



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung GmbH

Einzelhandelskonzept der Stadt Roth



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Junggesellenstraße 5 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeitung:

Dipl.-Geograph Peter Helbig

Nürnberg, 13. November 2023

Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH**Geschäftsführer:**

Prof. Dr. Donato Acocella
Dipl.-Geograph Peter Helbig

Handelsregister:

Amtsgericht Freiburg im Breisgau
HRB: 723138

Urheberrecht:

Der vorliegende Bericht unterliegt dem Urheberrecht - § 2 (2) sowie § 31 (2) des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger Genehmigung des Büros Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.

Datenschutzerklärung:

Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH berücksichtigt die Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und des Bundesdatenschutzgesetzes. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 (1e) DSGVO.

Gendergerechte Sprache:

Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH ist bemüht, in allen seinen Texten eine gendergerechte Sprache zu verwenden. Wo dies möglich ist, erfolgt eine Abstimmung mit dem Auftraggeber über die zu verwendende Form bzw. über die in der jeweiligen Stadt aktuell verwendete Schreibweise.



INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	2
2.1 RÄUMLICHE LAGE UND EINZUGSGEBIET	2
2.2 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG	4
2.2.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	5
2.2.2 Auswirkungen des Onlinehandels auf den stationären Einzelhandel.....	7
2.3 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES	10
2.3.1 Wesentliche Aspekte.....	11
2.3.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche	11
2.3.1.2 Sortimentsliste	12
2.3.1.3 Grundsätzliche Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	13
2.3.1.4 Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels.....	14
3. EINZELHANDELSITUATION	16
3.1 METHODISCHES VORGEHEN.....	16
3.2 EINZELHANDELSANGEBOT	17
3.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE: BINDUNGSQUOTEN	19
3.4 RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTS.....	21
3.5 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTS HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION.....	25
3.6 ERGEBNISSE DER HÄNDLERBEFRAGUNG.....	27
3.6.1 Teilnahme.....	27
3.6.2 Umsatzherkunft und Umsatzentwicklung	27
3.6.3 Onlinepräsenz.....	29
3.6.4 Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht	30
3.7 ERGEBNISSE DER PASSANTENBEFRAGUNG	31
3.7.1 Teilnahme, Herkunft und Altersstruktur	31
3.7.2 Besuchsmotivation und -häufigkeit sowie Verkehrsmittelwahl.....	33
3.7.3 Einkaufsmotivation, gekaufte und fehlende Sortimente	37
3.7.4 Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Passantensicht	42
4. ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	44
4.1 KRITERIEN ZUR ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE.....	44
4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT.....	45
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt.....	45
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	47
4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt.....	48
5. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS	51
5.1 METHODISCHES VORGEHEN.....	51
5.2 PROGNOSEERGEBNISSE	54



6. ZIELKATALOG	59
7. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG	63
7.1 SORTIMENTSLISTE	63
7.1.1 Kriterien	63
7.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Roth	64
7.1.3 Sortimentsliste - "Rother Liste"	67
7.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG	69
7.2.1 Umgang mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel	71
7.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel	74
7.3 ENTWICKLUNGSOPTIONEN	76
7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	76
7.3.2 Nahversorgung	81
7.3.3 Gewerbegebiete	83
GLOSSAR	84
ANHANG	86



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Einzelhandelssituation in Roth: Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet), Umsatz und Kaufkraft in Mio. €, Kaufkraft bezogen auf stationären Einzelhandel	21
Tab. 2:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	48
Tab. 3:	Prognoserahmen	52
Tab. 4:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025, 2030 und 2035 bei Risikoprognose - Angaben auf 25 m ² gerundet.....	56
Tab. 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025, 2030 und 2035 bei Entwicklungsprognose - Angaben auf 25 m ² gerundet.....	58
Tab. 6:	Rother Sortimentsliste	69
Tab. 7:	Standortmatrix - Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.	70
Tab. 8:	Rechnerisch versorgte Einwohner je 100 m ² Verkaufsfläche bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten	73
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet).....	86
Tab. A - 2:	Betriebe nach Größenklassen und Standorttyp: Anzahl.....	86
Tab. A - 3:	Betriebe nach Größenklassen und Standorttyp: Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet)	87
Tab. A - 4:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet), Umsatz und Kaufkraft (stat. Einzelhandel; Gesamtstadt) (je in Mio. €) und Bindungsquote.....	88
Tab. A - 5:	Betriebe, Verkaufsflächen (auf 25 m ² gerundet) und Umsätze (in Mio. €) nach Standorttypen	88
Tab. A - 6:	Betriebe, Verkaufsflächen (auf 25 m ² gerundet) und Umsätze (in Mio. €) nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen	89
Tab. A - 7:	Verkaufsflächen (auf 25 m ² gerundet)nach Standorttypen und Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz.....	89
Tab. A - 8:	Verkaufsflächen (auf 25 m ² gerundet) wesentlicher Einzelhandelsstandorte nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz.....	89

ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Umsätze im Onlinehandel und im Einzelhandel insgesamt.....	8
Abb. 2:	Kaufkraftanteile des stationären und des Onlinehandels in Roth nach Sortimentsgruppen 2022	9
Abb. 3:	Betriebsgrößenklassen Gesamtstadt	18
Abb. 4:	Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen.....	19
Abb. 5:	Bindungsquoten nach Sortimentsgruppen.....	20
Abb. 6:	Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standort(typ)en.....	22
Abb. 7:	Einzelhandelsstruktur nach Standort(typ)en und Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz	23
Abb. 8:	Umsatzherkunft nach Teilräumen	28
Abb. 9:	Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren	29



Abb. 10:	Internetpräsenz: Eigene Homepage und Onlineshop.....	29
Abb. 11:	Positive oder negative Aspekte der Einzelhandelssituation in Roth aus Händlersicht	30
Abb. 12:	Altersgruppen und Herkunft	32
Abb. 13:	Besuchsmotivation	34
Abb. 14:	Besuchshäufigkeit.....	35
Abb. 15:	Genutztes Verkehrsmittel.....	36
Abb. 16:	Einkaufsmotivation	38
Abb. 17:	Üblicherweise gekaufte Sortimente.....	39
Abb. 18:	Fehlende Sortimente	40
Abb. 19:	Sonstige Einkaufsorte	41
Abb. 20:	Internetnutzung für den Einkauf.....	42
Abb. 21:	Positive oder negative Aspekte der Einzelhandelssituation in Roth aus Passantensicht	43
Abb. 22:	Betriebsgrößenklassen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	47
Abb. 23:	Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen	65
Abb. 24:	Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen	67

KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Räumliche Lage von Roth und schematischer Einzugsbereich.....	3
Karte 2:	Einzelhandelskonzentrationen	25
Karte 3:	Nahversorgungssituation	26
Karte 4:	Herkunft der befragten Passanten.....	33
Karte 5:	Aufgesuchte Parkplätze bei Pkw-Anfahrt.....	37
Karte 6:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Abgrenzung	46

FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Kugelbühlstraße mit platzartiger Aufweitung und Verweilmöglichkeiten.....	49
Foto 2:	Marktstraße mit historischem Gebäudeensemble und Pflasterung	49
Foto 3:	Bahnhofstraße mit sanierungsbedürftigen Gebäuden/ Fassaden/ Straßenraum	51
Foto 4:	Nicht angenommene Grünfläche auf Rückseite Schloss Ratibor	51



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Im Rahmen der Fortschreibung des Stadtentwicklungskonzepts der Stadt Roth aus dem Jahr 2009 als integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) durch das Büro UmbauStadt wurde erkannt, dass das auch aus dem Jahr 2009 stammende Einzelhandelskonzept ebenfalls einer Aktualisierung bedarf, zumal

- dessen Ergebnisse für das ISEK von hoher Bedeutung sind und
- seit der Erarbeitung des letzten Einzelhandelskonzeptes wesentliche Veränderungen der Rahmenbedingungen als auch der Situation vor Ort erfolgten.

Dabei steht in beiden Konzepten - ISEK und Einzelhandelskonzept - die Innenstadt als lebendiges, wirtschaftliches Zentrum mit Handel, Dienstleistungen und Gewerbe im Vordergrund.

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurden die folgenden Fragen beleuchtet:

- Welchen Rahmenbedingungen unterliegt der Einzelhandel in Roth vor dem Hintergrund allgemeiner Entwicklungen und stadtspezifischer Aspekte?
- Wie stellt sich die Versorgungssituation in den einzelnen Sortimentsbereichen dar?
- Wie verteilt sich der Einzelhandel in Roth auf die unterschiedlichen Standortlagen?
- Wie sehen die Händler und Besucher die Einzelhandelssituation in Roth bzw. in der Innenstadt von Roth?
- Welcher wettbewerbsneutrale quantitative Entwicklungsspielraum ist perspektivisch zu erwarten?
- Wie ist der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt vor dem Hintergrund der städtebaulich-funktionalen Situation und möglicher Entwicklungsperspektiven abzugrenzen?

Auf dieser Basis wurden

- ein Zielkatalog erarbeitet, der die Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung darstellt,
- aus diesem Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung abgeleitet, die aufzeigen, an welchen Standorten bzw. Standorttypen und in welcher Dimension



- nahversorgungsrelevante, innenstadt-/ zentrenrelevante sowie nicht zentrenrelevante Einzelhandelsvorhaben perspektivisch zulässig sein sollen,
- die Sortimentsliste aus dem Stadtentwicklungskonzept von 2009 vor dem Hintergrund zwischenzeitlicher Entwicklungen im Einzelhandel und der Verteilung der Sortimente auf die verschiedenen Standorte/ Standorttypen geprüft und angepasst,
- die Nahversorgungssituation in Roth analysiert und Möglichkeiten zu deren Sicherung bzw. Stärkung unter Berücksichtigung der Standortanforderungen/ -bedingungen der Betreiber aufgezeigt.

Das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept

- bildet nach Beschluss durch den Stadtrat als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB eine wesentliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels in Bebauungsplänen und
- ermöglicht anhand von klar definierten Zielen und Grundsätzen eine rasche grundsätzliche Bewertung zukünftiger Vorhaben im Kontext der Stadtentwicklung.

2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

2.1 RÄUMLICHE LAGE UND EINZUGSGEBIET

Die Stadt Roth, die Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises ist, befindet sich ca. 22 Kilometer südlich von Nürnberg am Zusammenfluss der Flüsse Roth, Rednitz und Aurach. Roth gehört zur äußeren Verdichtungszone des großen Verdichtungsraums Nürnberg/ Fürth/ Erlangen und zur Metropolregion Nürnberg. Im Regionalplan Industrieregion Mittelfranken ist Roth als Mittelzentrum ausgewiesen¹.

Die Stadt verzeichnet derzeit rd. 25.350 Einwohner² in 21 Ortsteilen, wobei - abgesehen von der Kernstadt - Eckersmühlen mit rd. 2.750 Einwohnern und Rothaurach mit rd. 1.900 Einwohnern die mit Abstand einwohnerstärksten Ortsteile sind.

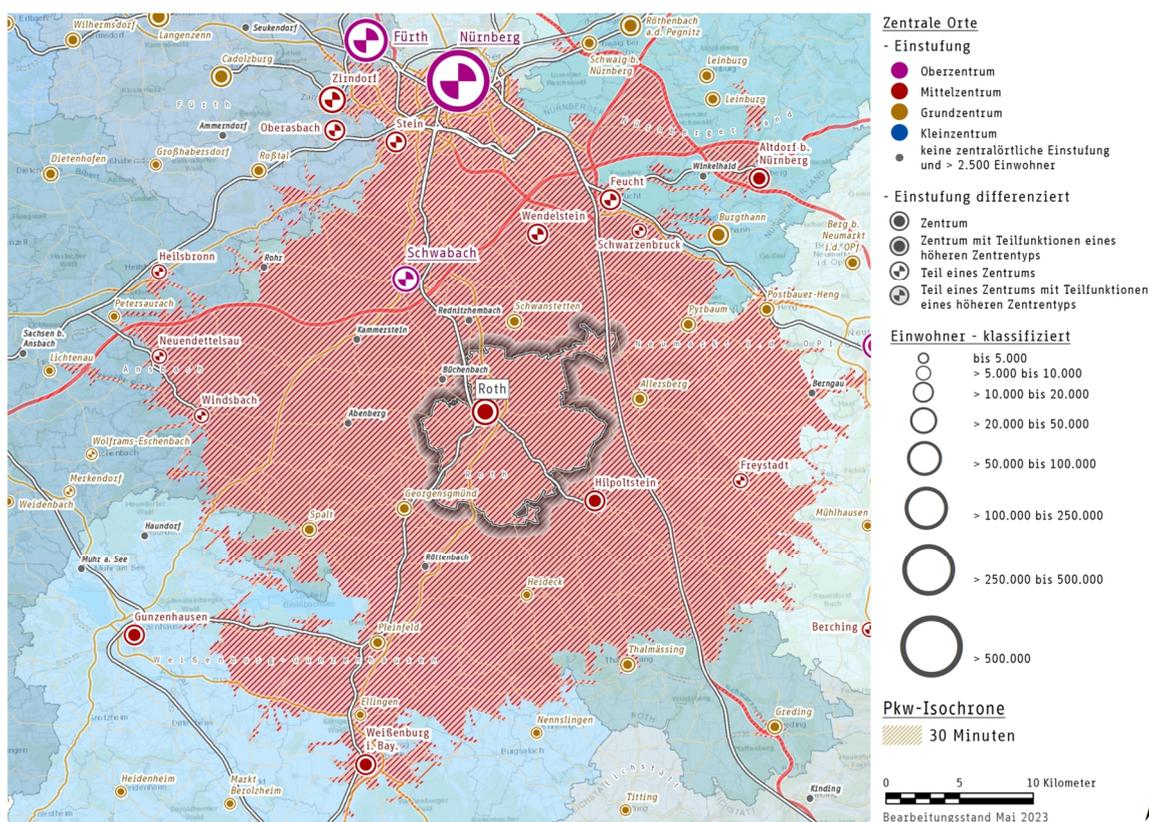
¹ Vgl. Planungsverband Industrieregion Mittelfranken: Regionalplan Industrieregion Mittelfranken (7) Raumstruktur - Karte 1.

² Vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik; Stand 31.03.2023.

In Karte 1 sind weitere Zentrale Orte im Umfeld der Stadt Roth, die verkehrliche Anbindung sowie ein schematischer Einzugsbereich anhand von Pkw-Isochronen dargestellt.

An das überregionale Straßenverkehrsnetz ist die Stadt Roth über die Bundesstraße B2 mit der Anschlussstelle Roth an die Bundesautobahn A6 sowie durch die nahegelegene Anschlussstelle Allersberg an die Bundesautobahn A9 angebunden. Der Bahnhof Roth befindet sich an der Strecke Nürnberg-München und wird durch Züge des Regionalverkehrs sowie - in Richtung Nürnberg - durch S-Bahnzüge bedient. Weiterhin beginnt am Bahnhof Roth die Bahnstrecke Roth-Hilpoltstein mit Haltestellen auch in Roth-Lohgarten und Eckersmühlen, die ebenfalls durch Regionalverkehrszüge bedient wird.

Karte 1: Räumliche Lage von Roth und schematischer Einzugsbereich



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Innerhalb einer Pkw-Fahrzeit von 30 Minuten - entsprechend einem weiteren Einzugsgebiet - befinden sich mit Nürnberg und Schwabach, die Bestandteile der Metropole Nürnberg/ Fürth/ Erlangen/Schwabach sind, zwei Städte mit



deutlicher Wettbewerbsfunktion im Umfeld von Roth. Nach Westen und Süden sind hingegen keine gleich- oder höherzentralen Orte innerhalb des weiteren Einzugsgebiets festzustellen.

2.2 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln.

Neben dieser eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt beziehungsweise fördert dieser städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Eine lebendige Innenstadt oder auch Stadt- und Ortsteilzentren sind ohne Einzelhandel kaum vorstellbar. Durch die von den Städten und Gemeinden (als Träger der Planungshoheit) unter dem Druck der Handelskonzerne ermöglichte bzw. nicht verhinderte Entwicklung von Einzelhandelsstandorten außerhalb der Innenstädte und Zentren wurde diesen jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Zusätzlich nahm der Druck auf den traditionellen innerstädtischen Einzelhandel durch den Bedeutungszuwachs des Versandhandels (Onlinehandel) in den letzten Jahren erheblich zu. Aktuell erzeugen die Nachwirkungen der Maßnahmen während der Corona-Pandemie (temporäre Schließungen bzw. Zugangsbeschränkungen) sowie die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs - hohe Inflation sowie Störungen der Lieferketten - zusätzliche Probleme für den stationären Einzelhandel. Diese Auswirkungen sind bis heute nicht abschließend absehbar.

Um die zentrenprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung zu sichern - bedarf es deshalb auch in Roth (weiterhin) der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.



2.2.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird zum einen durch handelsendogene Faktoren, also durch das Verhalten der Anbieter/ des Handels, zum anderen durch handelsexogene Faktoren, also durch das Verhalten der Kundinnen und Kunden, bestimmt.

Handelsendogene Faktoren

- **Betriebsformen:** Es kommt zu einer stetigen Veränderung bei den Betriebsformen im Einzelhandel, was insbesondere als Folge des Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren zu verstehen ist: Dies ist verbunden mit
 - einem in der Vergangenheit deutlichen Anstieg der Verkaufsfläche je Betriebseinheit in vielen Branchen, welcher in einzelnen Bereichen bis heute anhält (Supermärkte/ Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter oder auch Sportfachmärkte),
 - einer kontinuierlichen Abnahme der (inhabergeführten) Fachgeschäfte.Negative Auswirkungen für die gewachsenen Zentren haben sich in der Vergangenheit in vielen Städten und Gemeinden vor allem deshalb gezeigt, weil zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe - so auch in Roth - außerhalb dieser gewachsenen Strukturen angesiedelt wurden. Zusätzlich stieg aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen (zum Beispiel durch die Optimierung von logistischen Abläufen oder Einsparung von Personal) die Verkaufsfläche je Betrieb häufig an und erschwerte die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren.
- **Sortimentspolitik:** Die Sortimentsstruktur zahlreicher Betriebstypen hat sich fortwährend verändert. Insbesondere Möbelhäuser und Baumärkte sowie Lebensmittelbetriebe führen Randsortimente oder auf sogenannten Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstruktur erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte oder sonstiger Zentren.
- **Standortdynamik:** Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte in der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität zu Lasten der Innenstädte. Dieser Entwicklung wird zwar mittlerweile vielerorts durch Einzelhandelskonzepte entgegengewirkt, aber die in der Vergangenheit entstandene



nen Einzelhandelsagglomerationen in peripheren/ nicht integrierten Lagen genießen i.d.R. Bestandsschutz und binden große Umsatzanteile an sich.

Handelsexogene Faktoren

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Anzahl der älteren Menschen wird perspektivisch kontinuierlich zunehmen. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung: z.B. in Bezug auf den Bedarf an gesundheitsfördernden Artikeln und die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen.

Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche unter anderem zu einem veränderten Kaufverhalten führen, sind weitere Trends, die Einfluss auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung nehmen. So stellt in Teilen der Bevölkerung insbesondere der Preis das entscheidende Kaufkriterium dar, während in anderen Bevölkerungsschichten Aspekte der Nachhaltigkeit und Regionalität bei der Auswahl der Waren eine wichtige Rolle spielen.

- **Pkw-Nutzung/ Mobilität:** Die Bereitschaft zur Nutzung des Pkws und das Ausmaß der Häufigkeit der Nutzung sind regional sehr unterschiedlich. Eine hohe Bereitschaft zur Nutzung des Pkws führt dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufig wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt oftmals zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen und/ oder zum Wegfall der Nahversorgung.
- **Einkommen/ Verbrauchsausgaben:** Veränderte Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (zum Beispiel höhere Wohn- und Energiekosten) führ(t)en zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Verbrauchsausgaben am Einkommen. Zudem schlägt sich die seit 2022 Jahr anhaltend hohe Inflation auf die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel nieder.

Es lässt sich zusammenfassen, dass die Handelsbetriebe primär aus Aspekten der Gewinnmaximierung agieren, wenngleich auch die Wünsche/ Anforderungen der Nachfrageseite erforscht und in Entscheidungen berücksichtigt werden. Die Aufgabe der Kommunen (als Träger der Planungshoheit) ist in diesem Zusammenhang nicht zu vernachlässigen, um die entsprechenden Entwicklun-



gen vor dem Hintergrund der Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote für alle Bevölkerungsgruppen und dem schonenden Umgang mit Flächenressourcen (räumlich) zu steuern.

2.2.2 Auswirkungen des Onlinehandels auf den stationären Einzelhandel

Der Onlinehandel hat von 2000 bis 2021 einen stetigen (Umsatz-)Zuwachs erfahren, der in den Jahren 2020 und 2021 deutlich überproportional ausfiel. Dies ist vor allem auf die Zugangsbeschränkungen und temporären Schließungen des stationären Einzelhandels zurückzuführen. 2022 verzeichnete er einen leichten Rückgang, wobei es sich jedoch letztlich um eine Konsolidierung der hohen Zuwächse in den beiden Jahren zuvor handelt. Somit stellt der Onlinehandel nach wie vor eine deutliche Konkurrenz für den stationären Handel dar.

Als Folgeerscheinung der o.g. Entwicklung war - und ist noch immer - eine Beschleunigung des seit längerem zu beobachtenden Strukturwandels zu verzeichnen:

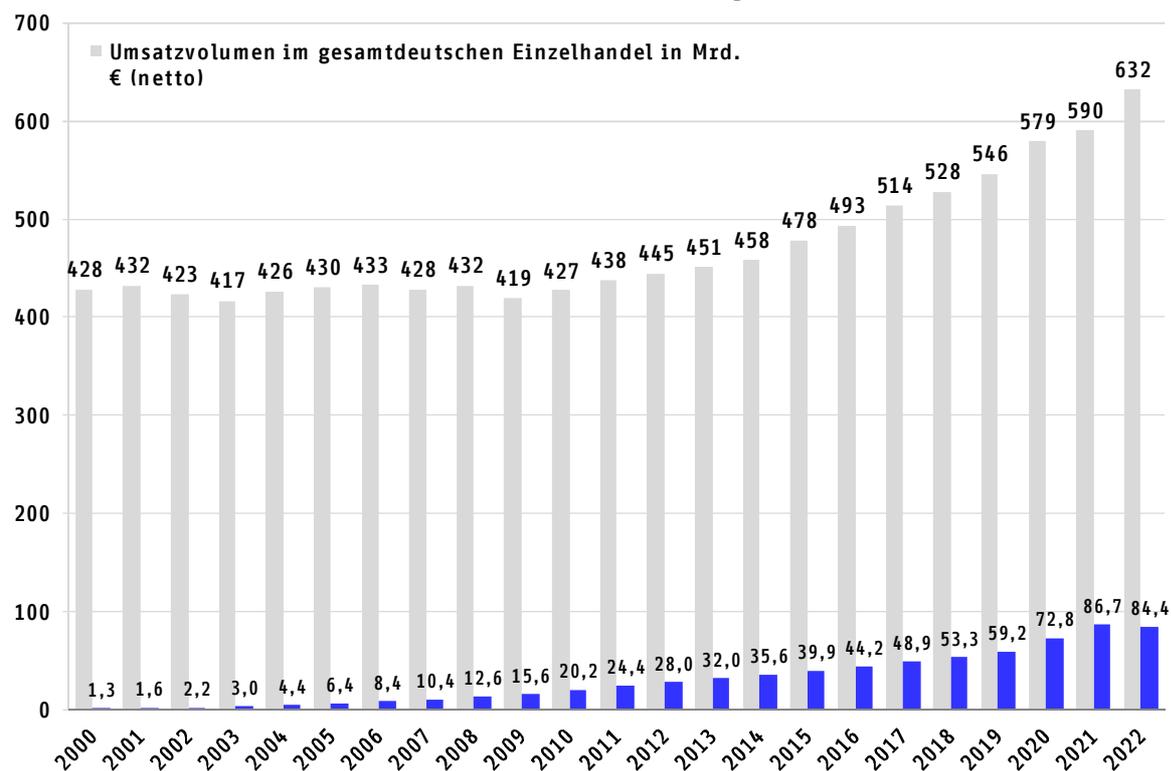
- Die Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe ist deutlich rückläufig, wobei insbesondere bei kleineren Einzelhandelsbetrieben Schließungen festzustellen sind. Aber auch große Einzelhandelsbetriebe, z.B. Warenhäuser (Galeria Karstadt/Kaufhof) und SB-Warenhäuser (Real) wurden zum Teil geschlossen und haben fortwährend wirtschaftliche Probleme.
- Betroffen vom Rückgang der Betriebszahlen sind insbesondere Innenstädte sowie sonstige integrierte Standorte.
- In den (eigentlich) innenstadtprägenden Branchen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren ist vielerorts ein deutliches und rasches signifikantes Abschmelzen der Verkaufsfläche zu verzeichnen, wobei auch Filial- und Franchisebetriebe geschlossen wurden. Der Onlinehandel verzeichnete in diesen Branchen hingegen erhebliche Zuwächse.
- Die Zahl der Neueröffnungen von stationären Einzelhandelsbetrieben geht weiter zurück, während noch immer in hoher Zahl Betriebsschließungen auf Grund von Nachfolge- und/ oder wirtschaftlichen Problemen erfolgen.

Auch vor dem Hintergrund der erheblich gestiegenen Energiekosten und der aktuell noch immer hohen Inflation ist derzeit eine kurzfristige Umkehr dieses Abwärtstrends im stationären Einzelhandel nicht abzusehen.



Trotz der hohen Zuwächse in den vergangenen Jahren erreichte der Anteil des Onlinehandels im Jahr 2022 jedoch nur einen Anteil von etwa 13,4% am Gesamtumsatz des Einzelhandels (vgl. Abb. 1). Der größte Teil des Einzelhandelsumsatzes wird weiterhin im stationären Handel erwirtschaftet³, sodass der räumlichen Steuerung dieses Einzelhandels weiterhin besondere Bedeutung beizumessen ist.

