2,8	206,1
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	410	1,7	7,1	9,4	5,4	412,8
<b>Insgesamt</b>	<b>5.163</b>	<b>21,7</b>	<b>75,9</b>	<b>100,0</b>	<b>54,2</b>	<b>350,3</b>

Rundungsdifferenzen möglich

1) Lt. Angaben der GfK GeoMarketing 2012, eigene Berechnungen.

2) Exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig), Versand-/Onlinehandel und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk.

3) Eigene Berechnungen auf der Basis der Vor-Ort-Recherchen der Gutachter (Stichtagserhebung).  
Exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk.

4) Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.

5) Die Warengruppen Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.

6) Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf.

## 4. Regionale Wettbewerbssituation im Einzelhandel

Mit Blick auf die in Kapitel 5 vorzunehmende Abgrenzung des Nastätter Marktgebietes und die Bestimmung der Leistungsstärke des örtlichen Einzelhandels ist auch die regionale Einzelhandelssituation von maßgeblicher Bedeutung. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend die wichtigsten Einzelhandelsstandorte in der Region kurz skizziert und abschließend in ihrer Wettbewerbsbedeutung bewertet.

### 4.1 Übrige Verbandsgemeinde

Was das übrige Verbandsgemeindegebiet angeht, so sind in einigen Gemeinden in erster Linie nahversorgungsrelevante Angebote zu finden.

Von den drei untersuchten einwohnergrößeren Gemeinden Miehlen, Holzhausen an der Haide und Bogel sind in Miehlen nennenswerte Anbieter insbesondere des periodischen Bedarfes im Ortskern zu finden (u.a. Getränkemarkte, Bäcker, Metzger, Kiosk, Lebensmittelläden und auch Hartwarenanbieter). Diese Angebote reflektieren in erster Linie auf die Gemeindebevölkerung.

Im südlich gelegenen Industriegebiet von Miehlen sind mit einem Raiffeisenmarkt und dem Reitersport- sowie Outdoorgeschäft Optimum weitere Anbieter vorhanden, wobei Optimum auch Kunden über die Gemeindegrenzen hinaus ansprechen dürfte.

In den übrigen untersuchten Gemeinden sind nur wenige Anbieter zu finden (u.a. Debussmann Orthopädie/Schuhe, Getränkemarkt, Backshops).

### 4.2 St. Goarshausen und St. Goar

Zusammen mit den beiden Rheinstädten St. Goar (linksrheinisch, Verbandsgemeinde St. Goar-Oberwesel, Rhein-Hunsrück-Kreis) und St. Goarshausen (rechtsrheinische Loreley-Stadt; Verbandsgemeinde Loreley) bildet Nastätten ein kooperatives Mittelzentrum.

St. Goar und St. Goarshausen sind seit Jahrzehnten touristisch geprägt (diverse Hotels, Campingplätze etc.).

Die zentrale touristische Funktion beider Städte zeigt sich auch in innerstädtischen, insgesamt als schwach zu klassifizierenden Einzelhandelsstrukturen (Souveniershops, Kioske, kleinteilige, inhabergeführte Läden, Getränkeläden etc.), wobei insbesondere die Erdgeschoßlagen an erster Stelle gastronomisch bzw. von Beherbergungsstätten genutzt werden.

Als wichtigster Anbieter ist Rewe in St. Goarshausen zu nennen. Der Lebensmittelhauptmarkt liegt dabei nahe der Innenstadt von St. Goarshausen.

Ein separater Getränkemarkt (ehemaligern Edeka-Markt) ist weiter östlich an der Nastätterstraße zu finden.

Aufgrund der sehr dünnen einzelhändlerischen Ausstattung dürfte die Bevölkerung von St. Goarshausen und auch der östlich gelegenen

Gemeinden der Verbandsgemeinde Loreley in erster Linie auf Nastätten ausgerichtet sein.

Einwohner St. Goars dürften sich eher nach dem südlich gelegenen Oberwesel orientieren.

Laut LEP IV bilden Nastätten und die Städte St. Goarshausen und St. Goar im ländlichen Raum ein **kooperierendes Mittelzentrum**.

Hierzu heißt es im LEP IV zum Ziel 40:

*"Leisten innerhalb eins Mittelbereichs mehrere zentrale Orte der mittel- und oberzentralen Stufe (Mittel- und Oberzentrum) einen Beitrag zu mittelzentralen Versorgung, so handelt es sich um einen sogenannten 'mittelzentralen Verbund kooperierender Zentren'".*

Unter Einzelhandelsgesichtspunkten ist eindeutig festzustellen, dass Nastätten de facto annähernd alleine diese mittelzentrale Bedeutung für das kooperierende Mittelzentrum stellt und auch weiterhin aus Gutachtersicht dies tun sollte. St. Goar sowie auch St. Goarshausen sollten in erster Linie die Sicherung der Grund- und Nahversorgung verfolgen.

Einzelhändlerische Ansiedlungen über diese Bedeutung hinaus dürften in St. Goar und St. Goarshausen aus topographischen und potenzielseitigen Gründen eher unwahrscheinlich sein. Diesbezüglich sollten sich alle Anstrengungen auf die Stadt Nastätten konzentrieren.

### 4.3 **Fazit**

Zusammenfassend ist festzustellen, dass in der übrigen Verbandsgemeinde Nastätten sowie auch in den beiden zum kooperierenden Mittenzentrum gehörigen Städte St. Goar und St. Goarshausen lediglich 'dünne', in erster Linie der örtlichen Nahversorgung oder der touristischen Versorgung dienende Einzelhandelsstrukturen zu finden sind.

Insofern übernimmt Nastätten einen wichtigen, wenn nicht **den** Versorgungsauftrag im südlichen Kreisgebiet wahr, der deutlich über die Grenzen der Verbandsgemeinde hinausgeht.

Nicht unerwähnt soll bleiben, dass als wichtigste Wettbewerbsstandorte für Nastätten insbesondere auch für die Innenstadtsortimente selbstredend das Oberzentrum Koblenz bzw. die Fachmarkttagglomeration Mülheim-Kärlich im Landkreis Mayen-Koblenz zu nennen sind.

## 5. Marktgebiet und Nachfragevolumen

### 5.1 Marktgebiet

Als Marktgebiet (oder auch einzelhändlerisches Einzugsgebiet) wird derjenige räumliche Bereich bezeichnet, aus dem die Verbraucher mit einer wettbewerbs- und zeitdistanzabhängigen Intensität zu einem Einzelhandelsstandort tendieren. Man spricht hierbei auch von einer 'zeitdistanzverminderten Attraktivität'. Je größer die Zeitdistanz ist, die ein Verbraucher zurücklegen muss und je mehr Wettbewerber, d.h. konkurrierende zentrale Orte oder Einkaufsstätten der Verbraucher in ähnlicher oder geringerer Zeitdistanz vorfindet, desto geringer ist die Intensität seiner Einkaufsbeziehungen zum in Frage kommenden zentralen Ort und desto kleiner ist auch das Marktgebiet.

Die Abgrenzung des Marktgebietes der Stadt Nastätten erfolgt somit unter Zeitdistanz- und Fernkonkurrenzgesichtspunkten. Die Größe des Marktgebietes wird also insbesondere durch die Verkehrsanbindung, die Nähe zu Konkurrenzbetrieben oder -zentren sowie die Attraktivität des Warenangebotes in der Standortgemeinde selbst bestimmt.

Darüber hinaus wurden die siedlungsstrukturellen und topografischen Gegebenheiten berücksichtigt sowie auch die Ergebnisse der intensiven Vor-Ort-Recherchen sowie interne Basismaterialien und

Erfahrungswerte der Verbandsgemeindeverwaltung zugrunde gelegt.

Aus gutachterlicher Sicht umfasst das Marktgebiet der Stadt Nastätten demnach drei Zonen unterschiedlicher Abschöpfungsintensität (vgl. nachfolgende Abbildung) mit insgesamt **rd. 52.800 Einwohnern:**

- **Zone I (Naheinzugsgebiet)**

Umfasst das Gebiet der Stadt Nastätten und der Gemeinden von Buch und Oelsberg. Insgesamt verfügt die Zone I über 5.353 Einwohner.

- **Zone II (Fernezeugsgebiet I)**

Das Fernezeugsgebiet I beinhaltet die übrigen Gemeinden der Verbandsgemeinde Nastätten sowie eine ganze Reihe an Nachbargemeinden mit z.T. dörflichen Strukturen.

Folgende Gemeinden gehören zur Zone II (in alphabetischer Ordnung):

Berg, Bettendorf, Bogel, Ehr, Endlichhofen, Eschbach, Gemmerich, Himmighofen, Holzhausen an der Haide, Hunzel, Kasdorf, Lautert, Lipporn, Marienfels, Miehlen, Niederbachheim, Niederwallmenach, Oberbachheim, Obertiefenbach, Oberwallmenach, Hainau, Rettershain, Rettert, Ruppertshofen, Strüth, Welterod, Winterwerb, Diethardt, Heidenrod (Hessen), Auel, Berndroth, Bornich, Dörscheid, Geisig, Lierschied, Lollschied, Niedertiefenbach, Nochern, Oberfischbach, Patersberg, Pohl,

Reichenberg, Reitzenhain, Roth, Weidenbach, Weisel, Weyer.

Insgesamt leben in dieser räumlich weit ausgedehnten Zone II 26.638 Einwohner.

- **Zone III (Fernezeugsgebiet II)**

Das räumlich weite Fernezeugsgebiet umfasst folgende Gemeinden:

Allendorf, Attenhausen, Berghausen, Biebrich, Dachsenhausen, Dahlheim, Dessighofen, Dörsdorf, Dornholzhausen, Ebertshausen, Eisighofen, Ergeshausen, Herold, Kamp-Bornhofen, Katzenelnbogen, Kaub, Kehlbach, Kestert, Klingelbach, Kördorf, Lorch (Hessen), Lykershausen, Mittelfischbach, Oberwies, Prath, Reckenroth, Sankt Goarshausen, Sauerthal, Schweighausen, Singhofen.

Das Bevölkerungspotenzial in der Zone III (Fernezeugsgebiet II) beträgt 20.774 Einwohner.

Die Zonen I bis III stellen insofern ein sehr weitläufiges Einzugsgebiet dar, das somit deutlich über den Nastätter Nahbereich hinausgeht und die große Bedeutung Nastätzens als Einkaufsort im südlichen Rhein-Lahn-Kreis und darüber hinaus aufzeigt.

Gleichwohl dürfte sich in der Zone II und III die jeweilige gemeindebezogene Abschöpfung sehr unterschiedlich darstellen. Dies ist auch hinsichtlich der folgenden Kaufkraftabschöpfungsdarstellung (Kapitel 5.3) zu beachten.