Abb. 1: Umsätze im Onlinehandel und im Einzelhandel insgesamt

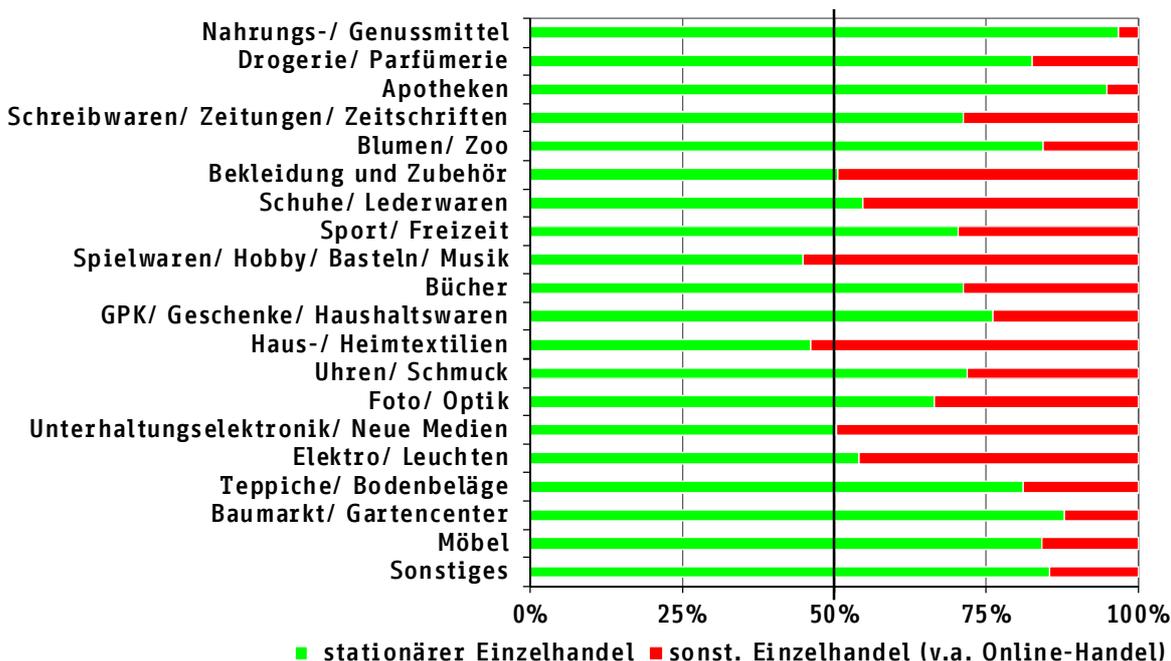


Quelle: Handelsverband Deutschland, HDE Online-Monitor 2023; eigene Darstellung

Bei differenzierter Betrachtung ist festzustellen, dass der Onlinehandel insbesondere in mehreren Sortimentsgruppen mit hoher Innenstadt-/ Zentrenrelevanz einen beträchtlichen Anteil der Kaufkraft - mehr als 45% - der Bevölkerung bindet. Der stationäre Einzelhandel der Innenstädte steht demzufolge vor allem bei Bekleidung und Zubehör, Schuhe/ Lederwaren, Spielwaren, Medien und Elektro/ Leuchten nicht nur anderen Einzelhandelsstandorten, sondern auch mit dem Onlinehandel in einem erheblichen Wettbewerb.

³ In diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass im Onlinehandel auch die über das Internet erzielten Umsätze des stationären Einzelhandels enthalten sind.

Abb. 2: Kaufkraftanteile des stationären und des Onlinehandels in Roth nach Sortimentsgruppen 2022



Quelle: IFH 2022; eigene Berechnungen und Darstellung.

Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen der erhebliche Zuwachs im Onlinehandel in den letzten zwei Jahrzehnten auf die Entwicklung der Städte und Gemeinden hat:

- Schon lange ist eine deutliche Konkurrenz von dezentralen (Fachmarkt)-Standorten zu den Innenstädten, Stadtteil- und Ortszentren zu beobachten. Der Onlinehandel verstärkt diesen Prozess zusätzlich und setzt sowohl Standorte in A-Lagen als auch Standorte in Randlagen unter Druck. Zudem "ersetzt" er mittlerweile entstandene Netzlücken.
- Der inhabergeführte Einzelhandel nutzt zu einem hohen Anteil die Potenziale des Onlinehandels - und der Digitalisierung allgemein - in einem vergleichsweise geringen Maße, u.a. auf Grund hoher Investitions- und laufender Kosten. Zudem steht beim Onlinehandel häufig der Preis im Vordergrund, während Beratung und Service eine nachgeordnete Rolle einnehmen. Demzufolge können auch Filialunternehmen - insbesondere in den Branchen Bekleidung, Schuhe und Elektro - der Konkurrenz durch den Onlinehandel häufig nicht mehr standhalten.
- Der hohe Investitionsdruck durch zunehmenden Onlinehandel (siehe oben) verschärft, insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel, die Nachfolgeregelungen.



- Durch den Onlinehandel entsteht ein höherer Bedarf an Logistikflächen an Standorten, die auch für das produzierende Gewerbe attraktiv sind. Dies verschärft die Konkurrenz bei der Nachfrage nach Gewerbeflächen in vielen Städten und Gemeinden. Zudem kommt es durch den zunehmenden Lieferverkehr zu einer deutlich ansteigenden Verkehrsbelastung.
- Insgesamt sind die Auswirkungen des Onlinehandels insbesondere als betriebswirtschaftliche Effekte einer allgemeinen Entwicklung zu verstehen, auf die der Handel auch selbst reagieren muss.

Die Städte und Gemeinden haben mit Einzelhandelskonzepten oder anderen Steuerungsinstrumenten jedoch Ansatzmöglichkeiten, um den Auswirkungen des zunehmenden Onlinehandels entgegenzutreten - insbesondere durch eine Angebotskonzentration vor allem innenstadtprägender, zentrenrelevanter Sortimente in den Innenstädten.

Weiterhin können Städte und Gemeinden die Voraussetzungen für die Digitalisierung im Handel unterstützen. Hauptakteur bei der Digitalisierung ist der Handel jedoch selbst; jeder Einzelhändler muss selbst aktiv werden.

Da der zunehmende Onlinehandel bereits vor der Corona-Pandemie eine Begründung für eine strikte räumliche Steuerung des stationären Einzelhandels war, wird dieser Aspekt durch den erheblichen Zuwachs des Onlinehandels im Zuge der Corona-Pandemie weiter verstärkt. Das größte Problem für den Einzelhandel in den Innenstädten wäre eine (weitere) Öffnung der Entwicklung außerhalb zentraler Lagen, wie sie vielerorts - so auch in Roth - in der Vergangenheit bereits erfolgte. Auf Grund des anhaltenden und beschleunigten Strukturwandels ist eine räumliche Steuerung, d.h. die Wahl des planerisch "richtigen" Standorts, bei Einzelhandelsvorhaben - Neuansiedlungen und Erweiterungen - von hoher Bedeutung.

2.3 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Roth ermöglicht, systematisch Einzelhandelsvorhaben entsprechend den städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzel-



handel zulässig sein soll und wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Konzept auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Roth im Rahmen von Beteiligungsverfahren substantiell und umfangreich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Roth - Politik und Verwaltung - an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, welche die eigenen Zielsetzungen konterkarieren.**

Die rechtlichen Vorgaben für die Anwendung eines Einzelhandelskonzepts betreffen unter anderem

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

Die Steuerungsmöglichkeiten auf kommunaler Ebene sind zunächst grundlegend bundesweit in der Baunutzungsverordnung (BauNVO) und im Baugesetzbuch (BauGB) geregelt. Zusätzlich bestehen spezifische Regelungen in der jeweiligen Landes- und Regionalplanung (vgl. Kap. 2.3.1.4).

2.3.1 Wesentliche Aspekte

2.3.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen⁴. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt oder Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadtzen-

⁴ Vgl. dazu auch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 09.06.2011 (Az. 3 S682/09).



trums erreichbar ist⁵. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach einem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes aus dem Jahr 2007 in dieser Sache, sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*"⁶. Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss⁷.

Mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche schafft ein Einzelhandelskonzept zugleich die Grundlage für Beurteilungen von Einzelhandelsansiedlungen in unbeplanten Innenbereichen nach § 34 (3) BauGB.

Da zentrale Versorgungsbereiche neben dem Einzelhandel auch weitere zentrale Einrichtungen beinhalten können (zum Beispiel Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen, Parks, kirchliche Einrichtungen), ist es möglich, dass ein zentraler Versorgungsbereich mehr als die Einzelhandelsinnenstadt beziehungsweise das einzelhandelsbezogene Zentrum umfasst.

2.3.1.2 Sortimentliste

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentliste - wie beispielsweise der im Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern enthaltenen, vgl. Kap. 2.3.1.4 - rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist⁸. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung (bis 31.07.03:

⁵ Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen. In: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.

⁶ BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.

⁷ BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07: "*Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben*".

⁸ Vgl. dazu bereits VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.



AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet: *"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*⁹.

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur zu analysieren und unter Berücksichtigung allgemeiner Kriterien zur Einstufung von Sortimenten eine örtliche Sortimentsliste zu erstellen bzw. eine bereits bestehende Liste zu überprüfen und ggf. anzupassen.

Da Einzelhandelskonzepte i.d.R. neben der Entwicklung der Zentren auch die Nahversorgung zum Ziel haben, erscheint es sinnvoll, bei den zentrenrelevanten Sortimenten weiter nach deren Nahversorgungsrelevanz zu unterscheiden. Für nahversorgungsrelevante Sortimente können auch verbrauchernahe Standorte außerhalb der Zentren stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll sein.

Im vorliegenden Konzept wurde die Sortimentsliste des Stadtentwicklungskonzepts (SEK) 2009 der Stadt Roth überprüft und angepasst.

2.3.1.3 Grundsätzliche Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt:

- Auf der kommunalen Ebene werden durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplans** (§ 5 BauGB) erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen getroffen, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.
- Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in **Bebauungsplänen** nach §§ 2 bis 9 BauNVO.
- Mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

⁹ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.



Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Roth bildet als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB eine wesentliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels in Bebauungsplänen bzw. im Rahmen der Bauleitplanung.

2.3.1.4 Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Vorgaben. Im Folgenden sind die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelspezifischen Regelungen - soweit diese Roth betreffen - aufgeführt.

Nach dem **Landesentwicklungsplan (LEP) 2020** ist die Versorgung der Bevölkerung mit zentralörtlichen Einrichtungen in zumutbarer Erreichbarkeit sicherzustellen (Vorhalteprinzip)¹⁰. Diese Einrichtungen umfassen auch ein ausreichendes Einzelhandelsangebot zur Deckung des über die örtliche Nahversorgung hinausgehenden Bedarfs¹¹.

Als Oberzentren eingestufte Gemeinden sollen auf Grund ihrer räumlichen Lage, ihrer funktionalen Ausstattung und ihrer Potenziale die großräumige, nachhaltige Entwicklung aller Teilräume langfristig befördern¹².

Entsprechend den Zielen des LEP dürfen Flächen für Betriebe (§ 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO) sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) i.d.R. nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden (Lage im Raum). Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- für Betriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen [...]
- für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen [...] mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe¹³.

¹⁰ Vgl. LEP Bayern 2020, Plansatz 1.2.5 (Z).

¹¹ Vgl. LEP Bayern 2020, Erläuterungen zu 2.1.3 (Z) Versorgungsauftrag der Zentralen Orte.

¹² Vgl. LEP Bayern 2020, Plansatz 2.1.8 (G).

¹³ Vgl. LEP Bayern 2020, Plansatz 5.3.1 (Z).

Dabei kommen im Sinne einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung nur städtebaulich integrierte Standorte in Betracht. (Lage in der Gemeinde). Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulicher Randlage zulässig, wenn

- das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder
- die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen¹⁴.

Durch die integrierte Lage in einen Siedlungszusammenhang wird die Erreichbarkeit fußläufig oder durch die Anbindung an den ÖPNV gesichert¹⁵.

Des Weiteren dürfen Einzelhandelsgroßprojekte keine wesentliche Beeinträchtigung der Zentralen Orte in ihrer Funktionsfähigkeit sowie der Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Einzelhandelsgroßprojekts hervorrufen (Zulässige Verkaufsflächen)¹⁶.

Eine Einteilung der Sortimente in Bedarfsgruppen (Sortimente des Nahversorgungsbedarfs, Sortimente des Innenstadtbedarfs, Sortimente des sonstigen Bedarfs) erfolgt in der Anlage 2 zum LEP Bayern. Diesbezüglich sei an dieser Stelle jedoch nochmals angemerkt, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist (vgl. Kap. 2.3.1.2).

Nach dem **Regionalplan Industrieregion Mittelfranken** stellt die Sicherstellung der Warenversorgung der Wirtschaft und der Bevölkerung das binnenhandelspolitische Oberziel dar; die Einzelhandelsstruktur soll vielfältige Betriebsgrößen und -formen aufweisen¹⁷. Räumlich konkretisiert soll im Landkreis Roth (u.a.) in der Stadt Roth auf eine Weiterentwicklung der Einzelhandelseinrichtungen entsprechend der zentralörtlichen Einstufung (Mittelzentrum) hingewirkt werden¹⁸. Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind auf Grund der Einstufung von Roth als Mittelzentrum zuläs-

¹⁴ Vgl. LEP Bayern 2020, Plansatz 5.3.2 (Z).

¹⁵ Vgl. LEP Bayern 2020, Erläuterungen zu 5.3.2

¹⁶ Vgl. LEP Bayern 2020, Plansatz 5.3.3 (Z).

¹⁷ Vgl. Regionalplan Industrieregion Mittelfranken (7) Raumstruktur, Begründung zu Abschnitt 5.3.1. Einzelhandel.

¹⁸ Vgl. Planungsverband Industrieregion Mittelfranken: Regionalplan Industrieregion Mittelfranken (7) Raumstruktur, Plansatz 5.3.1.2.



sig, sofern die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte sowie die verbraucher- nahe Versorgung nicht wesentlich beeinträchtigt werden¹⁹.

3. EINZELHANDELSITUATION

3.1 METHODISCHES VORGEHEN

Das **Einzelhandelsangebot** in der Stadt Roth wurde auf der Basis einer flächendeckenden **Erhebung** des gesamten Einzelhandelsbesatzes im April 2023 erfasst. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Apotheken und Lebensmittelhandwerk; darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Nahrungs-/ Genussmittel führen²⁰. Die Erhebung erfolgte sortimentsstark: Es wurden in allen Betrieben neben der Gesamtverkaufsfläche die Verkaufsflächen der einzelnen Sortimente - Kernsortiment und Randsortimente - erfasst.

Ergänzend zur Erhebung des Einzelhandelsangebots wurde im Mai 2023 eine **Einzelhandelsbefragung** durchgeführt (vgl. Kap. 3.6). Dabei wurden in allen Einzelhandelsbetrieben mit jedem Inhaber, Filialleiter o.ä. - sofern auskunftsbereit - ein Interview anhand eines Fragebogens geführt. Dieser beinhaltete im Wesentlichen folgende Aspekte:

- Umsatzherkunft und -entwicklung,
- Einzelhandelsumsatz in 2022 (zur Überprüfung und ggf. Anpassung der rechnerisch ermittelten Umsätze),
- Änderungsabsichten,
- Vorhandensein einer Homepage bzw. eines Online-Shops,
- positive und negative Aspekte der Einzelhandelssituation in Roth (offene Frage ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten).

Zur Berücksichtigung der Nachfrageseite wurde im Zeitraum vom 23. bis 25. März 2023 (Donnerstag, Freitag und Samstag) zudem eine **Passantenbefragung** in der Innenstadt von Roth auf dem Marktplatz sowie im Bereich Kugelbühlstraße/ Hilpolt-

¹⁹ Vgl. Regionalplan Industrieregion Mittelfranken (7) Raumstruktur, Plansatz 5.3.1.2.

²⁰ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



steiner Straße durchgeführt (vgl. Kap. 3.7). Bei der Befragung wurden im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Altersgruppe und Herkunft,
- Besuchsmotivation,
- genutztes Verkehrsmittel und aufgesuchter Parkplatz (sofern Pkw-Nutzung),
- Einkaufsmotivation,
- üblicherweise gekaufte Sortimente,
- fehlende Sortimente,
- sonstige Einkaufsorte,
- positive und negative Aspekte der Einzelhandelssituation in Roth (offene Frage ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten).

An dieser Stelle sei angemerkt, dass die Ergebnisse der Händlerbefragung auf Grund der geringen Teilnahme und der Passantenbefragung auf Grund des vergleichsweise geringen Stichprobenumfangs als tendenzielle Aussagen zu betrachten sind. Demzufolge wurden sie z.B. im Rahmen der Stärken-Schwächen-Analyse des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, die sich letztlich auf die im Rahmen der Begehungen gewonnenen gutachterlichen Erkenntnisse beziehen, kritisch hinterfragt.

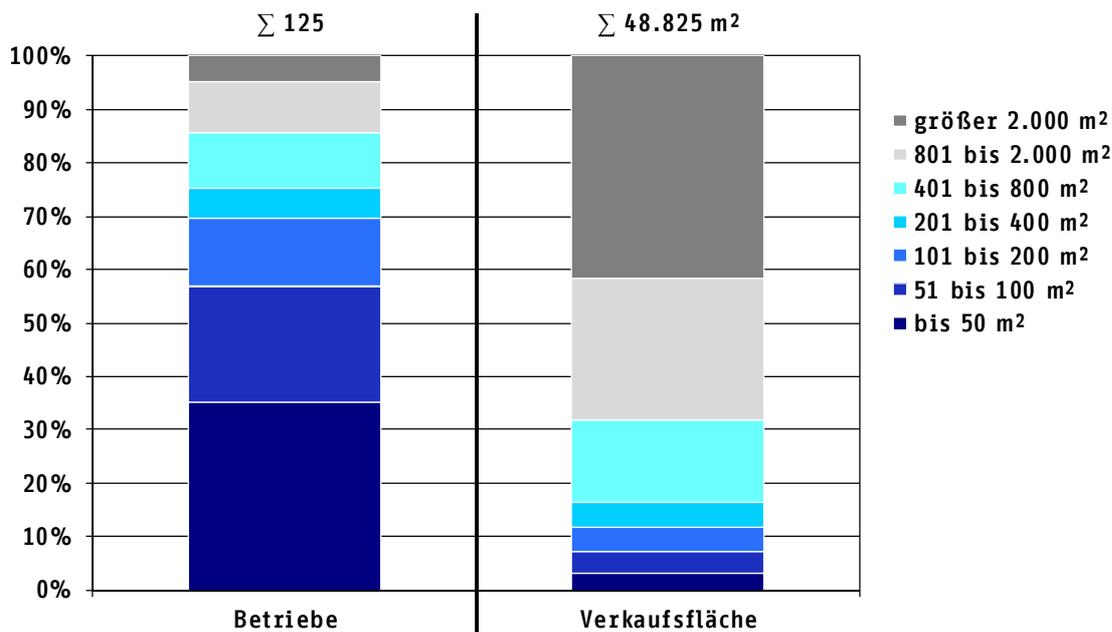
3.2 EINZELHANDELSANGEBOT

Insgesamt wurden in Roth - Kernstadt und Ortsteile - 125 Einzelhandelsbetriebe (einschließlich Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellenshops, s.o.) mit einer Verkaufsfläche von rd. 48.825 m² festgestellt.

Rd. 70% der Betriebe weisen eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche von bis zu 200 m² auf. Der Verkaufsflächenanteil dieser Betriebe fällt mit rd. 12% gering aus. Demgegenüber verzeichnen die Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche, die anzahlbezogen nur rd. 14% der in Roth ansässigen Betriebe ausmachen, einen Verkaufsflächenanteil von rd. 68%.



Abb. 3: Betriebsgrößenklassen Gesamtstadt



Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023

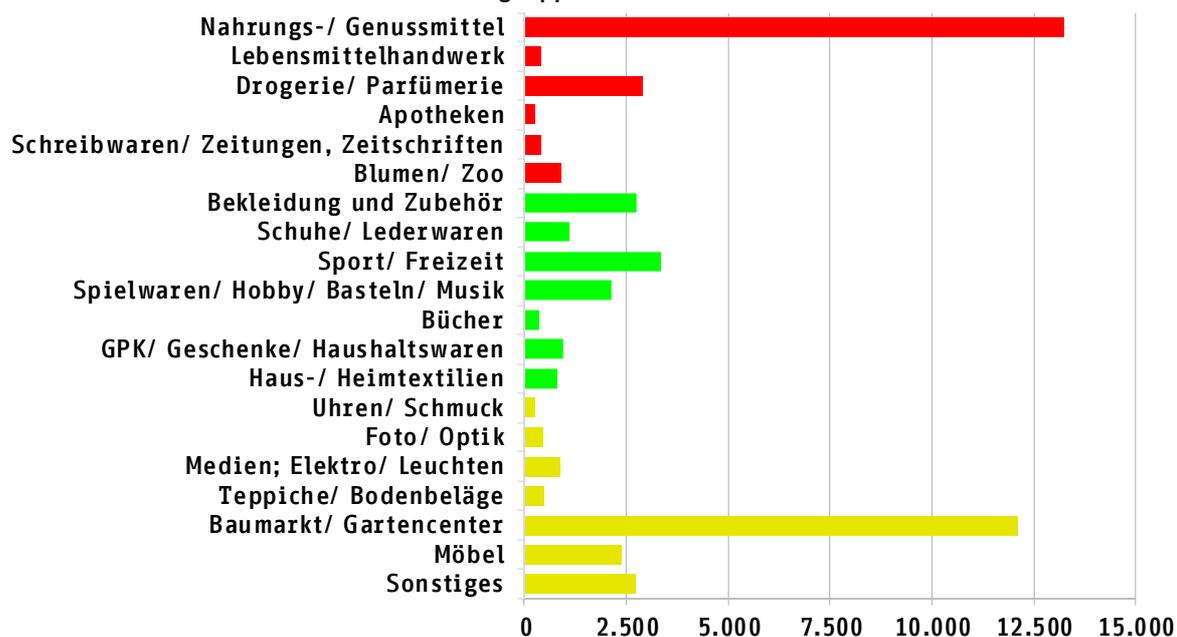
Die Einzelhandelsstruktur in Roth weist bezogen auf Betriebsgrößenklassen eine typische, d.h. auch in anderen Städten vergleichbarer Größe und Lage anzutreffende Verteilung auf.

Differenziert nach Sortimentsgruppen entfällt der größte Verkaufsflächenanteil mit rd. 27% (rd. 13.250 m²) auf Nahrungs-/ Genussmittel. Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass diese Sortimentsgruppe rd. ein Drittel der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft bindet.

Der zweitgrößte Verkaufsflächenanteil entfällt mit rd. 25% (rd. 12.100 m²) auf die Gesamtheit der baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimente. Zurückzuführen ist dies auf den hohen Flächenbedarf von Baumärkten.

Die Verkaufsflächenanteile der weiteren Sortimentsgruppen liegen jeweils deutlich unter 10% der in Roth angesiedelten Gesamtverkaufsfläche.

Abb. 4: Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen



PBS= Papier/ Büro/ Schreibwaren; GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023

3.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE: BINDUNGSQUOTEN

Die Relation des in Roth erzielten Umsatzes zu der in Roth verfügbaren Kaufkraft²¹ ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Roth, vermindert um die Abflüsse aus Roth) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Roth abfließt.

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Roth beträgt unter Berücksichtigung der auf den stationären Einzelhandel entfallenden Kaufkraft rd. 112%²². Über alle Sortimentsgruppen hinweg betrachtet besteht somit per Saldo ein signifikanter Kaufkraftzufluss nach Roth. Dies gilt auch für zahlreiche Sortimentsgruppen:

- In den für die Grund-/ Nahversorgung in besonderem Maße relevanten Sorti-

²¹ Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2022).

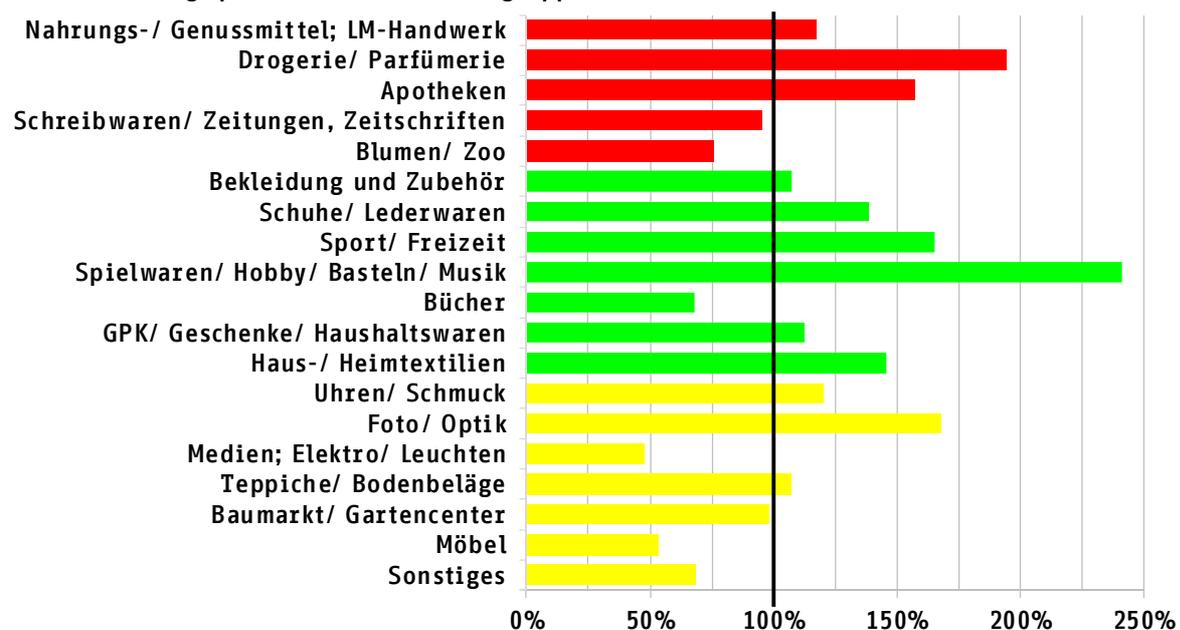
²² Sofern die gesamte berücksichtigt wird, d.h. auch die durch den Onlinehandel gebundene einzelhandelsrelevante Kaufkraft berücksichtigt wird, liegt die Gesamt-Bindungsquote bei rd. 89%.



mentsgruppen Nahrungs-/ Genussmittel; Lebensmittelhandwerk, Drogerie/ Parfümerie und Apotheken sind jeweils per Saldo (sehr) deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.

- Auch in den i.d.R. innenstadtprägenden Sortimentsgruppen Bekleidung und Zubehör, Schuhe/ Lederwaren sowie Sport/ Freizeit sind per Saldo leichte bis erhebliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Dies gilt weiterhin für weitere i.d.R. zentrenrelevante Sortimentsgruppen wie z.B. Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musik, Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik.
- Bei den i.d.R. nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Teppiche/ Bodenbeläge und baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente vermag der in Roth ansässige Einzelhandel bei Bindungsquoten von je etwa 100% rechnerisch den Bedarf der Bevölkerung von Roth zu decken.

Abb. 5: Bindungsquoten nach Sortimentsgruppen



PBS= Papier/ Büro/ Schreibwaren; GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

In Tab. 1 ist die quantitative Einzelhandelssituation in der Stadt Roth nach Sortimentsgruppen differenziert dargestellt. Darin wird wiederum auf die Kaufkraft für den stationären Einzelhandel abgestellt.



Tab. 1: Einzelhandelssituation in Roth: Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet), Umsatz und Kaufkraft in Mio. €, Kaufkraft bezogen auf stationären Einzelhandel

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk	13.625	84,8	72,3	117%
Drogerie/ Parfümerie	2.925	11,6	6,0	194%
Apotheken	275	22,0	14,0	157%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	400	1,6	1,7	95%
Blumen/ Zoo	925	2,1	2,7	76%
kurzfristiger Bedarf	18.150	122,0	96,7	126%
Bekleidung und Zubehör	2.750	6,3	5,9	107%
Schuhe/ Lederwaren	1.100	2,4	1,8	138%
Sport/ Freizeit	3.375	6,1	3,7	165%
Spielwaren/ Hobby; Bücher	2.150	3,7	1,5	241%
GPK/ Geschenke/ Haushaltswaren/ Bestecke	350	1,4	2,0	68%
Haus-/ Heimtextilien	925	1,5	1,3	113%
mittelfristiger Bedarf	800	1,3	0,9	145%
Uhren/ Schmuck	11.450	22,6	17,0	133%
Foto/ Optik	250	1,6	1,3	120%
Medien	450	2,5	1,5	168%
Elektro/ Leuchten	300	2,3	4,8	48%
Teppiche/ Bodenbeläge	575	1,7	2,6	64%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	475	0,8	0,8	107%
Möbel	12.100	14,3	14,5	98%
Sonstiges	2.400	4,3	8,0	54%
langfristiger Bedarf	2.700	10,7	15,7	68%
Gesamt	19.250	38,2	49,2	78%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Relationen kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

3.4 RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTS

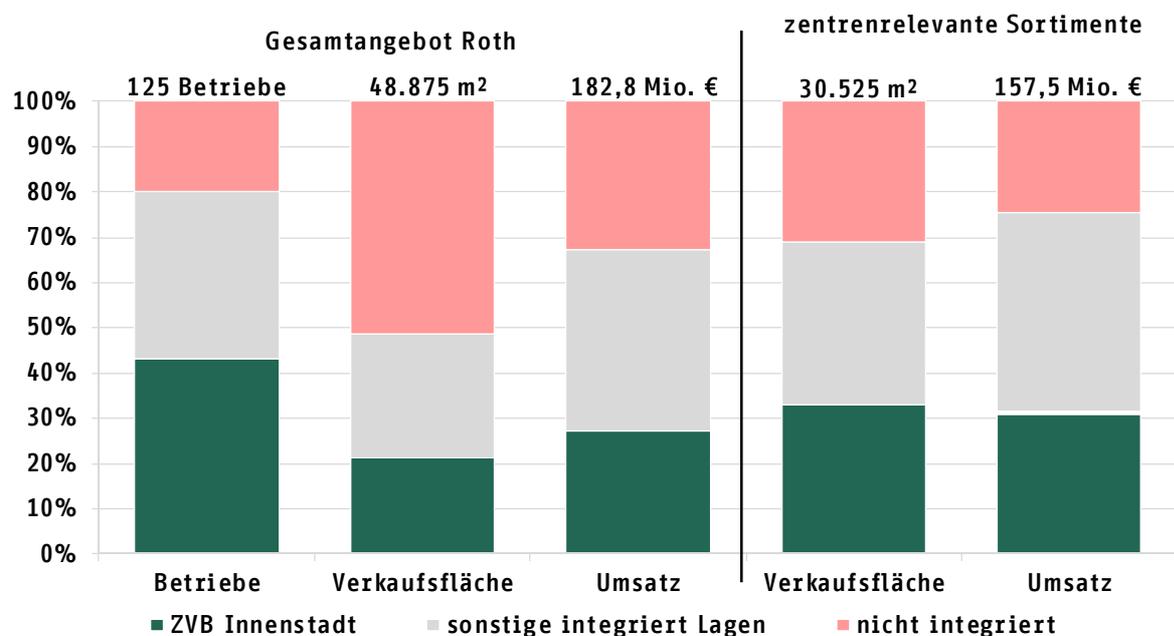
Im Folgenden wird die Einzelhandelssituation differenziert nach Standort(typ)en der Betriebe innerhalb des Stadtgebiets aufgezeigt. Es wird untergliedert nach den Standort(typ)en zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, den sonstigen integrierten Lagen mit unmittelbarem Bezug zur Wohnbebauung sowie nicht integrierten Lagen ("grüne Wiese"-Standorte, gewerblich geprägte Standorte).



Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttypen zeigt Folgendes:

- Gemessen an der Zahl der Betriebe sind rd. 80% des Angebots an städtebaulich integrierten Standorten zu finden, wobei der Anteilswert des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit rd. 43% etwas größer ausfällt als der der sonstigen integrierten Standorte mit rd. 37%.
- Wird die Verteilung der Gesamtverkaufsfläche betrachtet, so entfällt mehr als die Hälfte des Einzelhandelsangebotes auf nicht integrierte Standorte. Die durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb liegt hier mit rd. 1.000 m² deutlich über dem Durchschnittswert aller in Roth ansässigen Betriebe von annähernd 400 m². Der zentralen Versorgungsbereich Innenstadt verzeichnet einen Verkaufsflächenanteil von nur rd. 21%.

Abb. 6: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standort(typ)en



Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

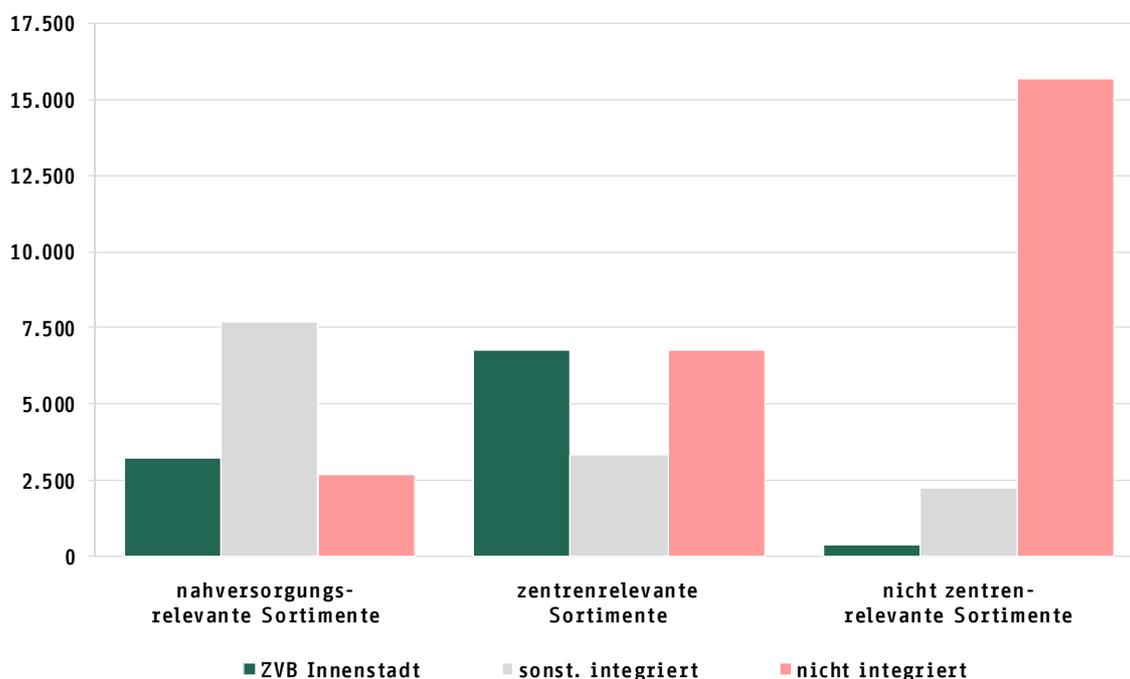
- Der auf nicht integrierte Standorte entfallende Umsatzanteil liegt mit rd. 33% deutlich unter dem entsprechenden Verkaufsflächenanteil. Dies ist auf einige Betriebe mit vergleichsweise geringer Flächenleistung - z.B. bei dem in Roth ansässigen Baumarkt - zurückzuführen.
- Sofern nur die nach der Sortimentsliste des Landesentwicklungsprogramms nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimente betrachtet werden, entfallen rd. 31% der Verkaufsfläche und rd. 25% des Umsatzes auf nicht

integrierte Standorte. Die entsprechenden Anteile des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt liegen mit rd. 33% bzw. rd. 31% nur etwas darüber. Demzufolge besteht hier innerhalb der Stadt Roth eine deutliche, planerisch nicht gewollte Konkurrenzsituation.

In Abb. 7 sind die Verkaufsflächen nach Standort(typ)en dargestellt.

- Darin wird deutlich, dass sich das Angebot im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente in Roth sich zwar zu 80% an integrierten Standorten befindet (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und sonstige integrierte Standorte), jedoch ein signifikanter Teil entgegen planerischer Zielsetzungen auch an Standorten in nicht integrierter Lage.
- Die Betrachtung der zentrenrelevanten Sortimente zeigt, dass ein großer Teil der Verkaufsfläche - rd. 40% - an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist und damit - wiederum entgegen planerischer Zielsetzungen- in Konkurrenz zum entsprechenden Angebot der Innenstadt steht.

Abb. 7: Einzelhandelsstruktur nach Standort(typ)en und Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz



Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

In Karte 2 sind die wesentlichen Einzelhandelskonzentrationen in Roth mit Größe der Gesamtverkaufsfläche und differenziert nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz -

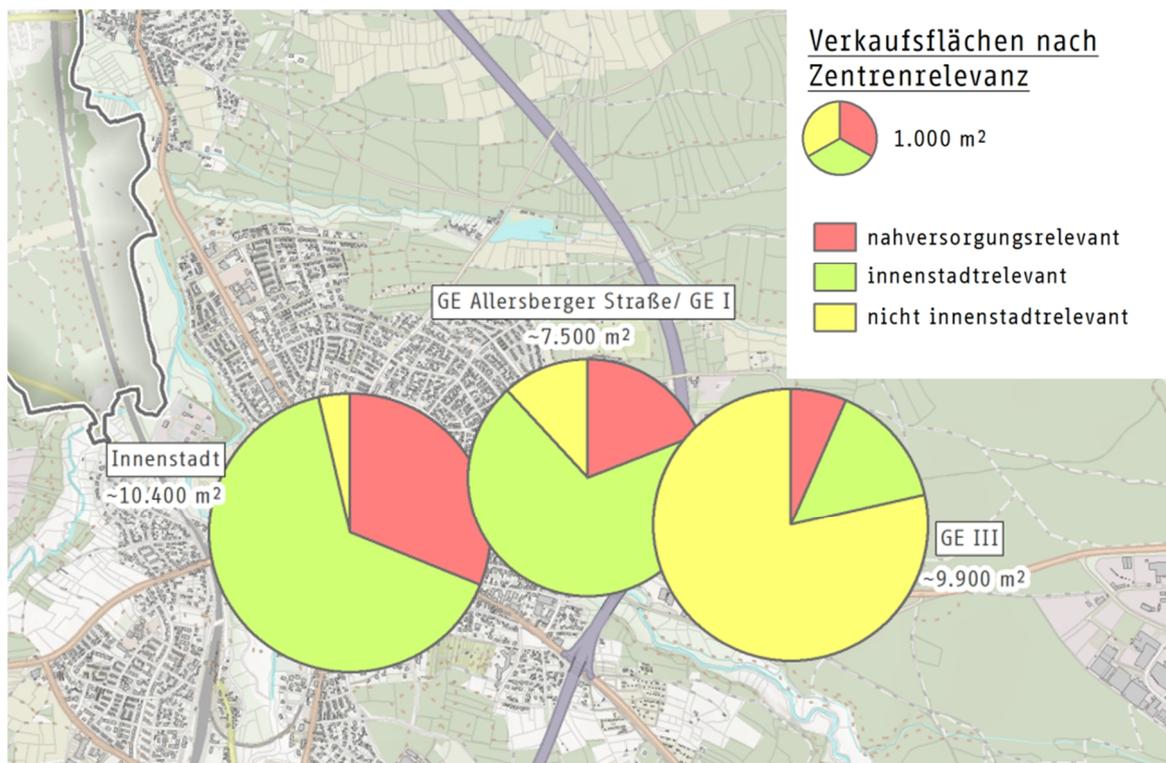


entsprechend der im Landesentwicklungsprogramm enthaltenen Sortimentsliste - dargestellt.

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt bildet mit rd. 10.400 m² Verkaufsfläche den größten Einzelhandelsstandort in Roth. Dabei überwiegt deutlich die Verkaufsfläche innenstadtrelevante Sortimente mit rd. 6.775 m²; größte Anbieter sind diesbezüglich ein Drogeriemarkt und ein großes Schuhgeschäft. Weitere rd. 3.250 m² entfallen auf das nahversorgungsrelevante Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Grund eines großen Supermarktes und eines Lebensmitteldiscounters.
- Den zweitgrößten Standortbereich stellt das Gewerbegebiet GE III dar. mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 9.900 m² ist dieser nur unwesentlich kleiner als der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt. Allerdings entfallen hiervon rd. 7.775 m² Verkaufsfläche auf nicht zentrenrelevante Sortimente. Dabei handelt es sich insbesondere um entsprechende Angebote eines Baumarkts sowie eines Küchen- und eines Fahrradfachmarkts. Insbesondere durch einen Lebensmitteldiscounter und einen Angler-Fachmarkt werden an diesem nicht integrierten Standortbereich jedoch auch nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente in einer Größenordnung von insgesamt rd. 2.125 m² angeboten.
- Der ebenfalls nicht integrierte Standort GE Allersberger Straße/ GE I weist eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.500 m² auf. Davon entfallen rd. 5.200 m² Verkaufsfläche auf zentrenrelevante Sortimente und weitere rd. 1.425 m² auf das nahversorgungsrelevante Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel; entsprechende Anbieter sind (u.a.) ein Lebensmitteldiscounter, zwei Drogeriemärkte, zwei Bekleidungsfachmärkte, ein Spielwarenfachmarkt und ein Haushaltswarenfachmarkt. Damit steht der Großteil dieses Standortbereichs entgegen planerischer Zielsetzungen in Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. zu sonstigen integrierten Lebensmittelstandorten.

Vor allem mit dem Standortbereich GE Allersberger Straße/ GE I, aber auch mit dem Standortbereich GE III existieren in Roth zwei Einzelhandelskonzentrationen an nicht integrierten Standorten, die auf Grund ihres Angebots nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente in deutlicher Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt stehen.

Karte 2: Einzelhandelskonzentrationen



Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; eigene Berechnungen, VKF auf 25 m² gerundet; Kartengrundlage: © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

3.5 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTS HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Wie bereits festgestellt, fließt in der für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel inklusive Lebensmittelhandwerk bei einer Bindungsquote von rd. 117% per Saldo in signifikantem Umfang Kaufkraft von außerhalb der Stadt Roth zu (vgl. Kap. 3.3).

Neben diesem quantitativen Aspekt ist für die Beurteilung des sortimentsbezogenen Angebots dessen räumliche Verteilung von Bedeutung: Für welchen Teil der Einwohner der Stadt Roth besteht eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit? Hierfür sind in Karte 3 die in der Stadt Roth angesiedelten Lebensmittelbetriebe (Supermärkte/ Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter etc.) dargestellt²³. Um diese Betriebe wurde jeweils ein Bereich von 700 Metern Fußweg (Realdistanz) ermittelt: Grundsätzlich

²³ Zudem sind noch weitere Betriebe mit Kernsortiment Lebensmittel inklusive der Betriebe des Lebensmittelhandwerks dargestellt. Diese Betriebe ergänzen das Angebot der Lebensmittelbetriebe und tragen in Teilbereichen der Stadt Roth zu einer zumindest rudimentären Nahversorgung bei.

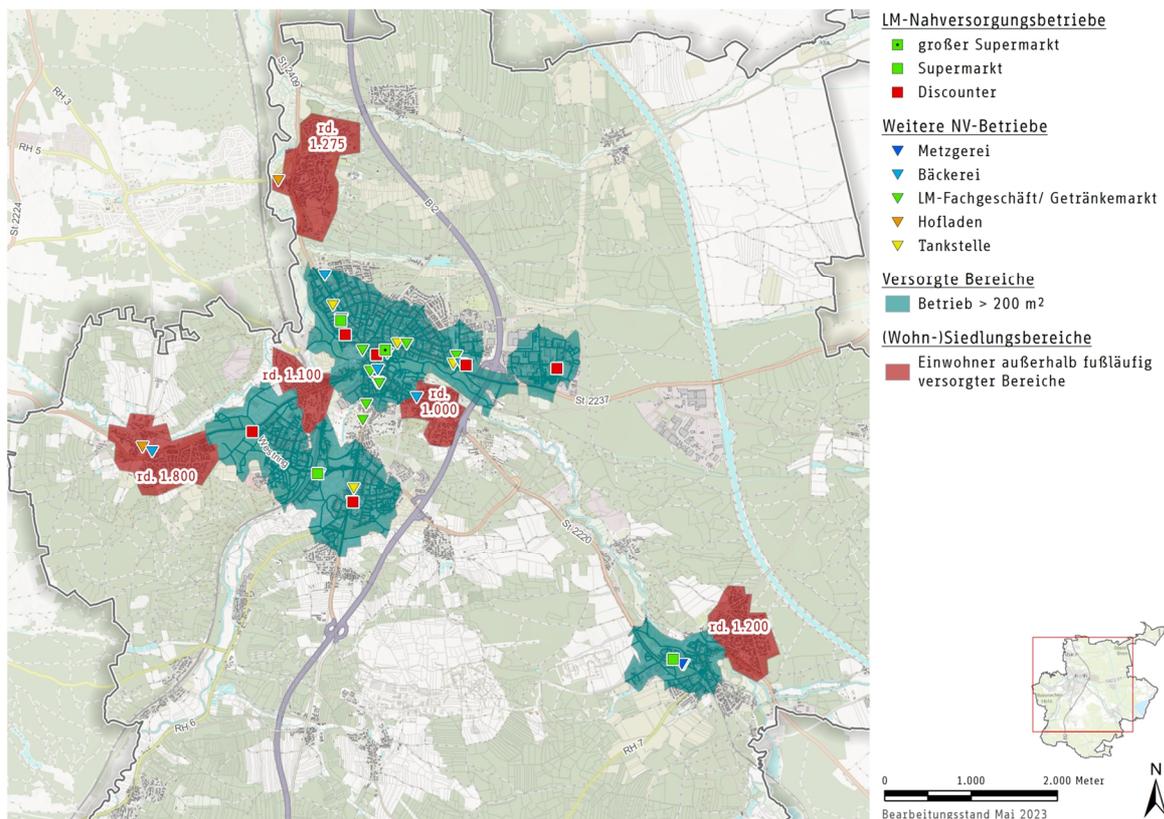


wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 700 Metern Fußweg - entsprechend bis zu ca. zehn Gehminuten - zu einem solchen Betrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann.

Karte 3 verdeutlicht, dass in der Gesamtstadt zahlreiche größere räumliche Nahversorgungslücken bestehen. Dies betrifft

- bezogen auf die Kernstadt den südwestlichen Wohnsiedlungsbereich entlang der Hilpoltsteiner Straße sowie den Wohnsiedlungsbereich nördlich und südlich der Abenberger Straße entlang der Bahnlinie,
- den Ortsteil Pfaffenhofen,
- den Ortsteil Rothaurach,
- den östlichen Wohnsiedlungsbereich des Ortsteils Eckersmühlen.

Karte 3: Nahversorgungssituation



Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; Kartengrundlage: © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Darüber hinaus weisen auch die weiteren Ortsteile von Roth keinen Lebensmittelbetrieb auf (wobei auf eine entsprechende Darstellung auf Grund der geringen Bevöl-



kerungszahlen von jeweils deutlich weniger als 1.000 Einwohnern verzichtet wird). Demzufolge beträgt der Anteil der fußläufig nahversorgten Bevölkerung bezogen auf die Gesamtstadt Roth nur rd. 50%.

Hinsichtlich der festgestellten größeren, räumlichen Nahversorgungslücken, die bis zu 1.800 Einwohner aufweisen, ist festzustellen, dass keine von diesen ein hinreichendes rechnerisches Potenzial für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb (Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter) aufweist: Entsprechende Betriebe binden - unter Berücksichtigung der (Mindest-)Standortanforderungen rechnerisch die Kaufkraft in der Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel von rd. 2.000 bis 2.500 Einwohnern.

3.6 ERGEBNISSE DER HÄNDLERBEFRAGUNG

3.6.1 Teilnahme

An der im Mai 2023 durchgeführten Einzelhandelsbefragung nahmen 45 Händler teil; die Gesamtverkaufsfläche ihrer Betriebe beträgt rd. 20.375 m². Damit liegen für 36% der in Roth ansässigen Einzelhandelsbetriebe bzw. für rd. 44% der Gesamtverkaufsfläche Antworten zumindest zu einzelnen Fragen vor. Dies sind im Vergleich zu anderen durch das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung durchgeführten Einzelhandelsbefragungen deutlich unterdurchschnittliche Teilnahmewerte. Dennoch lassen sich aus den Antworten Entwicklungstendenzen ableiten, zumal von allen Standorttypen mehrere Händler Auskunft gaben (26 Betriebe im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, neun Betriebe an sonstigen integrierten Standorten und zehn Betriebe an nicht integrierten Standorten). Die Ergebnisse der Händlerbefragung sind demzufolge auf ihre Plausibilität und Verwertbarkeit kritisch zu hinterfragen, was im Rahmen der Konzepterstellung in hohem Maße erfolgte.

3.6.2 Umsatzherkunft und Umsatzentwicklung

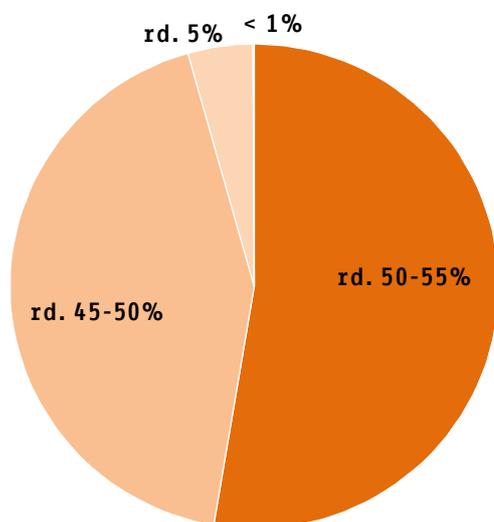
39 Händler machten zur Frage nach der Umsatzherkunft eine Angabe, wobei nach Umsatzanteilen aus der Stadt Roth, dem sonstigen Landkreis Roth, dem sonstigen Umland (ca. 20 Kilometer-Radius) und weiter entfernten Gebieten "Sonstiges" differenziert wurde.



Nach den Angaben der Händler stammen rd. 50 bis 55% des erzielten Umsatzes von Kunden aus der Stadt Roth selbst. Bei einem einzelhandelsbezogenen Kaufkraftvolumen - bezogen auf den stationären Handel - von rd. 162,9 Mio. € und einem Gesamtumsatz des Einzelhandels in Roth von rd. 182,8 Mio. € bedeutet die o.g. Anteilsspannweite bezogen auf den gesamten Einzelhandel in Roth eine Kaufkraftbindung von rd. 90 bis 100 Mio. € bzw. rd. 60%. Damit fließt mit rd. 60 bis 70 Mio. € zum einen ein beträchtlicher Teil der in Roth zur Verfügung stehenden, einzelhandelsbezogenen Kaufkraft nach außerhalb ab, was durch die starke Konkurrenz insbesondere von Nürnberg und Schwabach plausibel ist.

Zum anderen fließt von außerhalb in einem noch höherem Umfang von rd. 80 bis 90 Mio. € Kaufkraft nach Roth. Dabei handelt es sich im wesentlichen um Kaufkraftzuflüsse aus dem sonstigen Landkreis Roth, aus dem nach den Ergebnissen der Einzelhandelsbefragung rd. 45 bis 50% des in Roth erzielten Einzelhandelsumsatzes stammen. Der Umsatzteil des sonstigen Umlands liegt bei ca. 5%, aus weiter entfernten Gebieten stammt weniger als 1% des in Roth erzielten Einzelhandelsumsatzes.