Um darüber hinaus auch sporadische Einkaufsbeziehungen von Personen, die außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes wohnen (u.a. Touristen, die nicht ihren Hauptwohnsitz im Einzugsgebiet haben und Berufseinpendler) zu berücksichtigen, wird bei den nachfolgenden Berechnungen zum Nachfragevolumen zusätzlich eine 3 %-ige Potenzialreserve in Ansatz gebracht.

Das so abgegrenzte Marktgebiet des Nastätter Einzelhandels insgesamt stellt aus Sicht der Gutachter die maximale räumliche Ausdehnung dar.

Gleichwohl muss an dieser Stelle betont werden, dass die unterschiedlichen Einkaufsdestinationen in der Stadt Nastätten unterschiedliche Einzugsgebiete generieren. So kann Möbel Gugler, Bauklotz Steeg oder auch Expert Klein sicherlich auf ein größeres Einzugsgebiet reflektieren als z.B. die Einzelhändler, die der Nahversorgung dienen oder auch flächenkleiner ausfallen.

Es sollte alles daran gesetzt werden, dass die derzeitigen Kunden an den Standort Nastätten weiter gebunden werden können bzw. das derzeitige Standortpublikum in Nastätten gehalten werden kann.

Eine Abwanderung der Kunden bzw. einer Intensivierung der Einkaufsbeziehungen der Menschen im Marktgebiet zu anderen, alternativen Standorten sollte auch mit angebotsseitigen Mitteln so weit wie möglich verhindert werden.

*Siehe auch Abbildung 2 auf der folgenden Seite.*



## 5.2 Nachfragevolumen

Die Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens erfolgt auf der Basis der durch die GfK ermittelten Kaufkraftkennziffern auf Gemeindeebene, der aktuellen Einwohnerzahlen der Gemeinden sowie des einzelhandelswirksamen durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabebetrages.

Das Nachfragevolumen der Marktgebietszone I beträgt für den gesamten Einzelhandel knapp 28 Mio. Euro (siehe Tabelle 4).

Für die weitläufige Marktgebietszone II errechnet sich ein Nachfragevolumen von 141 Mio. Euro. In der äußeren Zone III sind gut 108 Mio. Euro lokalisiert.

Damit befindet sich rund die Hälfte des vorhandenen Nachfragevolumens in dem räumlich weit ausgedehnten Ferneinzugsgebiet I rund um Nastätten und über ein Drittel des Nachfragevolumens ist zudem in der räumlich schon recht weit entfernten Ferneinzugsgebietszone II zu finden.

D.h., dass der Nastätter Einzelhandel über vergleichsweise große Distanzen Kundenbeziehungen in das weite Umland entfaltet, die sogar bis in das Nachbarland Hessen reichen.

Insgesamt verfügt das Einzugsgebiet der Stadt Nastätten einschließlich der 3 %igen Potenzialreserve somit über ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen rd. 285 Mio. Euro p.a.

Was das Naheinzugsgebiet sowie auch große Teile des Ferneinzugsgebiets I angeht, sind aus diesem Bereich naturgemäß die intensivsten Kundenbindungen (Stammkunden) zu erwarten.

Bezüglich der sehr heterogen strukturierten Ferneinzugsgebiete I und II ist festzustellen, dass die Nastätter Einzelhandelsanbieter auch hier auf einen starken Zuspruch reflektieren können, da die Einzelhandelstrukturen im Marktgebiet sehr 'übersichtlich' ausfallen. Dies gilt insbesondere für die der Verbandsgemeinde Nastätten angehörigen Gemeinden. Andere Gemeinden, die zu anderen Verbandsgemeinden gehören, orientieren sich durchaus auch in Richtung ihrer Verbandsgemeinde-Sitze, z.B. nach Katzenelnbogen, das - auch zum Marktgebiet Nastättens zugehörig - auch über Nahversorgungsstrukturen verfügt.

Die südlichen Ortschaften der hessischen Großgemeinde Heidenrod dürften sich auch in Richtung Bad Schwalbach orientieren. Insofern sind auch Marktgebietsüberschneidungen mit anderen Gemeinden/Städten festzustellen. Von daher dürfte die Kaufkraftbindung insbesondere in der Zone III aber auch in Teilen der Zone II schon deutlich geringer ausfallen (siehe auch das folgende Kapitel 5.3).

Bezüglich der Aufschlüsselung des Nachfragevolumens nach den Hauptwarenbereichen (siehe Tabelle 5) entfallen rd. 47 % (= rd. 134 Mio. Euro p.a.) auf den periodischen Bedarf und rd. 53 % (= rd. 151 Mio. Euro p.a.) auf den aperiodischen Bedarfsbereich.

Dabei ist das Marktpotenzial für das Segment Hartwaren (rd. 120 Mio. Euro p.a.) fast viermal so groß wie das Nachfragevolumen des Segmentes Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren (rd. 31 Mio. Euro p.a.).

Eine detaillierte Aufschlüsselung der Nachfragevolumina nach Branchengruppen, differenziert nach den drei Zonen des Einzugsgebietes, ist der Tabelle 5 auf Seite 28 zu entnehmen.

**Tabelle 4 Einwohner und Nachfragevolumen im Marktgebiet der Stadt Nastätten**

Zone/Gebietseinheit	Einwohner Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen	Einwohner per 01.01.2010 <sup>1)</sup>	Einwohner	Einzelhandelsrelevanter Kaufkraft-Index der GfK	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen je Einwohner <sup>2)</sup>	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen gesamt 2011	
		absolut	in %	Index	in Euro	in Mio. Euro	in %
<b>Zone I Naheinzugsgebiet</b>		5.353	10,1	97,2	5.180	27,7	9,7
<b>Zone II Ferneinzugsgebiet I</b>		26.638	50,5	99,4	5.295	141,0	49,5
<b>Zone III Ferneinzugsgebiet II</b>		20.774	39,4	97,3	5.187	107,8	37,8
<b>Gesamt</b>		<b>52.765</b>	<b>100,0</b>	<b>98,4</b>	<b>5.241</b>	<b>276,5</b>	<b>97,1</b>
3 %-ige Potenzialreserve für sporadische Kunden aus weiter entfernten Städten/Gemeinden		.	.	.	.	8,3	2,9
<b>Einzugsgebiet insgesamt</b>		.	.	.	.	<b>284,8</b>	<b>100,0</b>

Rundungsdifferenzen möglich

<sup>1)</sup> Lt. Statistischen Berichten des Statistischen Landesamtes.

<sup>2)</sup> Der einzelhandelsrelevante durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabebetrag in Deutschland beträgt 2011 5329 Euro, exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig), Versand-/Onlinehandel und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk. Eigene Berechnungen auf der Grundlage von Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden.

**Tabelle 5: Aufschlüsselung des Nachfragevolumens nach Warengruppen in den Marktgebietszonen von Nastätten**

Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen je Einwohner <sup>1)</sup>	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2011				
		Zone I	Zone II	Zone III	3 %-ige Potenzialreserve	Gesamt
Warengruppen/Sortimente	in Euro	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in Mio. Euro
<b>periodischer Bedarf gesamt</b> (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege)	<b>2.460</b>	<b>12,8</b>	<b>66,0</b>	<b>51,0</b>	<b>3,9</b>	<b>133,7</b>
<b>aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)</b>	<b>2.781</b>	<b>14,9</b>	<b>75,1</b>	<b>56,8</b>	<b>4,4</b>	<b>151,2</b>
<b>a) Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>575</b>	<b>3,1</b>	<b>15,5</b>	<b>11,7</b>	<b>0,9</b>	<b>31,3</b>
<b>b) Hartwaren gesamt, davon:</b>	<b>2.206</b>	<b>11,8</b>	<b>59,5</b>	<b>45,1</b>	<b>3,5</b>	<b>119,9</b>
• Technik <sup>2)</sup>	575	3,1	15,5	11,7	0,9	31,3
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>3)</sup>	587	3,1	15,8	12,0	0,9	31,9
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>4)</sup>	636	3,4	17,2	13,0	1,0	34,6
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	407	2,2	11,0	8,3	0,6	22,1
<b>Insgesamt</b>	<b>5.241</b>	<b>27,7</b>	<b>141,0</b>	<b>107,8</b>	<b>8,3</b>	<b>284,8</b>

Rundungsdifferenzen möglich

<sup>1)</sup> Lt. Angaben der GfK GeoMarketing 2011, eigene Berechnungen.

<sup>2)</sup> Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.

<sup>3)</sup> Die Warengruppen Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.

<sup>4)</sup> Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf.

### 5.3 Kaufkraftströme/ Abschöpfungsquoten

Nachfolgend wird anhand einer Modellrechnung die aktuelle Situation des Einzelhandels der Stadt Nastätten bezüglich der Kaufkraftabschöpfung und Umsatzrekrutierung dargestellt, wobei die Bewertung auf der Grundlage langjähriger Erfahrungen der Gutachter mit ähnlich gelagerten Fragestellungen erfolgt.

Die Darstellung der Kaufkraftströme nach sechs Hauptwarengruppen vermittelt die Kenntnis nach dem 'Woher' bzw. 'Wohin' des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens.

Sie gibt einen Überblick über Stärke und Zielrichtung der Ströme. Die Abschöpfungsleistungen des Nastätter Einzelhandels und die Kaufkraftströme hängen vom Einkaufsverhalten der Verbraucher ab. Sie sind damit zugleich eine direkte Folge der Angebotsstruktur in Nastätten und der - z.T. seit entfernt - umliegenden Konkurrenzzentren sowie deren Erreichbarkeit.

Die Darstellung der Abschöpfungsquoten für Nastätten in der nachstehenden Tabelle 6 verdeutlicht, in welcher Höhe die Einzelhandelsbetriebe Nastätzens das im Einzugsgebiet vorhandene Nachfragevolumen in den drei Zonen abschöpfen.

Wie bereits bei den Zentralitätswerten angedeutet, dokumentiert sich auch in der Abschöpfungsleistung des Nastätter Einzelhandels aus den einzelnen Marktgebietszonen dessen hohe Bedeutung für die Ver-

bandsgemeinde bzw. für den Nahbereich wie auch für die Region im südlichen Kreisgebiet insgesamt.

Insgesamt beträgt die Abschöpfungsleistung derzeit rd. 27 % des gesamten Nachfragevolumens im Marktgebiet, wobei im Einzelnen aus der Zone I rd. 71 %, aus der Zone II fast 34 % und aus der Zone III rd. 7 % abgeschöpft werden.

Aus der 3 %igen Potenzialreserve sind rd. 19 % zu rekrutieren.

Dabei sind in den jeweiligen Hauptwarengruppen deutliche Unterschiede zu beobachten.

Respektable Werte erreichen insgesamt die Sortimente der Warengruppe Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien (rd. 32 %), Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren (rd. 31 %), der periodische Bedarfsbereich (knapp 30 %) und auch der Technikbereich (rd. 29 %).