Abb. 8: Umsatzherkunft nach Teilräumen



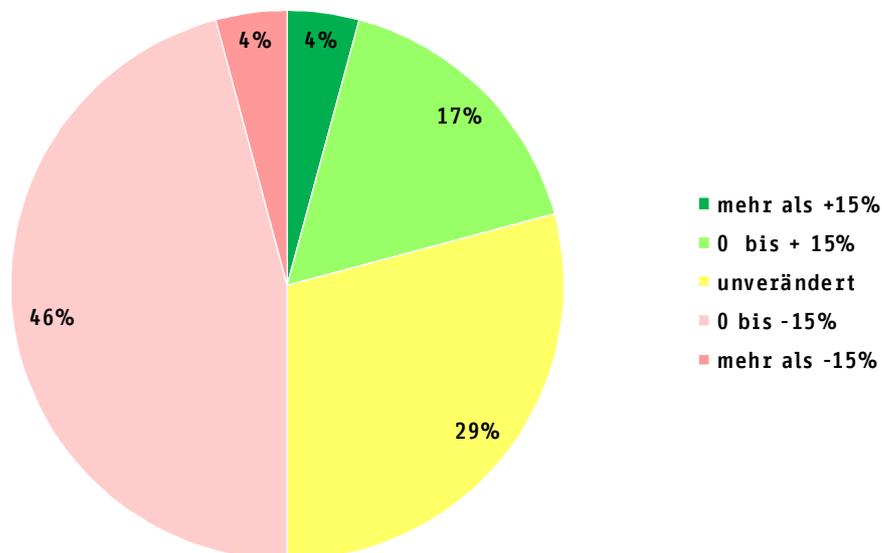
■ Roth ■ sonst. Landkreis Roth ■ Umland ■ Sonstiges

Quelle: Eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; eigene Berechnungen

Die Umsatzentwicklung verlief bei der Hälfte der insgesamt 24 auskunftgebenden Händler in den letzten drei Jahren negativ. Dieser hohe Anteil zeigt deutlich die Folgen der Corona-Pandemie (u.a. deutliche Zunahme des Onlinehandels) und des Ukraine-Kriegs (hohe Inflation und Energiekosten).

Einen Umsatzgewinn verzeichneten demgegenüber nur fünf Betriebe, weitere sieben Händler gaben einen stagnierenden Umsatz (bei steigenden Kosten) an.

Abb. 9: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren

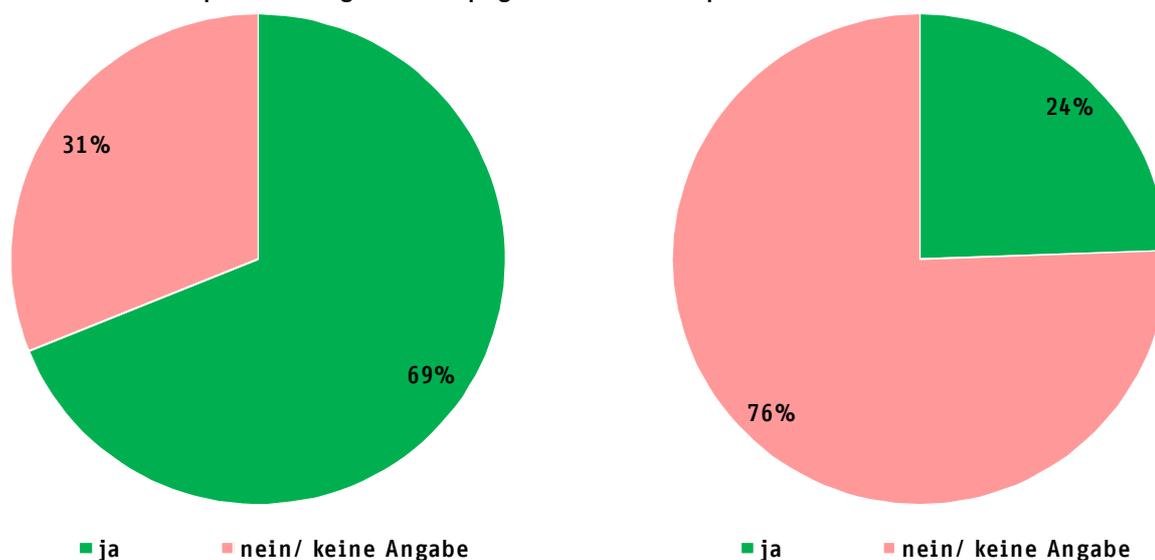


Quelle: Eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; eigene Berechnungen

3.6.3 Onlinepräsenz

Im Zuge der Digitalisierung verfügen immer mehr Einzelhandelsbetriebe über eine eigene Homepage, um dort sich und ihr Angebot potenziellen Kunden zu präsentieren. Von den 45 Teilnehmenden gaben mehr als zwei Drittel an, eine eigene Homepage für ihren Betrieb eingerichtet zu haben.

Abb. 10: Internetpräsenz: Eigene Homepage und Onlineshop



Quelle: Eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; eigene Berechnungen

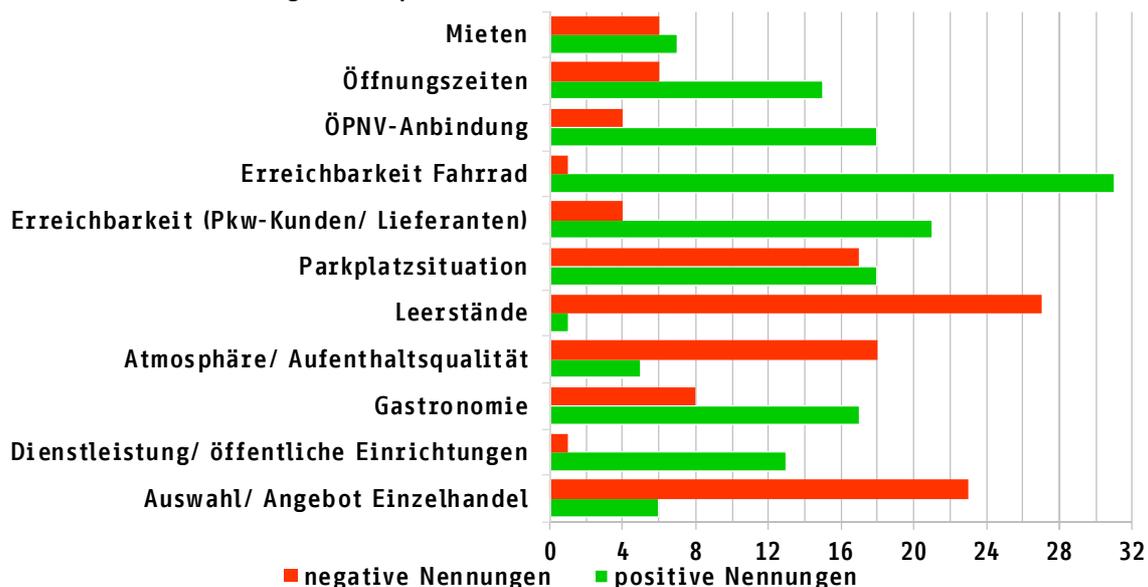


Über einen Onlineshop verfügen hingegen nur knapp ein Viertel der Teilnehmenden. Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass im Onlinehandel der Preis von sehr hoher Bedeutung ist, während die Beratung nur eine untergeordnete Rolle spielt. Für den stationären Facheinzelhandel ist das Betreiben eines Onlineshops häufig nicht lukrativ.

3.6.4 Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht

Auf die Frage nach positiven und/ oder negativen Aspekten der Einzelhandelssituation in Roth, an der 37 Händler teilnahmen, wurde insbesondere die Erreichbarkeit als sehr positiv bewertet, unabhängig vom gewählten Verkehrsmittel. Im Gegensatz zu vergleichbaren Befragungen des Büros Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung wurde in diesem Zusammenhang auch die Parkplatzsituation knapp überwiegend als positiv bewertet.

Abb. 11: Positive oder negative Aspekte der Einzelhandelssituation in Roth aus Händlersicht



Mehrfachantworten möglich

Quelle: Eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; eigene Berechnungen

Weiterhin wurden das Angebot an Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen sowie das Angebot an gastronomischen Einrichtungen deutlich positiv bewertet, während auf Auswahl und Angebot des in Roth ansässigen Einzelhandels die zweitmeisten negativen Aussagen entfielen. Die höchste Anzahl an negativen Aussagen sind für Leerstände zu verzeichnen. Abweichend von vergleichbaren Befragungen in



anderen Städten wurden die Öffnungszeiten aus Händlersicht überwiegend als positiv betrachtet.

Deutlich überwiegend kritisiert wurde der Aspekt Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität.

Insgesamt betrachtet bestehen aus Sicht der Händler deutliche funktionale und städtebauliche Defizite in Roth (Einzelhandel, Leerstände, Aufenthaltsqualität), zudem leidet der Funktionsmix unter einem nicht hinreichendem gastronomischen Angebot. Demgegenüber werden die Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln und das - den Einzelhandel ergänzende Angebot an Dienstleistungen und/ öffentlichen Einrichtungen sehr positiv bewertet.

Von Bedeutung und zudem positiv ist zudem die Tatsache, dass nur zwei der 37 auf diese Frage antwortenden Händler, entsprechend rd. 5%, ausschließlich negative Aspekte vorbrachten. 95% der antwortenden Händler machten hingegen auch positive Angaben.

3.7 ERGEBNISSE DER PASSANTENBEFRAGUNG

3.7.1 Teilnahme, Herkunft und Altersstruktur

Insgesamt nahmen an der Passantenbefragung 500 Besucher der Innenstadt von Roth teil. Auf Grund dieses Stichprobenumfangs sind die Angaben tendenziell zu betrachten und die Ergebnisse ihre Plausibilität und Verwertbarkeit kritisch zu hinterfragen, was im Rahmen der Konzepterstellung in hohem Maße erfolgte.

Insgesamt ist für die Befragten ein hoher Altersdurchschnitt festzustellen, obgleich bei der Auswahl der Befragten auf ein möglichst Abbild der Besucherstruktur geachtet wurde²⁴: Annähernd die Hälfte der Befragten gehören den Altersgruppen 60 bis 69 Jahre bzw. 70 Jahre und mehr an.

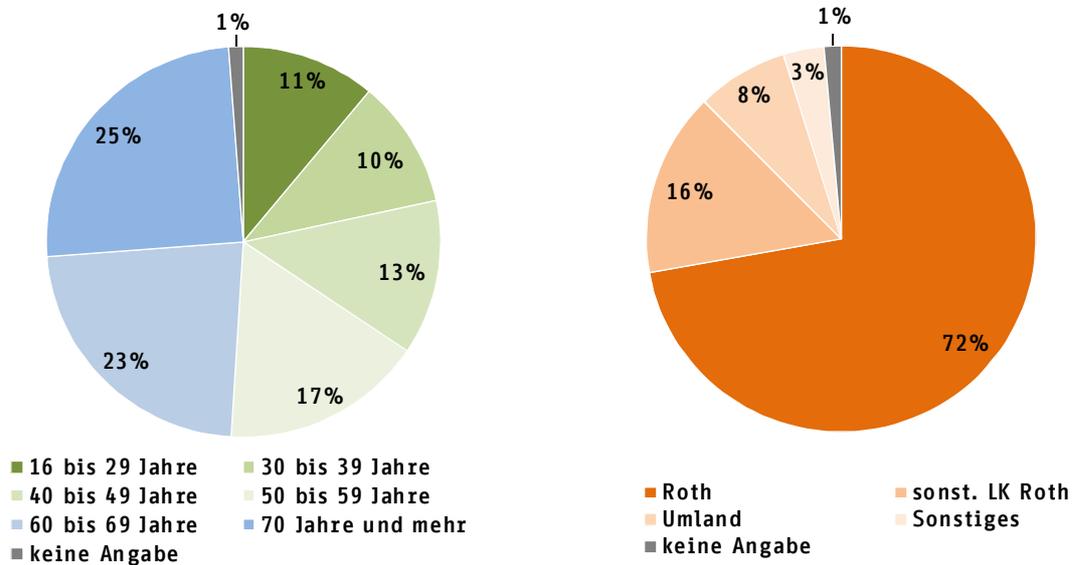
Bei den Befragten handelte es sich deutlich überwiegend um Einwohner der Stadt Roth (rd. 72%), weitere rd. 16% der Befragten kamen aus dem sonstigen Landkreis Roth. Die Unterschiede zur Umsatzherkunft, die Rahmen der Händlerbefragung abgefragt wurde (vgl. Kap. 3.6.2) lassen sich dadurch erklären, dass die Befragten aus

²⁴ An dieser Stelle sei angemerkt, dass eine Befragung von unter 16-Jährigen aus rechtlichen Gründen nicht erfolgte.



dem Umland in hohem Maße Einzelhandelsstandorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie das Rothmühl-Passagen aufsuchen, ohne diesen Aufenthalt mit einem Besuch der historischen Innenstadt zu koppeln.

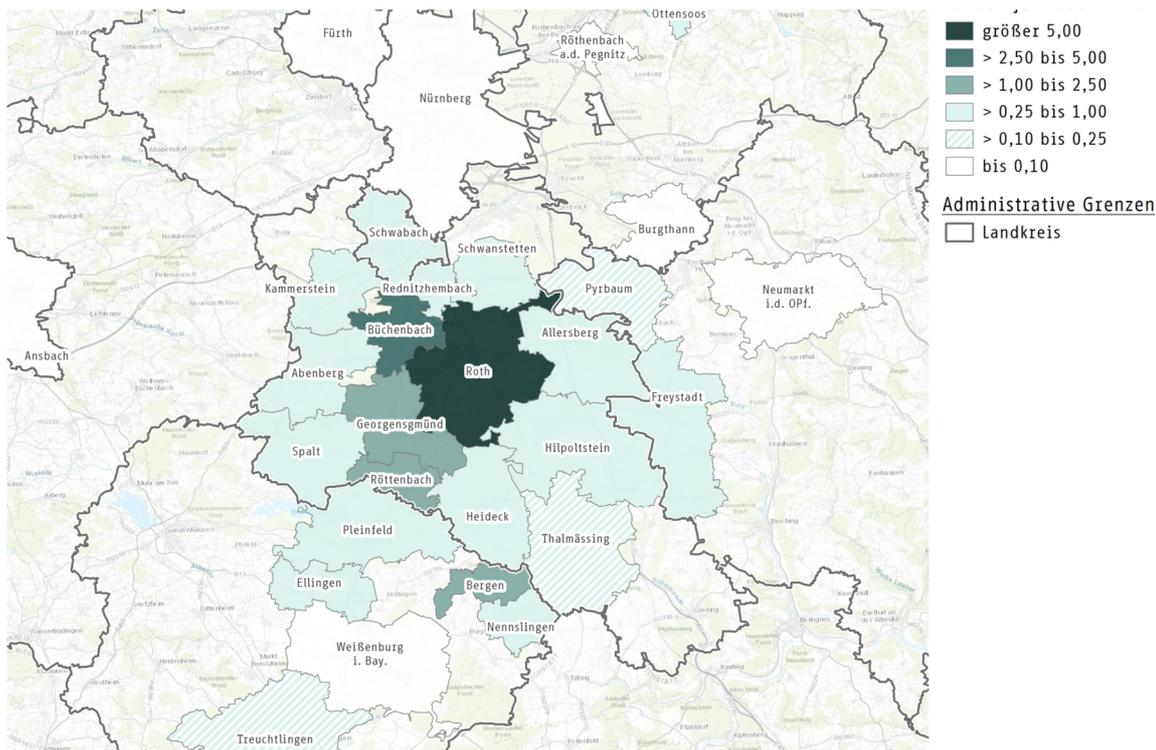
Abb. 12: Altersgruppen und Herkunft



Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

Das aus der Passantenbefragung ableitbare engere Einzugsgebiet der historischen Innenstadt von Roth beschränkt sich auf die Stadt Roth und die angrenzenden Kommunen. Der weit gefasste Einzugsbereich erstreckt sich hingegen im Norden bis nach Nürnberg, im Osten bis nach Neumarkt und im Süden bis nach Weißenburg. Nach Westen reicht auch das weitere Einzugsgebiet nicht über die Landkreisgrenze.

Karte 4: Herkunft der befragten Passanten



Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: © OpenStreet-Map und Mitwirkende, CC-BY-SA

3.7.2 Besuchsmotivation und -häufigkeit sowie Verkehrsmittelwahl

Der mit Abstand am häufigsten genannte Grund für den Besuch der Innenstadt von Roth bildete das Einkaufen. Demzufolge stellt der stationäre Einzelhandel - trotz des deutlichen Wachstums des Onlinehandels in den letzten Jahren - eine innerstädtische Leitfunktion dar.

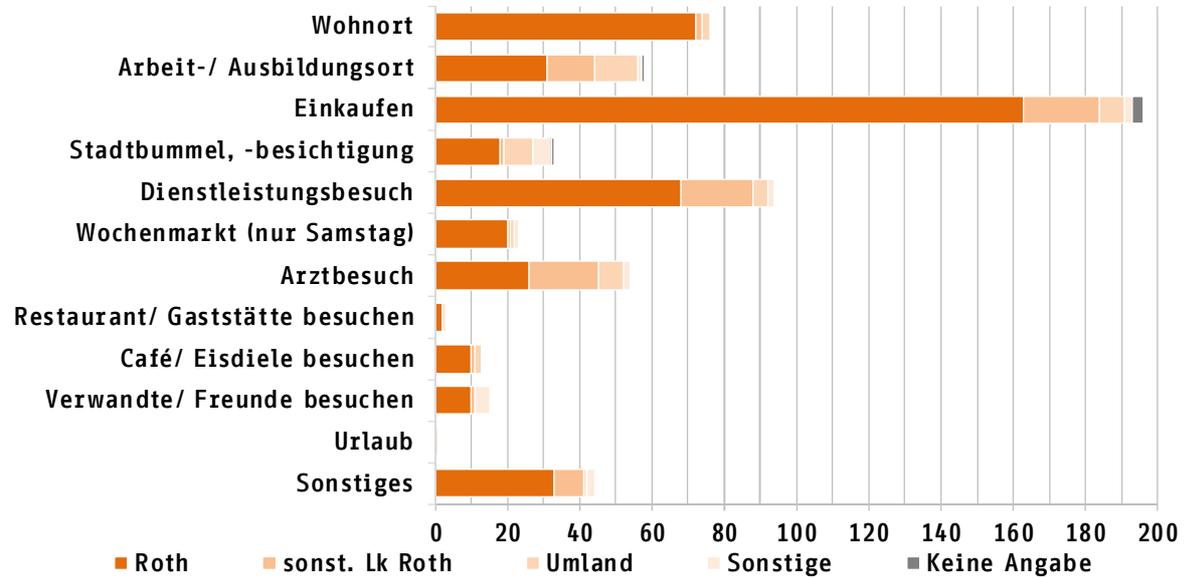
Vergleichsweise viele Nennungen entfallen auf Dienstleistungsbesuche und Arztbesuche. Dies ist ein Beleg für die hohe Bedeutung eines vielfältigen Funktionsmixes in der Innenstadt von Roth. Die demgegenüber vergleichsweise geringe Anzahl von Nennungen für die Aspekte Restaurant/ Gaststätte besuchen und Café/ Eisdielen besuchen können

1. auf das - auch aus Händlersicht, vgl. Kap. 3.6.4 - eher geringe gastronomische Angebot in der Innenstadt sowie
 2. insbesondere in Bezug auf den Aspekt Restaurant/ Gaststätte besuchen auf die täglichen Befragungszeiträume bis 18 Uhr (Donnerstag und Freitag) bzw. bis 15 Uhr (Samstag)
- zurückgeführt werden.



Die relativ vielen Nennungen zum Aspekt Wohnort, die nahezu ausschließlich von Befragten aus Roth stammen, belegen die gute Erreichbarkeit der Innenstadt zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

Abb. 13: Besuchsmotivation



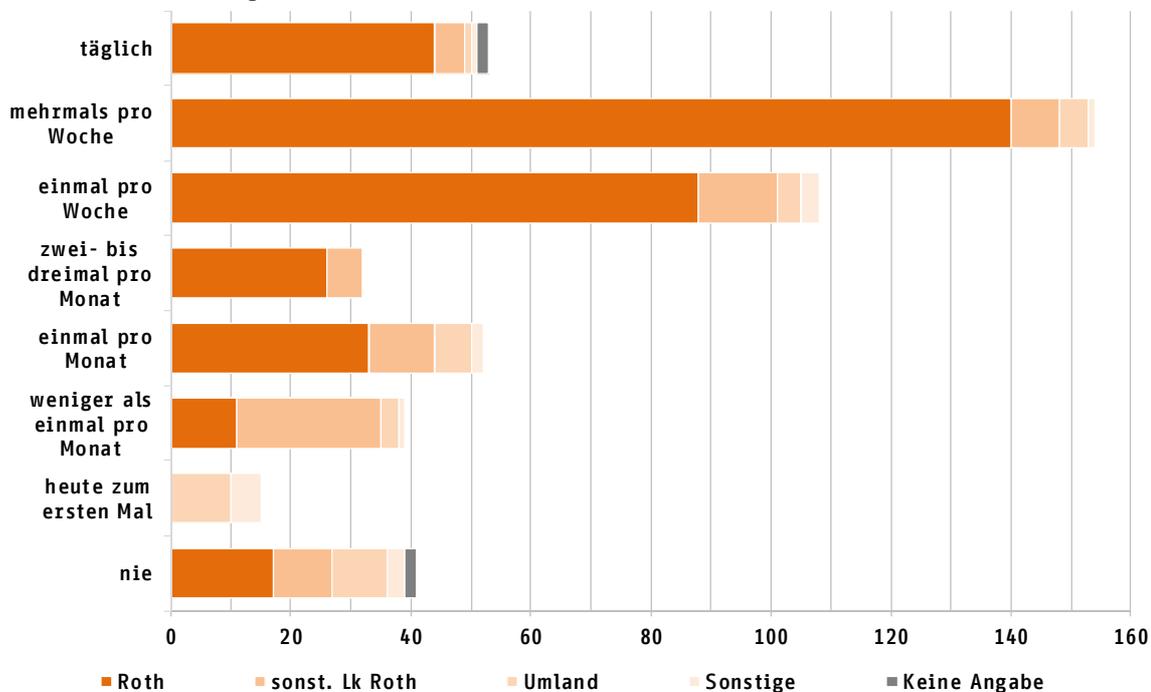
Mehrfachantworten möglich

Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen



Knapp 64% der Befragten besuchen mindestens einmal pro Woche die Innenstadt von Roth und können somit als Stammkunden bezeichnet werden. Der entsprechende Anteil der Befragten aus Roth liegt mit rd. 76% erwartungsgemäß noch etwas höher.

Abb. 14: Besuchshäufigkeit



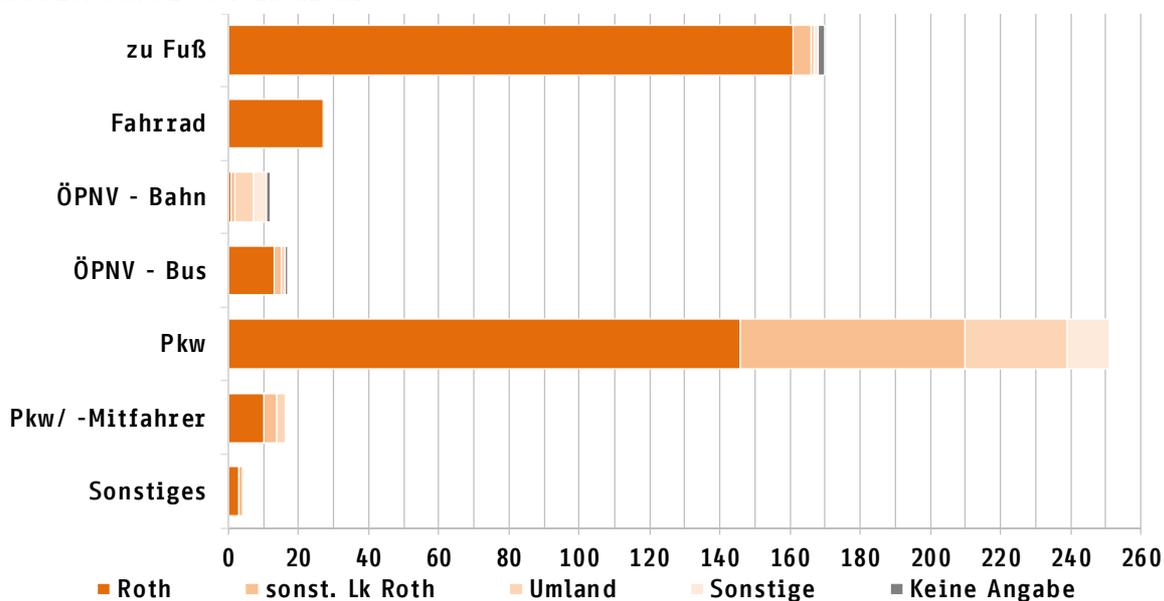
Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen



Rund die Hälfte der befragten Passanten nutzten für den Besuch der Innenstadt den Pkw. Dabei sind erwartungsgemäß sehr hohe Anteile von auswärtigen Besuchern festzustellen. Sofern jedoch nur die Befragten aus Roth betrachtet werden, wird die Innenstadt vor allem zu Fuß aufgesucht (rd. 45% der Befragten), der Besuch per Pkw steht - selbst bei Mitberücksichtigung der Pkw-Mitfahrer - an zweiter Stelle (rd. 43% der Befragten).

Weitere Verkehrsmittel sind deutlich nachgeordnet, wobei Besucher aus der Stadt Roth eher das Fahrrad oder den Bus nutzen, während auswärtige Besucher vor allem mit der Bahn anreisen.