Für die Warengruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf sind immerhin noch rd. 18 % abzuschöpfen, während für den Heimwerker- und Gartenbedarf gut rd. 16 % des diesbezüglich im Einzugsgebiet lokalisierten Nachfragevolumens zu holen ist.

Wie die nach den einzelnen Marktgebietszonen differenzierte Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Einzelnen verdeutlicht, sind die Potenziale für Umsatzsteigerungen des Nastätter Einzelhandels vor allem in gewissen Steigerungen der Abschöpfungsleistungen vornehmlich im Ferneinzugsgebiet I (Zone II) zu sehen (durchschnittliche Kaufkraftabschöpfungen zwischen rd. 17 % und rd. 40 %).

Insofern bestehen hier gewisse Umsatzspielräume über alle Warengruppen durch Erhöhungen der Abschöpfung.

Für die Zone III dürften nur geringe Spielräume zur Abschöpfungssteigerung bestehen.

Hingegen kann die Marktdurchdringung in Zone I bei der einen oder anderen Warengruppe - z.B. im Möbel, Einrichtungs- und Heimwerkerbedarf - zukünftig noch forciert werden.

Vor dem Hintergrund des Versorgungsauftrags sowie der Lage der Stadt Nastätten stellen die ermittelten Kaufkraftbindungsquoten einen guten Wert dar. Grundsätzlich steht Potenzial für spezialisierte aperiodische Angebotsformen zur Verfügung, sofern hierfür Betreiber gewonnen werden können.

Gleichwohl besteht auch im periodischen Bedarfssegment etwas 'Luft' nach oben, auch wenn hier verstärkt auf die Zone II reflektiert werden muss.

*Siehe auch folgende Tabelle 6.*

**Tabelle 6: Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die Stadt Nastätten**

Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen Abschöpfungsleistung	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen Zone I			Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen Zone II			Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen Zone III			3 %-ige Potenzialreserve			Gesamtes einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen		
	gesamt		Abschöpfungsleistung	gesamt		Abschöpfungsleistung	gesamt		Abschöpfungsleistung	gesamt		Abschöpfungsleistung	gesamt		Abschöpfungsleistung
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %
<b>Warengruppen/Sortimente</b>															
<b>periodischer Bedarf gesamt</b> (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege)	<b>12,8</b>	<b>10,00</b>	<b>77,9</b>	<b>66,0</b>	<b>26,30</b>	<b>39,9</b>	<b>51,0</b>	<b>2,00</b>	<b>3,9</b>	<b>3,9</b>	<b>0,80</b>	<b>20,5</b>	<b>133,7</b>	<b>39,1</b>	<b>29,3</b>
<b>aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)</b>	<b>14,9</b>	<b>9,80</b>	<b>65,8</b>	<b>75,1</b>	<b>21,00</b>	<b>28,0</b>	<b>56,8</b>	<b>5,20</b>	<b>9,2</b>	<b>4,4</b>	<b>0,80</b>	<b>18,2</b>	<b>151,2</b>	<b>36,8</b>	<b>24,3</b>
<b>a) Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>3,1</b>	<b>2,10</b>	<b>67,7</b>	<b>15,5</b>	<b>5,60</b>	<b>36,1</b>	<b>11,7</b>	<b>1,70</b>	<b>14,5</b>	<b>0,9</b>	<b>0,20</b>	<b>22,0</b>	<b>31,3</b>	<b>9,6</b>	<b>30,7</b>
<b>b) Hartwaren gesamt, davon:</b>	<b>11,8</b>	<b>7,70</b>	<b>65,3</b>	<b>59,5</b>	<b>15,40</b>	<b>25,9</b>	<b>45,1</b>	<b>3,50</b>	<b>7,8</b>	<b>3,5</b>	<b>0,60</b>	<b>17,2</b>	<b>119,9</b>	<b>27,2</b>	<b>22,7</b>
• Technik <sup>1)</sup>	3,1	2,20	71,2	15,5	5,30	34,1	11,7	1,30	11,1	0,9	0,20	22,0	31,3	9,0	28,8
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>2)</sup>	3,1	2,20	70,3	15,8	3,00	19,0	12,0	0,40	3,3	0,9	0,10	10,8	31,9	5,7	17,9
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>3)</sup>	3,4	2,00	59,2	17,2	2,90	16,9	13,0	0,40	3,1	1,0	0,10	9,9	34,6	5,4	15,6
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	2,2	1,30	59,1	11,0	4,20	38,2	8,3	1,40	16,9	0,6	0,20	31,0	22,1	7,1	32,1
<b>Insgesamt</b>	<b>27,7</b>	<b>19,80</b>	<b>71,4</b>	<b>141,0</b>	<b>47,30</b>	<b>33,5</b>	<b>107,8</b>	<b>7,20</b>	<b>6,7</b>	<b>8,3</b>	<b>1,60</b>	<b>19,3</b>	<b>284,8</b>	<b>75,9</b>	<b>26,6</b>

Rundungsdifferenzen möglich

- <sup>1)</sup> Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.  
<sup>2)</sup> Die Warengruppen Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.  
<sup>3)</sup> Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf.

## 6. Perspektivische markt- und potenzielle Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in Nastätten

### 6.1 Vorbemerkung

Um im Rahmen der zukünftigen Planungen zur Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Nastätten auch perspektivische Handlungsspielräume für eine zukünftige Ansiedlungs- bzw. Entwicklungspolitik aufzuzeigen, soll auch zu der Bandbreite der möglichen perspektivischen Nachfrageentwicklung in der Stadt und im Marktgebiet Nastätten Stellung genommen werden.

Dazu wurde ein Entwicklungsszenario der Nachfrage erarbeitet.

Hierbei handelt es sich um hypothetische bzw. modellhafte Annahmen. Damit wird eine mögliche Bandbreite der zukünftigen Nachfrageentwicklung in der Stadt bzw. dem Marktgebiet abgebildet.

Diese Berechnungen erfolgen unter Berücksichtigung des derzeitigen Angebotes sowie der aktuell realisierten Kaufkraftabschöpfungsquoten in den jeweiligen Sortimenten.

Aufbauend auf diesem Szenario zur Nachfrageentwicklung im Marktgebiet des Nastätter Einzelhandels (Tabelle 7, Seite 34) wird in einem zweiten Bearbeitungsschritt über die Kaufkraftabschöpfung des

Nastätter Einzelhandels aus dem Marktgebiet der perspektivisch im Stadtgebiet realisierbare Einzelhandelsumsatz berechnet.

Neben den perspektivischen Werten wird die Entwicklung zwischen der Ist-Situation und 2021 auch anhand eines Richtungspfeils aufgezeigt:

- ↗ Tendenz positiv,
- Tendenz gleich bleibend,
- ↘ Tendenz negativ.

Dabei erfolgt das Szenario unter der hypothetischen Annahme, es würde keine Veränderungen im Einzelhandel geben, um insofern Aussagen darüber zu erzielen, wie sich der Nastätter Einzelhandel ohne weitere Einzelhandelsansiedlungen bzw. auch ohne weitere Betriebschließungen bis zum Jahr 2021 entwickeln würde.

### 6.2 Entwicklungsparameter der Szenarien

Als wesentliche Entwicklungsparameter sind folgende Größen anzusprechen:

#### Einwohnerzahl/Bevölkerungsentwicklung

Die Bevölkerungsprognose für 2021 orientiert sich an der Bevölkerungsvorausschätzung, die für den Rhein-Lahn-Kreis angesetzt wurde (siehe auch Kapitel 2), diesbezüglich soll zwischen 2012 und 2021 die Bevölkerung im Kreis um - 3 % zurückgehen.

Für den Hessischen Rheingau-Taunus-Kreis (Großgemeinde Heindrod und Stadt Lorch) wird für den hier betrachteten Zeitraum ein Bevölkerungsrückgang von rd. - 2 % erwartet.

Mit Blick auf den Beobachtungszeitraum bis 2021 wird den Gemeinden des Marktgebietes (auch wenn nicht alle Gemeinden dem Rhein-Lahn-Kreis angehören)<sup>10</sup> insofern ein Bevölkerungsrückgang von pauschal - 3 % zu unterstellen, auch wenn es diesbezüglich örtliche Unterschiede geben dürfte.

Somit sind bis 2021 unter Berücksichtigung der Prognosen der Statistischen Landesämter Rheinland-Pfalz und Hessen im gesamten Einzugsgebiet weiterhin von einem Bevölkerungsrückgang auszugehen.

Ohne wesentliche Veränderungen der Einzelhandelslandschaft ist davon auszugehen, dass das Marktgebiet der Stadt Nastätten in 2021 dieselbe räumliche Ausdehnung aufweist, wie dies heute der Fall ist (Zonen I bis III).

Die perspektivische Gesamt-Bevölkerungszahl wird 2021 im Marktgebiet in der realistischen Variante insofern knapp 51.200 betragen.

<sup>10</sup> Großgemeinde Heindrod und die Stadt Lorch.

## Entwicklung des Kaufkraft-Index

Bei der Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraft-Index der GfK (Bundesgebiet = 100) wird davon ausgegangen, dass dieser in der **realistischen Variante** (97,9) bis 2021 (im Vergleich zum Bundesgebiet insgesamt) unter dem Gebot der Vorsicht im Marktgebiet insgesamt leicht sinkt (rd. - 0,5 %-Prozentpunkt) und im Prinzip in der Region stabil bleiben dürfte.

## Durchschnittlicher, einzelhandelsrelevanter Pro-Kopf-Ausgabebetrag (im Bundesgebiet)

Für das Jahr 2021 wird in der **realistischen Variante** -nach dem Prinzip der Vorsicht- ein jährlicher einzelhandelsrelevanter Pro-Kopf-Ausgabebetrag von rd. 5.500,- Euro angenommen, der um rd. 3,2 % über dem heutigem Niveau (rd. 5.329,- Euro in 2011) liegt<sup>11</sup>.

## Gebietsspezifischer Pro-Kopf-Ausgabebetrag

Aus den vorstehenden Annahmen/Größen errechnet sich ein perspektivischer gebietsspezifischer Pro-Kopf-Ausgabebetrag im Marktgebiet des Nastätter

Einzelhandels in der realistischen Variante in Höhe von rd. 5.380 Euro p.a. (= + 2,7 %).

## Nachfragevolumen im Marktgebiet

Da -wie oben bereits skizziert- von einer konstanten Marktgebietsausdehnung für den Nastätter Einzelhandel im Jahr 2021 auszugehen ist, sind Veränderungen beim einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen im Marktgebiet ausschließlich auf die Veränderungen der oben genannten Parameter (Einwohner, Kaufkraft-Index, Pro-Kopf-Ausgabebetrag) zurückzuführen.