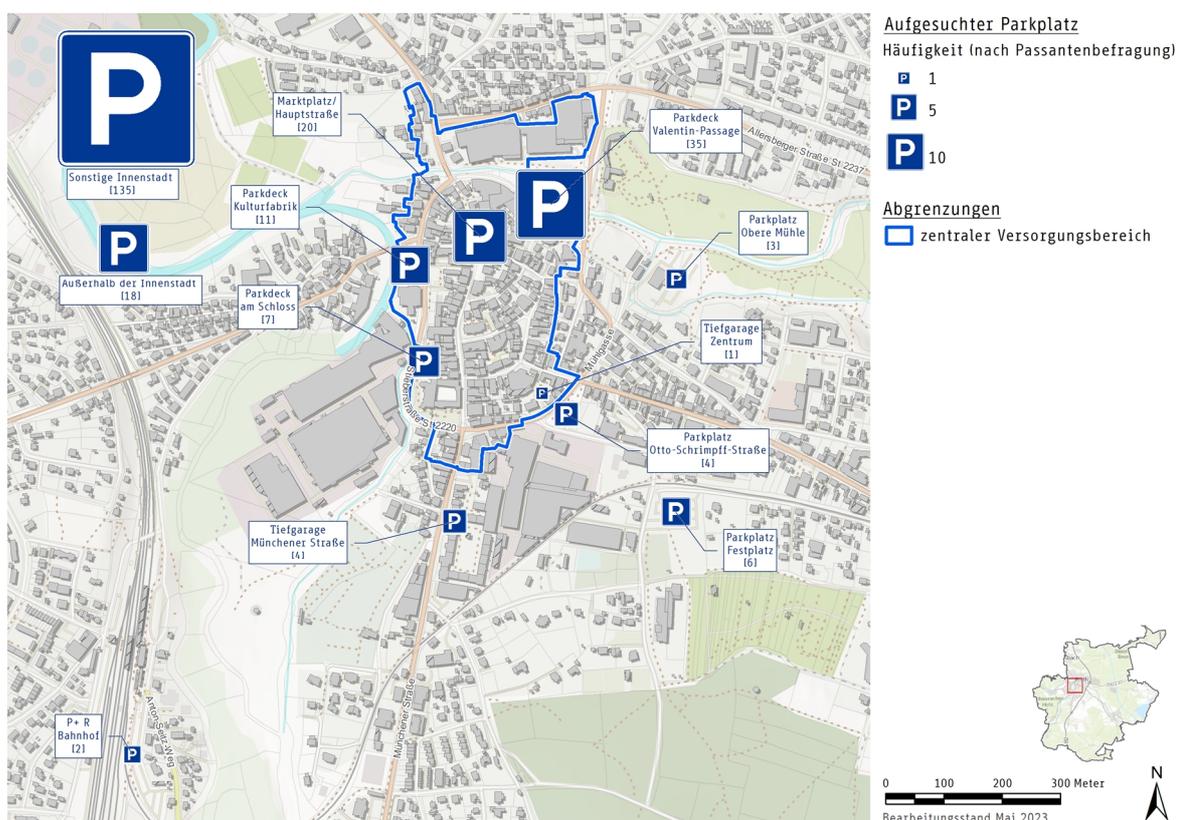
Abb. 15: Genutztes Verkehrsmittel



Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

Die mit dem Pkw die Innenstadt aufsuchenden Passanten wurden weiterhin nach ihrem Parkplatz-Standort gefragt. Karte 5 verdeutlicht, dass etwas mehr als die Hälfte der Antwortenden (135 Befragte) einen Parkplatz außerhalb der größeren Parkplätze/ Parkdecks/ Tiefgaragen im Bereich der Innenstadt nutzen. Eine größere Anzahl von Nennungen können zudem das Parkdeck Valentin-Passage (35 Befragte) und der Bereich Marktplatz/ Hauptstraße (20 Befragte) verzeichnen.

Karte 5: Aufgesuchte Parkplätze bei Pkw-Anfahrt



Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: © OpenStreet-Map und Mitwirkende, CC-BY-SA

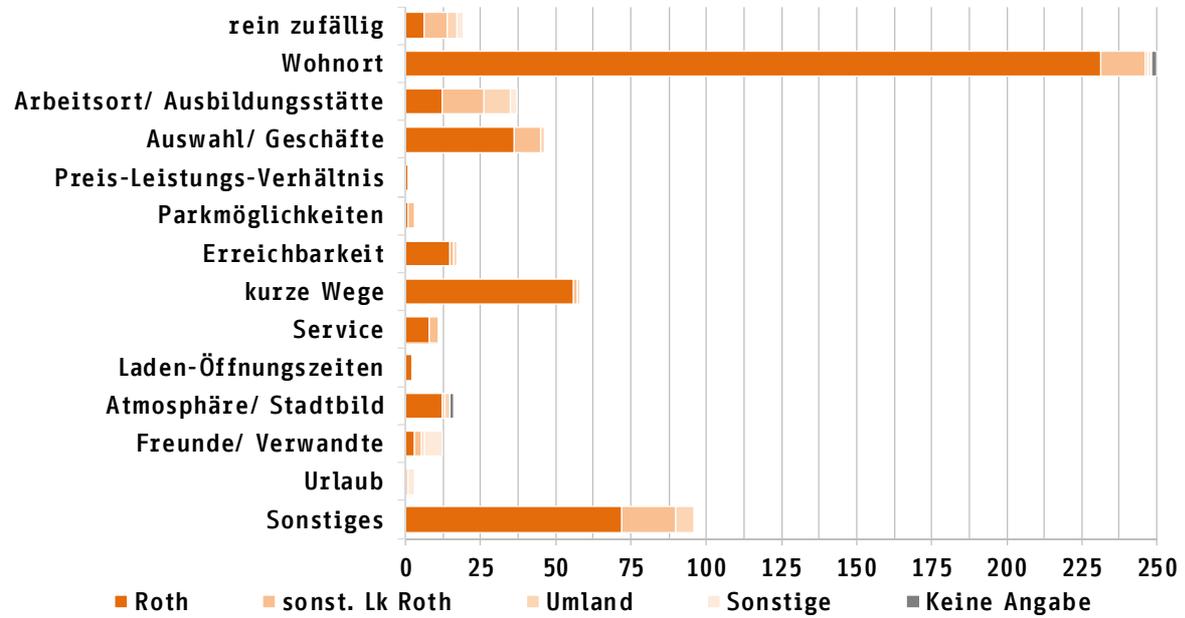
3.7.3 Einkaufsmotivation, gekaufte und fehlende Sortimente

Der mit Abstand am häufigsten genannte Grund für den Einkauf in der Innenstadt von Roth ist die Nähe zum Wohnort. Bei den auswärtigen Befragten ist zudem noch Roth als Arbeits-/ Ausbildungsort von Bedeutung. Von deutlich nachgeordneter Bedeutung sind Auswahl und Angebot des Einzelhandels sowie die Kompaktheit des Angebots und dadurch kurze Wege.



Bei den zahlreichen Äußerungen der Rubrik Sonstiges wurden häufig die Aspekte Arzt-/ Dienstleistungsbesuch sowie Unterstützung des lokalen/ regionalen Einzelhandels genannt.

Abb. 16: Einkaufsmotivation



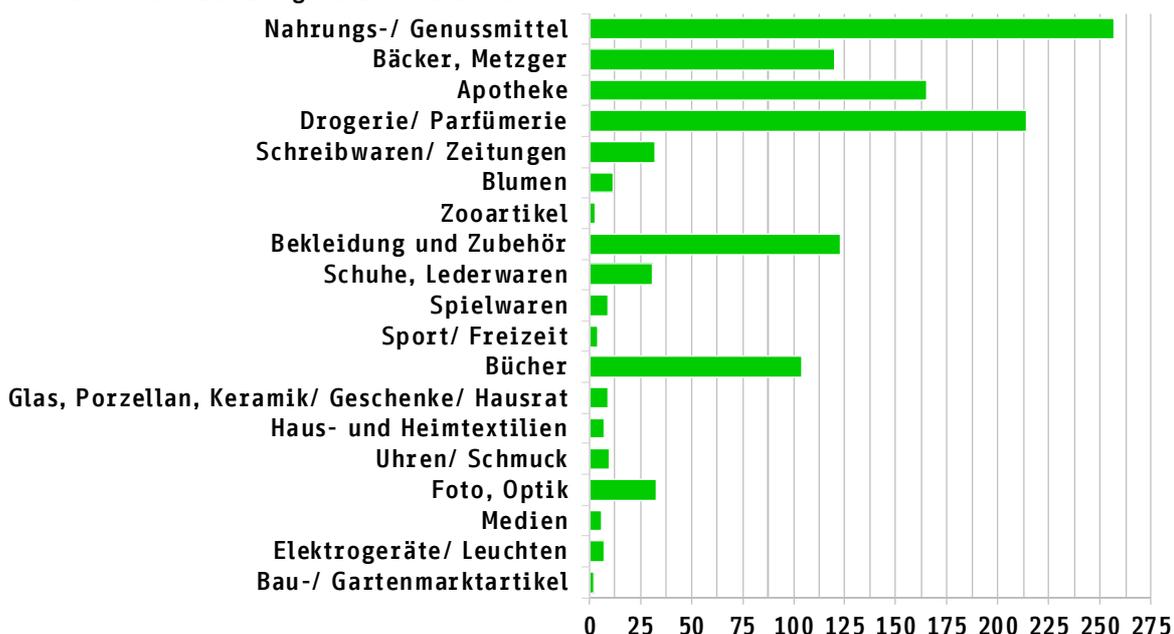
Mehrfachantworten möglich

Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

Bei den üblicherweise im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gekauften Sortimenten wurden seitens der Befragten insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente wie Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie genannt. Hierin spiegelt sich zum einen die Angebotsstruktur des zentralen Versorgungsbereichs wieder, in dem sich u.a. ein großer Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter und ein Drogeriemarkt befinden (sowie zweimal wöchentlich ein Markt stattfindet). Zum anderen zeigt dieses Ergebnis, dass größere Betriebe mit o.g. Kernsortimenten wichtige Frequenzbringer für innerstädtische zentrale Versorgungsbereiche bei Städten in der Größenordnung von Roth sind.

Relativ häufig wurden zudem von den Befragten die Sortimente Bekleidung und Zubehör sowie Bücher angegeben, wobei erstgenanntes ein i.d.R. ein wesentliches Leitsortiment von innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen darstellt.

Abb. 17: Üblicherweise gekaufte Sortimente



Mehrfachantworten möglich

Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

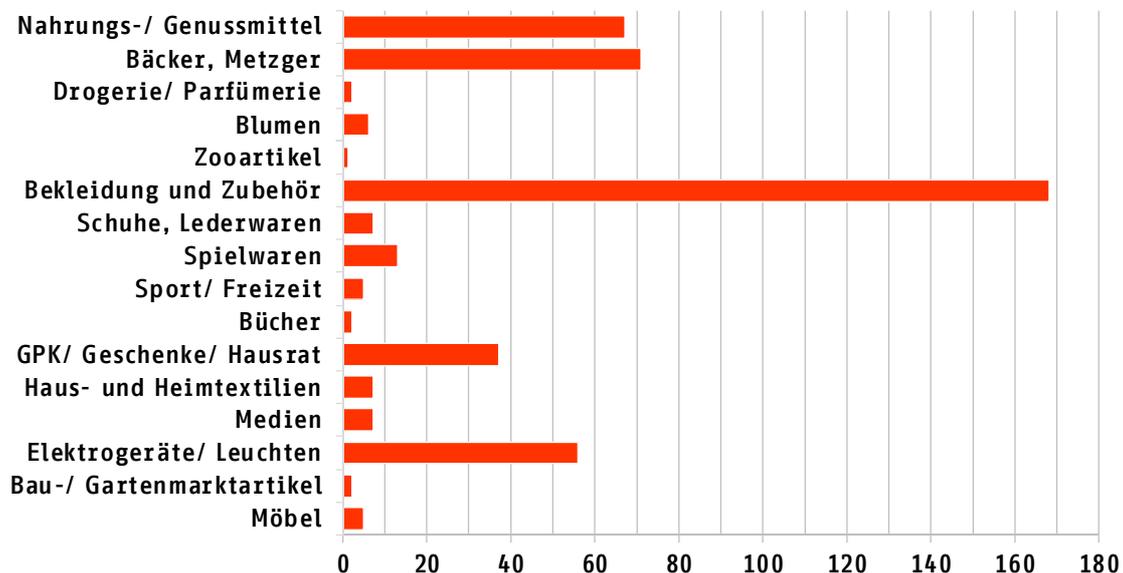


Bei der Frage nach fehlenden Sortimenten, die im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von Roth fehlen, wurde am häufigsten Bekleidung und Zubehör genannt. Dabei wurde oftmals das Fehlen von Herrenbekleidung sowie von größeren Bekleidungshäusern (Wöhrl, C&A und H&M) beklagt. Diesbezüglich ist jedoch festzustellen, dass Roth eine zu geringe Mantelbevölkerung bzw. Einwohnerzahl vor dem Hintergrund der Standortanforderungen der Betreiber entsprechender Bekleidungshäuser aufweist.

Zahlreiche Nennungen entfielen noch auf die Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel und Bäcker/ Metzger, wobei insbesondere das Fehlen eines Bioladens/ Reformhauses sowie eines Cafés am Markt geäußert wurden.

Die noch relativ zahlreichen Nennungen zu den Sortimenten Elektrogeräte/ Leuchten und Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenke/ Hausrat spiegeln das diesbezüglich sehr geringe Angebot innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt wieder (vgl. Kap. 4.2.2).

Abb. 18: Fehlende Sortimente



GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik
Mehrfachantworten möglich

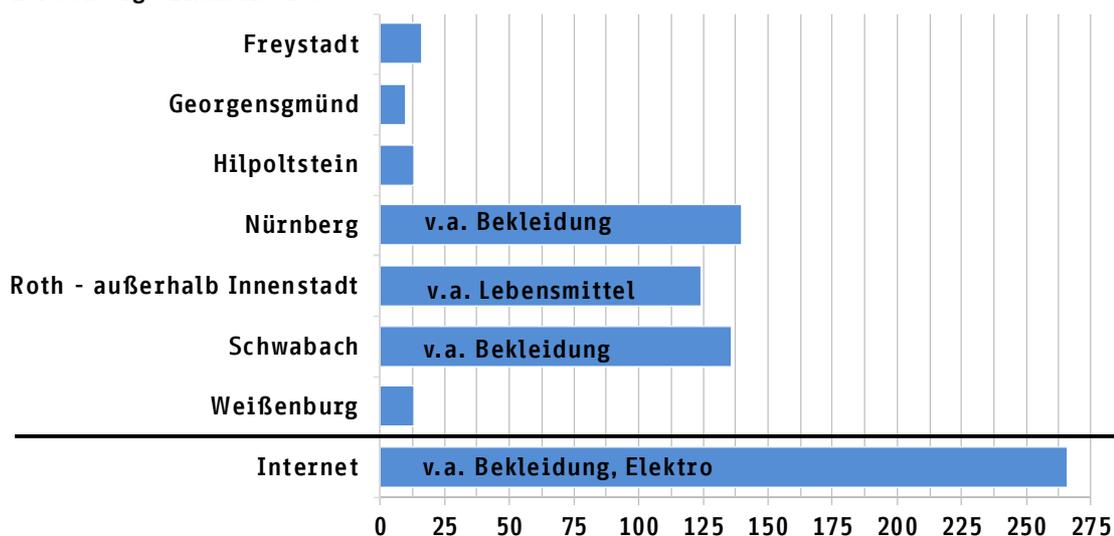
Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

Bei der Frage nach sonstigen wesentlichen Einkaufsorten kristallisierten sich die nahe gelegenen, gut erreichbaren Städte Nürnberg und Schwabach sowie sonstige

innerhalb der Stadt Roth gelegene Einzelhandelsstandorte heraus. Dabei werden Nürnberg und Schwabach insbesondere für den Kauf von Bekleidung, einem typischen innenstädterelevanten/ -prägenden Sortiment, aufgesucht. Sonstige in Roth gelegene Einzelhandelsstandorte werden hingegen für den Kauf von Lebensmitteln, d.h. für die Grund-/ Nahversorgung, aufgesucht. Dabei handelt es sich auch um Lebensmittelbetriebe an nicht integrierten Standorten (vgl. Kap. 3.4).

Eine noch deutlich größere Zahl an Befragten - bzw. rd. 54% dieser - gab das Internet als (einen) wesentlichen Einkaufsort an. Der Onlinehandel stellt somit die größte Konkurrenz für den (stationären) Einzelhandel des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt von Roth dar. Die meisten Nennungen hinsichtlich der im Onlinehandel gekauften Sortimente verzeichnen Bekleidung und Elektrogeräte.

Abb. 19: Sonstige Einkaufsorte



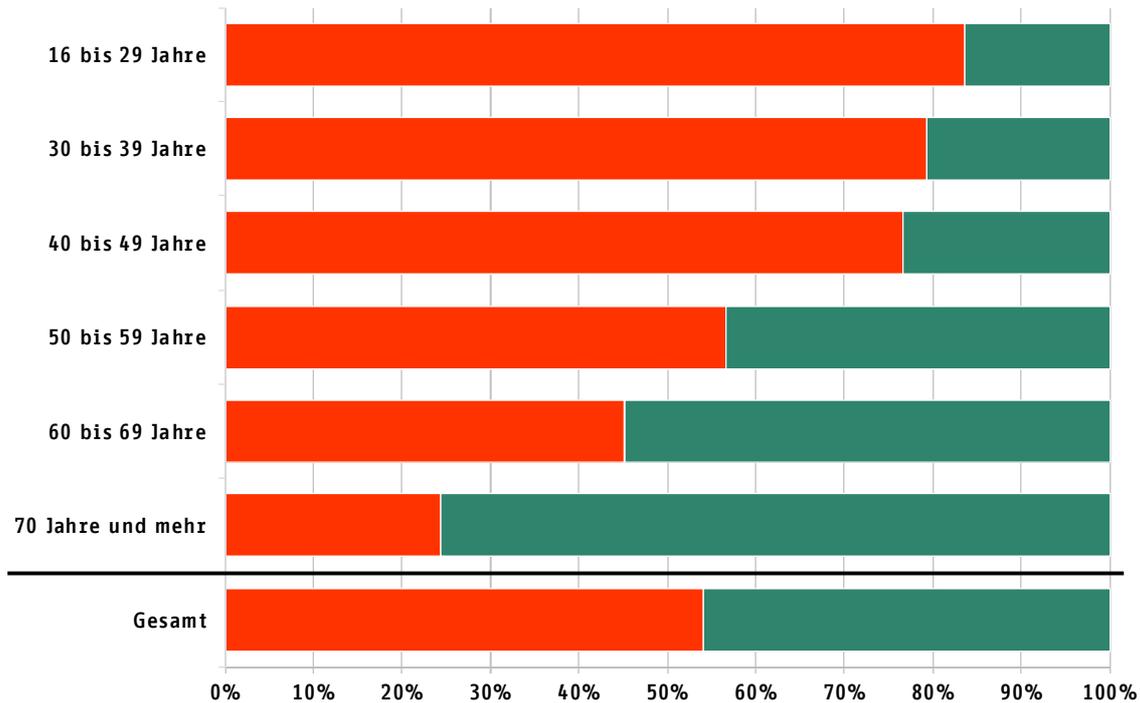
Mehrfachantworten möglich

Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

Differenziert nach Altersgruppen ist festzustellen, dass bei den jüngeren Altersklassen (bis 49 Jahre) mehr als drei Viertel der Befragten (auch) im Onlinehandel einkaufen. Aber auch bei den Altersgruppen 50 bis 59 Jahre und 60 bis 69 Jahre nutzt in etwa jeder zweite (auch) das Internet zum Einkauf. Lediglich bei der Altersgruppe der 70- jährigen und älteren wird das Internet nur von einem geringen Anteil genutzt. Jedoch sind hier wie auch bei den Altersgruppen der 50 bis 69-Jährigen noch deutliche Zuwächse von Onlinekäufern zu erwarten.



Abb. 20: Internetnutzung für den Einkauf



Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

3.7.4 Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Passantensicht

Insgesamt machten 357 Passanten Angaben zu positiven bzw. negativen Aspekten bezüglich der Einzelhandelssituation in Roth. Dabei halten sich die Anteile der Passanten, die sich ausschließlich negativ äußerten (rd. 30% bzw. 107 Befragte), in etwa die Waage mit Passanten, die sich ausschließlich positiv äußerten (rd. 28% bzw. 101 Befragte).

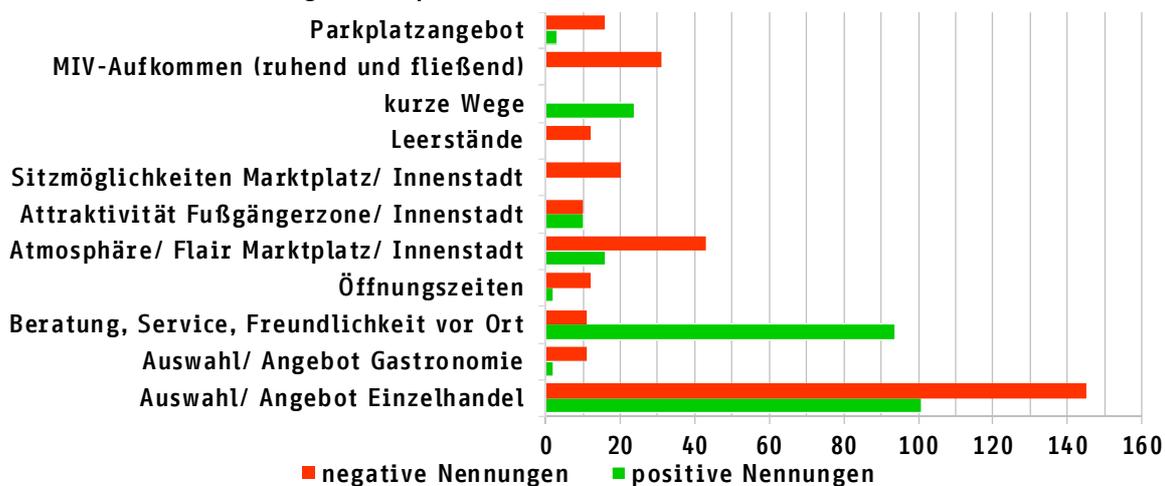
Die mit Abstand meisten Äußerungen betrafen den Aspekt Auswahl/ Angebot Einzelhandel, wobei die Anzahl der negativen Äußerungen deutlich höher lag als die der positiven Äußerungen. Bemängelt wurden insbesondere die zu geringe Auswahl und Anzahl an Einzelhandelsbetrieben, während zugleich von anderen Passanten das Angebot - positiv - als hinreichend beurteilt wurde.

Erfreulich sind die sehr zahlreichen positiven Nennungen zum Aspekt Beratung, Service, Freundlichkeit vor Ort - insgesamt rd. 26% der auf die Frage nach positiven und negativen Aspekten antwortenden Passanten äußerten sich derart -, zumal sich der stationäre Einzelhandel in diesem Punkt deutlich vom Onlinehandel unterscheiden kann.

Relativ viele und überwiegend negative Äußerungen kamen zum Punkt Atmosphäre/ Flair Marktplatz/ Innenstadt - insgesamt rd. 17% der auf die Frage nach positiven und negativen Aspekten antwortenden Passanten trafen hierzu eine Aussage. Es wurde meist die geringe Frequenz - häufig in Verbindung mit einem zu geringen Angebot in den Bereichen Einzelhandel und Gastronomie - genannt. Von mehreren Passanten - insgesamt rd. 9% der auf die Frage nach positiven und negativen Aspekten antwortenden Passanten - wurde zudem das MIV-Aufkommen, insbesondere bezogen auf den Marktplatz - kritisiert, wobei sowohl der ruhende als auch der fließende Verkehr als störend empfunden wurden.

Auch bei den weiteren Aspekte, die sich aus den Äußerungen der Passanten zusammenfassen ließen, überwiegen meist die mit negativen Nennungen. Ausschließlich positiv wurden von mehreren Passanten jedoch die kurzen Wege in der Innenstadt sowie in der Gesamtstadt bewertet.

Abb. 21: Positive oder negative Aspekte der Einzelhandelssituation in Roth aus Passantensicht



Mehrfachantworten möglich

Quelle: Eigene Passantenbefragung März 2023; eigene Berechnungen

Insgesamt betrachtet sind analog zur Händlerbefragung Defizite insbesondere beim Einzelhandelsangebot festzustellen, wobei sich im Vergleich zum Verhältnis bei der Händlerbefragung mehr Passanten positiv zu diesem Punkt äußerten. Die städtebauliche Situation in der Innenstadt wird ebenfalls überwiegend negativ bewertet, jedoch wurden relativ betrachtet deutlich weniger Nennungen hierzu gemacht als von den Händlern. In der Summe sehen die Passanten die Einzelhandelssituation positiver als die Händler, wobei Service und Beratung die besondere Stärke des in Roth



ansässigen Einzelhandels aus Sicht der Passanten bilden. Einschränkend ist – abgesehen vom Stichprobenumfang an sich - darauf hinzuweisen, dass nur Besucher der Innenstadt befragt wurden, nicht jedoch diejenigen, welche die Innenstadt von Roth nicht (mehr) besuchen.

4. ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT

4.1 KRITERIEN ZUR ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung des (innerstädtischen) zentralen Versorgungsbereichs** dar. Dabei ist im Einzelhandelskonzept eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung erforderlich.

Ein unabdingbares Kriterium eines zentralen Versorgungsbereichs ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Er muss städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung haben. Daneben sollte eine sehr gute Erreichbarkeit durch den ÖPNV gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs orientiert sich insbesondere am Bestand der **Einzelhandelsbetriebe**. Zudem ist das Angebot von weiteren, i.d.R. **publikumsorientierten Nutzungen** - Gastronomie, Dienstleistungen, Freizeit-/ Kulturangebote - im Sinne einer funktionalen Vielfalt für ein attraktives Zentrum von erheblicher Bedeutung. Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit.

Von hoher Bedeutung für die Attraktivität eines zentralen Versorgungsbereichs sind zudem **städtebauliche Qualitäten** und hierbei insbesondere die Gestaltung des öffentlichen Raums.

Bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sind neben funktionalen Kriterien auch **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** zu berücksichtigen:

- Verkehrliche Barrieren (z.B. Straßen, Bahnlinien),



- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe) sowie
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

Zudem sollte ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich auch **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für Einzelhandelsvorhaben aufweisen. Andernfalls ist eine gezielte räumliche Steuerung solcher Vorhaben nicht möglich.

Entsprechend der o.g. Kriterien wurden in der Stadt Roth neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt keine weiteren zentralen Versorgungsbereiche identifiziert.

4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT

4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt

In Karte 6 ist der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz, die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie die Abgrenzung der Einkaufslage Innenstadt aus dem Masterplan Innenstadt von 2018 dargestellt.