Somit errechnet sich in der realistischen Variante ein Nachfragevolumen im Marktgebiet in 2021 von **rd. 283,8 Mio. Euro** (= - 0,4 % gegenüber 2011) und beliebt somit auch in der Zukunft konstant.

## Nachfragevolumen nach Warengruppen

Ein wesentlicher Punkt ist dabei die zukünftige Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben in Deutschland bis zum Jahr 2021.

Nach Fortschreibung der Repräsentativstatistik im Einzelhandel gehen die Gutachter insgesamt gesehen für das Jahr 2021 von in etwa ähnlichen prozentualen Anteilen der sechs Hauptwarengruppen an den Verbrauchsausgaben wie 2011 aus.

Bei der Aufschlüsselung des Nachfragevolumens nach den relevanten Waren-/Sortimentsgruppen wird

ausgehend von der Umsatzentwicklung der letzten Jahre davon ausgegangen, dass die Verteilung der Ausgabebeträge konstant bleiben wird.

## Kaufkraftabschöpfung des Nastätter Einzelhandels

Mit Hilfe einer Modellrechnung wurden auf der Grundlage angenommener Kaufkraftabschöpfungsquoten für die einzelnen Zonen des Marktgebietes die Abschöpfungsquoten für den Nastätter Einzelhandel berechnet.

Unter Einbeziehung institutsinterner Daten, Informationen und Annahmen über die zukünftige Entwicklung im Einzelhandel (u.a. zur Betriebs-typenentwicklung, Einkaufsorientierungen etc.), wurden dann mit obiger Modellrechnung die möglichen und aus Gutachtersicht realistischen, zukünftigen Abschöpfungsquoten für den Nastätter Einzelhandel ermittelt.

Dies vorausgeschickt, erreicht die im Jahr 2021 mögliche zukünftige Kaufkraftabschöpfungsquote des Nastätter Einzelhandels einen Wert von rd. 30 %. Die perspektivische Abschöpfungsquote dürfte damit über dem heutigen Niveau (rd. 3,6 Prozentpunkte rangieren (siehe auch Tabelle 8, Seite 35).

<sup>11</sup> Bei der Bezifferung der durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabebeträge für das Jahr 2021 sowie den darauf fußenden Berechnungen wird vom heutigen Preisniveau (2011) ausgegangen.

## Umsatzentwicklung

Die in der Tabelle 8 ausgewiesenen Werte liegen folgende Berechnungen zugrunde: Rechnerischer Wert auf der Basis der jeweiligen Zielumsätze in der realistischen Szenariovariante abzüglich des aktuellen gesamt- bzw. warengruppenspezifischen Umsatzvolumens.

Damit zeichnen sich in der realistischen Variante ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rd. 10 Mio. Euro ab.

*Details sind den nachstehenden Tabellen 7 und 8 zu entnehmen.*

### 6.3 Ergebnisse der Szenarien und Annahmen zu möglichen Entwicklungsperspektiven für den Nastätter Einzelhandel

#### Kaufkraftabschöpfung des Einzelhandels vom Nachfragevolumen im Marktgebiet in Nastätten

Auf Basis des vorstehend errechneten perspektivischen Nachfragevolumens im Marktgebiet des Einzelhandels in Nastätten sowie anhand der prozentualen Kaufkraftabschöpfung wird ein perspektivisch erzielbarer Umsatz für den Nastätter Einzelhandel errechnet. In der **realistischen Variante** wird unterstellt, dass es u.a. aufgrund der guten Performance und Marktaufstellung bestehender Anbieter oder auch durch völlig neue Einzelhandels-

betriebe gelingen kann, die Marktdurchdringung des Nastätter Einzelhandels innerhalb des (räumlich identischen) Marktgebietes gegenüber heute zu steigern (+ rd. 3,6 %-Punkte).

Auf dieser Basis errechnet sich ein **perspektivisches Umsatzvolumen** für den Einzelhandel in Nastätten, das in der **realistischen Variante** um rd. 13 % steigt.

#### Umsatzpotenziale für den Einzelhandel in Nastätten

Von dem errechneten Umsatzzuwachs in Höhe von rd. 10 Mio. Euro entfällt der kleinste Anteil auf den Bereich Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien (+ rd. 0,9 Mio. Euro).

Mit fast 6 Mio. Euro kann der periodische Bedarfsbereich umsatzseitig den höchsten Zuwachs verzeichnen. Für den Technikbereich wird eine konstante Abschöpfung angenommen, da hier schon derzeit eine gute 'Performance' festzustellen ist.

Differenziert nach einzelnen Warengruppen stellen sich die Umsatzspielräume in den einzelnen Warengruppen in Tabelle 8 dar.

Mit Blick auf eine Bewertung der umsatzseitigen Entwicklungsspielräume sollten, neben der oben dargestellten Potenzialseite, in einem zusätzlichen Schritt auch die markt- und angebotsseitigen Gegebenheiten mit einbezogen werden.

Hiervon ausgehend sollte in den Warengruppen, in denen noch Umsatzspielräume zu finden sind, mit Nachdruck auch entsprechende Flächenentwicklungen durch Erweiterungen und Neuansiedlungen angestrebt werden, um die Kaufkraftabschöpfung entsprechend zu heben. Insofern bestehen in der Warengruppe periodischer Bedarf noch vergleichsweise gute Entwicklungsspielräume.

Weiterhin sollte die Stadt Nastätten eine Verkaufsflächenerweiterung der bereits bestehenden Lebensmittel-Anbieter zur zeitgemäßen Aufstellung ihrer Verkaufsflächen bedenken oder auch Neuansiedlungen nicht ausschließen, wobei es dann durchaus auch zu Umsatzumverteilungen der bestehenden Anbieter kommen kann.

Im aperiodischen Bedarfsbereich sind gleichermaßen auch gewisse Entwicklungsspielräume (+ 4,2 Mio. Euro) vorhanden.

In der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren (+ rd. 0,4 Mio. Euro) sollten qualitative Anbieter möglichen preisorientierten Angebotsformaten vorgezogen werden.

In der Warengruppe der Hartwaren können auch die bestehenden Angebote abgerundet werden (Potenzial rd. 3,8 Mio. Euro), insbesondere im Bereich Haushalts- und persönlicher Bedarf (rd. 1,3 Mio. Euro), aber auch bei Heimwerker- und Gartenbedarf (rd. 1,6 Mio. Euro). Auch in der Sortimentsgruppe Möbel/Einrichtungsbedarf, Haus-/Heimtextilien (rd. 0,9 Mio. Euro) sind Potenziale zu konstatieren.

Räumlich sollten mögliche Ansiedlungen bzw. Verkaufsflächenerweiterung nach Möglichkeit vornehmlich in der Innenstadt bzw. an deren Randbereichen erfolgen.

bestehender Anbieter hinsichtlich ihrer Auswirkungen und ihres Beitrags zur Verbesserung der Versorgungsqualität unter Umständen näher zu prüfen.

#### 6.4 **Fazit**

Zusammenfassend ist festzustellen, dass in der Stadt Nastätten mit Blick auf die perspektivische Nachfragesituation - abgesehen vom Technikbereich - über alle Warengruppe deutliche bzw. noch gewisse Spielräume bestehen. Dies weist darauf hin, dass in der Stadt Nastätten weitere Einzelhandelsentwicklungen grundsätzlich denkbar sind.

**Die aufgezeigten potenzielseitigen 'Umsatz-Korridore' sind als quantitative 'grobe Richtschnur' zu verstehen, die aufzeigt, bis zu welcher Größenordnung eine auch 'auswirkungsneutrale' Verkaufsflächenentwicklung stattfinden kann. Das heißt nicht, dass darüber hinaus keine weiteren Verkaufsflächen-Ansiedlungen oder -Erweiterungen vorgenommen werden können.**

Vor dem Hintergrund der außerordentlich hohen Bedeutung Nastätzens als regionale Einkaufsstadt kann und muss sich der Nastätter Einzelhandel auch zukünftig weiterentwickeln, wenn die Versorgungsqualität aufrechterhalten bzw. auch gestärkt werden soll.

Mit Blick auf Versorgungszentren in Nastätten (siehe auch folgendes Kapitel) wären jedoch Neuan-siedlungen und/oder Erweiterungsvorhaben

**Tabelle 7: Markt- und potenzielseitige Aspekte für den Einzelhandel in Nastätten bis zum Jahr 2021 (I)**

Parameter	Ist-Situation 2012		Realistische Variante 2021		Tendenz 2012-2021
	absolut	in %	absolut	in %	Trend
<b>Einwohner im Marktgebiet gesamt, davon</b>	<b>52.765</b>	.	<b>51.182</b>	<b>(-3,0%)</b>	<b>↘</b>
• <b>Zone I</b> Naheinzugsgebiet	5.353	(10,1%)	5.192	(-3,0%)	
• <b>Zone II</b> Ferneinzugsgebiet I	26.638	(50,5%)	25.839	(-3,0%)	
• <b>Zone III</b> Ferneinzugsgebiet II	20.774	(39,4%)	20.151	(-3,0%)	
<b>Kaufkraft-Index im Marktgebiet gesamt</b>	<b>98,3</b>	.	<b>97,9</b>	<b>(-0,5%-Punkte)</b>	<b>→</b>
• <b>Zone I</b> Naheinzugsgebiet	97,2	.	96,7	(-0,5%-Punkte)	
• <b>Zone II</b> Ferneinzugsgebiet I	99,4	.	98,9	(-0,5%-Punkte)	
• <b>Zone III</b> Ferneinzugsgebiet II	97,3	.	96,8	(-0,5%-Punkte)	
<b>Pro-Kopf-Ausgabebetrag im Bundesgebiet</b>	<b>5.329 €</b>	.	<b>5.500 €</b>	<b>(+3,2%)</b>	<b>↗</b>
<b>Pro-Kopf-Ausgabebetrag im Marktgebiet</b>	<b>5.240 €</b>	.	<b>5.383 €</b>	<b>(+2,7%)</b>	<b>↗</b>
• <b>Zone I</b> Naheinzugsgebiet	5.180 €	.	5.319 €	(+2,7%)	
• <b>Zone II</b> Ferneinzugsgebiet I	5.295 €	.	5.440 €	(+2,7%)	
• <b>Zone III</b> Ferneinzugsgebiet II	5.187 €	.	5.324 €	(+2,6%)	
<b>Nachfragevolumen im Marktgebiet gesamt, davon</b>	<b>284,8 Mio. €</b>	.	<b>283,8 Mio. €</b>	<b>(-0,4%)</b>	<b>→</b>
• <b>Zone I</b> Naheinzugsgebiet	27,7 Mio. €	(9,7%)	27,6 Mio. €	(-0,4%)	
• <b>Zone II</b> Ferneinzugsgebiet I	141,0 Mio. €	(49,5%)	140,6 Mio. €	(-0,3%)	
• <b>Zone III</b> Ferneinzugsgebiet II	107,8 Mio. €	(37,9%)	107,3 Mio. €	(-0,5%)	
zzgl. 3 % Potenzialreserve	8,3 Mio. €	(2,9%)	8,3 Mio. €	(+0,0%)	
<b>Nachfragevolumen nach Warengruppen</b>					
• <b>periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>133,7 Mio. €</b>	<b>(46,9%)</b>	<b>133,2 Mio. €</b>	<b>(46,9%)</b>	<b>→</b>
• <b>aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>151,2 Mio. €</b>	<b>(53,1%)</b>	<b>150,6 Mio. €</b>	<b>(53,1%)</b>	<b>→</b>
• <b>Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>31,3 Mio. €</b>	<b>(11,0%)</b>	<b>31,2 Mio. €</b>	<b>(11,0%)</b>	<b>→</b>
• <b>Hartwaren gesamt, darunter</b>	<b>119,9 Mio. €</b>	<b>(42,1%)</b>	<b>119,5 Mio. €</b>	<b>(42,1%)</b>	<b>→</b>
• Technik <sup>1)</sup>	31,3 Mio. €	(11,0%)	31,2 Mio. €	(11,0%)	→
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>2)</sup>	31,9 Mio. €	(11,2%)	31,8 Mio. €	(11,2%)	→
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>3)</sup>	34,6 Mio. €	(12,1%)	34,4 Mio. €	(12,1%)	→
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	22,1 Mio. €	(7,8%)	22,1 Mio. €	(7,8%)	→

Bei den Werten und quantitativen Annahmen sind Rundungsdifferenzen möglich.

<sup>1)</sup> Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.

<sup>2)</sup> Die Warengruppen Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.

<sup>3)</sup> Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör, zoologischer Bedarf.

**Tabelle 8: Markt- und potenzielseitige Aspekte für den Einzelhandel in Nastätten bis zum Jahr 2021 (II)**

Parameter	Szenario		Realistische Variante 2021		Tendenz 2012-2021
	Ist-Situation 2012		absolut	in %	Trend
<b>Kaufkraftabschöpfung des Einzelhandels (in %) vom Marktgebiet = Brutto-Einzelhandelsumsatz</b>	<b>75,9 Mio. €</b>	<b>(26,7%)</b>	<b>86,0 Mio. €</b>	<b>(30,3%)</b>	<b>↗</b>
• <b>Zone I</b> Naheinzugsgebiet	19,8 Mio. €	(71,5%)	22,4 Mio. €	(81,3%)	↗
• <b>Zone II</b> Ferneinzugsgebiet I	47,3 Mio. €	(31,7%)	53,6 Mio. €	(36,0%)	↗
• <b>Zone III</b> Ferneinzugsgebiet II inkl. 3% Potenzialreserve	8,8 Mio. €	(7,6%)	10,0 Mio. €	(8,6%)	↗
<b>nach Warengruppen</b>					
• <b>periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>39,1 Mio. €</b>	<b>(29,3%)</b>	<b>45,0 Mio. €</b>	<b>(33,8%)</b>	<b>↗</b>
• <b>aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>36,8 Mio. €</b>	<b>(24,3%)</b>	<b>41,0 Mio. €</b>	<b>(27,2%)</b>	<b>↗</b>
• <b>Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>9,6 Mio. €</b>	<b>(30,7%)</b>	<b>10,0 Mio. €</b>	<b>(32,1%)</b>	<b>↗</b>
• <b>Hartwaren gesamt, darunter</b>	<b>27,2 Mio. €</b>	<b>(22,7%)</b>	<b>31,0 Mio. €</b>	<b>(25,9%)</b>	<b>↗</b>
• Technik <sup>1)</sup>	9,0 Mio. €	(28,8%)	9,0 Mio. €	(28,9%)	→
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>2)</sup>	5,7 Mio. €	(17,9%)	7,0 Mio. €	(22,0%)	↗
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>3)</sup>	5,4 Mio. €	(15,6%)	7,0 Mio. €	(20,3%)	↗
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	7,1 Mio. €	(32,1%)	8,0 Mio. €	(36,3%)	↗
<b>Umsatzentwicklung Nastätten</b>	.	.	<b>+ 10,1 Mio. €</b>	<b>(+13,3%)</b>	<b>↗</b>
• <b>periodischer Bedarf gesamt</b>	.	.	<b>+ 5,9 Mio. €</b>	<b>(+15,1%)</b>	<b>↗</b>
• <b>aperiodischer Bedarf gesamt</b>	.	.	<b>+ 4,2 Mio. €</b>	<b>(+11,4%)</b>	<b>↗</b>
• <b>Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren</b>	.	.	<b>+ 0,4 Mio. €</b>	<b>(+4,2%)</b>	<b>↗</b>
• <b>Hartwaren gesamt, darunter</b>	.	.	<b>+ 3,8 Mio. €</b>	<b>(+14,0%)</b>	<b>↗</b>
• Technik <sup>1)</sup>	.	.	+ 0,0 Mio. €	(+0,0%)	→
• Haushalts- und persönlicher Bedarf <sup>2)</sup>	.	.	+ 1,3 Mio. €	(+22,8%)	↗
• Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>3)</sup>	.	.	+ 1,6 Mio. €	(+29,6%)	↗
• Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien	.	.	+ 0,9 Mio. €	(+12,7%)	↗

Rundungsdifferenzen möglich.

<sup>1)</sup> Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.

<sup>2)</sup> Die Warengruppen Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.

<sup>3)</sup> Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör, zoologischer Bedarf.

## 7. Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Unter Zusammenführung der bisher dargestellten Untersuchungsergebnisse lässt sich nun ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Nastätten ableiten, das den spezifischen Gegebenheiten des Einzelhandels vor Ort Rechnung trägt.

Dieses Entwicklungskonzept beinhaltet im Folgenden:

- Bestimmung der Funktions- und Aufgabenverteilung zwischen der Innenstadt, dem möglichen Nebenzentrum entlang des Mühlbachs (in etwa zwischen L 335 und Spindlerstraße), dem Industriegebiet und dem übrigen Stadtgebiet im Einzelhandel;
- Bewertung der einzelhandelspezifischen quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenziale der Stadt;
- Bewertung der Versorgungssituation in der Stadt und Vorschläge zu geeigneten Maßnahmen zur Sicherung/ Verbesserung der Versorgungssituation;
- Handlungsempfehlungen für die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe einschließlich Standort- und Sortimentsempfehlungen.

### 7.1 Funktions- und Aufgabenverteilung der Standortbereiche im Einzelhandel

Wie im Kapitel 3 dargelegt, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz mit Blick auf die Anzahl der Betriebe in Nastätten im Wesentlichen auf die Innenstadt.

Hinsichtlich des übrigen Stadtgebietes fokussiert sich insbesondere der mittelgroße- und großflächige Besatz auf den Bereich entlang des Mühlbachs zwischen L335 und Spindlerstraße, einschließlich Weberstraße und In der Au.

Als dritter Einzelbereich ist zudem das Industriegebiet zu nennen. Die hier zu finden Strukturen nehmen sich rein flächenseitig insgesamt aber als übersichtlich aus.

Mit seinen flächengroßen Magnetmietern aus dem Bereich Mode, Textilien, Wohnen, Einrichten sowie aus dem periodischen Bedarfsbereich sowie den kleinteiligen Fachgeschäften, Dienstleistungsangeboten (u.a. Banken/Sparkasse, Kinocenter, Versicherungen, Reisebüro, Fachärzte, Kirchen, öffentliche Verwaltung) und Gastronomiebetrieben übernimmt die **Nastätter Innenstadt** eine wichtige Versorgungsfunktion, sowohl für die städtische Bevölkerung, für die Verbandsgemeinde und einer Reihe weiterer, darüber hinaus gehender Gemeinden. Auch kann der örtliche Einzelhandel auf ein touristisches Potenzial reflektieren.

Eine vergleichsweise günstige Innenstadtkonstellation mit gleich mehreren großflächiger Einzelhandelsmagneten macht eine Koppelung des Einkaufs mit anderen, flächenkleineren Anbietern möglich bzw. auch mit anderen Tätigkeiten (u.a. "Essen und Trinken gehen", Nutzung diverser Dienstleister, Kinobesuch, "Stadtbummel").

Der recht kompakte Stadtkern kommt den Möglichkeiten zum Koppeln noch entgegen. Der Durchgangsverkehr an der Römerstraße bzw. Rheinstraße schränkt die "Bummelqualität" gleichwohl etwas ein.

Darüber hinaus übernimmt der innenstadtnahe und städtebaulich noch integrierte Standortbereich entlang des Mühlbachs zwischen L 335 und Spindlerstraße, einschließlich Weberstraße und In der Au (im Folgenden 'Mühlbachbereich' genannt) mit seinen beiden Großflächenanbietern Bauklotz Steeg, Lidl sowie Aldi, den Fachmärkten im Bereich In der Au sowie den Strukturen unmittelbar östlich des Bauklotzes Steeg (rd. 9.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) die Rolle des innerörtlichen, gleichwohl Pkw-orientierten Angebotsstandortes.

Dieser für die Versorgung der Region so wichtige Standort steht mit den aufgeführten Planungen südlich der L 335 zur Erweiterung an. Hier bietet sich unter Umnutzung jetzt bestehender Grünflächen die Gelegenheit, den tradierten Einzelhandelsstandort Nastätten zu sichern bzw. auszubauen.

Ferner hat sich in den vergangenen Jahren das **Industriegebiet Nastätten** insbesondere mit dem dort agierenden Netto und Expert Klein in der Stadt Nastätten am Markt etabliert, wobei vor allem Expert Klein als kompetenter Technikanbieter für den örtlichen Einzelhandelsbesatz von großer Wichtigkeit ist. Gleichwohl sollten weitere Einzelhandelsansiedlungen im Industriegebiet Nastätten - insbesondere in Hinblick auf zentrenrelevante Sortimente und vor dem Hintergrund möglicher Flächenansprüche von anderer Gewerbebetrieben (u.a. aus dem Handwerk) nicht weiter forciert werden.

Ferner agieren im weiteren Stadtgebiet mit den Strukturen westlich des östlichen Kreisverkehrs an der B 274 (u.a. Fahrradgeschäft und Küchenanbieter) interessante Spezialanbieter, die die örtlichen Strukturen ergänzen.

Insgesamt kann bis dato eine sehr **'gesunde Arbeitsteilung'** zwischen dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in der Stadtmitte, einem darüber hinaus gehenden, in erster Linie verkehrsorientierten, ansprechenden Großflächenbereich an dem Mühlbach und einem in erster Linie verkehrsorientierten Einzelhandelsbesatz im Industriegebiet festgestellt werden.