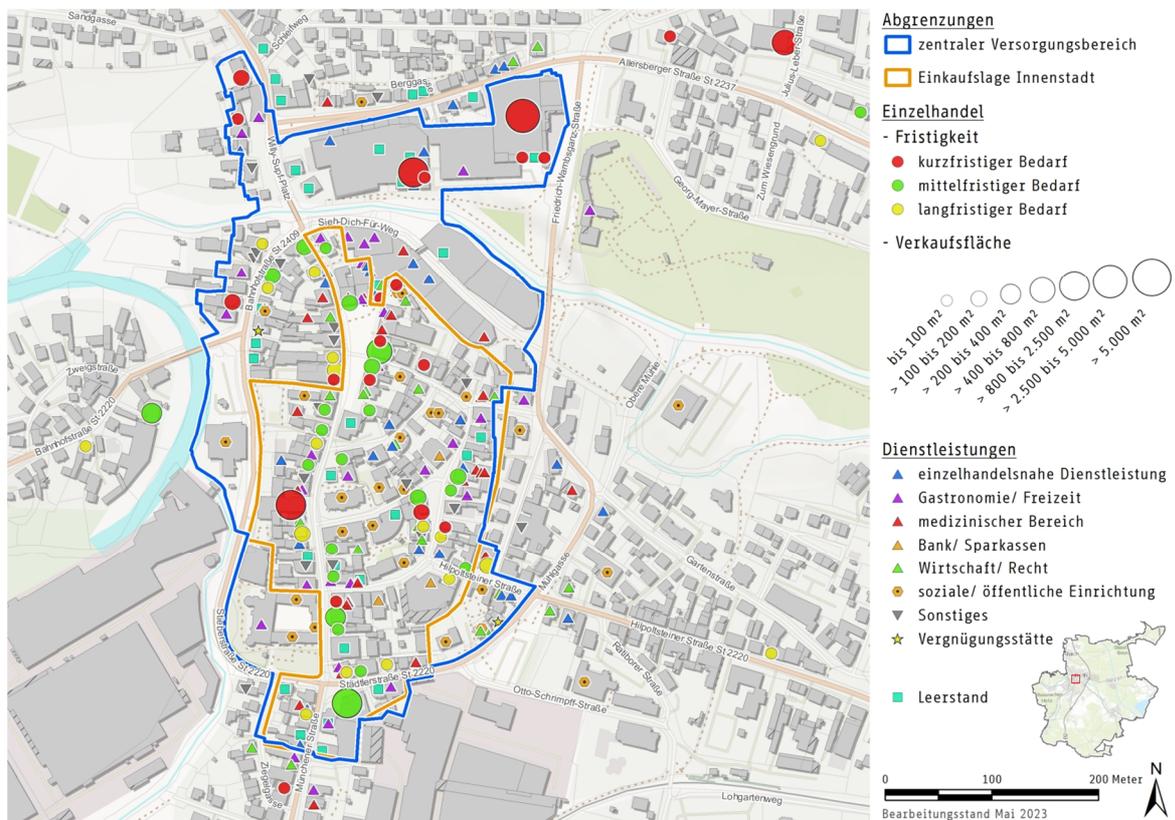
Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt deckt sich im Wesentlichen mit der historischen Altstadt. Im Bereich Hauptstraße und Marktplatz sowie Kugelbühlstraße ist ein relativ durchgängiger Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen vorhanden. Der Bereich Am Kirchplatz ist von sozialen und öffentlichen Einrichtungen geprägt.

Im Norden geht der zentrale Versorgungsbereich über die Altstadt hinaus in die Nürnberger Straße bis zur Einmündung Schleifweg. Die Abgrenzung umfasst weiterhin das Areal der Rothmühl-Passagen südlich der Allersberger Straße. Hier sind neben zahlreichen Leerständen zwei bedeutende Nahversorgungsbetriebe lokalisiert. Die städtebauliche Anknüpfung dieses Teilbereichs an die historische Altstadt weist zwar deutliche Defizite auf, jedoch stellt das Areal der Rothmühl-Passagen eine räumliche Entwicklungsmöglichkeit für größere Einzelhandelsvorhaben dar, während im sonstigen zentralen Versorgungsbereich nur kleinteilige Entwicklungen durch Wiedernutzung von Leerständen bestehen.



Zudem sind die nordwestliche an die Altstadt angrenzenden Bahnhofstraße mit noch vergleichsweise dichtem Besatz und die primär durch die Kulturfabrik geprägte Stieberstraße dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zugeordnet. Südlich der Altstadt gehört auf Grund des bestehenden Einzelhandels und Dienstleistungsangebots ein Teil beidseitig der Münchener Straße dem zentralen Versorgungsbereich an; dieser bildet gleichsam den südlichen Eingang in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich.

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Abgrenzung

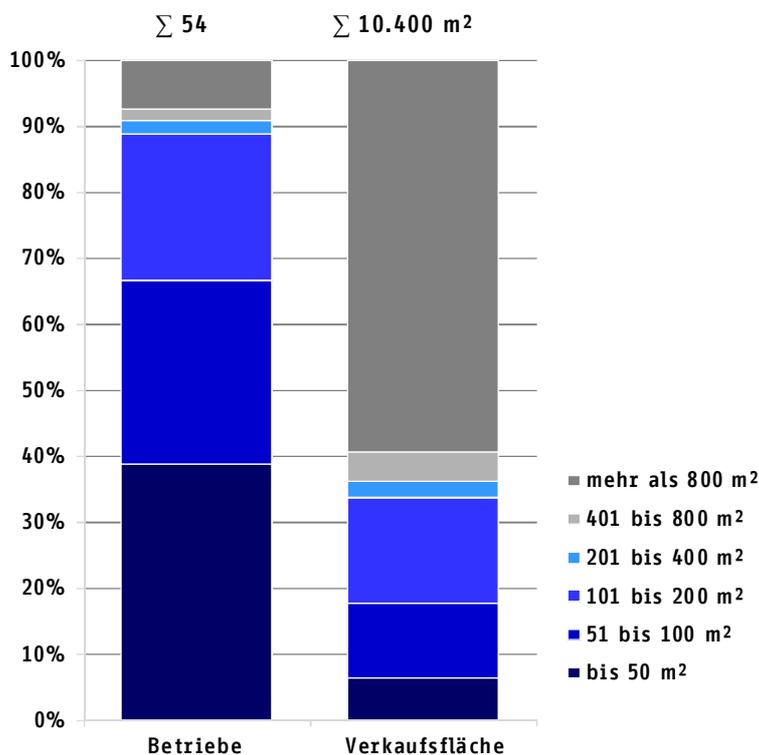


Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; Kartengrundlage: © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befanden sich zum Erhebungszeitpunkt April 2023 rd. 43% der Einzelhandelsbetriebe von Roth (54 Betriebe), jedoch lediglich rd. 21% der Gesamtverkaufsfläche. Hierdurch wird die überwiegend kleinteilige Betriebsstruktur des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt deutlich: Zwei Drittel der Betriebe weisen geringe Verkaufsflächen von bis zu 100 m² auf.

Abb. 22: Betriebsgrößenklassen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023

Wie in Tab. 2 deutlich wird, liegen - bezogen auf die Verkaufsflächen - die Angebotsschwerpunkte des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt im kurz- und im mittelfristigen Bedarfsbereich. Neben klassischen innenstadtprägenden Sortimentsgruppen wie Bekleidung und Zubehör sowie Schuhe/ Lederwaren sind in hohem Maße nahversorgungsbedeutsame Sortimentsgruppen wie Nahrungs-/ Genussmittel; Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie; Apotheke prägend. Gerade die beiden letztgenannten Sortimentsgruppen sind als Frequenzbringer von (Innen-) Städten in der Größe von Roth von erheblicher Bedeutung.



Tab. 2: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel; Lebensmittelhandwerk	3.250	19,9
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	1.275	11,2
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	150	0,7
Blumen/ Zoo	250	0,6
kurzfristiger Bedarf	4.910	32,4
Bekleidung und Zubehör	1.550	4,3
Schuhe, Lederwaren	1.050	2,3
Sport/ Freizeit ; Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente; Bücher	900	2,3
GPK, Geschenke, Hausrat	250	0,4
Haus- und Heimtextilien	275	0,4
mittelfristiger Bedarf	4.000	9,7
Uhren/ Schmuck	200	1,3
Foto/ Optik	275	1,3
Medien; Elektro/ Leuchten	425	2,8
Teppiche/, Bodenbeläge; baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente; Möbel	250	0,4
Sonstiges	325	1,8
langfristiger Bedarf	1.475	7,6
Summe	10.400	49,7

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
aus Datenschutzgründen mussten Sortimentsgruppen zusammengefasst werden

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH
Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt

Stärken

funktional

- Angebote in allen Bedarfsbereichen
- gutes Nahversorgungsangebot mit Supermarkt, LM-Discounter, Drogeriemarkt, Bioladen, Lebensmittelhandwerk
- mehrere Fachgeschäfte, u.a. Bekleidung, Schuhe, Fahrräder, Bücher
- wichtige Magnetbetriebe: Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt

- breites Dienstleistungsangebot mit einzelhandelsnahen Dienstleistungen (Frisörbetriebe, Reisebüro) sowie Banken und sowie Gastronomie
- relativ dichter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz entlang Hauptstraße/ Marktplatz, Kugelbühlstraße und Münchener Straße
- vergleichsweise hohe Einzelhandelsdichte im Bereich Hauptstraße/Markt

städtebaulich

- verkehrsberuhigte Altstadt
- ansprechend gestalteter Straßenraum (Hauptstraße/ Marktplatz, Kugelbühlstraße)
- z.T. sehr attraktive Gebäude (Schloss Ratibor, evangelische Stadtkirche)
- Aufenthalts-/ Platzbereiche mit Aufenthaltsqualität (Marktplatz, Kugelbühlstraße)
- Markplatz mit ansprechendem städtebaulichen Ensemble (v.a. Gebäude, Brunnen)
- Gartenanlagen Schloss Ratibor
- Grünanlagen/Spielplatz/ Sitzgelegenheiten Stadtbliche

Lage/ verkehrliche Anbindung

- zentrale Lageinnerhalb des Kernsiedlungsbereichs Roth
- gute fußläufige Erreichbarkeit und mit dem Fahrrad
- gute Erreichbarkeit für MIV, großes Parkplatzangebot

Foto 1: Kugelbühlstraße mit platzartiger Aufweitung und Verweilmöglichkeiten



Quelle: Eigenes Foto, April 2023

Foto 2: Marktstraße mit historischem Gebäudeensemble und Pflasterung



Quelle: Eigenes Foto, April 2023



Schwächen

funktional

- diverse Leerstände (konzentriert bei Rothmühl-Passagen und Schloss-Center)
- einzelne Besatzlücken insbesondere gegenüber Rathaus
- kein "Rundlauf" in Altstadt vorhanden
- kaum funktionaler Besatz in Querstraßen
- Marktplatz unbelebt auf Grund geringer Anzahl publikumswirksamer Nutzungen
- z.T. geringer Einzelhandelsanteil (Münchener Straße)
- geringes Gastronomieangebot, dadurch nur einzelne attraktive Außenbereiche
- Trading-Down-Effekte (Bahnhofstraße, Münchener Straße)
- schwache Passantenfrequenzen

städtebaulich

- städtebauliche Missstände (Bahnhofstraße)
- Entrée von der Bahnhofstraße wird kaum als ZVB wahrgenommen
- modernisierungsbedürftige Häuser/Fassaden (insb. Allersberger Straße und Bahnhofstraße)
- unklare Anbindung Altstadt-Rothmühl-Passagen
- architektonisch-städtebauliche Diffusion (Rothmühl-Passagen)
- Sieh-Dich-Für-Weg (durch MIV-Verkehr geprägt)
- z.T. schmale Gehwege (zusätzlich durch Werbeschilder und Parkplätze beeinträchtigt)
- insgesamt pflegebedürftige Aufenthaltsbereiche
- wenige Sitzgelegenheiten auf Marktplatz, Aufenthaltsqualität zudem durch Parkplätze und Baustelle (zum Zeitpunkt der Begehung) eingeschränkt
- unklare Wegeführungen und Einbindung "Marktplatz Centrum"
- nicht angenommene, dabei nicht barrierefrei erreichbare Grünfläche auf Rückseite Schloss Ratibor (über Parkdeck Schloss Ratibor)

Lage/ verkehrliche Anbindung

- ÖPNV für Erreichbarkeit der Altstadt von nachgeordneter Bedeutung

Foto 3: Bahnhofstraße mit sanierungsbedürftigen Gebäuden/ Fassaden/ Straßenraum



Quelle: Eigenes Foto, April 2023

Foto 4: Nicht angenommene Grünfläche auf Rückseite Schloss Ratibor



Quelle: Eigenes Foto, April 2023

5. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS

5.1 METHODISCHES VORGEHEN

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden zudem eine obere und eine untere Variante erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt. Weiterhin wurden zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen drei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2025, eine mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2030 sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2035.

Als Grundlage für Einwohnerentwicklung wird

- in der unteren Variante die Bevölkerungsvorausberechnung des Bayerischen Landesamts für Statistik angesetzt, die im Zeitraum 2020 bis 2030 eine Stagnation der Bevölkerungsentwicklung, d.h. eine gleichbleibende Zahl von 25.200 Einwohnern, prognostiziert;
- in der oberen Variante auf Grund von aktuellen Wohnbauentwicklungen in Roth (Leoni-Areal) bis zum Jahr 2035 ein Bevölkerungszuwachs von 750 Einwohnern angenommen und somit eine Gesamtbevölkerung im Jahr 2035 von rd. 25.950 Einwohnern angesetzt.



Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie und des Kriegs in der Ukraine

- bis 2035 in der unteren Variante in den ersten beiden Jahren ein jährlicher Rückgang der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 1,0% und anschließend eine Stagnation,
- in der oberen Variante in den ersten beiden Jahren ein jährlicher Rückgang um 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2030 ein Anstieg um 0,5%²⁵

angenommen. Explizit sei darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels ist - in einem gewissen Maße - bereits berücksichtigt.

Tab. 3: Prognoserahmen

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2025	25.200	25.325
Einwohner 2030	25.200	
Einwohner 2035	25.200	25.950
Kaufkraftzuwachs 2023 - 2025 (p.a.)	-1,0%	-0,5%
Kaufkraftzuwachs 2023 - 2035 (p.a.)	0,0%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2023 - 2025	-2,0%	-1,0%
Kaufkraftzuwachs 2023 - 2030	-2,0%	1,5%
Kaufkraftzuwachs 2023 - 2035	-2,0%	4,1%
Kaufkraft/ Einwohner (Roth) 2023 (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken)	7.223 €	
Kaufkraft/ Einwohner (Roth) 2025	7.079 €	7.151 €
Kaufkraft/ Einwohner (Roth) 2030	7.079 €	7.332 €
Kaufkraft/ Einwohner (Roth) 2035	7.079 €	7.517 €
Kaufkraftpotenzial Roth 2020 in Mio. €	182,3	
Kaufkraftpotenzial Roth 2025 in Mio. €	178,4	181,1
Änderung gegenüber 2023	-2,1%	-0,6%
Kaufkraftpotenzial Roth 2030 in Mio. €	178	188
Änderung gegenüber 2023	-2%	3%
Kaufkraftpotenzial Roth 2035 in Mio. €	178	195
Änderung gegenüber 2023	-2	7%

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; IFH Köln; Stadt Roth; eigene Berechnungen

²⁵ Da von zahlreichen Instituten eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft - insbesondere in der oberen Variante - gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt. Nach gutachterlicher Einschätzung bildet die im Folgenden als Risikoprognose bezeichnete Variante die krisenbedingte Entwicklung im Einzelhandel insbesondere in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten am besten ab bzw. ist als realistisch(er) anzusehen. In der Gesamtbetrachtung wird die **Risikoprognose** entsprechend als wesentliche Variante zugrunde gelegt. Da die verschiedenen Sortimentsbereiche jedoch durch die Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung sehr unterschiedlich betroffen sind, wird auch auf die **Entwicklungsprognose** eingegangen, die insbesondere im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente als realistisch erscheint:

- Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Roth in den einzelnen Sortimenten zumindest geringfügig gestärkt werden kann. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebots auf "freie Nachfragepotenziale" unterstellt werden.
 - In den Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs wurden die perspektivischen Bindungsquoten um je ca. fünf Prozentpunkte höher angesetzt als die aktuellen Bindungsquoten. Lediglich in der Sortimentsgruppe Blumen/ Zoo wurde auf Grund der vergleichsweise geringen aktuellen Bindungsquote von rd. 76% eine deutliche Steigerung der aktuellen Bindungsquote um 24 Prozentpunkte und somit eine perspektivische Bindungsquote von 100% - entsprechend einer rechnerischen Vollversorgung der Bevölkerung von Roth durch den in Roth ansässigen Einzelhandel - veranschlagt.
 - In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs wurden - vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Roth, der Wettbewerbssituation mit dem Umland sowie der Kaufkraftzuflüsse von außerhalb - perspektivische Bindungsquoten von 100% in denjenigen Sortimentsgruppen veranschlagt, wo sie derzeit darunter liegen. Eine Ausnahme bildet die Sortimentsgruppe Sonstiges, da in dieser auch Teile des nur teilweise erfassten Kfz-Handels enthalten sind. Hier wurde die perspektivische Bindungsquote mit 75% veranschlagt. In den weiteren Sortimentsgruppen wurden perspektivische Bindungsquoten von 125% (bei aktuellen Bindungsquoten von etwa 110%) bzw. von 150% (bei aktuellen Bindungsquoten ab etwa 140%) veranschlagt. Höhere Bin-



dingsquoten in den weiteren Sortimentsbereichen werden bis zu einer Obergrenze von 200% fortgeschrieben.

- Die **Risikoprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, stärkerer Bedeutungszuwachs des Onlinehandels als unterstellt o.ä.). Dabei wurde von 10% geringeren perspektivischen Bindungsquoten gegenüber der Entwicklungsprognose ausgegangen.

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose wiederum auf den Einzelhandel i.e.S.²⁶

5.2 PROGNOSEERGEBNISSE

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung werden **Verkaufsflächenpotenziale** prognostiziert. Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe²⁷. Infolge des bei der Risikoprognose in einigen Sortimenten veranschlagten Rückgangs der Kaufkraftbindung ergeben sich in einzelnen Sortimenten negative Werte. Der abgeleitete Entwicklungsspielraum ist wettbewerbsneutral, da er auf nachfrageseitige Änderungen zurückzuführen ist.

Tab. 4 zeigt den rechnerisch ermittelten Flächenspielraum für die **Risikoprognose**. Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich zum Jahr 2035 ein Entwicklungsspielraum von rd. 425 m² Verkaufsfläche in der unteren Variante bzw. von rd. 2.300 m² Verkaufsfläche in der oberen Variante 10.675 m². Differenziert betrachtet ist in zahlreichen Sortimentsgruppen ein geringes bis leichtes Abschmelzen der Verkaufsfläche von bis zu rd. -275 m² bzw. ein geringer positiver Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 275 m² zu erwarten.

²⁶ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

²⁷ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im Juni 2020 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind/ werden, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto)Entwicklungsspielraum.



Ein größerer positiver Entwicklungsspielraum ist mit rd. 1.700 bzw. 1.975 m² Verkaufsfläche (untere bzw. oberer Variante) für die Sortimentsgruppe Möbel zu verzeichnen. Diesbezüglich ist jedoch zu berücksichtigen, dass Möbelhäuser aktuell in einer Größenordnung von rd. 10.000 bis 40.000 m² realisiert werden. Das ermittelte Potenzial ist somit lediglich für einen bis zwei Fachmärkte mit entsprechendem Kernsortiment hinreichend.

Größere Verkaufsflächenrückgänge werden in der unteren Variante für

- die in besonderem Maße nahversorgungsrelevante Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel (-625 m²) sowie
- die nicht zentrenrelevante Sortimentsgruppe bau-/ gartencenterspezifische Sortimente (ebenfalls -625 m²)

prognostiziert.

Im Rahmen der Risikoprognose sind in den einzelnen Sortimentsgruppen selbst bei tendenziell positiver Kaufkraft- und Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2035 kaum positive Verkaufsflächenspielräume festzustellen. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten.



Tab. 4: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025, 2030 und 2035 bei Risikoprognose - Angaben auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2025		2030		2035	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		-325	-300	-700	-550	-625	-225
Drogerie/ Parfümerie		-50	-50	-150	-100	-150	-75
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	-25	-25	-25	0
Blumen/ Zoo		0	0	25	50	150	200
kurzfristiger Bedarf		-375	-350	-850	-625	-650	-100
Bekleidung und Zubehör		-25	-25	-25	0	100	300
Schuhe/ Lederwaren		-25	-25	-50	-25	-25	0
Sport/ Freizeit		-25	-25	-125	-100	-125	-50
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente		-75	-75	-275	-250	-375	-325
Bücher		0	0	50	50	100	125
GPK/ Geschenke/ Hausrat		-25	-25	-50	-25	-25	25
Haus-/ Heimtextilien		-25	-25	-50	-25	-50	-25
mittelfristiger Bedarf		-200	-200	-525	-375	-400	50
Uhren/ Schmuck		0	0	0	0	0	0
Foto/ Optik und Zubehör		0	0	-25	-25	-25	0
Medien		25	25	125	125	250	275
Elektro/ Leuchten		25	25	100	125	225	275
Teppiche/ Bodenbeläge		0	0	0	0	0	25
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		-275	-250	-675	-525	-625	-275
Möbel		300	300	900	1.000	1.700	1.975
Sonstiges		-50	-50	-100	-50	-50	75
langfristiger Bedarf		25	50	325	650	1.475	2.350
Summe		-550	-500	-1.050	-350	425	2.300

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



In Tab. 5 ist der rechnerisch ermittelte Flächenspielraum für die **Entwicklungsprognose** dargestellt. Demnach ergibt sich bis zum Jahr 2035 ein Spielraum von insgesamt rd. 3.725 bis 7.050 m² Verkaufsfläche. Die mit Abstand größten Spielräume sind dabei in der oberen Variante in folgenden Sortimentsgruppen zu verzeichnen:

- In den nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente und Möbel beträgt der Entwicklungsspielraum rd. 750 m² bzw. 2.475 m². Diesbezüglich ist jedoch zu berücksichtigen, dass derzeit Baumärkte mit rd. 8.000 bis 15.000 m² Verkaufsfläche und Möbelhäuser in einer Größenordnung von rd. 10.000 bis 40.000 m² Verkaufsfläche realisiert werden.
- In der in besonderem Maße nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel besteht ein Entwicklungsspielraum von rd. 950 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht bei Berücksichtigung der Standortanforderungen der Betreiber einem zusätzlichen Lebensmittelbetrieb (Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) bis zum Jahr 2035.
- In der i.d.R. innenstadtprägenden Sortimentsgruppe Bekleidung und Zubehör beträgt der Entwicklungsspielraum rd. 625 m² Verkaufsfläche. Dieses rechnerische Potenzial würde mit einem zusätzlichen Bekleidungsfachmarkt bereits ausgeschöpft.

Selbst die im Rahmen der Entwicklungsprognose bis zum Jahr 2035 ermittelten Verkaufsflächenspielräume fallen in den einzelnen Sortimentsgruppen gering aus. Somit ist selbst bei einer sehr positiven Entwicklung der einzelhandelsbezogenen Verbrauchsausgaben und der Bevölkerungszahl die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen auszurichten.



Tab. 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025, 2030 und 2035 bei Entwicklungsprognose - Angaben auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2025		2030		2035	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		-150	-125	-50	225	75	950
Drogerie/ Parfümerie		0	0	25	100	50	250
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	0	0	0	25
Blumen/ Zoo		25	25	125	175	250	325
kurzfristiger Bedarf		-125	-100	100	500	375	1.550
Bekleidung und Zubehör		50	50	225	300	425	625
Schuhe/ Lederwaren		0	0	25	50	50	125
Sport/ Freizeit		0	0	0	50	0	150
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente		-50	-50	-175	-150	-300	-250
Bücher		25	25	75	100	150	200
GPK/ Geschenke/ Hausrat		0	0	25	50	50	125
Haus-/ Heimtextilien		0	0	0	0	0	50
mittelfristiger Bedarf		25	25	175	400	375	1.025
Uhren/ Schmuck		0	0	0	0	0	25
Foto/ Optik und Zubehör		0	0	0	0	0	25
Medien		50	50	175	175	300	350
Elektro/ Leuchten		50	50	175	200	300	350
Teppiche/ Bodenbeläge		0	0	25	25	50	100
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		-100	-75	-75	150	-25	750
Möbel		400	400	1.275	1.375	2.150	2.475
Sonstiges		0	0	100	175	200	400
langfristiger Bedarf		400	425	1.675	2.100	2.975	4.475
Summe		300	350	1.950	3.000	3.725	7.050

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen ist zu berücksichtigen, dass die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen. Bei Ansiedlungen nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote ist der städtebaulich "richtige" Standort entscheidend. Bei gezielter Stärkung wichtiger Versorgungsstandorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, ist das Prognoseergebnis von nachgeordneter Bedeutung.

Sofern in einzelnen Sortimentsgruppen deutlich mehr Verkaufsfläche realisiert wird als in der Verkaufsflächenprognose ermittelt, sind Umsatzumverteilungen und ggf.



wesentliche Auswirkungen gegen den Bestand zu erwarten. Dies gilt auch bei kurzfristiger Realisierung des gesamten, bis zum Jahr 2035 in einer Sortimentsgruppe ermittelten Entwicklungsspielraums.

An dieser Stelle sei auch angemerkt, dass die bis zum Jahr 2035 reichende Verkaufsflächenprognose auf Grund des sehr langen Zeitraums mit großen Unsicherheiten behaftet ist. Daher ist eine stetige Beobachtung der tatsächlichen Einwohner- und Kaufkraftentwicklung sowie der allgemeinen Entwicklung des stationären Einzelhandels erforderlich.

6. ZIELKATALOG

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die einzelhandelsbezogene funktionale Entwicklung der Stadt Roth. Vor diesem Hintergrund wurde ein Zielkatalog entwickelt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Roth zugrunde zu legen ist. Der Katalog dient zudem als Grundlage für das planungsrechtliche Konzept.

Als vorrangige Ziele sind die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie der Nahversorgungsstrukturen zu betrachten.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER VERSORGENGSFUNKTION ALS MITTELZENTRUM

Ein Ziel des Einzelhandelskonzepts liegt in der langfristigen Erhaltung und Stärkung der (quantitativen) mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Roth. Durch die derzeitige Gesamtbindungsquote von rd. 112% und die in zahlreichen Sortimentsgruppen noch weit höheren Bindungsquoten nimmt die Stadt Roth eine deutliche überörtliche Versorgungsfunktion wahr. Auf Grund allgemeinen Entwicklung des stationären Einzelhandels und der Prognoseergebnisse (vgl. Kap. 2.2 und Kap. 5.2) ist der Schwerpunkt jedoch bei der Erhaltung der mittelzentralen Versorgungsfunktion zu sehen.



ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS- UND FUNKTIONSVIELFALT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHS INNENSTADT

Aus den Ergebnissen der Passantenbefragung (vgl. Kap. 3.7) wird deutlich, dass der stationäre Einzelhandel des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt eine wesentliche bzw. die Leitfunktion wahrnimmt. Vor dem Hintergrund sowohl der planerischen als auch der faktischen Bedeutung des Einzelhandels für diesen Bereich und dessen zukünftiger Entwicklung abgeleitet gilt es, das vorhandene Einzelhandelsangebot zu erhalten und - wenn möglich - zu stärken. Nur so kann dieser Bereich seine (Versorgungs-)Funktion wahren und sich gegenüber der Konkurrenz nicht integrierter Einzelhandelskonzentrationen in Roth, der Innenstädte von Schwabach und Nürnberg sowie des Onlinehandel behaupten.

Neben der Versorgungsfunktion - also der vorrangig quantitativen Komponente - ist auch die Vielfalt an Funktionen im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt, d.h. die Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit- und Kulturangeboten sowie Wohnen, zu erhalten und weiter zu stärken. Insbesondere im gastronomischen Bereich wurden im Rahmen der Händler- und der Passantenbefragung (vgl. Kap. 3.6 bzw. Kap. 3.7) sowie der gutachterlichen Beurteilung (vgl. Kap 4.2.3) deutliche Defizite festgestellt.

Der innerstädtische Einzelhandel selbst soll von

- verschiedenen Betriebstypen und -größen,
- filialisierten und von inhabergeführten Betrieben sowie
- großflächigen Betrieben mit Magnet- und Frequenzbringerfunktion sowie von ergänzenden, das Angebot abrundenden kleine(re)n Geschäften

geprägt sein. Hierfür ist die Einbeziehung des Areals der Rothmühl-Passagen als räumliche Entwicklungsoption für Einzelhandelsvorhaben von großer Bedeutung.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHS INNENSTADT

Die unverwechselbare Identität des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt wird durch verschiedene Faktoren (historische Strukturen, Architektur, Einzelhandels- und Dienstleistungsmix etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den weiter zunehmenden interkommunalen Wettbewerb und dem Wettbewerb des stationären Einzelhandels mit dem Onlinehandel ist die Entwicklung



bzw. die Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild - Städtebau und Architektur - der Innenstädte gewinnt angesichts der noch immer zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation weiter an Gewicht.

Potenziale bzw. bestehende identitätsstiftende Merkmale sind im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von Roth u.a. mit der Vielzahl historischer Gebäude in hohem Maße gegeben, wobei der Bereich um den Marktplatz und das Schloss Rati-bor von besonderer Qualität sind (vgl. Kap 4.2.3). In Bezug auf die Aufenthaltsquali-tät kommt zudem der Gestaltung des öffentlichen Raums eine hohe Bedeutung zu, wobei auch funktionale Aspekte - z.B. Sitzgelegenheiten als Verweilmöglichkeiten - zu berücksichtigen sind.

VERKÜRZUNG DER WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")

Ein kompakter innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Roth ist diesbezüglich insbesondere die Herstel-lung einer adäquaten Verbindung der Rothmühl-Passagen mit der historischen Innenstadt zu berücksichtigen. Innerhalb der historischen Innenstadt besteht hin-gegen bereits ein dichtes Wegenetz.

Darüber hinaus ist, insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen, eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nah-versorgung. Durch eine möglichst flächendeckende Nah-/ Grundversorgung (s.u.) einerseits und eine Konzentration des zentren- und nicht zentrenrelevanten Ange-bots auf wenige Einzelhandelsstandorte andererseits werden überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die entstehenden Umweltbelastungen reduziert.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR INSBESONDRE AUCH IN DEN STADT-TEILEN

Der Verkürzung der Wege dient auch eine möglichst flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nah-



rungs-/ Genussmittel: Es soll eine wohnungsnah, fußläufige Versorgung ermöglicht werden.

Allerdings geht es angesichts der seitens der Betreiber geforderten Mindestverkaufsflächen von Lebensmittelbetrieben und der Einwohnerzahlen der Ortsteile bzw. der sonstigen räumlich nicht nahversorgten Bereiche in Zukunft vorrangig um den Erhalt bestehender Versorgungsstrukturen (z.B. in Eckersmühlen) bzw. um kleinteilige ergänzende Angebotsstrukturen oder alternative Nahversorgungsmöglichkeiten (z.B. Fahr- und Lieferdienste, vgl. Kap. 7.3.2).

SICHERUNG VON GWERBEGBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GWERBE

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.

Dabei sind in Roth einzelne Gewerbegebiete bereits in sehr hohem Maße mit Einzelhandel durchsetzt (vgl. Kap. 3.4), sodass eine Nutzung (nahezu) ausschließlich durch o.g. Nutzergruppen auch perspektivisch nicht plausibel erscheint. Somit sollten Einzelhandelsvorhaben, die entsprechend planerischer Zielsetzungen an nicht integrierten Standorten angesiedelt werden können/ sollten, vorrangig an den beiden Einzelhandelskonzentrationen GE Allersberger Straße/ GE I und GE III realisiert werden.

SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz des zentralen Versorgungsbezugs Innenstadt assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass dieser vor "unfairem



Wettbewerb" geschützt werden soll. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

Die konsequente Entwicklung des Einzelhandels in Roth auf Basis des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzepts stellt zudem einen verlässlichen Rahmen für städtebauliche Investitionen wie z.B. Gebäudesanierungen dar.

7. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Kapitel wird ein planerisches Konzept erarbeitet, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels in Roth ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

7.1 SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen bzw. eine bestehende Sortimentsliste zu überprüfen und ggf. anzupassen, welche nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet²⁸. Grundlage bildet hierfür die Sortimentsliste aus dem Stadtentwicklungskonzept von 2009.

7.1.1 Kriterien

Der folgende Kriterienkatalog, der sich auf Grund zahlreicher Erfahrungen herausgebildet hat, wurde für die Zuordnung der Sortimente herangezogen.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf; diese Sortimente sind zugleich auch **nahversorgungsrelevant**, was eine zusätzliche Kategorie darstellt (s.u.);
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;

²⁸ Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.



- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- im zentralen Versorgungsbereich am stärksten vertreten sind.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;
- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

7.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Roth

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane Verteilung des Angebots in Roth auf die verschiedenen Standorttypen zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität der Innenstadt zuzuführen²⁹.

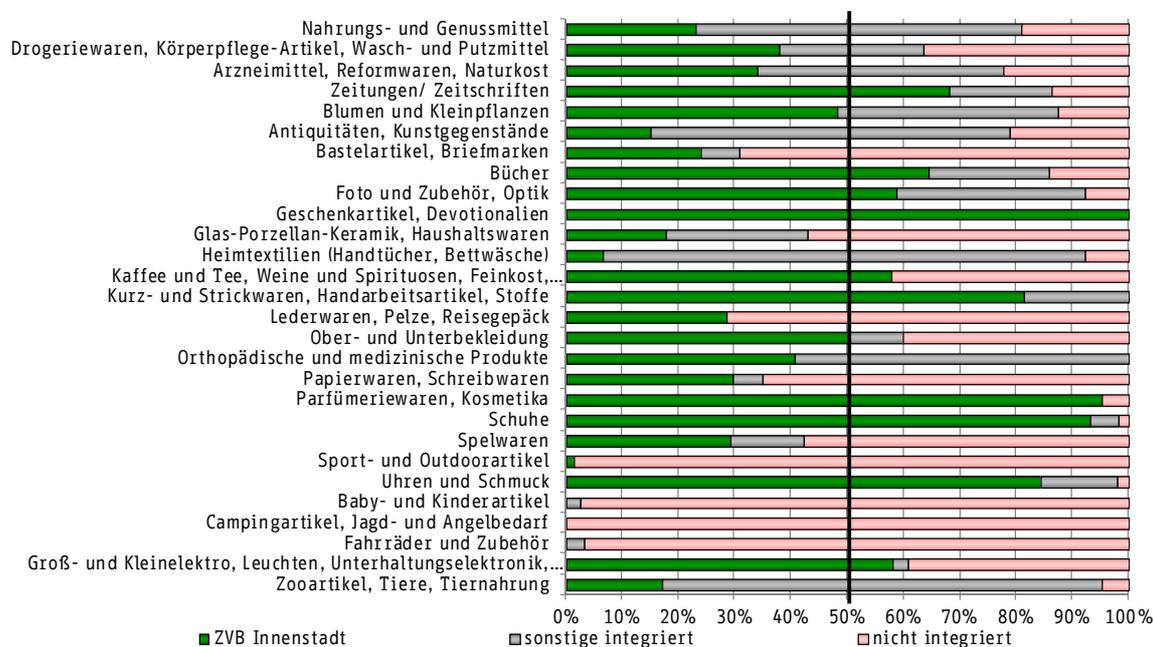
²⁹ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

In Abb. 23 und Abb. 24 sind nur die Sortimente aufgeführt, die im Rahmen der Erhebung des Einzelhandels in Roth (vgl. Kap. 3.2) in signifikantem Maße festgestellt werden konnten. In der Sortimentsliste für Roth in Kap. 7.1.3xxx sind hingegen alle grundsätzlich möglichen Sortimente aufgeführt.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 23 wird die Verkaufsflächenverteilung der nach der Sortimentsliste aus dem Stadtentwicklungskonzept von 2009 nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente nach Standorttypen gezeigt.

Abb. 23: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung April 2023

Es wird deutlich, dass der Großteil der klassischen zentrenrelevanten Sortimente überwiegend im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder an integrierten Standorten - zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und sonstige integrierte Standorte - angeboten werden.

Folgende Sortimente werden auf Grund allgemeiner Kriterien entgegen ihrer derzeitigen räumlichen Verteilung nach Standorttypen weiterhin als zentrenrelevant eingestuft:



- **Bastelartikel** stellen ein typisches Nebensortiment von Geschäften mit Kernsortiment Spielwaren oder auch Schreibwaren
Die Sortimente
- **Glas-Porzellan-Keramik, Haushaltswaren,**
- **Lederwaren, Pelze, Reisegepäck,**
- **Papierwaren, Schreibwaren,**
- **Spielwaren sowie**
- **Sport- und Outdoorartikel**
gehören zu den klassischen innenstadtrelevanten Sortimenten, die wichtig für einen attraktiven Branchenmix und ein vielfältiges Angebot sind. Zudem können sie i.d.R. auch direkt mitgenommen werden können.
- **Campingartikel, Jagd- und Angelbedarf** lassen sich zum einen nicht von Sport- und Outdoorartikel trennen (insbesondere Campingartikel). Zum anderen könnten in der Folge noch Produkte weiterer Sport-/ Outdooraktivitäten als eigene Sortimente definiert werden, gleichwohl sie zum Gesamtsortiment von Sportgeschäften gehören³⁰.

Folgende Sortimente werden einer Neueinstufung unterzogen:

- **Parfümeriewaren, Kosmetika** werden als nahversorgungsrelevant eingestuft, da eine Trennung zum Sortiment Drogeriewaren ("Körperpflege") problematisch ist und beide Sortimente gemeinsam das Kernsortiment eines Drogeriemarkts bilden.
- **Fahrräder und Zubehör** werden als nicht zentrenrelevant eingestuft, da
 - das Sortiment in Roth nahezu ausschließlich an nicht integrierten Standorten angeboten wird,
 - die Vielfalt an Fahrrädern und somit auch der Bedarf an Verkaufsfläche in den letzten Jahren in hohem Maße zugenommen hat (E-Bikes, Lastenfahrräder, Gravelbikes) und
 - Fahrräder/ E-Bikes hinsichtlich Größe und Gewicht nicht die Kriterien eines zentrenrelevanten Sortiments erfüllen.
- **Leuchten** stellen ein typisches (Rand-)Sortiment von Baumärkten und Möbelhäusern dar und werden demzufolge als nicht zentrenrelevant eingestuft.

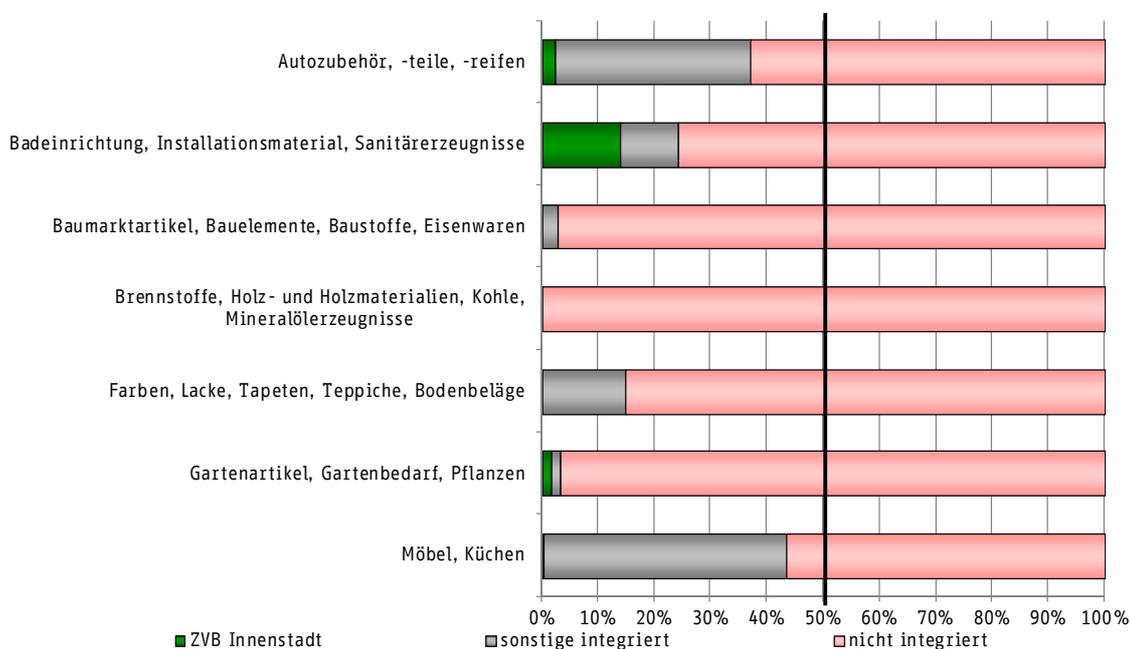
³⁰ Jagd- und Angelbedarf werden im Übrigen auch von einzelnen Sportfachmärkten angeboten.

- **Zooartikel, Tiere** sind ein typischer Bestandteil von Zoofachmärkten und weisen einen relativ hohen Flächenbedarf sowie eine geringe Produktivität auf. Vor diesem Hintergrund werden sie als nicht zentrenrelevant eingestuft.

Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 24 zeigt die Verkaufsflächenverteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente nach Standorttypen in Roth. Dabei ist festzustellen, dass alle Sortimente überwiegend bzw. ausschließlich an nicht integrierten Standorten angeboten werden. Umstufungen sind demzufolge nicht erforderlich.

Abb. 24: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung April 2023

7.1.3 Sortimentsliste - "Rother Liste"

Nachfolgend wird die Sortimentsliste für die Stadt Roth - "Rother Liste" - mit den aus gutachterlicher Sicht erforderlichen bzw. sinnhaften Änderungen/ Anpassungen gegenüber der bisherigen Sortimentsliste dargestellt. Die Liste wurde u.a. auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes erstellt und ist somit ortsspezifisch.

Umstufungen gegenüber der bisherigen Liste sind bereits in Kap. 7.1.2 beschrieben. Weiterhin wurden Bezeichnungen einzelner Sortimente zum besseren Verständnis bzw. zur Konkretisierung geändert. Einzelne (Teil-)Sortimente wurden gestrichen,



da sich diese anderen Sortimenten zuordnen lassen oder sie nur noch in sehr wenigen Geschäften angeboten werden:

- **Reformwaren, Naturkost** gehören dem Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel an.
- **Antiquitäten** lassen sich anderen Sortimenten, z.B. Möbel oder Glas-Porzellan-Keramik, zuordnen. Zudem ist eine eindeutige Differenzierung zwischen Antiquitäten und "normalen" Gebrauchsgegenständen ("Second Hand") nicht immer gegeben.
- Geschäfte mit **Briefmarken** als Sammlerobjekt sowie mit **Devotionalien** sind deutschlandweit nur noch vereinzelt anzutreffen. Neuansiedlungen von Betrieben mit entsprechendem Kernsortiment im stationären Einzelhandel sind nicht mehr zu erwarten.
- **Büroeinrichtung** sind entweder Waren, die durch den Großhandel vertrieben werden, oder es handelt sich um Produkte aus dem zentrenrelevanten Sortiment Medien bzw. dem nicht zentrenrelevanten Sortiment Möbel.
- **Pelze** gehören dem Sortiment Ober- und Unterbekleidung inklusive Zubehör an.
- **Baby- und Kinderartikel** lassen sich - mit Ausnahme von Kinderwagen - anderen Sortimenten- z.B. Bekleidung, Möbel, Drogeriewaren, Haushaltswaren - zuordnen.
- **Feinmechanische Erzeugnisse** sind z.B. Bestandteile von Uhren und können - soweit überhaupt vom stationären Einzelhandel angeboten - somit beispielsweise dem Sortiment Uhren und Schmuck zugeordnet werden.



Tab. 6: Rother Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Kunstgegenstände • Bastelartikel, • Bücher • Medien (Unterhaltungselektronik, Computer, Foto, Telekommunikation und Zubehör) • Elektrogroß- und -kleingeräte • Optik • Glas-Porzellan-Keramik, Haushaltswaren • Haus- und Heimtextilien, Bettwaren • Kurz- und Strickwaren, Handarbeitsbedarf, Stoffe, Gardinen • Lederwaren, Taschen, Koffer, Rucksäcke (ohne Outdoor) • Musikinstrumente, Musikalien • Ober- und Unterbekleidung • Orthopädische und medizinische Produkte • Papierwaren, Schreibwaren • Schuhe • Spielwaren • Sport-, Camping- und Outdoorartikel (inklusive Jagd- und Angelbedarf) • Uhren und Schmuck • Kinderwagen • Waffen • Tiernahrung 	<ul style="list-style-type: none"> • motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör • Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse • Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren • Boote und Zubehör • Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse • Fahrräder, E-Bikes, Pedelecs, E-Scooter und Zubehör • Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge • Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen • Kamine und -öfen • Leuchten und Zubehör • Möbel, Küchen, Matratzen • Rollläden und Markisen • Zooartikel, Tiere
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> • Nahrungs- und Genussmittel • Drogeriewaren, Körperpflege-Artikel, Wasch- und Putzmittel, Parfümeriewaren, Kosmetika • Arzneimittel • Zeitungen, Zeitschriften • (Schnitt-)Blumen und Kleinpflanzen 	

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Mai 2022

7.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Bei der räumlichen Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist unter Berücksichtigung

- der allgemeinen Entwicklungen im Einzelhandel (vgl. Kap. 2.2),
- der Einzelhandelssituation und -struktur in Roth (vgl. Kap. 3.2 ff),
- der Ergebnisse der Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 5.2) sowie
- insbesondere der in Kap. 6 formulierten Ziele

eine grundsätzliche Steuerungsstrategie erforderlich. Mit dieser soll der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten in Roth nicht unterbunden werden, sondern der Einzelhandel nach seiner Versorgungsfunktion an die ent-



sprechenden Standorte gelenkt werden. Für Standorte des gleichen Standorttyps gelten jeweils die gleichen Regelungen. So können beispielsweise innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt zusätzliche Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden, die das gleiche Kernsortiment wie bereits im zentralen Versorgungsbereich bestehende Betriebe aufweisen.

In Tab. 7 ist in einer Standortmatrix zusammenfassend dargestellt, welche Vorhaben an welchen Standorten angesiedelt werden können. Die Differenzierung erfolgt nach der Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz und der Dimensionierung der ansiedlungs- oder erweiterungswilligen Betriebe. Die Matrix ermöglicht eine rasche grundsätzliche Bewertung von Planvorhaben. Im Anschluss werden die Inhalte der Standortmatrix in Form von Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung näher erläutert.

Tab. 7: Standortmatrix - Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Zentrenrelevanz	nahversorgungsrelevanter Einzelhandel			sonst. zentrenrelevanter Einzelhandel			nicht zentrenrelevanter Einzelhandel	
	Nachbarschaftsladen / Laden (§ 4 BauNVO)	nicht großflächig	großflächig	Laden (§ 4 BauNVO)	nicht großflächig	großflächig	nicht großflächig	großflächig
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt								
sonstige integrierte Standorte		standortgerechte Dimensionierung	LM-Betriebe bei standortgerechter Dimensionierung				vorrangig an bereits einzelhandelsgeprägten Standorten; zentrenrelevante Randsortimente bis 10% der Gesamt-VKF, max. 800 m ²	
durch Einzelhandel geprägter, nicht integrierter Standort	keine Flächenerweiterung/ nur Modernisierung im Bestand			keine Flächenerweiterung/ nur Modernisierung im Bestand			zentrenrelevante Randsortimente bis 10% der Gesamt-VKF, max. 800 m ²	
nicht integrierter, nicht einzelhandelsgeprägter und (Einzel-) Standort	keine Flächenerweiterung/ nur Modernisierung im Bestand			keine Flächenerweiterung/ nur Modernisierung im Bestand			vorrangig an bereits einzelhandelsgeprägten Standorten; zentrenrelevante Randsortimente bis 10% der Gesamt-VKF, max. 800 m ²	

Quelle: eigene Darstellung

Tab. 7 verdeutlicht, dass der Fokus der Standortmatrix bzw. der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Sicherung bzw. Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung liegt.



7.2.1 Umgang mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz:

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- a) zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
 - Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig - auch großflächig.
- b) Ausnahme sonstige integrierte Lagen
 - Läden zur Gebietsversorgung ausnahmsweise zulässig
 - Nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig.
 - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig.
- c) Ausnahme für nicht integrierte Lagen (durch Einzelhandel geprägt und nicht durch Einzelhandel geprägte Lagen)
 - Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente nur als Randsortimente bis max. 10% der Gesamtverkaufsfläche und insgesamt max. 800 m² Verkaufsfläche zulässig.

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben vorrangig im abgegrenzten **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** angesiedelt werden³¹. Dies gilt sowohl für großflächige Betriebe als auch für Betriebe unterhalb der Großflächigkeit³². An dieser Stelle sei angemerkt, dass bei allen großflächigen Einzelhandelsvorhaben und Agglomerationen hinsichtlich ihrer Dimension (Verkaufsfläche) die entsprechenden Ziele des LEP zu beachten sind.

³¹ An dieser Stelle und im Folgenden ist unter *Ansiedlungen* auch die Erweiterung bestehender Betriebe mit dem jeweils entsprechendem Kernsortiment zu verstehen.

³² Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. Vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.2005.



An **sonstigen integrierten Standorten** sollen Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Hauptsortiment nur ausnahmsweise angesiedelt werden³³. Ausnahmsweise können Läden zur Gebietsversorgung sowie nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment bei standortgerechter Dimensionierung zugelassen werden. Im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung kann geprüft werden, ob Lebensmittelbetriebe an sonstigen integrierten Standorten ausnahmsweise auch großflächig zugelassen werden können, sofern sie standortgerecht dimensioniert sind.

Im Hinblick auf eine standortgerechte Dimensionierung ist die Vereinbarkeit eines Vorhabens mit den in Kap. 5 formulierten Zielen zu prüfen, insbesondere im Hinblick auf die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der Nahversorgungsstrukturen.

Eine standortgerechte Dimensionierung ist bei nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment bzw. bei großflächigen Lebensmittelbetrieben dann gegeben, wenn sie ihren Umsatz aus dem fußläufigen Umfeld (700 Meter-Fußweg-Realdistanz) oder - außerhalb der Kernstadt - überwiegend aus dem jeweiligen Ortsteil beziehen können. Dies ist ggf. durch eine Einzelfallprüfung zu belegen.

Mit Hilfe der in Tab. 8 dargestellte Werte können Anfragen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten insbesondere im Hinblick auf eine Gebietsversorgung bzw. standortgerechte Dimensionierung dem Grunde nach beantwortet werden³⁴. Bei den angegebenen Werten handelt es sich um Orientierungswerte, eine Prüfung der Verträglichkeit im Einzelfall kann dennoch erforderlich sein³⁵.

³³ Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Nellingen - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

³⁴ Beispielsweise zeigt Tab. 8, dass ein Sportgeschäft mit 100 m² Verkaufsfläche rechnerisch rd. 1.200 Einwohner und ein ebenso großes Uhren- und Schmuckgeschäft rechnerisch rd. 12.000 Einwohner versorgt.

³⁵ Bei Verträglichkeitsprüfungen sind jeweils realitätsnahe Worst-Case-Werte anzusetzen, die nicht unbedingt vom Mikrostandort abhängen müssen, sondern (mindestens) die durchschnittliche spezifische Leistungsfähigkeit eines Betreibers bzw. einer Betriebsform oder die durchschnittlichen sorti-



Tab. 8: Rechnerisch versorgte Einwohner je 100 m² Verkaufsfläche bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten

Sortimente	je 100 m ² Verkaufsfläche rechnerisch versorgte Einwohner (gerundete Werte)
Nahrungs-/ Genussmittel	250
Lebensmittelhandwerk ¹⁾	1.900
Drogerie/ Parfümerie	1.750
Apotheke ¹⁾	6.650
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	5.750
Blumen/ Zoo	2.000
Bekleidung und Zubehör	900
Schuhe, Lederwaren	2.900
Sport/ Freizeit	1.200
Spielwaren	2.500
Bücher	4.500
GPK, Geschenke, Hausrat	3.000
Haus-/ Heimtextilien	4.200
Uhren/ Schmuck	12.000
Foto/ Optik	9.000
Medien	3.750
Elektro/ Leuchten	2.600

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

¹⁾: rechnerisch versorgte Einwohner je Betrieb

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung April 2023; www.handelsdaten.de; EHI; IFH; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

An **nicht integrierten Standorten** - sowohl **einzelhandelsgeprägte als auch nicht einzelhandelsgeprägte Standorte** - sollen nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment erscheint nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

mentsbezogenen Produktivitäten des Einzelhandels in Roth abbilden. Die aus Marktanteilskonzepten abgeleiteten Flächenleistungen, die eigentlich zur Wirtschaftlichkeitsermittlung eines Vorhabens dien(t)en, sind zur Ermittlung der städtebaulichen Auswirkungen oftmals ungeeignet (vgl. dazu Urteil OVG NRW, vom 28.09.19, Az. 7 D 96/14.NE).