Um dieses aus Gutachtersicht ausgewogene 'Kräfteverhältnis' zu bewahren, sollte sich die zukünftige Einzelhandelsentwicklung daher auf die bereits entsprechend vorgeprägten Einzelhandelslagen

- Innenstadt
- und
- Nebenzentrum Mühlbachbereich
- konzentrieren.

Das Industriegebiet Nastätten ist als Ergänzungsstandort für großflächige, in erster Linie nicht zentrenrelevanter Sortimente zu definieren. Von der einzelhändlerischen Weiterentwicklung dieser Versorgungslage sollte allerdings abgesehen werden.

## 7.2 Einzelhandelsspezifische Entwicklungspotenziale

Wie die Darstellung in Kapitel 6 aufgezeigt, lassen (unter Status quo-Bedingungen) alle Sortimentsbereiche (außer Technik) noch gewisse Entwicklungsspielräume erkennen.

Auch im periodischen Segment, aber auch bei den Hartwaren, besteht noch 'Luft nach oben'.

Durch die geplante einzelhändlerische Entwicklung des Areals südlich der L 335 am westlichen Verkehrskreislauf könnten zusätzliche Umsatzpotenziale erschlossen und einem Rückgang der Handelszentralität entgegen gewirkt werden.

Insbesondere mit Blick auf den periodischen Bedarfsbereichs ist auch eine Erweiterung und Abrundung des Angebotes (Stichwort **"Erhöhung der Vielfalt"**) noch sinnvoll.

So sind zwar immerhin vier Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl, Netto, Penny) am Markt. Im Bereich der Super- und Verbrauchermärkte ist mit Rewe jedoch nur ein Unternehmen vertreten. Insofern ist schon allein aus Gründen der Erhöhung der Auswahl und der Wertigkeit der Angebote ein weiterer Lebensmittelverbrauchermarkt grundsätzlich zu begrüßen.

Zur Wahrung dieser Entwicklungsspielräume wäre jedoch von einer Ansiedlung zentrenrelevanter und nahversorgungsorientierter Betriebsformen an weit außerhalb dieser Bereiche gelegenen Standorte, wie z.B. dem Industriegebiet Nastätten oder auch an anderen möglichen, einzelhändlerisch nicht vorgeprägten Standorten/Freiflächen am Rande des Siedlungsbereiches - trotz der aus Einzelhändlersicht vielleicht vermeintlich günstigen Standortbedingungen - abzusehen.

## 7.3 Vorschlag zur Zentrenstruktur der Stadt Nastätten

### 7.3.1 Allgemeine Vorbemerkungen

Die Entwicklungen im deutschen Einzelhandel werden durch einige wesentliche Trends geprägt. Im Folgenden sollen diese bezogen auf die Notwendigkeit von Zentrensystemen bzw. der aktuellen Standortproblematik im Einzelhandel kurz erläutert werden.

#### **Innenstädte**

In den vergangenen Jahrzehnten haben die Innenstädte vielerorts kontinuierlich an Bedeutung verloren. Wie schon an anderer Stelle ausgeführt, gilt dies nicht für Nastätten.

Gleichwohl besteht die Gefahr, dass u.a. die zunehmende Mobilität der Bevölkerung als Folge die Innenstädte gegenüber den verkehrsorientierten Standorten in ihrer Bedeutung zurückfallen.

Im Übrigen haben wichtige Innenstadtmagneten (z.B. Kauf- und Warenhäuser) in den vergangenen Jahren zunehmend an Attraktivität gegenüber dem stärkeren Wettbewerb durch spezialisierte, meist verkehrlich besser erreichbare Fachmärkte verloren. In jüngerer Zeit verschärft die allgemein schwache Nachfrage im Textilbereich den Wettbewerbsdruck auf innerstädtische Bekleidungsanbieter, die - wie es auch in Nastätten der Fall ist - zu "den"

Magnetbetrieben von Innenstädten zählen. Insofern besteht vielerorts Handlungsbedarf.

Darüber hinaus stellten sich in den Innenstädten die Ladenmieten problematisch dar, die in Anbetracht der Umsatzmöglichkeiten des Einzelhandels lange Zeit zu hoch angesetzt waren.

In Folge dieser für die Innenstädte negativen Entwicklung ist mittlerweile eine zunehmende Bewusstseins-schärfung bei den Verantwortlichen in Politik und Verwaltung eingetreten, die zur Entstehung verschiedener Initiativen bzw. Instrumente (u.a. Stadt- und Citymarketing) bzw. zur Etablierung von Zentrensystemen geführt hat.

Daneben werden auch in zunehmendem Maße landesplanerische Steuerungsmechanismen eingesetzt, sei es über Genehmigungsvorschriften für Vorhaben des großflächigen Einzelhandels oder über Mittelzuweisungen/Städtebauförderungsmaßnahmen.

Was die Nachfrage nach Ladenlokalen in Innenstädten betrifft, so ist diese vornehmlich durch filialisierende Einzelhandelsunternehmen getrieben, die in erster Linie hochfrequentierte "Top-City-Lagen" in leistungsstarken Innenstädten suchen.

In diesem Zusammenhang richten Investoren von Handelsimmobilien ihr Augenmerk vor allem auf Groß- und Mittelstädte, die über ein großes Einzugsgebiet und damit bereits heute über eine hohe Zentralität verfügen.

Insofern haben es vor allem Stadtzentren von Kleinstädten schwer, hier adäquat mitzuhalten.

In Folge dieser Entwicklung ist auch ein tendenzieller Rückgang der Lagequalitäten von innerstädtischen Lagen bei gleichzeitig zunehmender Leerstandstendenz zu beobachten, wobei diese Entwicklung in der Nastätter Innenstadt für den Standortbereich Römerstraße exemplarisch ist.

Generell deutlich günstiger entwickeln sich die neuen Nahversorgungslagen und (kleineren) Fachmarktlagen, die - im Gegensatz zu typischen gewachsenen Einzelhandelsstrukturen - einheitlich geplant und entwickelt sowie auch z.T. gemanagt werden.

#### **Stadtteil-, Nebenzentren**

Die Stadtteil- und Nebenzentren in städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der Innenstädte, in Nastätten durch den Standortbereich Mühlbach repräsentiert, stehen zunehmend unter Konkurrenzdruck durch neue Nahversorgungslagen bzw. Nahversorgungsagglomerationen in verkehrsorientierten und z.T. dennoch städtebaulich integrierten Lagen, die sich auf den "Kofferraum-Einkauf" ausrichten.

Diese in den vergangenen Jahren zu beobachtende Entwicklung zeigt, dass an verkehrsorientierten und großflächigen Standorten außerhalb der Kernstadt im Gefolge von Discountern weitere Einzelhandelsbetriebe in deren direktem Umfeld entstehen und somit eine "schleichende" Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben stattfindet.

Diese Entwicklung ist für Nastätten noch nicht zu erkennen.

Einer derartigen Entwicklung gilt es aber zukünftig im Zuge der übergeordneten landesplanerischen Ziele und Grundsätze laut Landesentwicklungsprogramm IV wie u.a. "Sicherstellung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung", "Zentralitätsgebot", "städtebauliches Integrationsgebot", "Agglomerationsverbot" sowie auch das "Nichtbeeinträchtigungsgesetz" durch ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept entgegenzusteuern, um Tendenzen des "Flächen-Wildwuchses" begegnen zu können.

### **Periphere Lagen**

Seit dem Auftreten von SB-Warenhäusern sowie von Fachmärkten verschiedener Sortimentsschwerpunkte zählen die peripheren Lagen zu den eindeutigen Gewinnern innerhalb der Flächen- und Umsatzlandschaft des deutschen Einzelhandels.

Als wesentliche Gründe für den Erfolg dieser peripheren Standorte sind sowohl die sehr gute Pkw-Erreichbarkeit als auch die gute Stellplatzausstattung anzuführen.

Seit einigen Jahren ist die Ausbildung von Agglomerationen zu beobachten, bei der Neuansiedlungen die Nähe zu existierenden Angeboten bevorzugt wird.

Zwar ist Nastätten von diesen Entwicklungen noch nicht direkt betroffen, gleichwohl ist ein Rahmen notwendig, in dem die zukünftige einzelhändlerische

Entwicklung der Stadt Nastätten gestaltet werden kann. Von daher sind verbindliche Regeln und Entwicklungsbedingungen zu formulieren, nach denen sich alle Beteiligten (u.a. Stadtverwaltung, Investoren, Einzelhändler, Konsumenten) richten können und müssen, so dass sich die zukünftige Einzelhandelsstruktur Nastätzens in den "richtigen" Bahnen entwickeln kann.

*Im Nachgang dieser Grundlagenstudie sind aufbauend auf deren Befunde und Empfehlungen ein verbindliches hierarchisches Zentrenkonzept und die verbindlichen Regeln zur Handhabung dieses noch endgültig festzulegenden Versorgungskonzeptes zu erarbeiten, wobei diesbezüglich auch die städtebaulichen Entwicklungs- und Rahmenbedingungen sowie geltende B-Pläne zu berücksichtigen sind.*

### **7.3.2 Leitvorstellungen**

Unter Zusammenführung der bisher dargestellten Untersuchungsergebnisse lassen sich nun Empfehlungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ableiten wie

- Sicherstellung der Erfüllung der (teil-)mittleren Versorgungsfunktion der Stadt Nastätten,
- Stärkung (quantitativ und qualitativ) der Nastätter Innenstadt als zentrale Einkaufslage bzw. Kristallisationspunkt des öffentlichen Lebens,

- Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsnebenzentrums Mühlbachbereich,
- restriktive Behandlung von großflächigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Bauvorhaben an "Grüne Wiese"- bzw. peripheren Gewerbestandorten zur Vermeidung einer Ausdünnung der Versorgungsnetzes,
- Vermeidung einer nennenswerten Ausweitung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente im Industriegebiet Nastätten.

### **7.3.3 "Nastätter Liste"**

#### **Rechtliche Einordnung**

Nach der aktuellen Rechtsprechung sind Sortimentslisten als Grundlage für entsprechende Festsetzungen in Bebauungsplänen zwingend erforderlich. Auf Basis einer Sortimentsliste ist es planungsrechtlich umsetzbar, Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten in den dafür räumlich und funktional bestimmten Bereichen im Stadtgebiet als zulässig bzw. nicht zulässig zu erklären.

Beispielhaft denkbare Anwendungsfälle sind:

Bei der Festsetzung eines Sondergebietes für einen großflächigen Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment können mit Hilfe einer Sortimentsliste die zentren- und nahversorgungsrelevanten Rand- und Nebensortimente gesteuert werden.

Bevorzugte Standorte von Lebensmitteldiscountern und Fachmärkten mit innenstadtypischen Hauptsortimenten sind - oftmals auch peripher gelegene - Gewerbe-/Industriegebiete.

Dabei operieren diese Bereiche oft bewusst knapp unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden. Da aber auch nicht großflächiger Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zentrenschädlich bzw. 'gefährlich' für die Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung sein kann, bieten Sortimentslisten die Möglichkeit, durch Bebauungsplanfestsetzungen zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Einzelhandel auszuschließen.

In dem Landesentwicklungsprogramm IV des Landes Rheinland-Pfalz ist eine nicht abschließende Differenzierung und Auflistung unterschiedlicher Sortimente zu finden. Da nach der aktuellen Rechtsprechung ein pauschaler Rückgriff auf diese Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente oder auch der Verweis auf andere Listen im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung als nicht ausreichend, zu unbestimmt und damit insbesondere bei Beschränkungs- und Ausschlussfestsetzungen in Bebauungsplänen seitens der Rechtsprechung als rechtsfehlerhaft eingestuft wird, ist für eine rechtssichere Bebauungsplanung zwingend eine ortsspezifische Sortimentsliste (sog. "Nastätter Sortimentsliste") erforderlich, denn eine Differenzierung zwischen Sortimenten kann nur im Einzelfall unter Berücksichtigung der spezifischen Situation vor Ort erfolgen.

Nach der aktuellen Rechtsprechung sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente abschließend und konkret in den Bebauungsplanfestsetzungen aufzuführen. Dabei muss die Sortimentsliste die örtlichen Besonderheiten im Hinblick auf den örtlichen Bestand in den Zentren sowie die jeweiligen städtebaulichen Entwicklungskonzeptionen berücksichtigen.

Die aktuelle Rechtsprechung bestätigt die Anwendbarkeit von Sortimentslisten zur Sicherung bzw. Umsetzung städtebaulicher Ziele. Derartige planungsrechtliche Festsetzungen widersprechen damit im Allgemeinen nicht dem Eigentumsrecht, soweit der städtebaulichen Begründung ein differenziertes Zentrenkonzept zugrunde liegt, in dem die Bereiche, die geschützt werden sollen, sowohl räumlich als auch in ihrer zu schützenden Funktion hinreichend bestimmt sind.

Als Grundlage für derartige Einzelhandelsfestsetzungen ist ein schlüssiges Zentrenkonzept erforderlich.

In der Praxis stellen Sortimentslisten damit ein bewährtes Hilfsmittel zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar, insbesondere wenn es um die Ansiedlung von großflächigen Betrieben geht.

### ***Nastätter Liste***

Aufgrund der o.g. rechtlichen Rahmenbedingungen ist zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Nastätten insbesondere im Rahmen der Bauleitplanung zwingend die Erarbeitung einer Nastätter Liste erforderlich.

Um die in den vorangegangenen Ausführungen dargestellten *einzelhandelsstrukturellen Gegebenheiten* der Stadt Nastätten adäquat zu berücksichtigen und die Ziele der Einzelhandelsentwicklung (Stärkung der Nastätter Innenstadt bzw. des Nebenzentrums) in Einklang mit den vielfältigen Ansiedlungswünschen von Einzelhandelsbetrieben und Immobilieneigentümern zu bringen, ist die auf die *spezifischen Verhältnisse vor Ort* abstellende Nastätter Liste in Hinblick auf zukünftige Planungen ein geeignetes Instrument.

D.h., dass die Nastätter Lite vor allem die *derzeit* in der Innenstadt gegebenen und strukturprägenden Einzelhandelsstrukturen berücksichtigen sollte. Das, was an Sortimenten in der Innenstadt zu finden ist, gilt es zu schützen.

Dabei wird unterstellt, dass es zu negativen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur kommen kann, wenn sogenannte zentrenrelevante Sortimente (insbesondere als Hauptsortiment von großflächigen Einzelhandelsbetrieben) an nicht-integrierten bzw. außerhalb der Zentren liegenden Standorten angesiedelt werden.

Als Grund- und Ausgangslage dienen dabei die einschlägigen Ausführungen im LEP IV (Seite 96 bis 100).

Hier werden folgende Sortimente als innenstadtrelevant angeführt:

- Nahrungsmittel,
- Drogeriewaren/Kosmetikartikel
- Haushaltswaren/Glas/Porzellan,
- Bücher/Zeitschriften, Papier/Schreibwaren, Büroartikel,
- Kunst/Antiquitäten,
- Baby-/Kinderartikel,
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe,
- Unterhaltungselektronik/Computer, HiFi/Elektroartikel
- Foto/Optik,
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien/Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe,
- Möbel (inkl. Matratzen),
- Musikalienhandel,
- Uhren/Schmuck,
- Spielwaren, Sportartikel,
- Blumen,

- Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas,
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

Dabei ist folgende Aussage zu beachten: "Im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten kann im begründeten Einzelfall eine Erweiterung bzw. eine Reduzierung dieses Kataloges vorgenommen werden" LEP IV, Seite 98).

Insofern sind mögliche Abweichungen von dieser Sortimentsliste argumentativ zu untermauern.

Die Nastätter Liste unterscheidet im Folgenden zwischen zentrenrelevanten und nicht- zentrenrelevanten Sortimente.

Aus gutachterlicher Sicht empfiehlt sich hierbei eine Vorgehensweise, die nicht nur nach der Zentrenrelevanz des Sortimentes unterscheidet, sondern auch das Kriterium der Nahversorgungsrelevanz berücksichtigt.

Die Differenzierung der Sortimente basiert dabei auf folgenden Unterscheidungskriterien:

**Zur Begründung der gutachterseitigen Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente:**

Als zentrenrelevante Sortimente sind solche Warengruppen zu bezeichnen, die als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben in den abzugrenzenden bzw. zu definierenden Zentren zulässig sind und innerhalb des dortigen Einzelhandelsbesatzes eine **gewisse**

**Bedeutung** haben, z.B. indem die betreffende Sortimentsgruppe dem zentralen Standort einen gewissen **Charakter** verleiht (z.B. Spielzeug, Schreibwaren, Bekleidungsartikel und Schuhe, Möbel sowie Optikanbieter oder Blumen in der Nastätter Innenstadt). Diese Sortimente werden zudem als zentrentypisch bezeichnet, da sie als Frequenzbringer für die Zentren fungieren und sich u.a. durch eine gewisse Exklusivität, Qualität und Beratungsanspruch auszeichnen.

Die Betriebsstruktur dieser Sortimentstypen ist vornehmlich durch inhabergeführte Anbieter geprägt. Zentrenrelevante Sortimente werden zudem mit anderen Zentrennutzungen (Dienstleister o.ä.) nachgefragt (Kopplungseffekte).

**Nahversorgungsrelevante Sortimente:** Unter nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind solcher Art von Waren zu etikettieren, die für die tägliche bzw. periodische Bedarfsdeckung notwendig sind. Dabei nehmen in Nastätten nahversorgungsrelevante Sortimente auch eine zentrenrelevante Funktion ein bzw. spielen die diesbezüglichen großflächigen Anbieter eine zentrale Rolle als Magnetbetriebe für die Nastätter Innenstadt.

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente:** Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente umfassen die Art von Waren, die für die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche bzw. Zentren nicht zwingend notwendig sind (also im Umkehrschluss alle Warengruppen, die nicht zu den zentrenrelevanten Sortimenten gehören) und sich insofern außerhalb der Zentren ansiedeln können. Nichtzentrenrelevante Sortimente

zeichnen sich meist durch einen hohen Flächenanspruch und insofern vergleichsweise geringe Flächenproduktivitäten aus. Aufgrund ihrer Flächenansprüche lassen sie sich in der Regel in Zentren nur schwer unterbringen, sind aber durchaus auch in Zentren anzutreffen. Im Allgemeinen werden nicht-zentrenrelevante Sortimente von daher aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend in Rand- bzw. Außenlagen angeboten.

Die Tatsache, dass ein Sortiment als zentrenrelevant charakterisiert ist, bedeutet jedoch nicht automatisch, dass es außerhalb der Innenstadt oder von Nebenzentren insgesamt unzulässig ist. Vielmehr kommt es auf das konkrete Ausmaß (Verkaufsflächendimension) und die Frage an, ob es als **Kernsortiment** oder untergeordnetes **Randsortiment** geplant ist.

Die nachfolgende Sortimentsliste stellt einen *Vorschlag aus gutachterlicher Sicht* für eine "Nastätter Liste" dar.

Die Differenzierung nach zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist angelehnt an die im Landesentwicklungsprogramm IV aufgeführte Sortimentsliste für innenstadtrelevante Sortimente und abgestimmt auf die ortsspezifischen Besonderheiten der Stadt Nastätten, so dass es zu Abweichungen zu der im LEP IV genannten innenstadtrelevanten Sortimentsliste kommt.

Mit anderen Worten:

Die Zentrenrelevanz einer Warengruppe resultiert dabei aus der konkreten Verteilung des Einzelhan-

delsangebotes in der Stadt Nastätten und aus der definierten, städtebaulich erforderlichen Zielperspektive, die eine Warengruppe zu einer zentrenrelevanten macht, sofern diese für die zukünftige Attraktivität und Lebensfähigkeit der Innenstadt bzw. des Nebenzentrums Mühlbachbereich von Bedeutung ist. Dabei können auch Sortimente, die zurzeit nicht oder nur marginal in den Zentren vertreten sind, als zentrenrelevant eingestuft werden, soweit eine Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters in den Zentren möglich erscheint.

**Nastätter Liste (vorläufig):**

**Zentrenrelevante Sortimente:**

- Haushaltswaren/Glas/Porzellan,
- Bücher/Zeitschriften, Papier/Schreibwaren, Büroartikel,
- Kunst/Antiquitäten,
- Baby-/Kinderartikel,
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe,
- Foto/Optik,
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien/Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe,
- Möbel (inkl. Matratzen),
- Musikalienhandel,
- Uhren/Schmuck,
- Spielwaren, Sportartikel,
- Blumen,
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

**Nahversorgungsrelevante Sortimente mit gleichzeitiger Zentrenrelevanz:**

- Nahrungsmittel,
- Drogerieartikel/Kosmetikartikel.

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente:**

- Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas,
- Unterhaltungselektronik/Computer, HiFi/Elektroartikel,
- Tapeten/Bodenbeläge,
- Farben, Lacke,
- Baustoffe, Baumarktartikel, Installationsmaterial,
- Sanitärwaren,
- Werkzeuge, Eisenwaren,
- Kfz-Zubehör,
- Gartenbedarf (inkl. Pflanzen, Pflanzengefäße).

Einzelbegründung zur Abweichung von den Vorgaben (Sortimentsliste laut LEP IV, (Seite 98):

Das Sortiment Möbel spielt durch die Präsenz von Möbel Gugler als flächengroßer Magnetbetrieb für die Nastätter Innenstadt eine große Rolle. Von daher plädieren wir für die Kategorisierung des Sortiments 'Möbel' als zentrenrelevant.

Mit Expert Klein befindet sich der wichtigste diesbezügliche Anbieter außerhalb der Innenstadt. Strukturprägend für die Innenstadt ist das Sortiment Unterhaltungselektronik/Computer, HiFi/Elektroartikel nicht. Von daher die Einordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Ähnlich verhält es sich mit der Sortimentsgruppe Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas. Diesbezüglich agieren die wichtigsten Anbieter außerhalb der Innenstadt. Insofern sehen die Gutachter die Artikel dieser Warengruppe als nicht innenstadtrelevant an. Vielmehr dürften sich potenzielle neue Anbieter in dieser Warengruppe aufgrund der Sperrigkeit dieser Sortimente (Kofferraumeinkauf) verkehrsorientierte Standorte außerhalb des zentralen Innenstadtbereiches suchen.

Für die weitere Handhabung der Nastätter Liste in der täglichen bauleitplanerischen Praxis muss die endgültige und verbindliche Liste vom Rat bzw. dem zuständigen Fachausschuss der Stadt Nastätten beschlossen werden. Auch sollte nach rund fünf Jahren die Sortimentsliste auf den 'Prüfstand gestellt' werden und ggf. an neue Bedingungen angepasst werden.

### 7.3.4 Zentrenstruktur Nastätten

Als Grundlage der Zentrenbestimmung- und -abgrenzung (vgl. hierzu auch die schematische Abb. 4, S. 44<sup>12</sup>) dient die erfolgte Flächenerhebung der GfK GeoMarketing, die deutliche Angebotsagglomerationen erkennen lassen.

Für die Stadt Nastätten wurde dabei aufgrund der Größe und Bedeutung als Mittelzentrum folgendes Zentrensystem angesetzt:

- **A-Zentrum:** Innenstadt der Stadt Nastätten (zentraler Versorgungsbereich im Sinne von Z 58 des Landesentwicklungsprogramms IV),
- **B-Zentrum:** Nebenzentrum Mühlbachbereich (zentraler Versorgungsbereich im Sinne von Z 58 des Landesentwicklungsprogramms IV),
- **Ergänzungsstandort** im Sinne des Z 59 des Landesentwicklungsprogramms IV: Industriegebiet Nastätten

und

- **solitäre Standorte**, da nicht alle Betriebe einem der drei Standorttypen zugeordnet werden.

<sup>12</sup> Die möglichst parzellenscharfe Abgrenzung sollte im Zuge der Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes seitens der Stadt Nastätten erfolgen.

### Zentrum der Stufe A (Innenstadt)

Definition:

Über die Stadtgrenzen hinausgehende Funktionen in den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen (öffentlich und privat-wirtschaftlich) und Kultur. Herausgehobenes städtebauliches Ambiente (historische Altstadt). Vielfältiger, überwiegend kleinteiliger Branchenmix und Wettbewerb unter den Anbietern. Unterschiedliche Betriebstypen und Genre, geringer Filialisierungsgrad. Aufgrund der überwiegend kleinpärzellierten Grundstücksstrukturen sind nur wenige für heutige Handelsanforderungen geeigneten Entwicklungsflächen in der Innenstadt vorhanden.

Städtisches Teilgebiet:

- Innenstadt von Nastätten

### Zentrum der Stufe B (Nebenzentrum Mühlbachbereich)

Definition:

Gewachsener, in erster Linie verkehrsorientierter Einzelhandelsstandort nahe zur Innenstadt von Nastätten entlang des Mühlbachs zwischen L 335 und Spindlerstraße, einschließlich Weberstraße und dem Bereich In der Au, der über Einzelhandelsangebote des periodischen und auch aperiodischen Bedarfsbereiches verfügt. Geprägt durch mittelgroße und großflächige Anbieter. Sollte in Zukunft mittel- bis großflächigen Anbietern sowohl zentrenrelevanter als auch nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter

Einbeziehung des Grundstücks südlich der L 335 bzw. nahe des westlich situierten Verkehrskreisels vor-behalten bleiben.

Städtisches Teilgebiet:

- Nebenzentrum Mühlbachbereich

### Ergänzungsstandort (Industriegebiet Nastätten)

Definition:

Keine Einstufung als Zentrumstyp, gleichwohl von gewisser einzelhändlerischer Bedeutung für die Stadt und/oder Region. Nur wenige großflächige Anbieter in verkehrsorientierter Lage. Schwerpunkt bei nichtzentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten<sup>13</sup> in Nachbarschaft zu anderen Gewerbe- und/oder Industriebetrieben gelegen.

Funktionale Architektur und Gestaltung, geringe städtebauliche Qualität.

Städtische Teilgebiete:

- Industriegebiet Nastätten entlang der Rheinstraße (B 274).

<sup>13</sup> Das Sortiment "Technik" (Unterhaltungselektronik/Computer, HiFi/Elektroartikel) gilt im Allgemeinen als zentrenrelevant.

## **Solitäre Standorte**

Definition:

Betriebe an Solitärstandorten mit unterschiedlichen Flächengrößen (vom Fachgeschäft über auch mittelgroße Betriebe), z.T. mit Ergänzungsbetrieben im Umfeld; städtebaulich sowohl integriert bzw. auch teil- bzw. nicht integriert.  
Großteils "Spezialanbieter".

Beispiel:

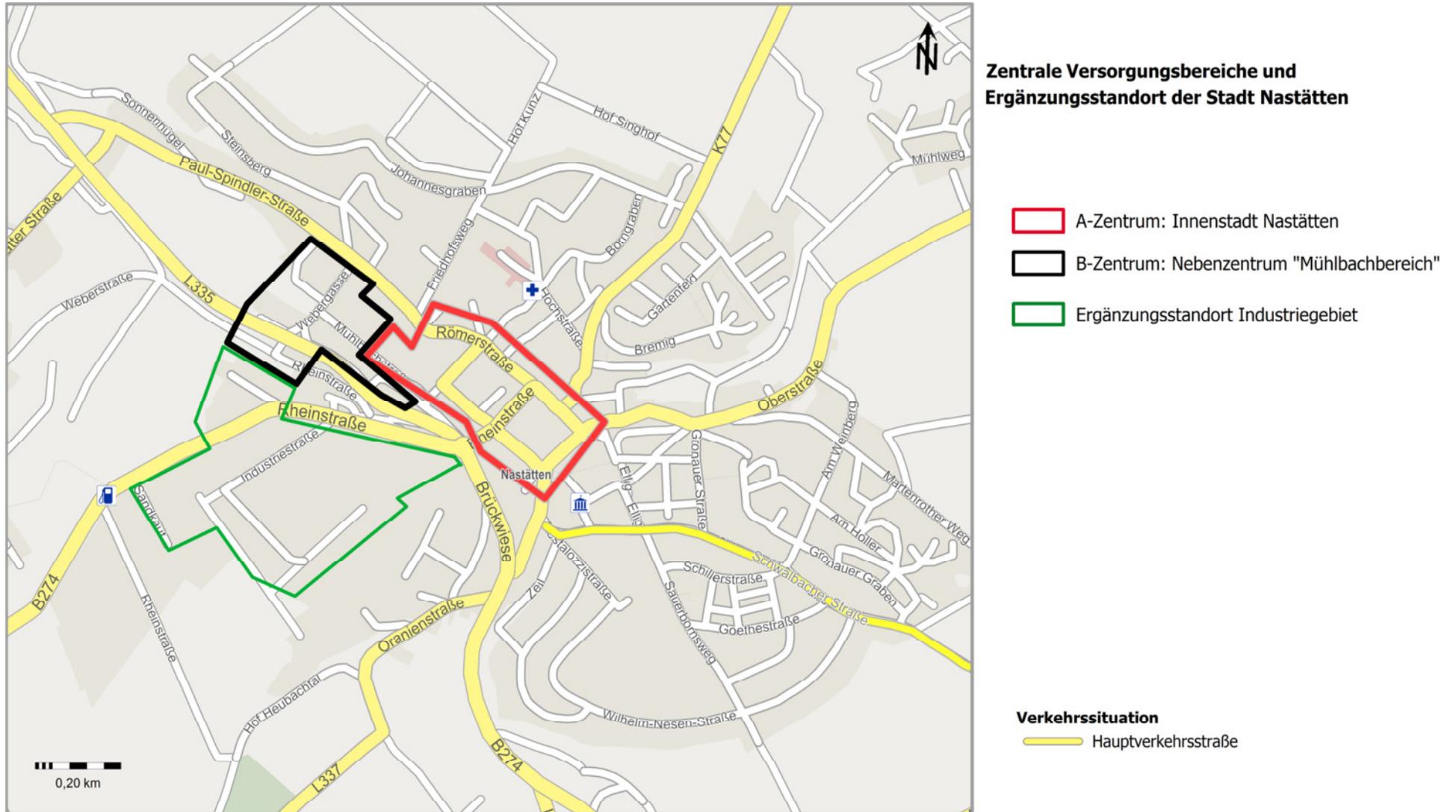
ZDV-Rad an der Brückewiese

Die derzeitigen Anbieter/Betreiber sollten - wie die Betriebe des Industriegebietes - über Bestandsschutz verfügen.

Mögliche Erweiterungen wären auswirkungsseitig zu überprüfen

*Zur (möglichen) räumlichen Abgrenzung der Zentren und Einzelhandelsbereiche siehe Abbildung 3 auf der folgenden Seite.*

Abbildung 3: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und des Ergänzungsstandortes (schematische Darstellung)



Dieser Bericht wurde für Sie erarbeitet von:

**GfK GeoMarketing GmbH**

[www.gfk-geomarketing.de](http://www.gfk-geomarketing.de)

Andreas Rieper

Tel. +49 (0)40 / 5701 325 - 40

Fax +49 (0)40 / 5701 325 - 99

E-Mail [andreas.rieper@gfk.com](mailto:andreas.rieper@gfk.com)

Stefanie Torge

Tel. +49 (0)40 / 5701 325 - 65

Fax +49 (0)40 / 5701 325 - 99

E-Mail [stefanie.torge@gfk.com](mailto:stefanie.torge@gfk.com)

Es wird darauf hingewiesen, dass die GfK GeoMarketing GmbH für die Angaben in diesem Gutachten nur der GFN GmbH gegenüber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen haftet. Das Gutachten enthält gutachterliche Einschätzungen und wissenschaftlich fundierte Prognosen. Für jede Prognose gilt naturgemäß, dass deren Eintreten nicht garantiert werden kann. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der in dem Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausdrücklich ausgeschlossen.

Die im Rahmen der Untersuchung erstellten Gutachten, Berichte und sonstigen Unterlagen sind urheberrechtlich geschützt. Weitergabe, Vervielfältigungen, Veröffentlichung und Vertrieb (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars Eigentum der GfK GeoMarketing GmbH.

Dieser Bericht ist registriert unter der Nummer: 12024130 (2012).

**Redaktionsschluss:** 14. September 2012