Es sollte jedoch eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente entsprechend in der Summe auf 10% der Gesamtverkaufsfläche bei insgesamt maximal 800 m² zu beschränken.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für nahversorgungs- und zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte eine maximale Verkaufsflächenobergrenze nicht nur für die Gesamtheit der zentrenrelevanten Sortimente, sondern für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment festgesetzt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

7.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz:

Nicht zentrenrelevante Sortimente im den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt außerhalb (sonstige integrierte und nicht integrierte Standorte).

- vorrangig an bereits durch Einzelhandel geprägten Standorten
- im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Flächenverfügbarkeit und Sinnhaftigkeit beachten
- sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.
- Prognoseergebnis berücksichtigen
- max. 10% bzw. 800 m² Verkaufsfläche nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich im **gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden.

Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel sollte vorrangig an den bereits durch einzelhandelsgeprägten, nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, um



- den Flächenverbrauch und die Flächenzersiedlung einzudämmen und
- das durch Einkäufe bedingte Verkehrsaufkommen möglichst gering zu halten und zu bündeln.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sollten Flächenpotenziale zur Stärkung der Versorgungsfunktion, d.h. Vorhaben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, genutzt werden.

Mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandel **in Gewerbegebieten** sollte behutsam umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Gewerbliche Flächen sollten nicht für Einzelhandel, sondern für die eigentliche Zielgruppe, nämlich für Handwerk und produzierendes Gewerbe u.ä., bereitgestellt werden. Daher wird empfohlen, auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten planerisch zu steuern und diesen in denjenigen Gebieten auch nicht großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen, in denen Einzelhandel bisher nicht oder nur untergeordnet angesiedelt ist.

Ausnahme: "Leerstandsdomino"

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein leergezogener Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbebestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen oftmals ein Nachnutzungsdruck durch nahversorgungs- oder zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.



7.3 ENTWICKLUNGSOPTIONEN

7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Funktionale Entwicklung

Die Stärken-Schwächen-Analyse des zentralen Versorgungsbereiches Roth hat ergeben, dass der Angebotsschwerpunkt im innenstadtrelevanten Bedarfsbereich liegt. Mit einem Supermarkt, einem Lebensmitteldiscounter und einem Drogeriemarkt sind wichtige Magnetbetriebe vorhanden. Somit besteht ein sehr gutes Nahversorgungsangebot. Mit den vorhandenen Angeboten übernimmt der zentrale Versorgungsbereich eine Grund- und Nahversorgungsfunktion für die Gesamtstadt.

Eine weitere räumliche Ausdehnung über die in Kap. 4.2.1 dargestellte Abgrenzung sollte vermieden werden, um auch zukünftig einen Bereich mit hoher Nutzungsdichte zu ermöglichen. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt orientiert sich weitestgehend am aktuellen Bestand an Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten.

Im Hinblick auf die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt für die Gesamtstadt sollte diese vorrangig erhalten und nach Möglichkeit weiter gestärkt werden. Insbesondere das Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten sollten für ein vielfältiges Angebot ausgebaut werden, wobei aktuell entsprechende Vorhaben selten sind.

Die Grund- und Nahversorgungsfunktion, insbesondere die bestehenden Magnetbetriebe, sollten erhalten werden. Für ein vielfältiges Angebot sind die individuellen Fachgeschäfte relevant. Service-Aspekte sollte hier gestärkt und ausgebaut werden. Für ein lebendiges Zentrum sind darüber hinaus auch weitere zentrenergänzende Funktionen wie Dienstleistungsangebote, öffentliche Einrichtungen, Kultur, Freizeit/Tourismus oder Gastronomie von Bedeutung.

Für eine attraktive Multifunktionalität sind aus gutachterlicher Sicht die folgenden Maßnahmenempfehlungen zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sinnvoll bzw. erforderlich:

- Individuelle und besondere Angebote sollen die besondere Identität des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt von Roth unterstreichen und ermöglichen, sich von Innenstädten abzusetzen.



- Dazu können z.B. besondere Angebote/ Produkte aus Roth oder der Region als Alleinstellungsmerkmal beitragen.
- Durch eine Verbesserung bzw. Steigerung der Nutzungsmischung sollen neue Nutzergruppen angesprochen werden, die zur Steigerung der Frequenz beitragen können. Neben Handel, Dienstleistungen, Gastronomie etc. zählen dazu:
 - Ein Angebot an Büroflächen/ Co-Working-Spaces (auch im Hinblick auf Veränderungen durch mobiles Arbeiten und Home-Office).
 - Die Etablierung bzw. der Ausbau von Kultur-/ Freizeitangeboten (z.B. Bibliothek, Galerien, ergänzende Angebote der Kulturfabrik).
 - Soziale Einrichtungen (z.B. Nachbarschaftstreffs) und insbesondere Wohnformen (z.B. Altenwohnen) und der Wohnfunktion allgemein als Entwicklungsoption.
 - Ermöglichung temporärer Nutzungen (z.B. Handel, Kunst/ Kultur).
 - Förderung/ Unterstützung bei Existenzgründungen (Ermöglichung kreativer, langfristig tragfähiger Geschäftsideen, Anmietung leerstehender Geschäftsräume).
 - Mehrfachnutzungen in einem Gebäude/ Ladengeschäft von sich ergänzenden Nutzungen, zeitlich gestaffelt. Z.B. durch die Nutzung tagsüber als Friseur und abends als Bar kann die Frequenz auch nach Ladenschluss erhöht werden.
 - Standortmarketing: regelmäßige Veranstaltungen können ein wichtiger Beitrag für ein lebendiges Zentrum sein.
 - Gastronomie mit attraktiven Außenbereichen ist ebenfalls wichtig für ein belebtes Zentrum.
 - Leerstände: Um negative Auswirkungen durch Leerstände zu vermeiden, sollten Folgenutzungen schnellstmöglich gefunden werden. Wichtig sind dabei Gespräche mit Eigentümern und die Vermittlung an passende Interessenten. Kurzfristig kann auch die Gestaltung von leerstehenden Läden oder die Ermöglichung von Zwischennutzungen negative Auswirkungen reduzieren.

Innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs konnten - abseits von konzentrierten Leerständen wie u.a. der Rothmühl-Passagen oder des Schloss-Centers - keine nennenswerten Potenzialflächen festgestellt werden. Die zukünftige Einzelhandelsentwicklung muss sich daher vor allem am Bestand konzentrieren. Entsprechende Möglichkeiten können sich auf Grund von Umstrukturierungen z.B. durch



Abriss und Neubau von Geschäftsgebäuden, durch Nachverdichtung unter Berücksichtigung ggf. auch kleinerer Flächen in rückwärtigen Bereichen, Zusammenlegung benachbarter Verlaufsflächen oder der Nutzung von Leerständen ergeben.

In diesem Zusammenhang bieten insbesondere die Rothmühl-Passagen Potenzialflächen für eine multifunktionale Entwicklung aus Einzelhandel, Freizeit (Bowling, Escape Room, Gastronomie etc.) und Arbeiten (z.B. Coworking-Spaces). Hierbei gilt es zwingend die Anbindung von Rothmühl-Passagen und Kaufland mit der historischen Altstadt zu verbessern.

Um eine entsprechende Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches zu ermöglichen, ist eine konsequente Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes bzw. die Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung an den Zielen und Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung erforderlich. insbesondere zentrenrelevante Sortimente, die funktional über die Gebietsversorgung hinausgehen, sollen nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden.

Städtebauliche Entwicklung - öffentlicher Raum

Neben einer funktionalen Attraktivität ist auch eine hochwertige und attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums von hoher Bedeutung für die Aufenthaltsqualität und damit für einen funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich. Die Funktion als Treffpunkt und Aufenthaltsort kann dadurch - neben der Funktion als Einzelhandels- und Dienstleistungsort - in erheblichen Maße beeinflusst bzw. gestärkt werden.

Mit einem überwiegend attraktiven gestalteten öffentlichen Raum und zahlreichen Gebäuden mit attraktiver Architektur bzw. attraktiven Fassaden besteht in der Altstadt von Roth insgesamt eine sehr gute städtebauliche Ausgangssituation. Mehreren ansprechend gestalteten Plätzen und Aufenthaltsbereichen kommt eine besondere Bedeutung hinsichtlich einer hohen Aufenthaltsqualität zu.

- Mit dem **Marktplatz** ist innerhalb der Altstadt ein zentraler Platz mit einem ansprechenden städtebaulichen Ensemble gegeben. Allerdings ist dieser Platz durch Parkplätze sowie eine aktuelle Baustelle in seiner Attraktivität eingeschränkt und wirkt in deutlichem Maße unbelebt. Es gibt zudem nur wenige Sitzgelegenheiten.



Der Platz sollte als Aufenthaltsort- und Identifikationspunkt in Wert gesetzt werden. Hierzu gehört die Etablierung publikumsintensiver Nutzungen (Gastronomie etc). Empfohlen werden weiterhin eine klare Strukturierung des Platzes, eine Einbindung bzw. klare Wegeführung zum "Markplatz Centrum" sowie die Beseitigung der MIV-Parkplätze.

- Das **Schloss Ratibor** stellt ein sehr attraktives historisches Ensemble dar und bildet einen bedeutenden Identifikationspunkt innerhalb der Altstadt. Leider gibt es - insbesondere im Innenhof - nur wenige Sitzgelegenheiten, rückseitig zudem eine nicht angenommene Grünfläche über dem Parkdeck Schloss Ratibor, die eine Potenzialfläche für andere Nutzungen bzw. eine Aufenthaltsmöglichkeit darstellt. Das Areal sollte als Gesamtensemble inszeniert werden. Dabei sollten die Zugänglichkeit des Areals, auch hinsichtlich einer Barrieriefreiheit erhöht werden. Der attraktive Innenhof sollte durch Veranstaltungen stärker in das Bewusstsein, den Alltag der Rother Bevölkerung und der Besucher gerückt werden.
- Die **Kugelbühlstraße** weist im Kreuzungsbereich mit dem Kirchplatz eine Aufweitung auf. Wenn auch durch Parkplätze begrenzt, ergibt sich ein kleiner gestalteter Platzbereich mit Sitzgelegenheiten und wichtiger Aufenthaltsqualität. Diesen Platzbereich gilt es zu erhalten.
- An der **Braugasse** sind ein Urban Gardening und ein Playcourt mit Graffitiwand sowie vis-a-vis davon die Kulturfabrik zu verzeichnen. Diese speziellen Angebote sind für die Alleinstellung der Altstadt von Roth von hoher Bedeutung, zumal dadurch weitere Zielgruppen angesprochen werden. Negativ zu bewerten ist die Anzahl der Verweil-/ Sitzgelegenheiten; diese sollte erhöht werden.
- Die **Stadtbleiche** bietet einen Spielplatz und zahlreiche Sitzgelegenheiten; damit handelt es sich um eine - gerade von Kindern bzw. Familien - gut frequentierte Grünfläche an der Roth. Durch eine Stellfläche inklusive Infrastruktur für ein regelmäßig wiederkehrendes gastronomisches Angebot - Coffee-Bike oder Food-Truck - könnte die Attraktivität noch weiter erhöht werden. Eine weitere Möglichkeit wäre das Erlebbarmachen des Flusses durch begrenzte Beseitigung der Ufervegetation und z.B. Errichtung eines Water-Walks, sofern nicht andere, insbesondere ökologische Belange dagegen stehen.
- Die **Bahnhofstraße** weist einen deutlichen Modernisierungs- und Sanierungsbedarf im privaten wie öffentlichen Raum auf. Der Straßenraum bedarf dabei einer dringenden Modernisierung, Gliederung und Begrünung.



- **Hauptstraße** und **Marktplatz** könnten durch eine auffällige Begrünung in Szene gesetzt und miteinander verknüpft werden. Durch eine Erweiterung über **Kugelhühlstraße** und **Kirchplatz** könnte ein kleiner Rundlauf etabliert werden.

Entwicklung von Mobilität und Verkehr

Zur Stärkung des Zentrums und Verbesserung der Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind auch Maßnahmen im Bereich Mobilität und Verkehr von hoher Bedeutung. Neben der Sicherstellung der Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs mit allen Verkehrsmitteln sollten insbesondere Maßnahmen zur Stärkung des Fuß- und Radverkehrs im Fokus stehen:

- Ausbau sicherer Fahrradstellplätze und Berücksichtigung von Stellplätzen für Lastenräder.
- Schaffung eines Angebots an City-Bikes/ Leihrädern.
- Installation von Ladestationen für E-Bikes/E-Autos.
- Verbesserung der Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer.
- Verlagerung der Pkw-Stellplätze am Marktplatz - dadurch Schaffung von Raum für Außengastronomie, Verweilmöglichkeiten, Begrünung, Warenpräsentationen.
- Durch barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raums, Reduzierung von Eng-/ Gefahrenstellen und Erhöhung der Attraktivität für ältere Menschen und Familien (mit Rollator bzw. Kinderwagen).
- Barrierefreie Zugänglichkeit zu Geschäften, Dienstleistungen und Aufenthaltsbereichen.

Zur Konkretisierung der Maßnahmen sind weitere Untersuchungen/ Gutachten erforderlich.

Sonstiger Handlungsbedarf

Über die zuvor genannten Maßnahmenempfehlungen hinaus sind folgende Aspekte zur Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt aus gutachterlich Sicht erforderlich bzw. sinnvoll:

- Strikte Umsetzung des Einzelhandelskonzepts, insbesondere der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung;
- Einrichtung eines Innenstadtmarketings, dabei inhaltliche und personelle Trennung von Stadtmarketing (wenngleich Abstimmung/ Zusammenarbeit in hohem Maße erforderlich);



- fortlaufende Kommunikation von Innenstadtmarketing mit Innenstadtakteuren (Immobilien Eigentümern, Händlern, Dienstleistern, Gastronomen);
- Leerstandmanagement - Beratung von Eigentümern, Kontaktstelle zwischen Interessenten und Eigentümern;
- Fortlaufende Bürgerbeteiligung durch Innenstadtforum zur Weiterentwicklung der Altstadt. Dabei Neubürger (z.B. auf Leoni-Areal) als Anstoß von außen);
- Neuplanung/ Neugestaltung des Rothmühl-Passagen-Areals (städtebaulich und funktional).

7.3.2 Nahversorgung

Wie in Kap. 3.5 dargelegt wird, liegt in der für die Nahversorgung im besonderen Maße bedeutsamen Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel inklusive Lebensmittelhandwerk quantitativ betrachtet bei einer Bindungsquote von rd. 117% per Saldo ein signifikanter Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt Roth vor. Räumlich betrachtet besteht jedoch für die Hälfte der Bevölkerung keine Nahversorgungsmöglichkeit durch einen Lebensmittelbetrieb in fußläufiger Distanz (vgl. Kap. 3.5). Weiterhin ist festzustellen, dass der im Rahmen der Verkaufsflächenprognose bis zum Jahr 2035 ermittelte Entwicklungsspielraum in der Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel mit maximal rd. 950 m² beträgt, was nur einem zusätzlichen Lebensmittelbetrieb (Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter) bis zu diesem Zeitpunkt entsprechen würde (vgl. Kap. 5.2).

Eine deutliche Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation ist auf Grund der aktuellen Verkaufsflächen- und Standortanforderungen der Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel und der sehr geringen Einwohnerzahlen der meisten Ortsteile nicht plausibel. Weiterhin weisen die festgestellten Einwohnerpotenziale in den größeren nicht fußläufig nahversorgten Teilbereichen rechnerisch kein hinreichendes Potenzial für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb (Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter) auf (vgl. Kap. 3.5). Vorrangig sind daher die bestehenden Angebotsstrukturen durch Lebensmittelbetriebe an städtebaulich integrierten Standorten (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und sonstige integrierte Standorte) zu erhalten, zumal die beiden im zentralen Versorgungsbereich angesiedelten Lebensmittelbetriebe wichtige Magnetbetriebs- und Frequenzbringerfunktion wahrnehmen (wo-



bei hierzu die Anbindung der Rothmühl-Passagen an die historische Altstadt noch erheblich zu stärken ist).

Bei einer Verbesserung der räumlichen Nahversorgung durch die Ansiedlung (oder auch Erweiterung) von Lebensmittelbetrieben an sonstigen integrierten Standorten sind der Zielkatalog (vgl. Kap. 6) und die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung für nahversorgungs- und zentrenrelevante Vorhaben (vgl. Kap. 7.2.1) zu beachten. Dies gilt vor allem hinsichtlich einer standortgerechten Dimensionierung. Zudem sollten Ansiedlungen oder Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben an derartigen Standorten nur erfolgen, sofern dies keine (wesentlichen) negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und auf die verbraucher-nahe Versorgung hat.

Auf Grund der geringen Einwohnerzahlen nahezu aller Ortsteile von Roth sowie auch der relativ geringen Bevölkerungszahlen festgestellten räumlichen Nahversorgungslücken (vgl. Karte 3, S. 26) sollten auch alternative Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung geprüft werden. Zu trennen ist dabei zwischen stationären und sonstigen alternativen Nahversorgungsmöglichkeiten.

Aus gutachterlicher Sicht stellen sinnvolle stationäre alternative Nahversorgungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung in Roth unter Berücksichtigung der geringen Einwohnerzahlen in den Ortsteilen beispielsweise Hofläden/ Direktvermarkter, Verkaufsstationen/ -automaten (z.B. für Fleisch- und Wurstwaren) sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (inkl. Bäcker) dar. Dabei handelt es sich um rudimentäre, ergänzende Lebensmittelangebote, die keine vollständige Grund-/ Nahversorgung ermöglichen. Für Kleinflächenkonzepte von Lebensmittelbetrieben, Genossenschaftsläden oder auch kontaktlosen Läden (Lebensmittelbetriebe ohne Personal, Zugang und Bezahlung gekaufter Produkte mit Kreditkarte oder Smartphone) erscheinen die Einwohnerzahlen der Ortsteile von Roth - mit Ausnahme von Rothaurach und Pfaffenhofen zu gering³⁶.

³⁶ Der Ortsteil Rothaurach befindet sich jedoch in vergleichsweise geringer Entfernung zu einem am westlichen Rand der Kernstadt von Roth ansässigen Lebensmitteldiscounter. Hinsichtlich des Ortsteils Eckersmühlen, dem bevölkerungsreichsten Ortsteil, ist zu berücksichtigen, dass in diesem besteht aktuell ein Lebensmittelbetrieb ansässig ist.



Von den sonstigen Nahversorgungsmöglichkeiten sind - wiederum aus gutachterliche Sicht - auf Grund der Siedlungs- und Bevölkerungsstrukturen von Roth Lieferservice bestehender Lebensmittelbetriebe (insbesondere von Supermärkten), Kurierlieferdienste (ohne eigenes Ladengeschäft), Online-Lieferdienste (ohne Ladengeschäft/ Lager), sowie Fahrdienste (von sozialen oder kommunalen Einrichtungen) grundsätzlich geeignet. Fahrdienste ermöglichen - im Gegensatz zu den anderen sonstigen alternativen Möglichkeiten - den Nutzenden dabei den sozialen Kontakt mit anderen Menschen.

7.3.3 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden, einzelhandelsgeprägten Gewerbegebieten sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden (vgl. Kap. 7.2). Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 7.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche geachtet werden.

Die in den Gewerbegebieten - sowie an sonstigen nicht integrierten Standorten - bestehenden Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder sonstigem zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkt sollten auf ihren Bestand festgeschrieben werden.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist. Generell sollten die Gewerbeflächen der gewerblichen Nutzung zur Verfügung gestellt werden (vgl. Kap. 5).



GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%) (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Remseck am Neckar) bezeichnet.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen, da diese Angebotsformen vom stationären Einzelhandel nicht mehr zu unterscheiden bzw. zu trennen sind.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen inkl. Nahversorgungsstandorte dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.



Als **Innenstadt** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung der begrenzten Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentliches Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt (s.a. Nachfrage).

Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Das IFH Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt (siehe auch Kaufkraft). Dabei wird zwischen den Verbrauchsausgaben die auf den stationären Einzelhandel entfallen, und den Verbrauchsausgaben, die durch sonstigen Einzelhandel (Onlinehandel) gebunden werden, differenziert.



ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet)

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ²	Anteil
bis 50 m ²	44	35,2%	1.500	3,1%
51 bis 100 m ²	27	21,6%	2.025	4,1%
101 bis 200 m ²	16	12,8%	2.275	4,7%
201 bis 400 m ²	7	5,6%	2.200	4,5%
401 bis 800 m ²	13	10,4%	7.500	15,4%
801 bis 2.000 m ²	12	9,6%	12.950	26,5%
mehr als 2.000 m ²	6	4,8%	20.375	41,7%
Gesamt	125	100,0%	48.825	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023

Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen und Standorttyp: Anzahl

VKF in m ²	ZVB Innenstadt		sonstige integriert		nicht integriert	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
bis 50 m ²	21	38,9%	20	43,5%	3	12,0%
51 bis 100 m ²	15	27,8%	11	23,9%	1	4,0%
101 bis 200 m ²	12	22,2%	2	4,3%	2	8,0%
201 bis 400 m ²	1	1,9%	4	8,7%	2	8,0%
401 bis 800 m ²	1	1,9%	4	8,7%	8	32,0%
801 bis 2.000 m ²	3	5,6%	3	6,5%	6	24,0%
mehr als 2.000 m ²	1	1,9%	2	4,3%	3	12,0%
Gesamt	54	100,0%	46	100,0%	25	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023



Tab. A - 3: Betriebe nach Größenklassen und Standorttyp: Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet)

VKF in m ²	ZVB Innenstadt		sonstige integriert		nicht integriert	
	VKF	Anteil	VKF	Anteil	VKF	Anteil
bis 50 m ²	675	6,4%	725	5,5%	100	0,4%
51 bis 100 m ²	1.175	11,2%	800	6,0%	50	0,2%
101 bis 200 m ²	1.675	16,1%	2250	1,7%	375	1,5%
201 bis 400 m ²	250	2,3%	1.400	10,6%	550	2,2%
401 bis 800 m ²	475	4,6%	2.425	18,3%	4.500	18,3%
801 bis 2.000 m ²	3.400	32,6%	2.650	19,8%	6.925	27,5%
mehr als 2.000 m ²	2.775	26,7%	5.075	38,1%	12.525	49,8%
Gesamt	10.400	100,0%	13.300	100,0%	25.150	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023



Tab. A - 4: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet), Umsatz und Kaufkraft (stat. Einzelhandel; Gesamtstadt) (je in Mio. €) und Bindungsquote

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel; Lebensmittelhandwerk	3.250	19,9	72,3	27%
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	1.275	11,2	20,0	56%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	150	0,7	1,7	44%
Blumen/ Zoo	250	0,6	2,7	20%
kurzfristiger Bedarf	4.900	32,4	96,7	33%
Bekleidung und Zubehör	1.550	4,3	5,9	74%
Schuhe/ Lederwaren	1.050	2,3	1,8	130%
Sport/ Freizeit; Spielwaren; Bücher	900	2,3	7,2	32%
GPK, Geschenke, Hausrat	250	0,4	1,3	28%
Haus- und Heimtextilien	275	0,4	0,9	42%
mittelfristiger Bedarf	4.000	9,7	17,0	57%
Uhren/ Schmuck	200	1,3	1,3	101%
Foto/ Optik	275	1,3	1,5	89%
Medien; Elektro/ Leuchten	425	2,8	7,5	37%
Tepp., Bodenbeläge; Bau/ Garten; Möbel	250	0,4	23,3	2%
Sonstiges	325	1,8	15,7	11%
langfristiger Bedarf	1.475	7,6	49,2	16%
Summe	10.400	49,7	162,9	30%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen
 aus Datenschutzgründen wurden Sortimentsgruppen zusammengefasst

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 5: Betriebe, Verkaufsflächen (auf 25 m² gerundet) und Umsätze (in Mio. €) nach Standorttypen

Standorttyp	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
ZVB Innenstadt	54	43,2%	10.400	21,3%	49,7	27,2%
sonstige integriert	46	36,8%	13.300	27,2%	73,2	40,1%
nicht integriert	25	20,0%	25.150	51,5%	59,9	32,8%
Gesamt	125	100,0%	48.825	100,0%	182,8	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Betriebe, Verkaufsflächen (auf 25 m² gerundet) und Umsätze (in Mio. €) nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen

Standorttyp	Verkaufsfläche		Umsatz	
	VKF	Anteil	VKF	Anteil
ZVB Innenstadt	10.025	32,8%	49,0	31,1%
sonstige integriert	11.050	36,2%	69,3	44,0%
nicht integriert	9.475	31,0%	39,1	24,9%
Gesamt	30.525	100,0%	157,5	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 7: Verkaufsflächen (auf 25 m² gerundet) nach Standorttypen und Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz

Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz	ZVB Innenstadt		sonstige integriert		nicht integriert	
	VKF	Anteil	VKF	Anteil	VKF	Anteil
nahversorgungsrelevant	3.250	31,2%	7.700	57,9%	2.700	10,7%
zentrenrelevant	6.775	65,2%	3.350	25,1%	6.775	27,0%
nicht zentrenrelevant	375	3,6%	2.250	17,0%	15.650	62,3%
Gesamt	10.400	100,0%	13.300	100,0%	25.150	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 8: Verkaufsflächen (auf 25 m² gerundet) wesentlicher Einzelhandelsstandorte nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz

Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz	ZVB Innenstadt		GE Allersberger Straße/ GE I		GE III	
	VKF	Anteil	VKF	Anteil	VKF	Anteil
nahversorgungsrelevant	3.250	31,2%	1.425	19,0%	650	6,6%
zentrenrelevant	6.775	65,2%	5.200	69,2%	1.475	14,9%
nicht zentrenrelevant	375	3,6%	875	11,8%	7.775	78,6%
Gesamt	10.400	100,0%	7.500	100,0%	9.900	100,0%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung April 2023; eigene Einzelhändlerbefragung Mai 2023; EHI; IfH Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen