



Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Ebern

Fortschreibung 2018



Bearbeiter: Dipl.-Geogr. Michael Seidel
M. Sc. Susanne André

München, 10.04.2018

München Stuttgart Berlin Köln
Leipzig Forchheim Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München
T 089-55 118 154
F 089-55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung+ Management GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in München.

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung.....	6
2 Strukturdaten.....	7
2.1 Planerische Rahmendaten.....	7
2.2 Sozioökonomische Rahmendaten.....	9
3 Standortrahmenbedingungen des Einzelhandels.....	13
3.1 Kaufkraft.....	13
3.2 Zentralität und regionale Konkurrenzsituation.....	13
3.3 Einzugsgebiet.....	15
3.4 Markt- und Umsatzpotenziale.....	17
4 Analyse der aktuellen Versorgungssituation.....	19
4.1 Leistungsdaten und Struktur des Einzelhandels.....	19
4.1.1 Lageabgrenzung.....	20
4.1.2 Verkaufsflächen.....	21
4.1.3 Branchenstruktur des Eberner Einzelhandels.....	22
4.1.4 Betriebstypenstruktur des Eberner Einzelhandels.....	23
4.1.5 Betriebsgrößenstruktur des Eberner Einzelhandels.....	24
4.1.6 Qualitative Bewertung des Einzelhandelsbestands.....	24
4.2 Leerstandssituation.....	30
5 Unternehmerbefragung.....	32
6 Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches.....	44
6.1 Zur Notwendigkeit der Abgrenzung.....	44
6.2 Definition „Zentrale Versorgungsbereiche“.....	44
6.3 Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich in Ebern.....	46
7 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung.....	48
7.1 Leitlinien.....	49
7.2 Standortkonzept.....	50
7.2.1 Handelsentwicklungsperspektive ZV Innenstadt.....	52
7.2.2 Handelsentwicklungsperspektive Versorgungs- und Gewerbezentrum West.....	53
7.2.3 Handelsentwicklung in sonstigen Lagen.....	56
7.3 Verträglichkeitsuntersuchung.....	57
7.3.1 Aktuelle Versorgungssituation in Ebern.....	57
7.3.2 Ungedeckte Umsatzpotenziale in Ebern.....	58
7.3.3 Einzugsgebiet.....	58
7.3.4 Zentrenverträglichkeit gemäß Städtebauförderung.....	59
7.3.5 Verträglichkeit gemäß LEP Bayern 2018.....	63
7.4 Maßnahmen zur Vitalisierung des Versorgungsstandortes Ebern.....	65
7.5 Empfehlungsübersicht.....	69
8 Anhang.....	70
8.1 Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials.....	70
8.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation.....	72
8.3 Begriffsdefinitionen.....	74
8.4 Zentrenrelevanz der Sortimente.....	76
8.5 Fragebogen Unternehmerbefragung.....	79

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Zentralörtliche Lage.....	8
Abb. 2	Bevölkerungsentwicklung Ebern 2006 – 2016.....	9
Abb. 3	Natürliche Bevölkerungsbewegung und Wanderungen.....	9
Abb. 4	Bevölkerungsentwicklung bis 2034 – Prognose	10
Abb. 5	Altersstruktur im Vergleich (31.12.2016).....	10
Abb. 6	Wirtschaftsstruktur im Vergleich (31.12.2016).....	11
Abb. 7	Pendlersalden Stichtag: 30.06.2016.....	11
Abb. 8	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern (KKZ) 2017.....	13
Abb. 9	Regionale Konkurrenzsituation	14
Abb. 10	Einzugsgebiet der Stadt Ebern.....	16
Abb. 11	Markt- und Umsatzpotenzial Ebern (in Mio. €)	17
Abb. 12	Nutzungskartierung Innenstadt Ebern.....	19
Abb. 13	Einzelhandelsstruktur Stadt Ebern	20
Abb. 14	Verkaufsfläche je Einwohner im Städtevergleich	21
Abb. 15	Verkausflächenbestand nach Branchen	22
Abb. 16	Betriebstypenstruktur in Ebern.....	23
Abb. 17	Betriebsgrößenstruktur in Ebern.....	24
Abb. 18	Bewertung: Zielgruppen- und Qualitätsorientierung.....	27
Abb. 19	Bewertung: Warenpräsentation und Ladengestaltung	28
Abb. 20	Qualitative Bewertung: Wettbewerbsfähigkeit.....	29
Abb. 21	Nutzungsmix der Innenstadt im Vergleich.....	31
Abb. 22	Zusammensetzung Unternehmerbefragung (n=77).....	32
Abb. 23	An welchem Standort in der Stadt Ebern befindet sich Ihr Betrieb? (n=75)	33
Abb. 24	Welcher prozentuale Anteil Ihrer Kundschaft kommt aus Ebern und welcher von außerhalb? (n=22).....	33
Abb. 25	Sehen Sie aktuell Probleme für den Bestand oder die Weiterentwicklung Ihres Betriebes in Ebern? (n=60).....	34
Abb. 26	Inwieweit wird die Entwicklung Ihres Betriebes in Bezug auf Umsatz, Sortimentsgestaltung etc. durch andere Anbieter negativ beeinflusst? (n=20).....	35
Abb. 27	Welche der angeführten Standortkriterien sind für Ihren Betrieb in Ebern bzw. waren für die Standortwahl entscheidend?	35
Abb. 28	Würden Sie bei einer Neugründung Ihren jetzigen Standort wiederwählen? (ne=60).....	36
Abb. 29	Wie beurteilen Sie...?	36
Abb. 30	Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Situation des Standortes Ebern?.....	37
Abb. 31	Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten für den Standort Ebern?.....	37
Abb. 32	Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Situation Ihres Betriebes?	38
Abb. 33	Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten für Ihren Betrieb? 38	
Abb. 34	Einschätzung der generellen Wichtigkeit der Aspekte für die Attraktivität einer Stadt und Bewertung der aktuellen Situation in Ebern (n=60)	39
Abb. 35	Wie zufrieden sind Sie als Unternehmer mit den kommunalen Dienstleistungen der Stadt Ebern?	40
Abb. 36	Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie einem anderen Unternehmer die Stadt Ebern als Standort empfehlen würden? (n=65).....	40
Abb. 37	Haben Sie in den letzten drei Jahren betriebliche Veränderungen durchgeführt? (n=60).....	41
Abb. 38	Planen Sie für die nächsten drei Jahre betriebliche Veränderungen? (n=60).....	41
Abb. 39	Werden Sie für Ihre zukünftige Betriebsentwicklung in Ebern zusätzliche Flächen benötigen? (n=75).....	42
Abb. 40	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (ZV).....	47
Abb. 41	Versorgungs- und Gewerbezentrum West	51
Abb. 42	Zentrenhierarchie Ebern.....	52

Abb. 43	Schutzgebiete A3.....	53
Abb. 44	Schutzgebiete und wassersensible Bereiche.....	54
Abb. 45	Weitere Ausschlussgebiete	54
Abb. 46	Mögliche Nachnutzer der Aldi-Immobilie	56
Abb. 47	Einzugsgebiet Lebensmittel und Drogerieartikel.....	59

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Tourismuskennziffern im Vergleich.....	12
Tab. 2	Ungedeckte Umsatzpotenziale.....	18
Tab. 3	Leerstände.....	30
Tab. 4	Einzelhandelsverkaufsflächen nach Sortimenten	57
Tab. 5	Ungedeckte Umsatzpotenziale im Eberner Einzelhandel	58
Tab. 6	Städtebauliche Verträglichkeitsberechnung Lebensmittel.....	61
Tab. 7	Städtebauliche Verträglichkeitsberechnung Drogerieartikel	62
Tab. 8	Verträglichkeit gemäß LEP 2018.....	64
Tab. 9	Empfehlungsübersicht	69

1 Aufgabenstellung

Ausgangslage

Wie in vielen anderen Mittelzentren, führt auch in der Stadt Ebern der Strukturwandel im Einzelhandel zur Notwendigkeit einer aktiven und vorausschauenden Standortpolitik. Nur mit einer solchen Politik kann Ebern als Nahversorgungs- und Einzelhandelsstandort nachhaltig gesichert werden.

Für die Stadt Ebern wurde daher bereits im Jahr 2006 ein Einzelhandelskonzept erarbeitet, welches Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung vorgab. Dieses wird nun fortgeschrieben und damit an die veränderten Rahmenbedingungen angepasst.

Das Konzept setzt die Stadt Ebern in die Lage, die Handels- und Stadtentwicklung so zu lenken, dass sie in ihrer Position als Einzelhandelsstandort gestärkt wird.

Auftrag

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ebern aus dem Jahr 2006

Auftraggeber:

Auto Scholz GmbH & Co. KG
Herr Michael Eidenmüller
Kärntenstraße 1

96052 Bamberg

Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Michael Seidel (Projektleitung)
M. Sc. Susanne André

Analysezeitraum

Januar 2017 bis April 2018

Stand der Einzelhandelserhebung: Mai 2017

Aufgabenstellung / Inhalte

- Ermittlung aktueller Strukturdaten für die Stadt Ebern
- Bestandsanalyse des Einzelhandels sowie weiterer zentrenrelevanter Nutzungen in Ebern
- Unternehmerbefragung
- Ermittlung Markt- und Umsatzpotenzial Einzelhandel
- Festlegung gesamtstädtischer Entwicklungsziele
- Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches
- Einzelhandelskonzeption mit Standort- und Branchenempfehlungen
- Verträglichkeitsuntersuchung

2 Strukturdaten

2.1 Planerische Rahmendaten

Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)

Das LEP von 2006 wurde 2013 umfassend reformiert und ist in seiner aktuellen überarbeiteten Fassung seit 1. März 2018 rechtskräftig. Als Instrument der Landesbehörde werden die daraus resultierenden neuen Vorgaben nun sukzessive auf der Ebene der regionalen Planungsverbände umgesetzt.

Mit der Reform des LEP ergeben sich für den Einzelhandel und die Planung von Einzelhandelsprojekten neue Rahmenbedingungen, wovon die wesentlichen Änderungen hier kurz aufgeführt werden:

- Die Zentrale-Orte-Hierarchie wurde von 3 auf 5 Stufen eingeteilt: den Grund-, Mittel- und Oberzentren wurden Regionalzentren und Metropolen zur Seite gestellt. Die 2013 eingeführte Kategorie „Grundzentrum“ umfasst die bis dahin als Unterzentren, Kleinzentren und Siedlungsschwerpunkte festgelegten Gemeinden. Mit der Einführung der Grundzentren hatte sich 2013 die Anzahl der Zentralen Orte, in denen großflächige Einzelhandelsprojekte grundsätzlich zulässig sind, nahezu verdoppelt.
- Maßgeblich für die Bewertung und Zulässigkeit von Einzelhandels-großprojekten sind „Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereiche“, die als Grundlage für die Berechnung spezifischer Abschöpfungsquoten heranzuziehen sind. Aufgrund der Abgrenzung anhand von Isochronen kommt es dabei zu teils stärkeren Überlappungen der Verflechtungsbereiche.
- Die frühere bestehende Einteilung in (nahversorgungs-), innenstadt- bzw. nicht-innenstadtrelevante Sortimente wurde 2013 durch die Einführung von drei neu bezeichneten Bedarfsgruppen

(Nahversorgungsbedarf, Innenstadtbedarf und Waren des sonstigen Bedarfs) ersetzt und hat weiterhin Geltung.

Zentralörtliche Einstufung der Stadt Ebern

Zentrale-Orte-Stufe: Mittelzentrum

Einwohner: 7.333 (31.12.2016)¹

Landkreis: Haßberge

Regierungsbezirk: Unterfranken

Die Stadt Ebern liegt im Landkreis Haßberge und ist gemäß Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen. Sie ist dem Regierungsbezirk Unterfranken zugeordnet und zählt 36 Stadtteile.

Ebern ist laut LEP 2018 Bestandteil eines Teilraums mit besonderem Handlungsbedarf und hat somit „einen besonderen Anspruch auf Teilhabe an der wirtschaftlichen Entwicklung“.

Für den Bereich Einzelhandel sind im LEP 2018 noch folgende für Ebern als zentraler Ort relevanten Aussagen formuliert:

- Mittelzentren sollen zentralörtliche Einrichtungen des gehobenen Bedarfs vorhalten (G 2.1.3 Abs. 3 LEP)
- Die als Mittelzentrum eingestuften Gemeinden, die Fachplanungsträger und die Regionalen Planungsverbände sollen darauf hinwirken, dass die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt wird (G 2.1.7 LEP).

¹ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

- Flächen für Betriebe im Sinn des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig
 - für Betriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,
 - für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.

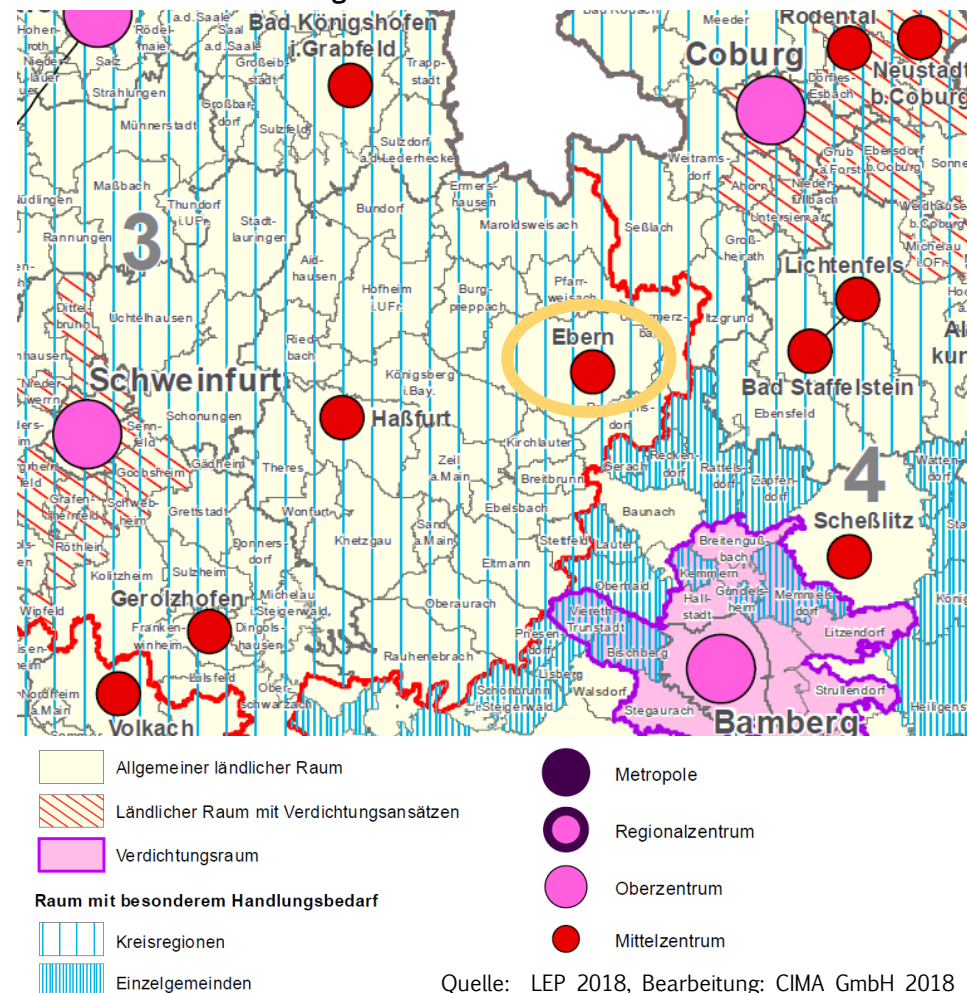
Ebern ist als Mittelzentrum ein geeigneter Zentraler Ort und darf damit auch Einzelhandelsgroßprojekte mit überwiegend sonstigem Bedarf ausweisen (Z 5.3.1 LEP).

- Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen 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 vorliegen (Z 5.3.2 LEP).
- Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,
 - soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,

- soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30 v.H.

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen (Z 5.3.3 LEP).

Abb. 1 Zentralörtliche Lage

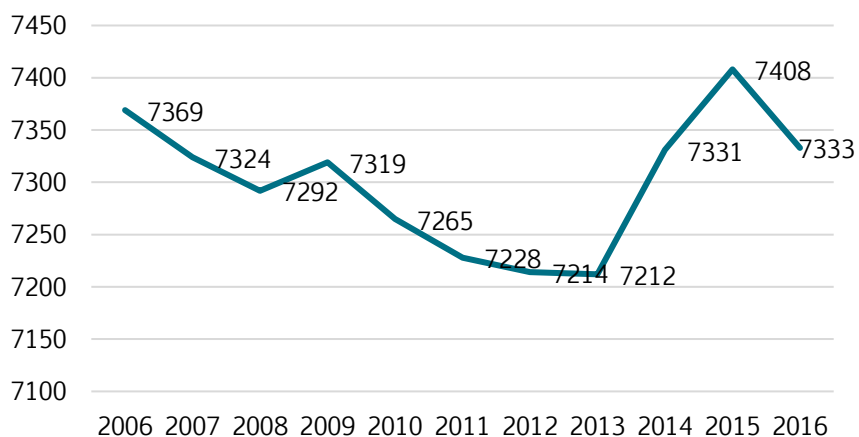


2.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Bevölkerung

Die Stadt Ebern hatte am 31.12.2016 7.333 Einwohner². Die Einwohner verteilen sich auf insgesamt 36 Ortsteile.

Abb. 2 Bevölkerungsentwicklung Ebern 2006 – 2016



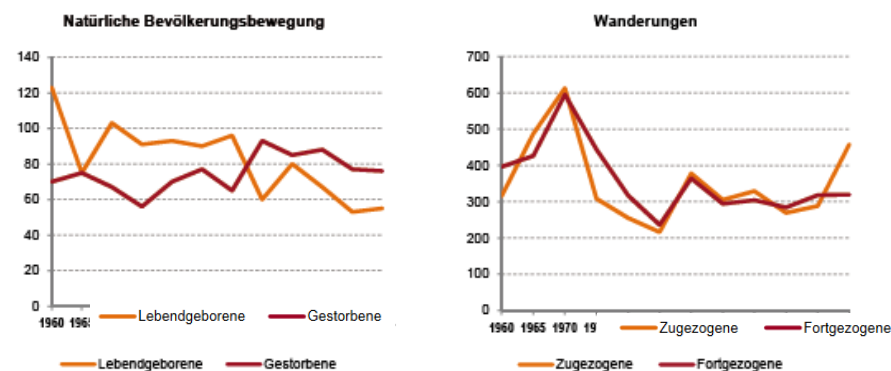
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2016
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Die obenstehende Abbildung zeigt, dass die Bevölkerungsentwicklung in Ebern in der vergangenen Dekade vergleichsweise stabil verlaufen ist. Es sind lediglich leichte Schwankungen festzuhalten, die ihren Bevölkerungstiefpunkt in den Jahren 2012/2013 aufwiesen. Seither sind wieder Bevölkerungszuwächse festzustellen.

Die Bevölkerungsentwicklung hängt in Ebern unmittelbar mit den Wanderungsgewinnen oder -verlusten zusammen. Die natürliche Bevölkerungsentwicklung, dargestellt durch den Geburtensaldo

(Geburten abzüglich Sterbefälle), war in den letzten 20 Jahren nahezu durchgehend negativ. Da die Zuwanderung gegenüber der Abwanderung seit 2012 etwas überwiegt, stellt sich ein leichter Trend in Richtung Bevölkerungszunahme ein.

Abb. 3 Natürliche Bevölkerungsbewegung und Wanderungen



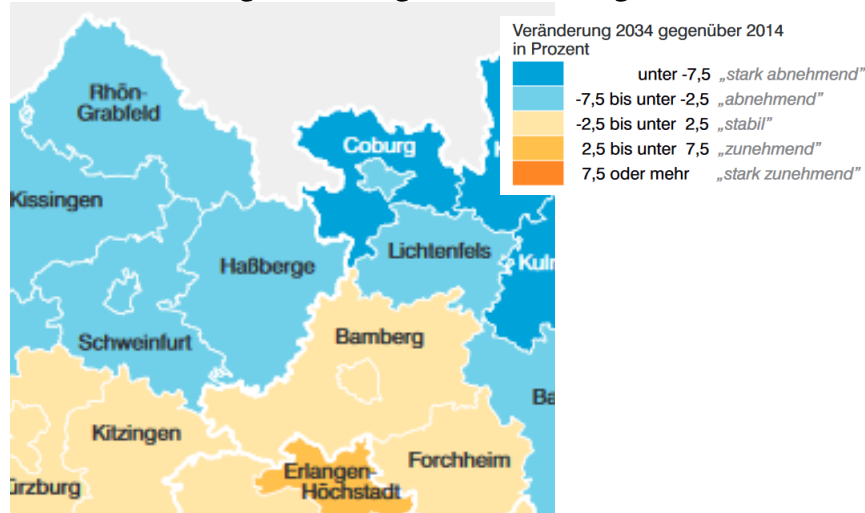
	Gebur- tensaldo	Wanderungs- saldo	Gesamtsaldo
2010	-24	-30	-54
2011	-31	-25	-56
2012	-37	+23	-14
2013	-38	+34	-4
2014	-21	+140	+118

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Statistik Kommunal, 2016
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

² Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2016

Nach den Prognosen des statistischen Landesamtes Bayern wird innerhalb Deutschlands – bedingt durch den demographischen Wandel – regional mit sehr unterschiedlichen Bevölkerungsentwicklungen zu rechnen sein. Im Ebern sowie dem Umland ist insgesamt von einer negativen Bevölkerungsentwicklung auszugehen.

Abb. 4 Bevölkerungsentwicklung bis 2034 – Prognose

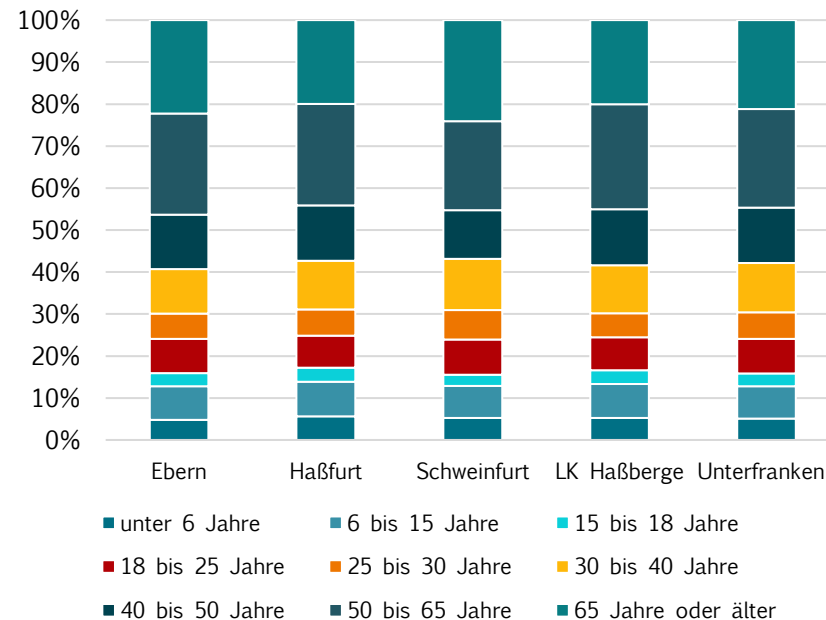


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2016
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Altersstruktur

Ende 2016 waren ca. 16,0 % der Eberner Bevölkerung jünger als 18 Jahre, ca. 22,3 % waren älter als 65 Jahre. Die Altersgruppe der sogenannten erwerbsfähigen Personen liegt mit rd. 61,7 % etwas unter dem bayerischen Durchschnitt (rd. 63,4 %). Verglichen mit den Städten Haßfurt und Schweinfurt sowie dem Landkreis Haßberge und dem Regierungsbezirk Unterfranken liegt der Anteil dieser Altersgruppe ungefähr im Durchschnitt.

Abb. 5 Altersstruktur im Vergleich (31.12.2016)

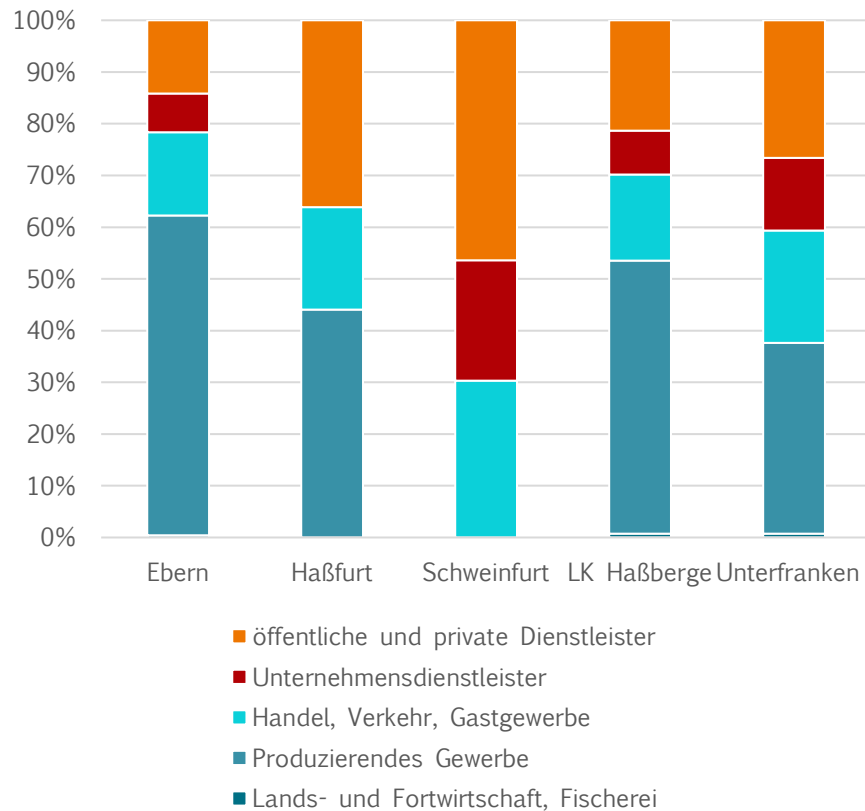


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2016
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Beschäftigung und Wirtschaft

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort lag in Ebern am 31.12.16 bei 4.047. Hiervon waren weniger als 1 % dem Wirtschaftsbereich „Land- und Forstwirtschaft, Fischerei“ zuzuordnen. Mit rd. 61,8 % arbeitete der Großteil der Bevölkerung im produzierenden Gewerbe. Ca. 16,1 % sind im Bereich „Handel, Gastgewerbe und Verkehr“ beschäftigt, weitere rd. 7,5 % im Bereich „Unternehmensdienstleistungen und ca. 14,2 % im Bereich öffentliche und private Dienstleistungen.

Abb. 6 Wirtschaftsstruktur im Vergleich (31.12.2016)

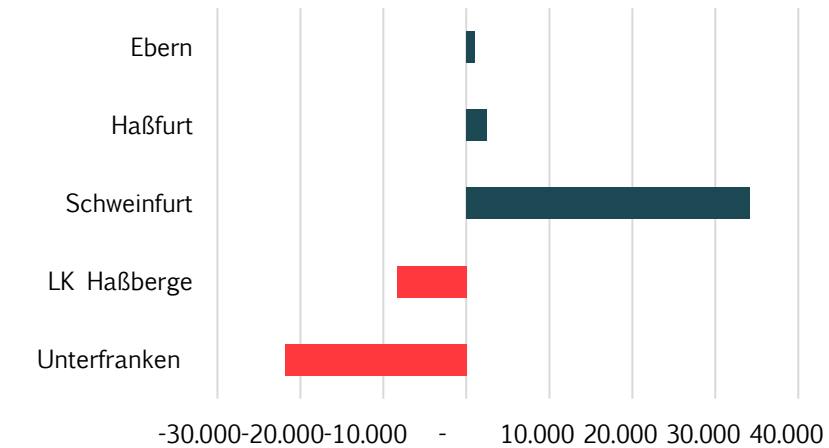


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2016
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Pendlersaldo

Aus der Gegenüberstellung von insgesamt 4.047 Beschäftigten am Arbeitsort und 3.021 Beschäftigten am Wohnort ergibt sich für die Stadt Ebern mit 1.026 ein positiver Pendlersaldo. Die Vergleichsstädte Haßfurt und Schweinfurt weisen ebenfalls positive Pendlersalden auf.

Abb. 7 Pendlersalden Stichtag: 30.06.2016



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Statistik, 2016
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Tourismus

Tab. 1 Tourismuskennziffern im Vergleich

Verwaltungseinheit	Gästebetten	Gäste-ankünfte	Gästeüber-nachtungen	Tourismusintensität (Übernachtungen pro 1.000 EW)	Aufenthaltsdauer in Tagen
Ebern	131	13.875	24.480	3.304,5	1,8
Haßfurt	207	12.684	22.669	1.707,3	1,8
Schweinfurt	1.526	130.375	228.764	14.264,7	1,8
LK Haßberge	1.948	113.671	219.697	2.597,4	1,9
Unterfranken	41.733	2.959.758	7.142.693	5.468,9	2,4

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2017

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Die Kennziffer der Tourismusintensität (Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner) erlaubt einen Vergleich touristischer Destinationen und spielt eine wichtige Rolle zur Einschätzung weiterer Potentiale und Entwicklungschancen im Segment Freizeit und Erholung. Zur Vergleichbarkeit wurde auf Datenmaterial der amtlichen Landesstatistik zurückgegriffen. Hier werden lediglich Betriebe mit mindestens 9 Betten erhoben. Die Tourismusintensität fällt in Ebern im Vergleich mit Haßfurt und dem Landkreis Haßberge deutlich überdurchschnittlich aus. Die Stadt Schweinfurt nimmt in der Region eine deutlich wichtigere Position als Tourismusdestination ein.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag in Ebern 2017 bei 1,8 Tagen. Dieser Wert liegt ungefähr im Schnitt mit den regionalen Vergleichswerten.

Fazit

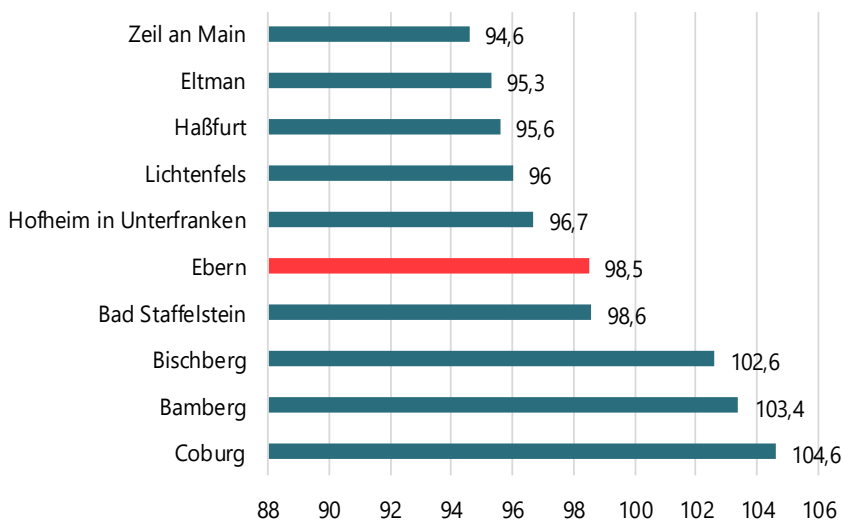
Aufgrund der insgesamt stabilen Bevölkerungszahlen in Ebern ist für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ebenfalls von stabilen Rahmenbedingungen auszugehen.

Positiv auf die Handelslandschaft wirken sich zudem der positive Pendlersaldo sowie die hohe Tourismusintensität aus.

3 Standortrahmenbedingungen des Einzelhandels

3.1 Kaufkraft

Abb. 8 Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern (KKZ) 2017



Quelle: BBElcimaImbResearch, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der Bevölkerung ab, das wiederum Folge der Wirtschaftskraft dieser Region ist. Der bundesdeutsche Durchschnitt von 100 im Vergleich zu Ebern mit lediglich 98,4 sagt aus, dass, wenn ein deutscher Durchschnittsbürger 100 € für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung hat, ein Eberner Bürger nur 98,50 € ausgeben kann.

Wie Abb. 8 verdeutlicht, liegt Ebern in einer, auf den Bundesdurchschnitt bezogen, leicht kaufkraftschwächeren Region.

Die Kaufkraft der Orte im weiteren Umland liegt in einer Spanne von 94,6 (Zeil am Main) und 105,6 (Coburg). Die Stadt Ebern befindet sich somit auf einem für die Region durchschnittlichen Niveau.

3.2 Zentralität und regionale Konkurrenzsituation

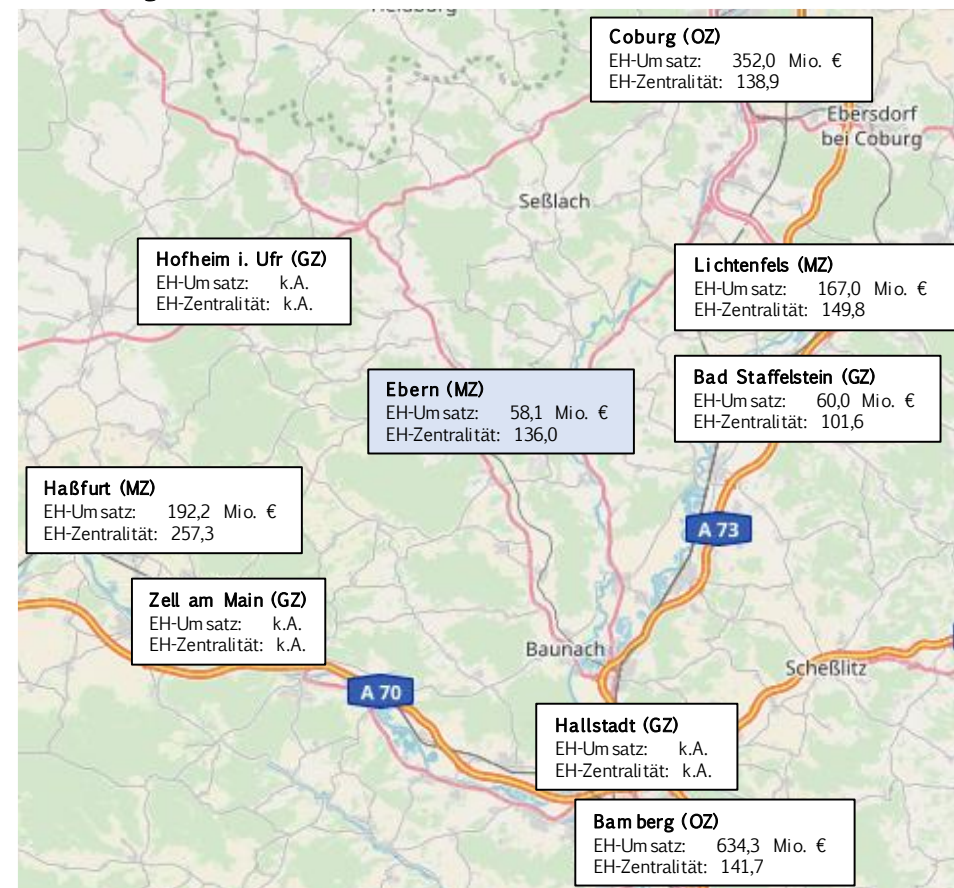
Die Zentralitätskennziffer spiegelt die relative Stärke und Zentralität eines Handelsstandortes in Relation zur örtlich verfügbaren Kaufkraft wider. Die Einzelhandelszentralität wird aus dem Quotienten zwischen Einzelhandelsumsatz und Kaufkraft innerhalb der Stadt gebildet. Ein Wert von 100 bedeutet demnach, dass Umsatz und Kaufkraft genau gleich sind. Bei einem Wert über 100 übersteigt der Umsatz die Kaufkraft entsprechend, es gibt also per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus umliegenden Regionen. Ein Wert unter 100 signalisiert einen entsprechenden Kaufkraftabfluss.

Der Eberner Einzelhandel generiert aktuell mit einer von der cima berechneten **Einzelhandelszentralität** von rd. **136,0** deutlich mehr Umsatz als an Kaufkraftvolumen in der Stadt Ebern tatsächlich vorhanden ist. Dies bedeutet, dass ein großer Teil des Umsatzes in Ebern aus den umliegenden Gemeinden generiert wird. Kaufkraftzuflüsse in Mittelzentren sind unter landesplanerischen Gesichtspunkten funktional und entsprechen der Einstufung der Stadt Ebern als Mittelzentrum.

Die kartographische Übersicht zur regionalen Konkurrenzsituation zeigt, dass Ebern derzeit über die niedrigste Zentralität im Wettbewerbsumfeld verfügt und auch bundesweit deutlich unter dem Durchschnitt liegt (Bundesdurchschnitt = 100).

Die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ebern wird maßgeblich von der Konkurrenzsituation bestimmt. Vorrangig verhindern die mittelzentralen Angebote in Haßfurt sowie das oberzentrale Angebot der Stadt Bamberg eine höhere Handelszentralität und bieten vor allem für Branchen des mittel- und langfristigen Bedarfs günstigere Standortbedingungen.

Abb. 9 Regionale Konkurrenzsituation



Kartengrundlage: openstreetmap, Datenmaterial: BBElcima!mbResearch 2017;
 Ebern: eigene Erhebung und Berechnung
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

3.3 Einzugsgebiet

Jede Kommune hat, abhängig von den spezifischen Einkaufsstandorten, Wochentagen (normaler Werktag, Markttag oder Samstag) und Jahreszeit (z.B. Vorweihnachtszeit) i.d.R. eine Vielzahl verschiedener Einzugsgebiete, die sich gegenseitig überlagern.

Das Einzugsgebiet der Stadt Ebern wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Ebern,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger Magnetbetriebe,
- Lage zu anderen Zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- Nähe zu Konkurrenzorten,
- Attraktivität der Wettbewerbsstandorte im Umland,
- die „Sogkraft“ des Angebotes in den Konkurrenzorten.

Das Kerneinzugsgebiet, welchem die höchste Kaufkraftbindung zu unterstellen ist, umfasst lediglich die Stadt Ebern selbst. Darüber hinaus ist auch aus dem vorwiegend ländlichen Umland mit Einkaufsbeziehungen zu rechnen. Die Kommunen Burgpreppach, Maroldsweisach, Pfarrweisach, Untermerzbach, Itzgrund, Rentweinsdorf, Kirchlauter, Breitbrunn, Gerach, Reckendorf und Rattelsdorf bilden das erweiterte Einzugsgebiet der Stadt Ebern.

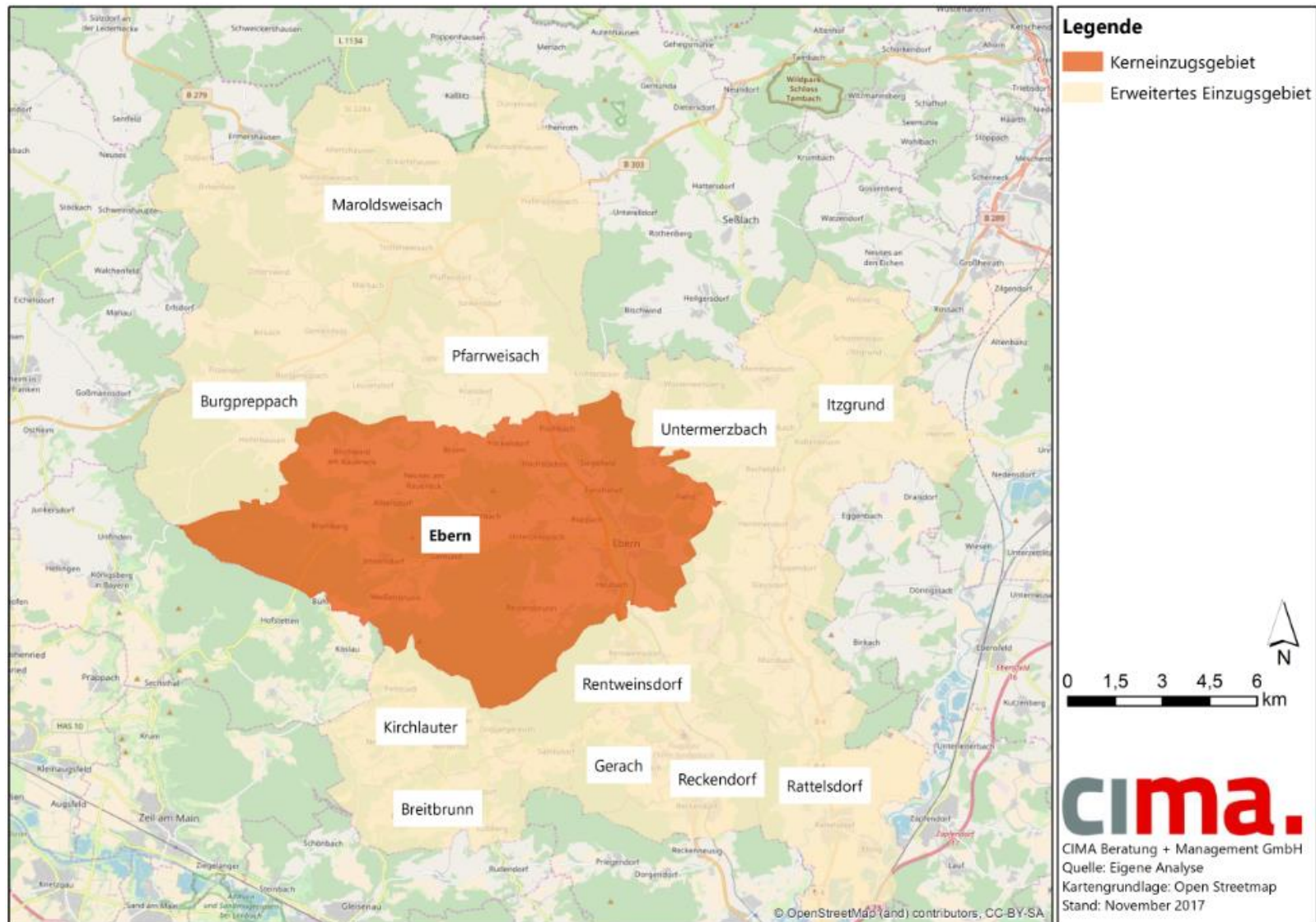
Die Bedeutung Eberns als Versorgungsstandort hat sich in den letzten Jahren auch aus Sicht der Regionalplanung stetig weiter verstärkt.

Dies macht sich auch in der Neuabgrenzung des Einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereiches im Rahmen des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP 2013) bemerkbar, der sich seit der vorhergehenden Abgrenzung im Jahr 2006 um 12.647 Einwohner oder rd. 138 % erweitert hat.

Dieser Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich der Stadt Ebern bezieht sich laut LEP 2013 auf insgesamt **21.795 Einwohner** (zum 1.11.2014).

Demgegenüber umfasst das auf der Folgeseite dargestellte cima-Einzugsgebiet **29.020 Einwohner** (zum 31.12.2016).

Abb. 10 Einzugsgebiet der Stadt Ebern

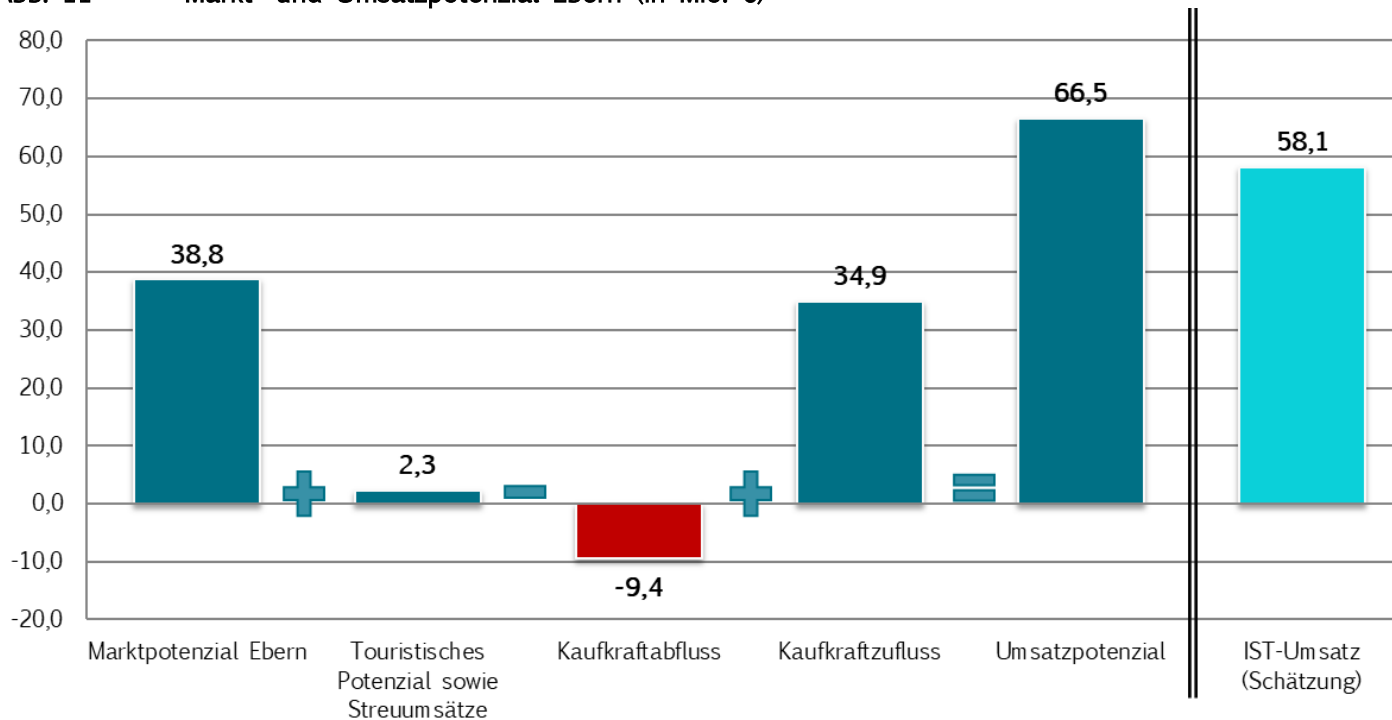


3.4 Markt- und Umsatzpotenziale

Die Höhe des tatsächlichen **bindungsfähigen Umsatzpotenzials** in Ebern errechnet sich aus dem Marktpotenzial des Ortes zuzüglich touristischer Potenziale (inkl. Streuumsätze) unter Berücksichtigung der rechnerisch ermittelten Kaufkraftab- und -zuflüsse. Einerseits wird

ein Teil des Marktpotenzials (der verfügbaren Kaufkraft der Eberner Bevölkerung sowie der Kaufkraft der Übernachtungs- und Tagesgäste) durch Einkäufe in andere Orte abfließen, andererseits wird ein Teil der Bevölkerung des Umlandes Einkäufe in Ebern tätigen.

Abb. 11 Markt- und Umsatzpotenzial Ebern (in Mio. €)



Quelle: eigene Berechnungen
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Von dem am Ort vorhandenen Marktpotenzial einschließlich des touristischen Potenzials in Höhe von 41,1 Mio. € sind Abflüsse in Höhe von rd. 9,4 Mio. € oder rd. 23% in die Konkurrenzcentren zu erwarten. Diesen Abflüssen stehen potenzielle Zuflüsse in Höhe von 34,9 Mio. € gegenüber. Das resultierende Umsatzpotenzial von 66,5 Mio. € kann vom bestehenden Einzelhandel zur Zeit jedoch nicht vollständig gebunden werden: der aktuell im Eberner Einzelhandel realisierte Ist-Umsatz beläuft sich nach unserer Schätzung auf 58,1 Mio. €.

Aus dem gesamten **bindungsfähigen Umsatzpotenzial** des Eberner Einzelhandels ergibt sich unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Konsumenten, des vorhandenen branchenspezifischen Einzelhandelsbestandes und der je nach Betriebsform, Branche und Standort zu erwartenden Flächenproduktivität die Dimensionierung der in der Stadt Ebern zusätzlich möglichen marktfähigen bzw. erforderlichen Verkaufsflächen.

In der Einzelbetrachtung ergeben sich für die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Branchenbereiche teils nicht gedeckte Umsatzpotenziale. Es handelt sich bei den Angaben um **theoretische Bedarfe**, die im Einzelfall auch durch eine höhere Flächenproduktivität bzw. Erweiterungsflächen in vorhandenen Betrieben oder in Form von Randsortimenten kompensiert werden können.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick, wie sich die ungedeckten Umsatzpotenziale auf die einzelnen Einzelhandelsbranchen verteilen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Potenziale den Bestandsanbietern als Wachstumspotenzial vorbehalten sein muss, um den Betrieb zu erhalten und sich ändernden Marktanforderungen und Kundenansprüchen anpassen zu können. Entscheidend wird deshalb auch ein gewisser Erneuerungs- und Konzentrationsprozess insbesondere in der Innenstadt sein. Die größte Herausforderung für den Eberner Einzelhandel wird in der Schaffung adäquater,

marktgerechter und vermarktungsfähiger Verkaufsflächen in attraktiver Erdgeschosslage im Kernort und hier insbesondere im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bestehen.

Tab. 2 Ungedeckte Umsatzpotenziale

Sortiment	Ungedecktes Umsatzpotenzial
Lebensmittel, Reformwaren	1,33 Mio. €
Sportartikel	0,54 Mio. €
Schuhe	0,11 Mio. €
medizinisch-orthopädischer Bedarf	0,31 Mio. €
Möbel	2,89 Mio. €
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	0,51 Mio. €
Lederwaren	0,30 Mio. €
Kfz-Zubehör	1,06 Mio. €
EDV, Telekommunikation	1,33 Mio. €
SUMME	8,38 Mio. €

Quelle: eigene Analyse und Berechnung

Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Die Ausweisung von offenen Umsatzpotenzialen stellt einen Hinweis auf förderungswürdige bzw. zu unterstützende Ansiedlungen in Ebern dar, es muss aber näher spezifiziert werden, welche Qualitäten sich hinter den jeweiligen Empfehlungen verbergen. Diese qualitativen Empfehlungen finden sich in Kapitel 7.3.

4 Analyse der aktuellen Versorgungssituation

4.1 Leistungsdaten und Struktur des Einzelhandels

Die Bestandsaufnahme des Einzelhandels in Ebern erfolgte im Mai 2017 durch die cima. Es wurden alle Betriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Branche, Betriebstyp und Zustand erfasst. Im Bereich

der Innenstadt wurden zusätzlich die sonstigen kundenorientierten Einrichtungen wie Gastronomie oder Dienstleistungen in Erdgeschosslage erhoben.

Abb. 12 Nutzungskartierung Innenstadt Ebern



Quelle: eigene Erhebung, Kartengrundlage: Stadt Ebern; Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

4.1.1 Lageabgrenzung

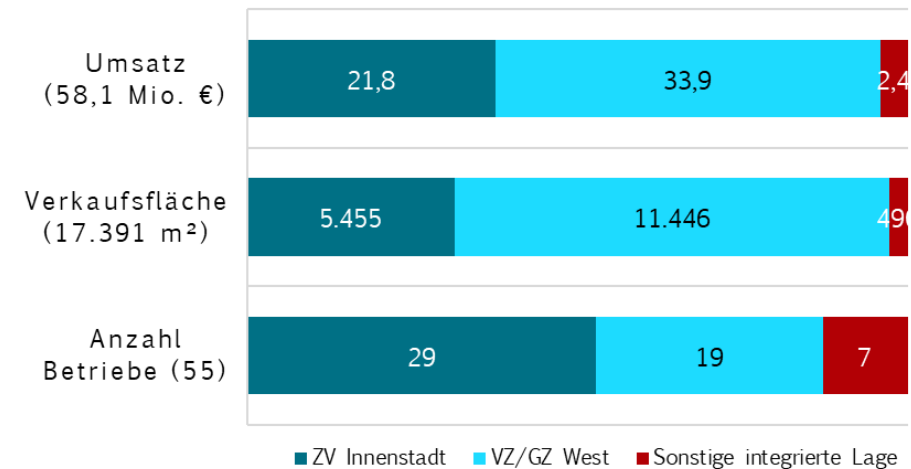
Die Einkaufslagenabgrenzung der CIMA erfolgt ortsspezifisch anhand der Kriterien:

- Passantenfrequenz
- Dichte des Geschäftsbesatzes
- Funktionsmischung (Ergänzungseinrichtungen)
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Angebotsattraktivität
- Filialisierungsgrad
- Funktionslücken, Mindernutzungen und Leerstände

Im weiteren Verlauf der Ausarbeitung werden folgende Lagetypen unterschieden:

- Lage 1:** Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (ZV Innenstadt), im Wesentlichen: Marktplatz, Bahnhofstraße, Kapellenstraße und angrenzende Bereiche
- Lage 2:** Versorgungs- und Gewerbezentrum West (VZ West), im Wesentlichen Alte Ziegelei, Carl-Benz-Straße und angrenzende Bereiche
- Lage 3:** Sonstige Integrierte Lage: alle außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie des Versorgungs- und Gewerbezentrums West liegenden, zusammenhängend bebauten Bereiche in direkter Nähe zur umgebenden Wohnstruktur (auch in der sonstigen Kernstadt, auch den Stadtteilen)

Abb. 13 Einzelhandelsstruktur Stadt Ebern



Quelle: eigene Analyse,
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Zum Zeitpunkt der Erhebung verfügt die Stadt Ebern über eine aktive Gesamtverkaufsfläche von **17.391 m²**, die sich auf **55 Betriebe** verteilt.

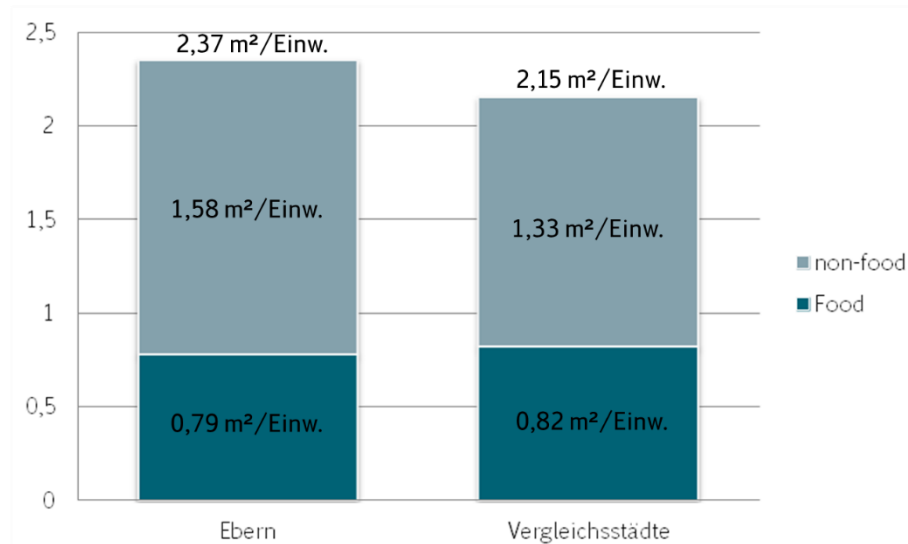
In der **Lage 1**, dem Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, befindet sich mit insgesamt **29 Betrieben** knapp die Hälfte aller Betriebe, die zusammen **rd. 5.455 m² Verkaufsfläche** auf sich vereinen.

Lage 2, das Versorgungs- und Gewerbezentrum West beherbergt mit **19 Einzelhandelsbetrieben** und **11.446 m²** und zwei Drittel der im Stadtgebiet vorhandenen Verkaufsfläche.

In **sonstiger integrierter Lage** befinden sich mit 7 Betrieben auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. **490 m²** lediglich kleinteilige Handelsangebote.

4.1.2 Verkaufsflächen

Abb. 14 Verkaufsfläche je Einwohner im Städtevergleich³



Quelle: cima-Städtevergleich
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Die Verkaufsfläche je Einwohner ist die gebräuchlichste Kennziffer im Städtevergleich und kann einen ersten Anhaltspunkt für die Versorgung im Einzelhandel liefern. Allerdings muss die Interpretation der Daten sehr vorsichtig erfolgen, da unterschiedliche Lagekriterien (z.B. Solitärstädte, Städte in Verdichtungsräumen) unterschiedliche Entwicklungsmöglichkeiten für den Handel nach sich ziehen.

Wie in der obenstehenden Abbildung erkennbar ist, verfügt Ebern im Vergleich mit anderen bayerischen Orten vergleichbarer Größe (8

Mittelzentren zwischen 5.000 und 10.000 Einwohnern, in denen die CIMA seit 2012 den Einzelhandelsbestand erhoben hat) über ein insgesamt höheres Verkaufsflächenaufkommen. Allerdings zeigen sich hier deutliche Unterschiede zwischen den Sortimentsbereichen: Während die Verkaufsfläche pro Einwohner im Lebensmittelsegment leicht unterdurchschnittlich ausfällt, liegt sie im Nonfood-Bereich (alle sonstigen Sortimente) deutlich über dem Schnitt.

Fazit

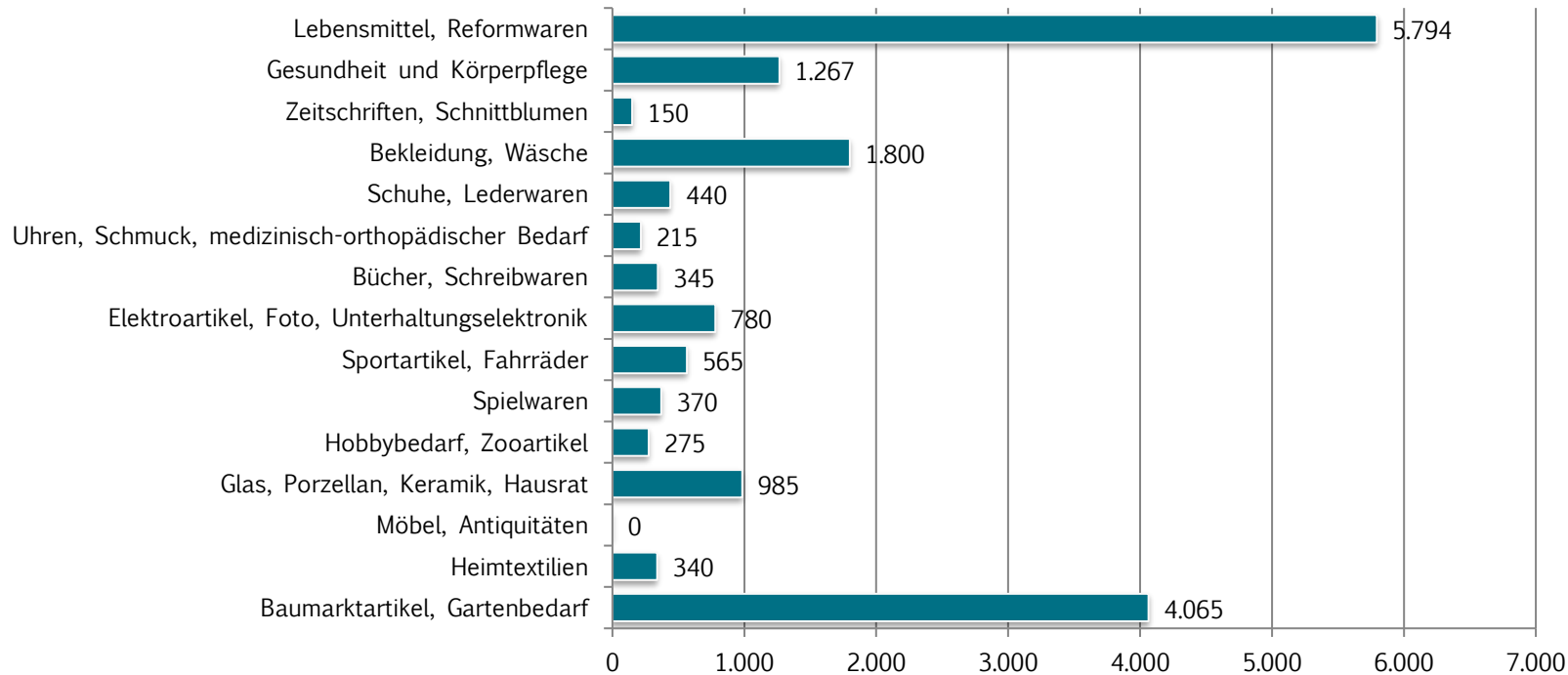
Ebern verfügt im Vergleich zu ausgewählten Mittelzentren ähnlicher Größe in Bayern insgesamt über eine insgesamt leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Allerdings fällt die Verkaufsfläche je Einwohner lediglich im Nonfood-Bereich überdurchschnittlich aus. Im Lebensmittelsegment liegt sie hingegen leicht unter dem Schnitt.

Für die derzeitige und die zukünftige Nachfrage, und damit für eine maß- und sinnvolle Entwicklung des Einzelhandels vor Ort, spielt jedoch vor allem auch die Qualität des Einzelhandelsangebotes eine wesentliche Rolle.

³ cima-Städtevergleich: 8 Mittelzentren zwischen 5.000 und 10.000 Einwohnern, in denen die CIMA seit 2012 den Einzelhandelsbestand erhoben hat

4.1.3 Branchenstruktur des Eberner Einzelhandels

Abb. 15 Verkaufsflächenbestand nach Branchen



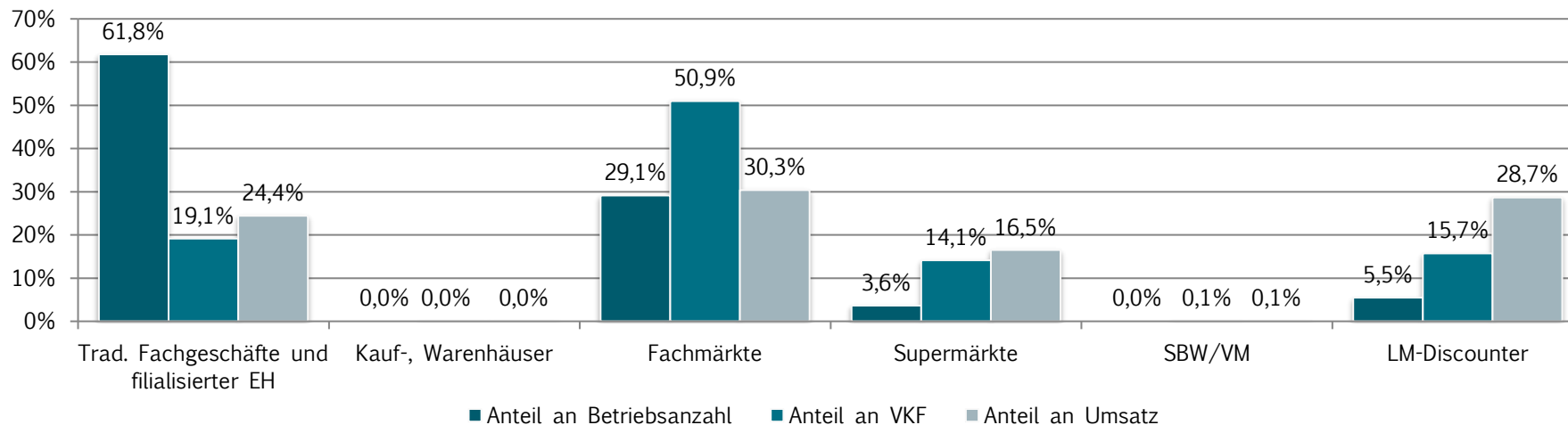
Quelle: eigene Analyse
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Insgesamt wird im Einzelhandel in der Stadt Ebern ein Verkaufsflächenvolumen von rd. 17.391 m² vorgehalten. Bei der Betrachtung der Branchenstruktur lassen sich branchenspezifische Schwerpunkte erkennen. Der Verkaufsflächenschwerpunkt der Stadt Ebern liegt mit 5.794 m² und damit ca. 33 % im Bereich Lebensmittel und Reformwaren sowie mit 4.065 m² bzw. rd. 23 % im Bereich Baumarkt- und Gartenbedarf. Ca. 10 % der Verkaufsflächen entfallen außerdem auf

das Bekleidungssegment. Daneben bestehen nur vergleichsweise geringe Verkaufsflächen in den anderen Branchen. Möbel werden in Ebern überhaupt nicht vorgehalten.

4.1.4 Betriebstypenstruktur des Eberner Einzelhandels

Abb. 16 Betriebstypenstruktur in Ebern



Quelle: eigene Analyse,
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Der Großteil der Einzelhandelsgeschäfte in Ebern (61,8 %) sind Fach- und Spezialgeschäfte. Der deutliche Unterschied zwischen Anteil an der Betriebszahl und Anteil der Verkaufsfläche ist auf die überwiegend kleinteilige Struktur in der Innenstadt und in den integrierten Lagen zurückzuführen.

Fachmarktkonzepte sind – wenngleich sie lediglich ein Drittel der Betriebe ausmachen – flächenmäßig am stärksten vertreten. Ihr Umsatzanteil liegt mit ca. 30,3 % ebenfalls an erster Stelle.

Im Lebensmitteleinzelhandel wird, neben den Spezialgeschäften, der Umsatz in den Betriebstypen Supermärkte und Discounter generiert. In Ebern nehmen Supermärkte und Discounter insgesamt ca. 29,8 % der Handelsflächen ein. Sowohl bei der Verkaufsfläche als auch

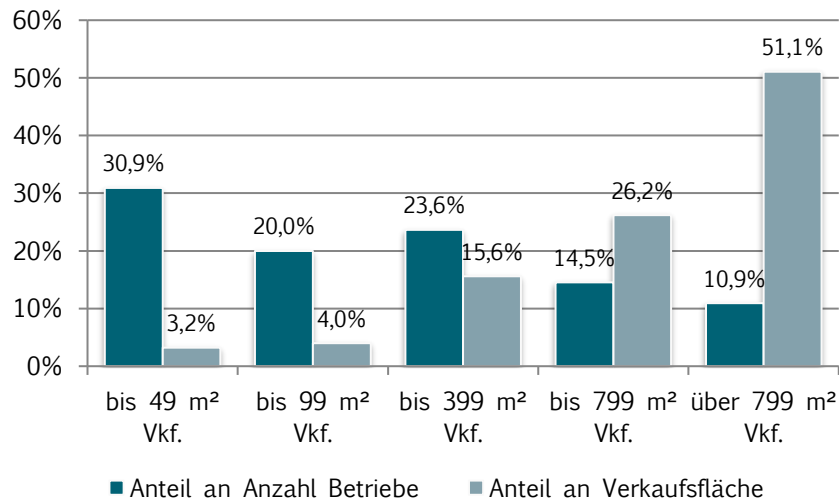
insbesondere beim Umsatz weisen die Lebensmitteldiscounter eine leichte Dominanz gegenüber dem Betriebstyp Supermarkt auf. Einen Verbrauchermarkt oder SB-Warenhaus gibt es derzeit in Ebern nicht, genauso wenig wie den Betriebstyp Kauf- und Warenhaus.

Fazit

Die Betriebstypenstruktur von Ebern ist mit Blick auf die Anzahl der Betriebe vorwiegend von kleinteiligen Fachgeschäften geprägt. Flächen- sowie umsatzseitig dominieren hingegen Fachmarktkonzepte, sowie nachgeordnete auch Lebensmittelsupermärkte und -discounter den Handelsbestand.

4.1.5 Betriebsgrößenstruktur des Eberner Einzelhandels

Abb. 17 Betriebsgrößenstruktur in Ebern



Quelle: eigene Analyse,
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

In Der Stadt Ebern kennzeichnen überwiegend kleinteilige Einzelhandelsbetriebe die Handelslandschaft. Ladenlokale mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche machen bereits die Hälfte aller Geschäfte aus. Insbesondere in der Innenstadt von Ebern sind kleinere, meist inhabergeführte Fachgeschäfte prägend.

Lediglich gut jeder zehnte Betrieb in Ebern überschreitet die Grenze zur Großflächigkeit (ab 800 m²). Allerdings vereinen diese wenigen Betriebe mehr als die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche Eberns.

Die durchschnittliche Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Ebern beläuft sich auf ca. 316 m².

Fazit

Wenngleich kleinteilige Ladenlokale (unter 100 m² VK) hinsichtlich der Anzahl die Handelslandschaft in Ebern dominieren, so entfällt dennoch mehr als die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf großflächige Handelsformate.

4.1.6 Qualitative Bewertung des Einzelhandelsbestands

Zusätzlich zur rein quantitativen Bestandserhebung wurde in Ebern auch eine qualitative Bewertung des Angebotsniveaus und der Warenpräsentation der Einzelhandelsnutzungen vorgenommen.

Das Gutachterteam beurteilte im Rahmen dieses „CIMA-City-Qualitäts-Checks“, basierend auf der Warenpräsentation und der Schaufenstergestaltung der Geschäfte sowie dem äußeren Gesamteindruck, folgende qualitative Kriterien des Einzelhandelsangebotes:

- Zielgruppen- und Qualitätsorientierung (Sortimentsniveau)
- Warenpräsentation/ Ladengestaltung (Gestaltungsniveau)
- Wettbewerbsfähigkeit

Die Bewertungen erfolgten dabei anonym.

Die **Zielgruppen- und Qualitätsorientierung (Sortimentsniveau)** beschreibt im Wesentlichen das Angebotsniveau des örtlichen Einzelhandels. Dabei ist zwischen Unternehmen mit einer eindeutigen Zielgruppenansprache oder einer besonderen Spezialisierung auf ein Angebotsniveau zu unterscheiden. Ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal ist, ob mit einer klaren Werbung für Marken Qualitätsorientierung in den Vordergrund gestellt wird oder ob mittels eindeutiger „Discountorientierung“ nur der Preis als Marketinginstrument eingesetzt wird. Ein hoher Anteil von discountorientierten Betrieben kann Hinweis für eine Orientierung des Einzelhandels auf ein insgesamt unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau sein. Insgesamt werden sechs Kategorien unterschieden:

- **exklusiv, hochwertig, qualitätsorientiert (1):** Betriebe dieser Kategorie sind hoch spezialisiert. Sie positionieren sich über die Angebotsqualität. Marken- und Serviceorientierung stehen im Vordergrund. In der Regel spricht der in jedem Belang professionelle Marktauftritt für einen überdurchschnittlichen Einzugsbereich. Es sind die Einzelhandelsbetriebe, weswegen man den Standort aufsucht.
- **gehobene Mitte, qualitätsorientiert (2):** Die Betriebe dieser Bewertung profilieren sich ebenfalls über eine strikte Qualitätsorientierung. Sie sprechen in der Regel Konsumenten mittlerer und gehobener Einkommensniveaus an. Die Zielgruppe ist in der Regel weiter gefasst. Warenpräsentation und Ladengestaltung greifen in der Regel die Qualitätsorientierung auf.
- **standardisiert, konsumig (3):** Shopkonzepte dieser Orientierung wenden sich an breite Käuferschichten. Trotz einer stärkeren Preisorientierung werden auch Markenwaren als Angebotskompetenz herangezogen. Dabei handelt es sich dann in der Regel um unschwellige Ergänzungsangebote. Im Bekleidungssektor fallen die meisten „Young Fashion“ – Konzepte in dieses Segment. Die Absatzformen sind in der Regel aufgrund ihrer hohen Akzeptanz erfolgreich. In vielen Fällen werden Eigenmarken zur Weiterentwicklung des Firmenimages eingesetzt.
- **discountorientiert (4):** Discountprinzipien stehen im Absatzkonzept dieser Unternehmen im Vordergrund. Das gesamte Betriebskonzept hat sich der Preisorientierung unterzuordnen. Das Discountprinzip lebt von Eigenmarken und „No-name“-Produkten.
- **diffus, keine eindeutige Zielgruppenorientierung (5):** Betriebe, die in diese Kategorie eingeordnet werden, zeigen in ihrem Marktauftritt keine einheitliche Absatzorientierung. Die Betriebe sind meistens durch veraltete Schaufenstergestaltungen

gekennzeichnet. Im Ladeninneren ergibt sich der Eindruck einer ungeordneten, wenig übersichtlichen Warenpräsentation. Ein Qualitätsansatz ist kaum erkennbar.

Die **Warenpräsentation und Ladengestaltung (Gestaltungsniveau)** kennzeichnet konkret den Marktauftritt. Beide Faktoren geben die „Visitenkarte“ des Unternehmens ab. Die Kompetenz eines Betriebes kann durch eine klare Konzeption in der Schaufenster- und Ladengestaltung unterstrichen werden. Folgende vier Kategorien werden unterschieden:

- **top, in allen Ansprüchen genügend (1):** Betriebe mit dieser Bewertung sind durch eine aufwendige Warenpräsentation und Ladengestaltung gekennzeichnet. Beide Elemente tragen maßgeblich dazu bei, die Angebotskompetenz zu unterstreichen. Die Betriebe dekorieren themenorientiert und sind ständig bemüht, durch „pfiffige“ Ideen aufzufallen. Diese Unternehmen sind in ihrer Selbstdarstellung mustergültig und investieren einen beachtlichen Anteil ihrer Erträge in den Marktauftritt.
- **modern, zeitgemäß (2):** Betriebe dieser Kategorie erfüllen professionell die klassischen Kundenerwartungen. Warenpräsentation und Ladenbau entsprechen dem branchenüblichen Niveau und sind in einem alles in allem gepflegten Zustand.
- **normal ohne Highlights, ggf. Optimierungsbedarf (3):** Betriebe dieser Kategorie haben eine standardisierte, nicht besonders auffallende Warenpräsentation. Der Ladenbau ist in der Regel einfach. Die Investitionen in den Marktauftritt sind eher mäßig. Optimierungsbedarf besteht entweder in der einheitlichen Darstellung von Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation sowie der Klarheit der Zielgruppenorientierung oder in der Organisation der Warenpräsentation. Einzelne Betriebe dieser Bewertungskategorie sind durch eine beengte Warenpräsentation, das heißt auch Überfüllung mit Waren gekennzeichnet.

Zu kleine Verkaufsflächen stellen sich als Entwicklungshemmnis heraus.

- **veraltet, renovierungsbedürftig (4):** Die so eingestuften Betriebe machen einen ungepflegten Eindruck. Aus Warenpräsentation und Ladengestaltung ist kein eindeutiges Konzept erkennbar. Die Warenpräsentation ist eher lieblos. Die Ladenmöblierung entspricht in den meisten Fällen nicht den aktuellen Standards und wirkt antiquiert.

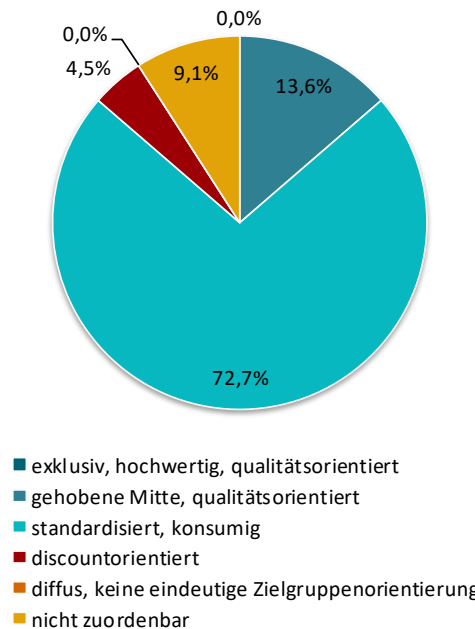
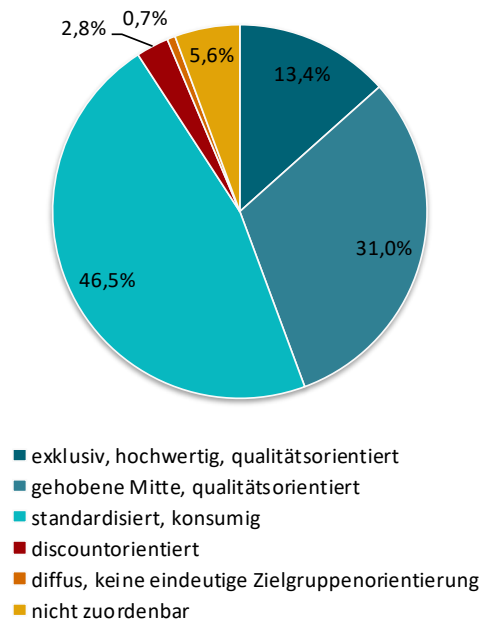
Das Kriterium **Wettbewerbsfähigkeit** bewertet den Marktauftritt der Betriebe im Kontext des aktuellen Strukturwandels im Einzelhandel. Es handelt sich dabei um eine subjektive Einschätzung des CIMA-Experten nach einer Offensichtlichkeitsprüfung, die nicht die betriebswirtschaftliche Situation eines Betriebes widerspiegelt. Es wird eine Abstufung der Bewertung in drei Kategorien vorgenommen:

- **Wettbewerbsfähigkeit hoch:** Diese Betriebe sind ohne Einschränkung langfristig wettbewerbsfähig. Sie erfüllen alle

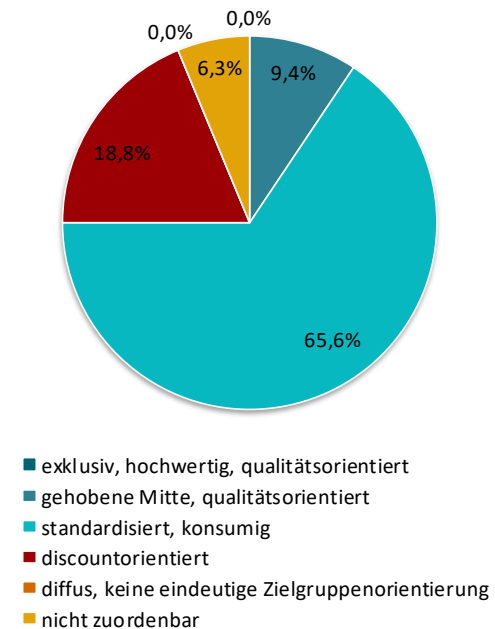
Anforderungen moderner Absatzkonzepte und Betriebsstrukturen.

- **Wettbewerbsfähigkeit mittel:** Diese Betriebe sind langfristig wettbewerbsfähig, wenn sie die Herausforderungen des Strukturwandels im Auge behalten und bereit sind Anpassungen vorzunehmen. Diese betreffen entweder das Marketingkonzept, die Warenpräsentation oder die Größe der Verkaufsfläche. Betriebe mit dieser Bewertung sind in der Regel noch so robust, dass sie wie jene mit hoher Wettbewerbsfähigkeit als langfristig abgesichert angesehen werden können.
- **Wettbewerbsfähigkeit gering:** Diese Betriebe müssen kurzfristig Maßnahmen ergreifen, um eine nachhaltige, langfristige Überlebenschance zu haben. Es handelt sich um Betriebstypen und Absatzkonzepte, die stark durch den aktuellen Strukturwandel herausgefordert sind. Viele dieser Unternehmen leiden unter zu kleinen Verkaufsflächen und einem erheblichen Investitionsstau.

Abb. 18 Qualitative Bewertung: Zielgruppen- und Qualitätsorientierung
Innenstadt sonstige integrierte Lagen



Gewerbe- und Versorgungszentrum West



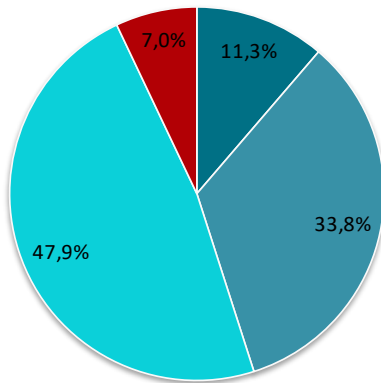
Quelle: eigene Analyse
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Zielgruppenorientierung

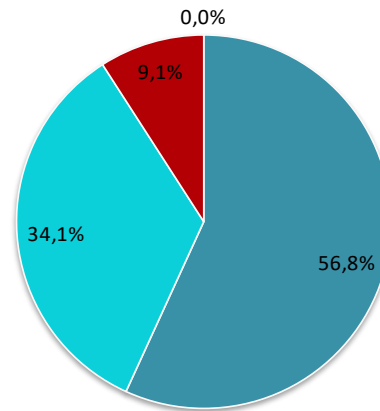
Der „exklusive, hochwertige“ Bedarf (Luxus- sowie hochspezialisierte Güter) ist im Einzelhandel Eberns lediglich zu einem kleineren Teil vertreten (Innenstadt rd. 13,4 %, sonstige integrierte Lagen rd. 13,6 %, VZ West rd. 9,4 %). Dies stellt jedoch für die Stadt Ebern in der derzeitigen Situation keinen Mangel dar. Der Schwerpunkt im Eberner Einzelhandel liegt mit rd. 46,5 % in der Innenstadt, rd. 72,7 % in

sonstigen integrierten Lagen sowie 65,5 % im VZ West auf dem standardisierten, konsumigen Sortimentsniveau. In der Innenstadt ist darüber hinaus knapp ein Drittel als „gehobene Mitte, qualitätsorientiert“ einzuordnen. Discountorientierte Formate finden sich hingegen überwiegend in nicht integrierten Lagen.

Abb. 19 Qualitative Bewertung: Warenpräsentation und Ladengestaltung
Innenstadt sonstige integrierte Lagen

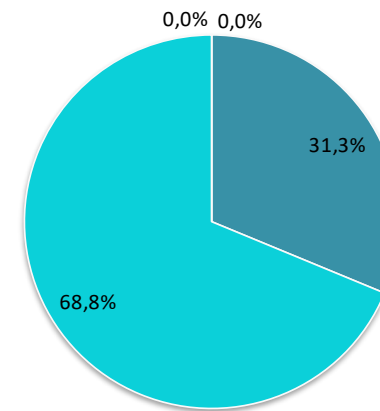


- top, allen Ansprüchen genügend
- modern, zeitgemäß
- normal, ohne Highlights, ggf. Optimierungsbedarf
- veraltet, modernisierungsbedürftig



- top, allen Ansprüchen genügend
- modern, zeitgemäß
- normal, ohne Highlights, ggf. Optimierungsbedarf
- veraltet, modernisierungsbedürftig

Gewerbe- und Versorgungszentrum West



- top, allen Ansprüchen genügend
- modern, zeitgemäß
- normal, ohne Highlights, ggf. Optimierungsbedarf
- veraltet, modernisierungsbedürftig

Quelle: eigene Analyse
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

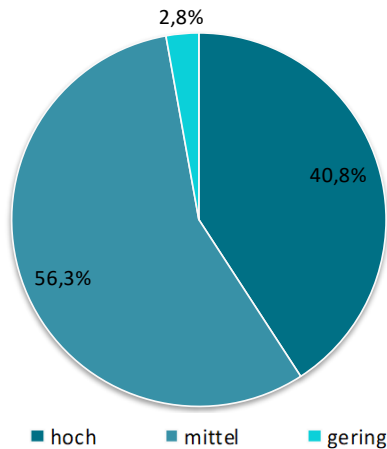
Warenpräsentation und Ladengestaltung

In Warenpräsentation und Ladengestaltung dominieren in der Stadt Ebern moderne, zeitgemäße sowie durchschnittliche Betriebe ohne Highlights den Einzelhandel. Top Anbieter, welche allen Ansprüchen genügen sind lediglich vereinzelt in der Innenstadt vertreten (ca.

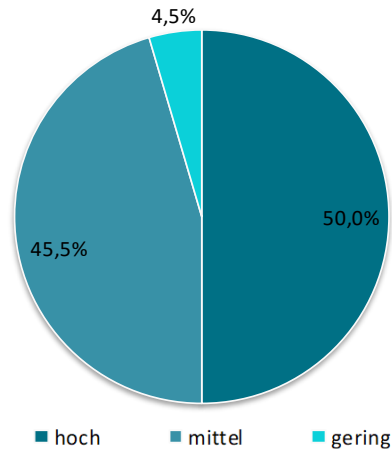
11,3 %). Als alt, modernisierungsbedürftig werden ebenfalls nur sehr wenige Anbieter eingestuft (ca. 7 % in der Innenstadt, rd. 9,1 % in sonstigen integrierten Lagen, kein Anbieter im VZ West).

Abb. 20 Qualitative Bewertung: Wettbewerbsfähigkeit

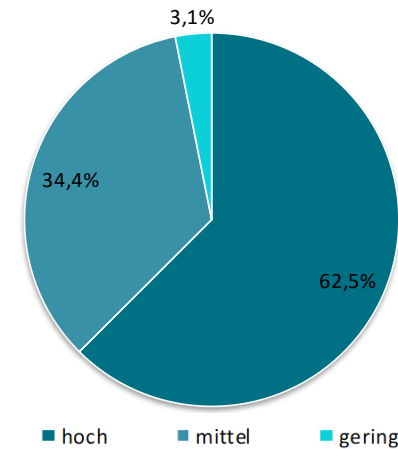
Innenstadt



sonstige integrierte Lagen



Gewerbe- und Versorgungszentrum West



Quelle: eigene Analyse
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Wettbewerbsfähigkeit

Die Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit kann für den außenstehenden Beobachter selbstverständlich nur anhand von Offensichtlichkeitskriterien wie Ladengröße, Sortimentsstruktur oder Erscheinungsbild gemessen werden. Betriebsinterne Faktoren wie Mietfreiheit etc. führen möglicherweise auch dazu, dass manche Betriebe trotz einer schlechteren Bewertung noch länger auf dem Markt verbleiben. Dennoch liefert die Analyse einen wichtigen ersten Hinweis auf die Stabilität der Angebotsstruktur in Ebern.

Demnach weist lediglich ein sehr geringer Anteil (ca. 2,8 % in der Innenstadt, rd. 4,5 % in sonstigen integrierten Lagen, ca. 3,1 % im VZ West) eine geringe Wettbewerbsfähigkeit auf und könnten ohne entsprechende Anpassungsinvestitionen auch bereits kurzfristig vom

Markt verschwinden. Die Mehrheit der bedingt wettbewerbsfähigen Betriebe (rd. 56,3 % in der Innenstadt, rd. 45,5 % der Betriebe in sonstigen integrierten Lagen sowie ca. 34,4 % im VZ West), wird möglicherweise mit einer Verschärfung der Wettbewerbssituation unter Druck geraten, der Anpassungen auch hier zumindest mittelfristig erforderlich macht. Häufig sind die zu geringe Größe des Ladenlokals, problematische Sortimente oder das Gestaltungsniveau die Kriterien, die zu dieser Bewertung führen. Nur hoch wettbewerbsfähige Betriebe sind in der Regel auch bei einer verschärften Konkurrenzsituation in der Lage ihre Marktanteile zu halten. Diese machen ca. die Hälfte aller Anbieter aus (40,8 % in der Innenstadt, 50 % in sonstigen integrierten Lagen, 62,5 % im VZ West).

Fazit

Die Bewertung des Marktauftrittes einzelner Handelsbetriebe in Ebern lässt einen gewissen Investitionsstau erkennen, der sich in veralteten Ladenlayouts und/oder Warenpräsentationen widerspiegelt. Insbesondere im innerörtlichen Facheinzelhandel, der auch einen „Erlebniseinkauf“ vertreten sollte, ist selbst ein durchschnittlicher normaler Marktauftritt heutzutage nicht mehr zeitgemäß. Der Standard, an dem sich die Betriebe in Ebern zwangsläufig orientieren müssen, ist die Konkurrenz in den umliegenden Mittel- und Oberzentren.

Die im Vergleich positive Wettbewerbsfähigkeit darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine größere Zahl von Betrieben nicht in vollem Umfang als konkurrenzfähig angesehen wird.

Eine Anpassung der Warenpräsentation und Ladengestaltung an marktübliche Standards ist deshalb eine wichtige Voraussetzung zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit und zur Profilierung des Einkaufsstandortes Ebern.

4.2 Leerstandssituation

Im Eberner Stadtgebiet wurden im Rahmen der Bestandserhebung insgesamt 24 leerstehende Ladenlokale erfasst:

Tab. 3 Leerstände

	Anschrift	Lage	Bemerkung
1	Alte Ziegelei 6	VZ West	ehem. Schlecker
2	Coburger Straße 1	Innenstadt	ehem. Supermarkt
3	Coburger Straße 2	Innenstadt	ehem. Tegut (Teilfläche)
4	Gleusdorfer Straße 2	Integriert	ehem. Streitsgarten
5	Kapellenstraße 3	Innenstadt	ehem. Feinkost
6	Kapellenstraße 12	Innenstadt	ehem. Reisebüro
7	Kapellenstraße 13	Innenstadt	
8	Kapellenstraße 15	Innenstadt	
9	Kapellenstraße 16	Innenstadt	ehem. Bäcker
10	Kapellenstraße 18	Innenstadt	
11	Kapellenstraße 27	Innenstadt	ehem. Dekoladen
12	Klein-Nürnberg 8	Innenstadt	in Renovierung
13	Marktplatz 10	Innenstadt	zu vermieten
14	Marktplatz 12	Innenstadt	zu verkaufen
15	Marktplatz 20	Innenstadt	ehem. Optiker
16	Marktplatz 36	Innenstadt	
17	Marktplatz 40	Innenstadt	
18	Neubrückentorstraße 1	Innenstadt	ehem. Friseur
19	Neubrückentorstraße 3	Integriert	ehem. Video
20	Ritter-von-Schmitt-Straße 2	Innenstadt	ehem. Metzgerei
21	Ritter-von-Schmitt-Straße 4	Innenstadt	
22	Sandhof 1a	integriert	ehem. Edeka aktiv
23	Spitaltorstraße 2	Innenstadt	Ausstellung
24	Sutte 6	Innenstadt	ehem. Weltladen

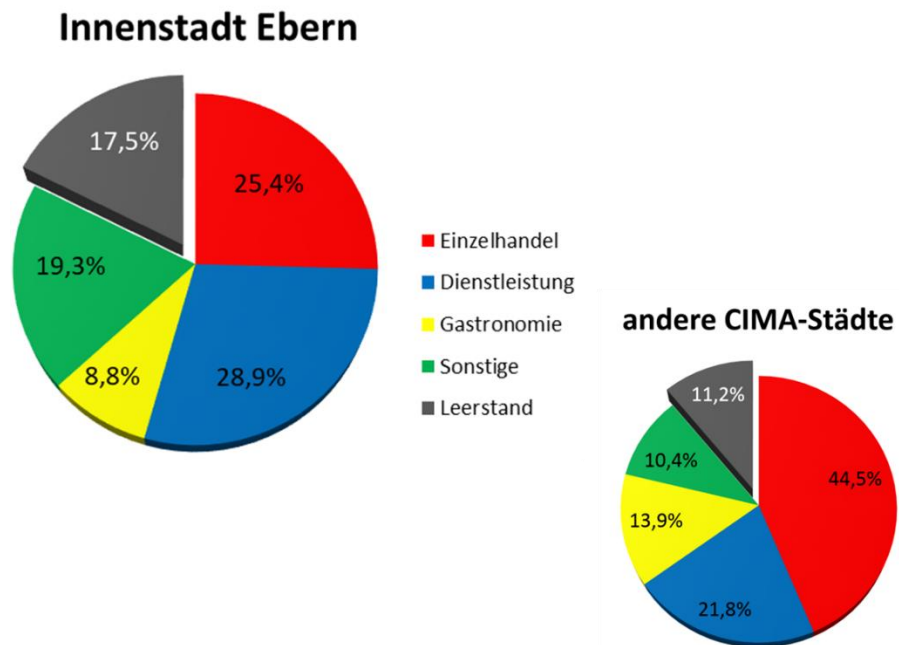
Quelle: eigene Analyse
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Der Großteil der Leerstände befindet sich in der Innenstadt, vorwiegend in der Kapellenstraße und z.T. auf dem Marktplatz. Die Verkaufsflächen waren i.d. Regel nicht zu ermitteln, sodass eine

Information über die gesamte Leerstandsfläche im Rahmen dieser Untersuchung nicht möglich ist.

Bezogen auf die bestehenden Ladenlokale kundenorientierter Nutzungen errechnet sich damit für die Eberner Innenstadt eine Leerstandsquote von 17,5 %.

Abb. 21 Nutzungsmix der Innenstadt im Vergleich



Quelle: Eigene Erhebungen CIMA GmbH
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Darüber hinaus befindet sich ein Teil der leerstehenden Immobilien in einem baulich schlechten Zustand. Von der Größe und dem Zugschnitt der Flächen entsprechen sie meist nicht mehr den aktuellen Marktanforderungen.

Fazit

Mit einer innerstädtischen Leerstandsquote von 17,5 % liegt Ebern deutlich über dem von der cima im Mittel ihrer Untersuchungsstädte erhobenen Wert von 11,2%.

Da der Einzelhandel auch im Städtevergleich unterrepräsentiert ist, sollte anhand der nachfolgenden Empfehlungen (vgl. 7.4) versucht werden, die Leerstände als Chance zum Ausbau des Einzelhandelsangebotes zu nutzen.

5 Unternehmerbefragung

Vorbemerkung und Methodik

Unternehmerentscheidungen beeinflussen die Entwicklung eines Standortes maßgeblich. Informationen zu geplanten (Des)Investitionen, Standortbeurteilung und -wünschen lassen sich am leichtesten durch empirische Erhebungen bei den örtlichen Unternehmen ermitteln.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde daher eine schriftliche Online-Befragung aller wesentlichen Betriebe in Ebern (Industrie, Handwerk, Dienstleistung, Gastronomie, Einzelhandel, Landwirtschaft, freie Berufe) zu ortsspezifischen Fragestellungen durchgeführt.

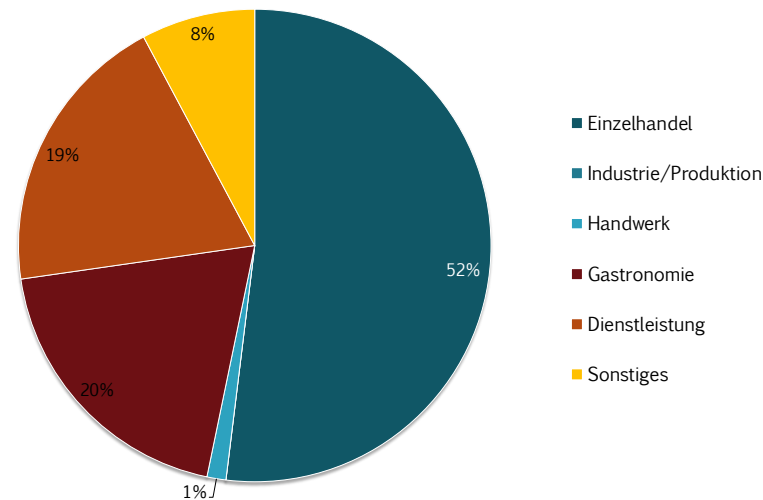
Die Befragung der Unternehmer in der Stadt Ebern wurde online mit Hilfe eines teil-standardisierten Fragebogens durchgeführt. Insgesamt wurden durch die Unternehmen 79 Fragebögen ausgefüllt. Die absolute Zahl von 79 beantworteten Fragebögen entspricht den Erwartungen aus der Erfahrung vergleichbarer Erhebungen und gibt für die Eberner Gewerbetreibenden ein repräsentatives Bild wider.

Befragungszeitraum: März bis Mai 2017

Rücklauf: 79 Fragebögen

Die Anzahl der in die jeweilige Auswertung gelangten Fragebögen ist als n (Grundgesamtheit) in den Grafik-Überschriften vermerkt.

Abb. 22 Zusammensetzung Unternehmerbefragung (n=77)

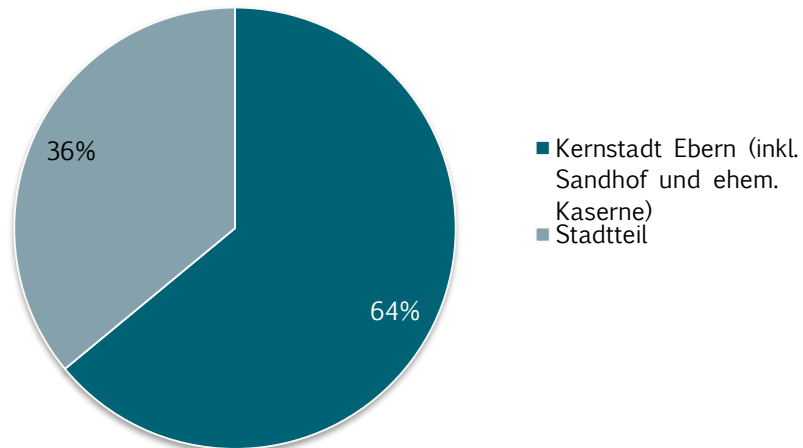


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die Antworten auf den Fragebogen lassen sich nach Gewerbetreibenden im Einzelhandel und im sonstigen Gewerbe (z. B. Dienstleistung, Gastronomie, Handwerk) unterscheiden. Der Anteil derer, die im Bereich des Einzelhandels tätig sind, liegt dabei bei rd. 52 %.

Unternehmensstandort

Abb. 23 An welchem Standort in der Stadt Ebern befindet sich Ihr Betrieb? (n=75)

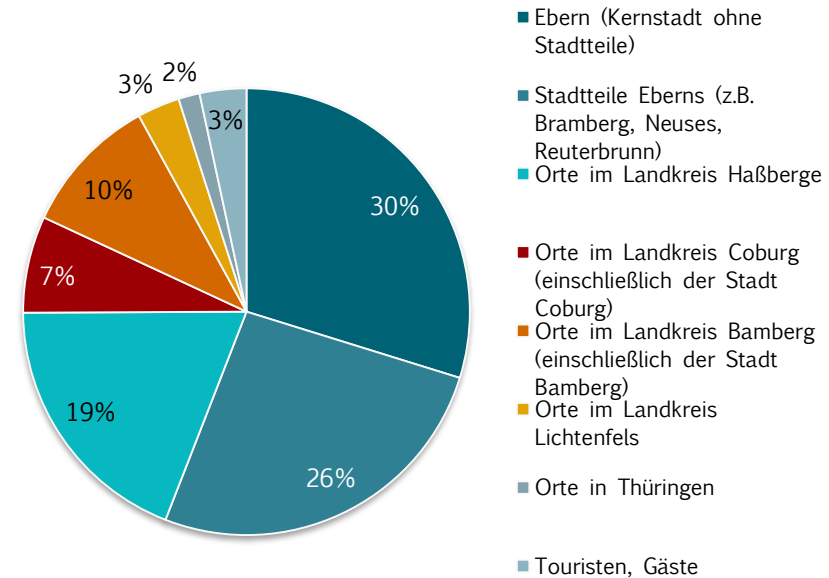


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Mit 64% befinden sich knapp zwei Drittel der antwortenden Betriebe im Kernort von Ebern. Rund ein Drittel ist hingegen in den anderen Stadtteilen verortet.

Kundenherkunft im Einzelhandel

Abb. 24 Welcher prozentuale Anteil Ihrer Kundschaft kommt aus Ebern und welcher von außerhalb? (n=22)

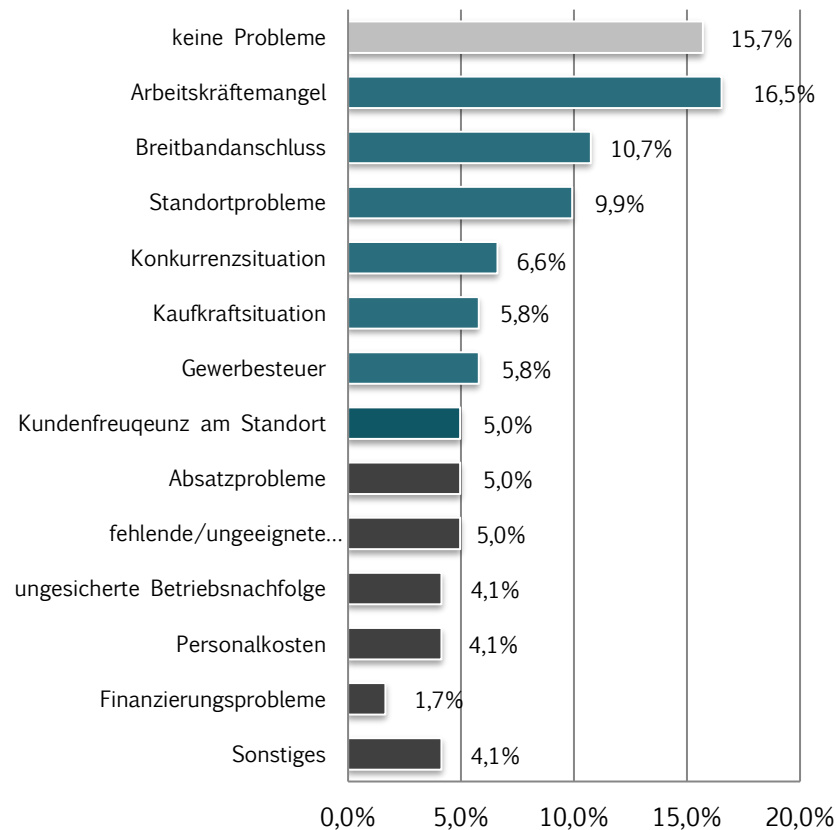


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Kunden, die den Einzelhandel in Ebern aufsuchen, kommen zum größten Teil aus der Kernstadt Ebern und den Stadtteilen (ca. 56 %). Knapp jeder fünfte Kunde kommt außerdem aus dem Landkreis Haßberge.
- Touristen machen nur einen sehr geringen Anteil (ca. 3 %) der Kundschaft im Eberner Einzelhandel aus.

Hauptprobleme der Unternehmen

Abb. 25 Sehen Sie aktuell Probleme für den Bestand oder die Weiterentwicklung Ihres Betriebes in Ebern? (n=60)

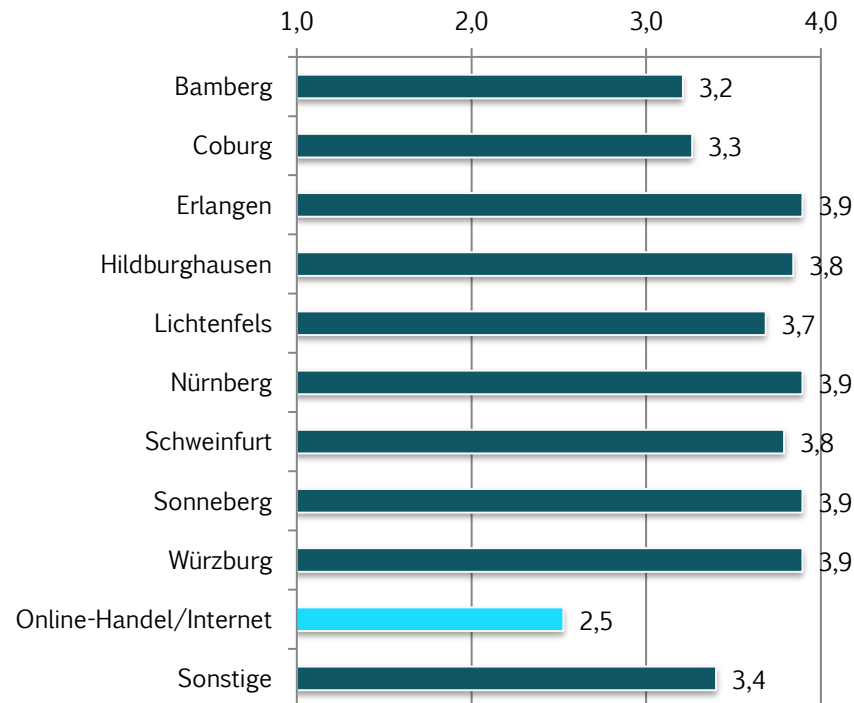


- Auf die Frage nach aktuellen Problemen bei Bestand bzw. Weiterentwicklung des eigenen Betriebs in Ebern gaben rd. 16 % an, keine Probleme zu haben.
- Die drei meistgenannten Punkte zur Frage nach den aktuellen Problemen des eigenen Betriebes in Ebern sind „Arbeitskräftemangel“, „Breitbandanschluss“ sowie „Standortprobleme“.
- Weitere Punkte, die den Bestand oder eine Weiterentwicklung der Unternehmen nach Ansicht der Befragten gefährden könnten, sind „Konkurrenzsituation“, „Kaufkraftsituation“ und „Gewerbesteuer“.

Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Abb. 26 Inwieweit wird die Entwicklung Ihres Betriebes in Bezug auf Umsatz, Sortimentsgestaltung etc. durch andere Anbieter negativ beeinflusst? (n=20)

(1 = sehr stark spürbar, 2 = spürbar, 3 = kaum spürbar, 4 = gar nicht spürbar)

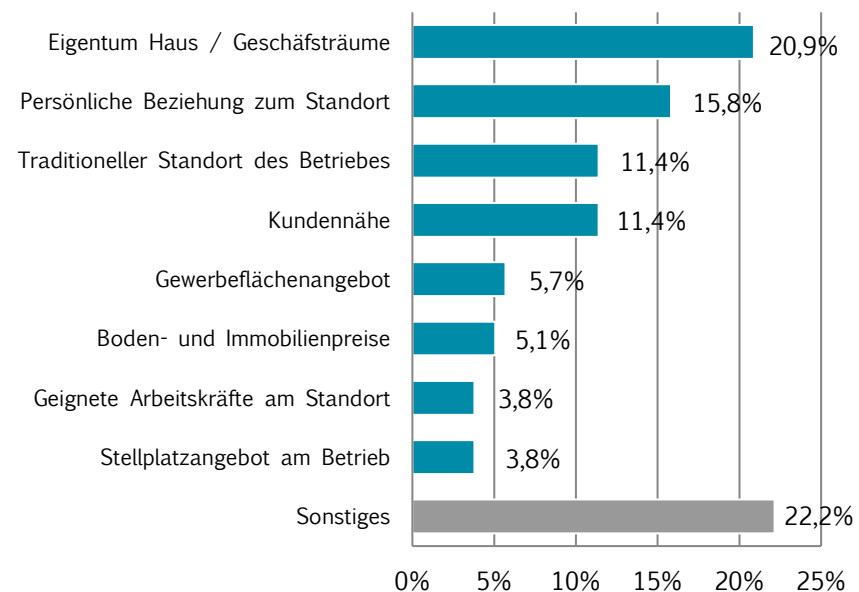


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die Entwicklung der befragten Einzelhandelsbetriebe in Bezug auf Umsatz, Sortimentsgestaltung etc. wird von Anbietern in umliegenden Orten kaum negativ beeinflusst. Die höchste Bedeutung haben hier Coburg und Bamberg.
- Lediglich den Online-Handel geben die Gewerbetreibenden als spürbare negative Entwicklung an.

Standort Ebern

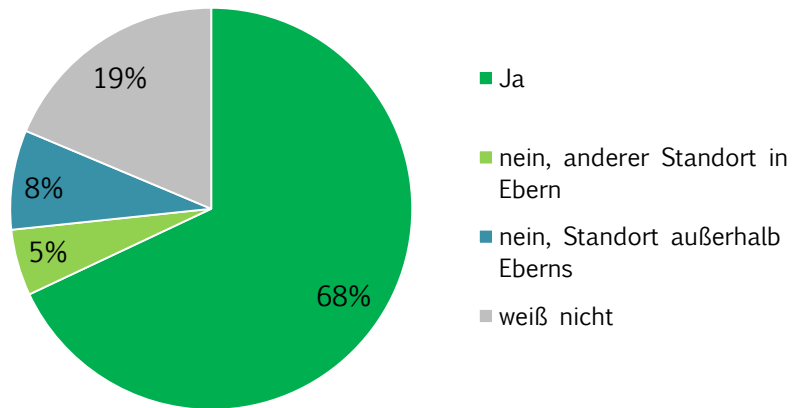
Abb. 27 Welche der angeführten Standortkriterien sind für Ihren Betrieb in Ebern bzw. waren für die Standortwahl entscheidend? (n=60)



Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Als Haupt-Standortkriterien werden bei dieser Frage, bei der Mehrfachnennungen möglich waren, v.a. „persönliche“ Gründe genannt: „Geschäft befindet sich im Eigentum“, „persönliche Beziehung zum Standort“ und „traditioneller Standort des Betriebes“.

Abb. 28 Würden Sie bei einer Neugründung Ihren jetzigen Standort wiederwählen? (n=60)



Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

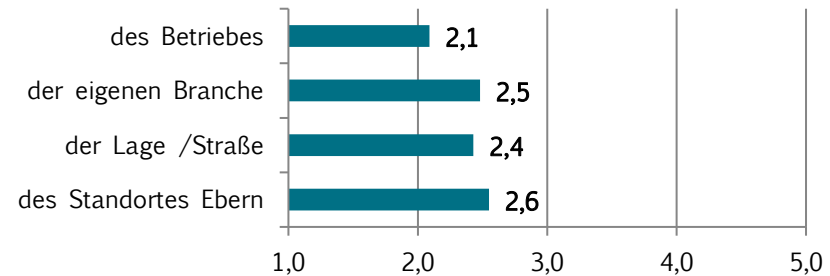
- Der überwiegende Teil, rd. 73 % der Befragten, würden bei einer Neugründung ihres Betriebes wieder einen Standort in Ebern wählen, 68 % sogar wieder ihren jetzigen Standort.
- Lediglich 8% würden sich bei einer Neugründung gegen Ebern entscheiden.
- Ca. 19 % der Befragten sind sich diesbezüglich unsicher.

Standortzufriedenheit

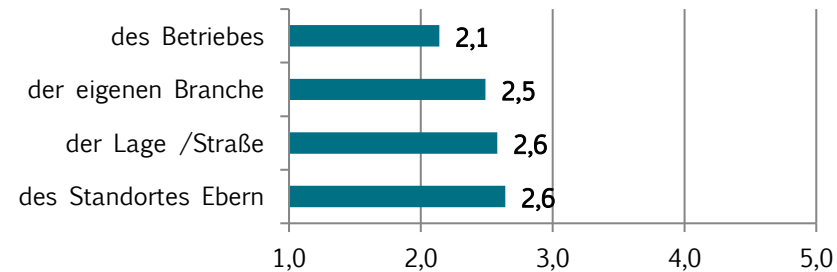
Abb. 29 Wie beurteilen Sie...?

(Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) n=60)

...die gegenwärtige Situation



...die Zukunftsaussichten

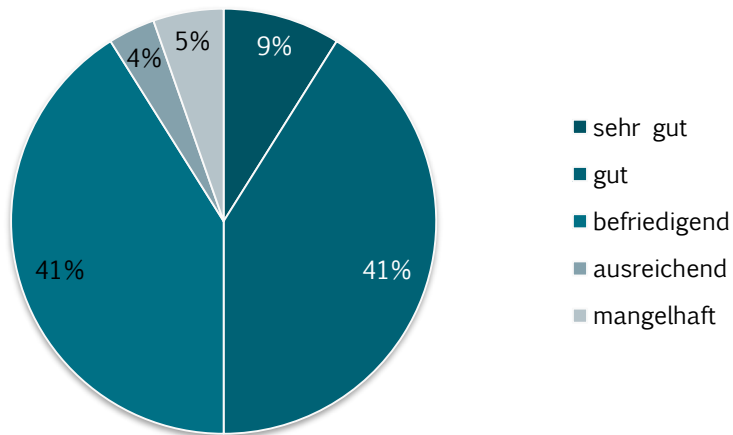


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Sowohl die gegenwärtige Situation als auch die Zukunftsaussichten für den Standort Ebern werden von den Befragten im Durchschnitt etwas besser als befriedigend eingestuft, wobei die Zukunftsaussichten hinsichtlich der Lage / Straße etwas schlechter beurteilt werden, was auf einen gewissen Optimismus schließen lässt.

Abb. 30 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Situation des Standortes Ebern?

(Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft), n=60)

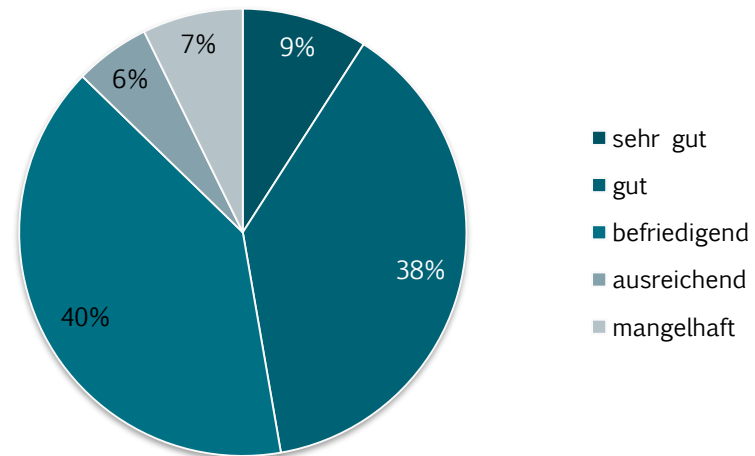


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die Hälfte der Befragten schätzen die gegenwärtige Situation des Standortes Ebern als „sehr gut“ oder „gut“ ein. Ein weiterer Anteil von ca. 41 % empfindet die gegenwärtige Situation als „befriedigend“.
- Lediglich ca. 9 % stufen die Situation in Ebern als „ausreichend“ oder „mangelhaft“ ein.

Abb. 31 Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten für den Standort Ebern?

(Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft), n=60)

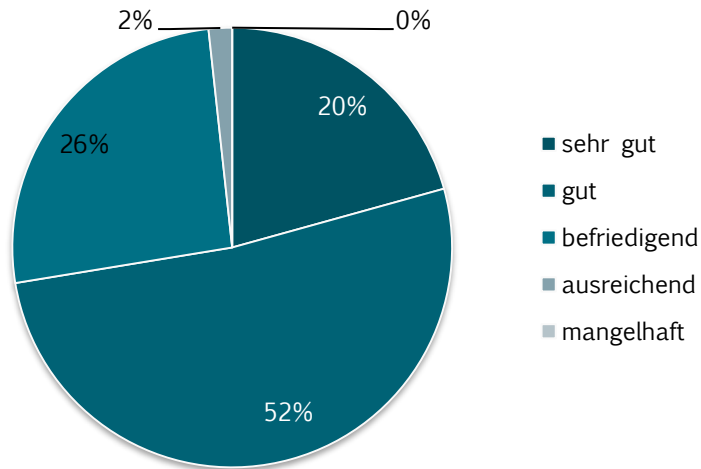


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die Zukunftsaussichten für den Standort Ebern werden von ca. 37 % der Befragten als positiv (sehr gut und gut) gesehen. Rd. 13 % schätzen die Zukunftsaussichten jedoch eher negativ (ausreichend und mangelhaft) ein.
- Insgesamt schätzen die Befragten die zukünftige Lage etwas schwächer ein als die gegenwärtige Situation.

Abb. 32 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Situation Ihres Betriebes?

(Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft), n=60)

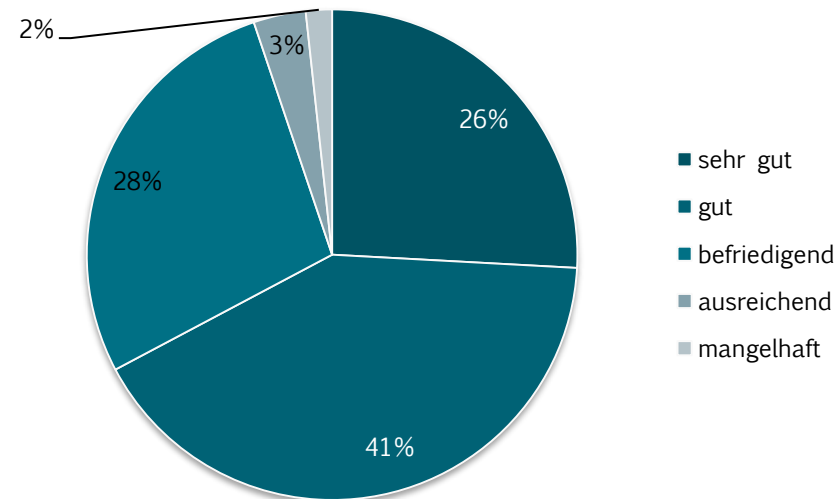


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Mehr als zwei Drittel der Befragten schätzen die gegenwärtige Situation Ihres Betriebes als „sehr gut“ oder „gut“ ein.
- Lediglich 2 % geben der aktuellen Situation Ihres Betriebes die Note 4 oder 5.

Abb. 33 Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten für Ihren Betrieb?

(Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft), n=60)

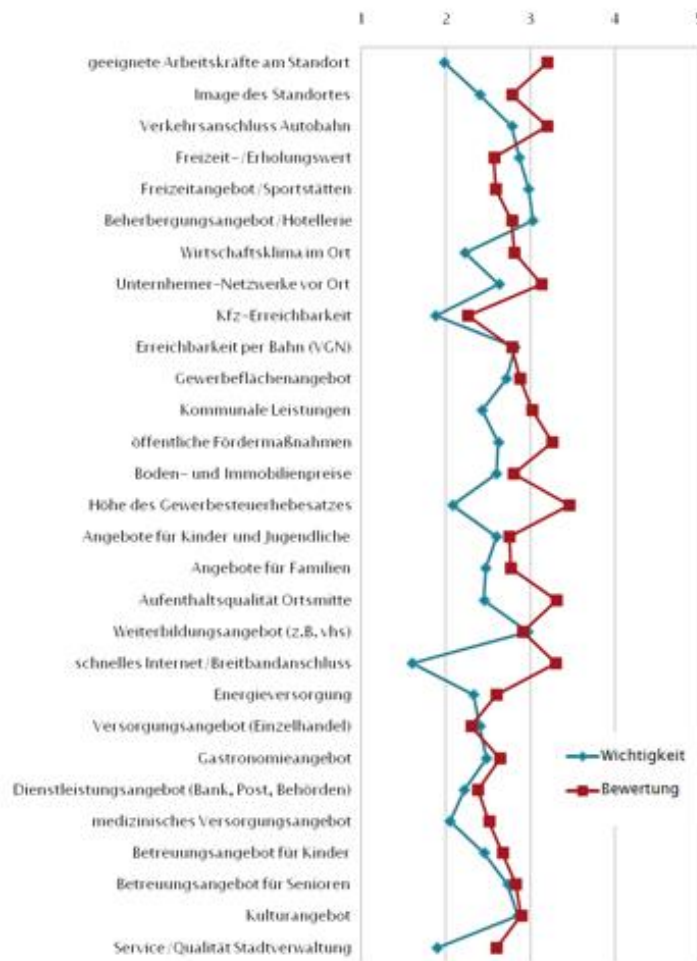


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- 67 % sehen die Zukunftsaussichten für Ihren Betrieb positiv (sehr gut und gut).
- Nur ein sehr kleiner Anteil von rd. 5 % schätzt die Zukunftsaussichten eher negativ (ausreichend und mangelhaft) ein.

Abb. 34 Einschätzung der generellen Wichtigkeit der Aspekte für die Attraktivität einer Stadt und Bewertung der aktuellen Situation in Ebern (n=60)

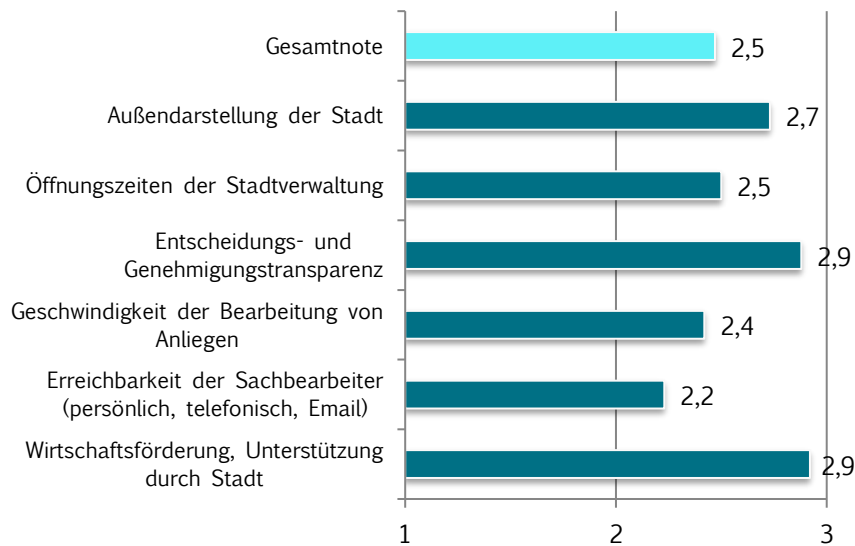
von 1 = sehr wichtig bis 4 = unwichtig; Schulnoten 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft)



- Bei der Einschätzung zur generellen Wichtigkeit für die Attraktivität einer Gemeinde werden den Aspekten „schnelles Internet/Breitbandanschluss“, „Kfz-Erreichbarkeit“, „Service/Qualität Gemeindeverwaltung“ und „geeignete Arbeitskräfte am Standort“ die höchsten Noten gegeben. Die Punkte „Weiterbildungsangebot“ und „Beherbergungsangebot/Hotellerie“ werden hierbei als am unwichtigsten eingestuft.
- Bei der Bewertung der tatsächlichen Situation in der Stadt Ebern werden die „Kfz-Erreichbarkeit“, das „Versorgungsangebot (Einzelhandel)“ sowie das „Dienstleistungsangebot (Bank, Post, Behörden)“ als am besten eingeschätzt. Die „Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes“, die „Aufenthaltsqualität Innenstadt“, sowie „schnelles Internet/Breitbandanschluss“ bekommen hingegen die schlechteste Bewertung.
- Große Differenzen zwischen Wichtigkeit für eine Gemeinde und Bewertung in Ebern besteht bei den Punkten „schnelles Internet/Breitbandanschluss“, „geeignete Arbeitskräfte am Standort“, und „Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes“.

Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

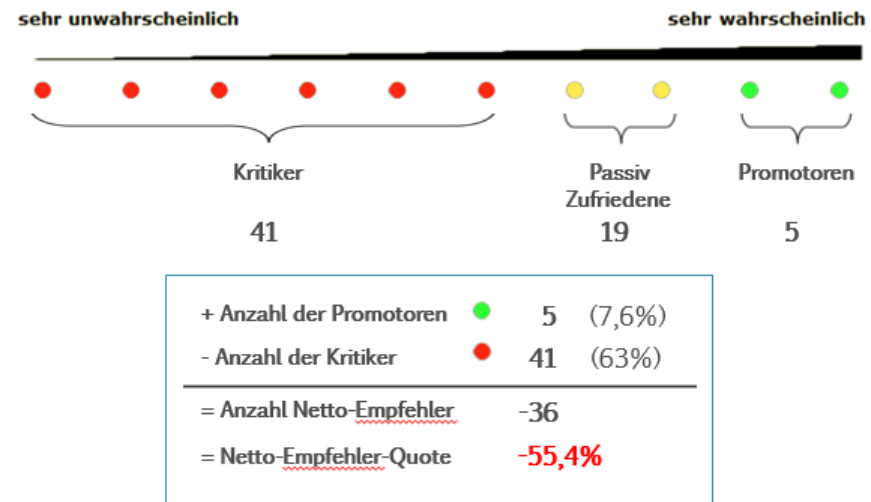
Abb. 35 Wie zufrieden sind Sie als Unternehmer mit den kommunalen Dienstleistungen der Stadt Ebern?



Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die kommunalen Dienstleistungen der Stadt Ebern bekommen von den Befragten die Gesamtnote 2,5. Zufrieden sind die Befragten v.a. mit der „Erreichbarkeit der Sachbearbeiter“ und der „Geschwindigkeit der Bearbeitung bei Anliegen“.
- Die Aspekte „Wirtschaftsförderung, Unterstützung durch die Stadt“ sowie „Entscheidungs- und Genehmigungstransparenz“ werden am schlechtesten bewertet.

Abb. 36 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie einem anderen Unternehmer die Stadt Ebern als Standort empfehlen würden? (n=65)

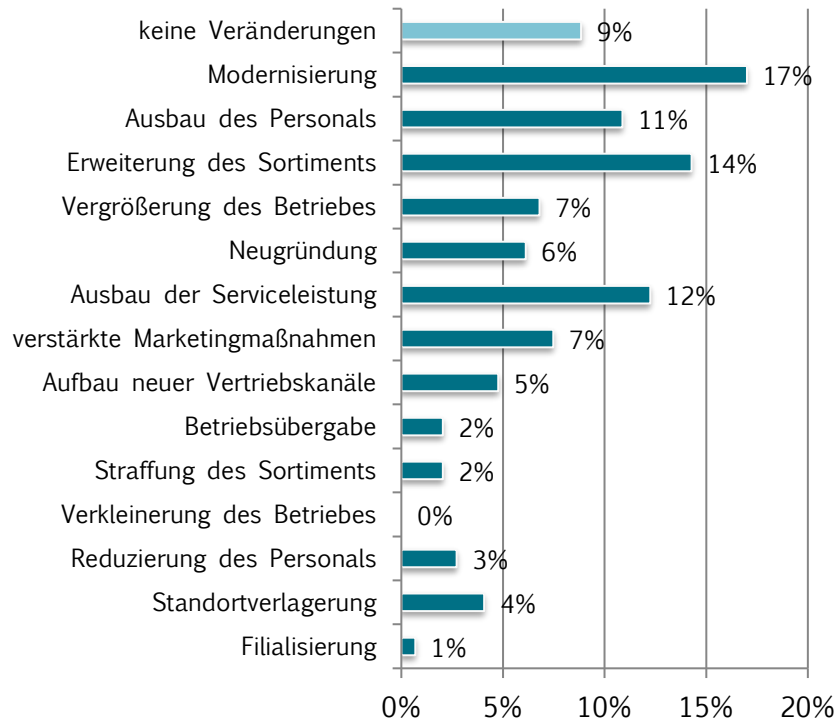


Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Derzeit liegt die sog. Netto-Empfeherquote für die Stadt Ebern bei - 55,4 %. D.h. lediglich rd. 8 % der Befragten (die sog. Promoter) würden anderen Unternehmern den Standort Ebern uneingeschränkt weiterempfehlen. Dem gegenüber stehen 63 % sog. Kritiker, die den Standort wahrscheinlich eher nicht weiterempfehlen.

Betriebliche Veränderungen

Abb. 37 Haben Sie in den letzten drei Jahren betriebliche Veränderungen durchgeführt? (n=60)



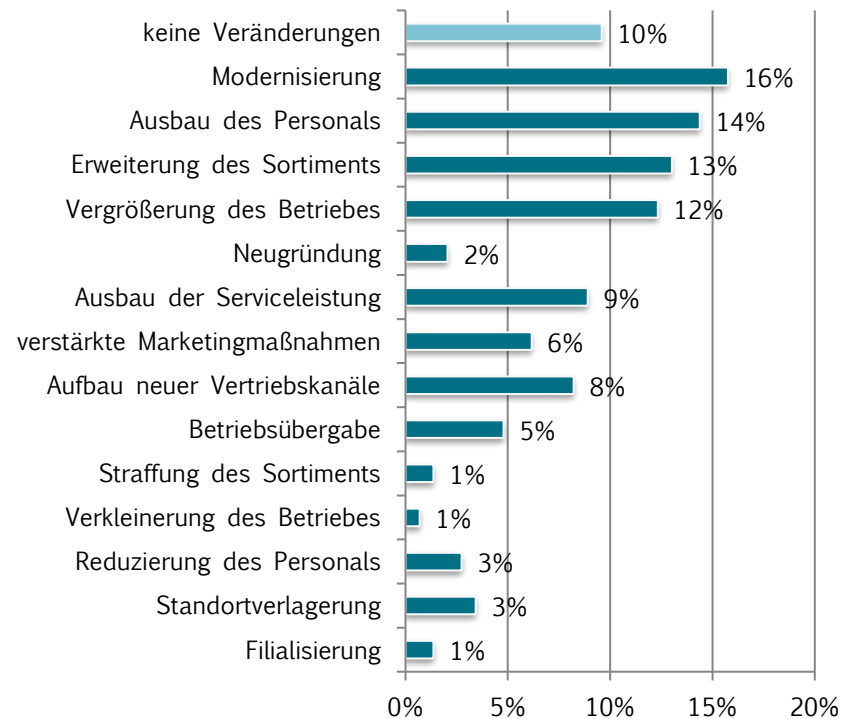
Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die Gewerbetreibenden gaben auf die Frage nach den betrieblichen Veränderungen der letzten drei Jahre überwiegend Aspekte an, die auf Investitionen und einen positiven Blick in die Zukunft schließen lassen. Hier kam es durch „Modernisierung“, „Erweiterung des Sortiments“, „Ausbau der Serviceleistungen“ und

„Ausbau des Personals“ sowohl zu einer Marktanpassung, verbesserten Präsenz wie auch zu einer Optimierung der Verkaufsräume.

- Lediglich ein kleiner Anteil von ca. 9 % ab an, keine Veränderungen vorgenommen zu haben.

Abb. 38 Planen Sie für die nächsten drei Jahre betriebliche Veränderungen? (n=60)



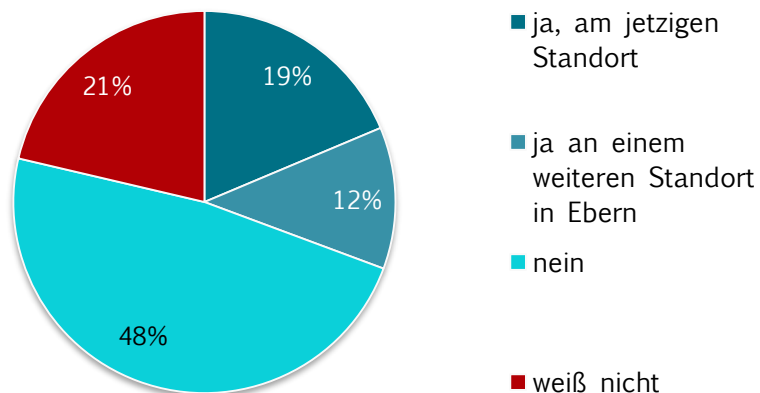
Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Die Erwartungen für die Zukunft scheinen ähnlich positiv zu sein: Für die nächsten drei Jahre planen ebenfalls nur rd. 10 % der Gewerbebetriebe keine Veränderungen.
- Weitere Modernisierungsmaßnahmen sind bei rd. 16 %, Ausbau des Personals und Erweiterung des Sortiments planen ebenfalls mehr als 10 % der Betriebe.

wird für die Betriebsentwicklung keine zusätzlichen Flächen brauchen.

Flächenbedarf

Abb. 39 Werden Sie für Ihre zukünftige Betriebsentwicklung in Ebern zusätzliche Flächen benötigen? (n=75)



Quelle: Unternehmerbefragung CIMA GmbH, 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

- Knapp ein Drittel der Befragten (31 %) geben an, in den kommenden Jahren zusätzliche Flächen für eine Betriebsvergrößerung bzw. -verlagerung zu benötigen.
- Jeder fünfte Befragte ist sich in diesem Zusammenhang unsicher, ob zukünftig weitere Flächen benötigt werden. Circa die Hälfte

Fazit:

Die 79 antwortenden Gewerbebetriebe aus der Stadt Ebern geben ein recht differenziertes Bild der Situation ab. Folgende genannte Faktoren sind als dringlich einzustufen: „Breitband-/Internetanschluss“, „Arbeitskräftemangel“ und „Standortfaktoren“. Diese zeigen eine klare Priorisierung der künftigen Handlungsfelder Ebern aus Sicht der Gewerbetreibenden auf.

Aufgrund der aufgezeigten Schwachpunkte ist die Standortzufriedenheit der Unternehmer durchgewachsen. Wenngleich die Zukunftsaussichten für den Standort Ebern zukünftig etwas schwächer eingeschätzt werden als derzeit, ist die Planung betrieblicher Veränderungen (z. B. Modernisierungen, Vergrößerungen) bei den bestehenden Betrieben durchaus vorhanden. Hier gilt es, den Betrieben eine aktive Begleitung im Sinne der Wirtschafts- und Standortförderung anzubieten.

6 Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches

6.1 Zur Notwendigkeit der Abgrenzung

Mit der Neufassung des § 34 Abs. 3 BauGB zum 20.7.2004 hat die Baugenehmigungsbehörde für Vorhaben im unbeplanten Innenbereich zu prüfen, ob von diesem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder anderer Gemeinden zu erwarten sind. Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist dabei im Gesetzestext nicht näher definiert.

Bislang galt für Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, dass sich das Vorhaben lediglich „nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche [...] in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist“.⁴ Demnach war es innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile nicht relevant, ob ein Einzelhandelsvorhaben zentrenrelevante Sortimente (vgl. 8.4) angeboten hat oder nicht. Einziger Bewertungsmaßstab war, dass es sich in die nähere Umgebung einfügte. Dies erschwerte jedoch für viele Städte und Gemeinden die nachhaltige Steuerung einer wohnortnahen Einzelhandelsversorgung.

Um Vorhaben dieser Art entgegenzutreten zu können, trifft die Neuregelung nach § 34 Abs. 3 BauGB nun die Festsetzung, dass von entsprechenden Vorhaben „keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen. Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere „Zentrale Versorgungsbereiche“.

6.2 Definition „Zentrale Versorgungsbereiche“

Zunächst scheint es offensichtlich, wo zentrale Einkaufslagen zu finden sind. Die Innenstadt (bzw. ein Teil der Innenstadt) wird in der Regel als Zentraler Versorgungsbereich eingestuft. Schwieriger wird es indes bei der Einordnung von Nahversorgungsstandorten. Zu betonen bleibt, dass eine Gemeinde mehrere Zentrale Versorgungsbereiche haben kann, etwa stadtteilbezogen.⁵ Laut bisheriger Rechtsprechung können sich Zentrale Versorgungsbereiche ergeben aus:

- bestehenden Bauleitplänen, das heißt auf die Darstellung in B-Plänen, insbesondere aber auch auf die Darstellung im Flächennutzungsplan,
- Raumordnungsplänen/ Regionalplänen, die als Ziel der Raumordnung im Sinne des § 3, 2 ROG festgelegt werden können,
- der Situation vor Ort (das heißt im Wesentlichen aus dem vorhandenen Einzelhandelsbestand),
- städtebaulichen Entwicklungskonzepten im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, die Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthalten.

Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als Zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein müssen, sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

Im November 2006 wurde der Begriff der Zentralen Versorgungsbereiche erstmals vom Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen in

⁴ § 34 (1) BauGB

⁵ Vgl.: Berkemann, Halama: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 361

einem rechtskräftigen Urteil definiert und vom Bundesverwaltungsgericht bestätigt.⁶

Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion können zentrale Versorgungsbereiche auf einen engeren oder einen mehr oder weniger weiten Bereich einwirken und dessen Versorgung dienen sowie dabei einen umfassenderen oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Hiervon ausgehend können als „zentrale Versorgungsbereiche“ angesehen werden:

- **Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. sogar darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig ein zumindest breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird, sowie
- **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden.

Dabei spricht viel dafür, dass ein als Zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum voraussetzt, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls

der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinauslief.⁷

Unter den Zentralen Versorgungsbereichen versteht darüber hinaus das Oberverwaltungsgericht „räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein Versorgungsbereich setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teiles des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind“.⁸

„Das Adjektiv zentral ist dabei nicht geographisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Gemeinde gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. Der Zusatz zentral geht über die Bedeutung des Wortteils ‚Versorgungsbereich‘ hinaus, so dass eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich diesen allein noch nicht zu einem zentralen Versorgungsbereich macht. Dem Bereich muss vielmehr die Bedeutung eines Zentrums für die Versorgung zukommen.“⁹ Einen deutlichen Unterschied zu einem zentralen Versorgungsbereich stellt somit das klassische Fachmarktzentrum dar, „das lediglich ein begrenztes Spektrum von Waren anbietet. Ihm fehlt damit die für ein Innenstadtzentrum im dargelegten Sinne gebotene, weit umfassende, nicht nur sektorale Versorgungsfunktion“.¹⁰

⁶ Vgl. Oberverwaltungsgericht NRW, 7 A 964/05 vom 11.12.2006 bzw. BVerwG, 4 C 7.07 vom 11.10.2007

⁷ Oberverwaltungsgericht NRW, 7 A 964/05 vom 20.11.2006 (Punkt 135 – 140)

⁸ Oberverwaltungsgericht NRW, 7 A 964/05 vom 20.11.2006 (Punkt 127)

⁹ Oberverwaltungsgericht NRW, 7 A 964/05 vom 20.11.2006 (Punkt 131)

¹⁰ Oberverwaltungsgericht NRW, 7 A 964/05 vom 20.11.2006 (Punkt 193)

6.3 Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich in Ebern

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich (ZV) einzustufen ist, legt die cima die folgenden Bewertungsmaßstäbe an:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes sowie Umfang der bestehenden Versorgungsfunktion
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur
- Städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit), Nähe zu Wohngebieten

Hierbei gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen.

In der Stadt Ebern kann u.E. lediglich ein Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt werden, die weiteren integrierten Einzelhandelslagen genügen nicht den aufgeführten Anforderungen an Zentrale Versorgungsbereiche.

Die grundstückscharfe Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches entsprechend §34 Abs. 3 BauGB erfolgt streng nach städtebaulich-funktionalen Kriterien und anhand des gegenwärtigen Besatzes in den kundenorientierten zentrenrelevanten Nutzungen.

Die Karte auf der nachfolgenden Seite stellt den Vorschlag der cima zur Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt dar. Dabei ist die Begrenzung durch die gelbe Linie gekennzeichnet.

Abb. 40 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (ZV)



Quelle: eigene Erhebung 2017; Kartengrundlage: ArcGIS 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

7 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Der Handel hat für den Städtebau und die Stadtentwicklung eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion von Stadtzentren bei, so dass dieses seinen Aufgaben im Gefüge der Stadt als attraktiver Aufenthaltsort, als Ort der Kommunikation und identifikationsbildender Bereich gerecht werden können. Daher ist die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen insbesondere in der Innenstadt so wichtig.

Für Städte und Gemeinden hat die wirtschaftliche Entwicklung im Einzelhandel weitreichende Konsequenzen, insbesondere in der Standortentwicklung von Nahversorgungsbetrieben. Kein anderer Teilmarkt des Einzelhandels wandelt sich so rasant und nachhaltig wie der Handel mit Nahrungs- und Genussmitteln. Und kein anderer hat so nachhaltigen Einfluss auf die Lebensqualität der Bevölkerung.

Die Frage der Nahversorgung ist zukünftig auch von zentraler Bedeutung für die Herausforderungen des demographischen Wandels. Schon heute sichern sich die großen Anbieter wieder verstärkt Standorte in der Nähe von hochverdichteten innerstädtischen Siedlungen oder in vitalen Ortskernen kleinerer Städte und Gemeinden mit guter Infrastruktur, in die es auch mehr und mehr Senioren zieht.

Die kommunalen Entscheidungsträger befinden sich jedoch in einem Dilemma. Zum einen soll die wohnortnahe Versorgung sichergestellt werden, zum anderen fragen die Handelsunternehmen primär nicht integrierte Flächen in den Ortsrandlagen nach. Der fußläufige Kundenanteil spielt in der Standortplanung der meisten Investoren und Betreiber, zumindest außerhalb der hochverdichteten Agglomerationen, nur eine nachrangige Rolle. Die bestehenden Strukturen in den Ortskernen geraten durch derartige Ansiedlungen unter Druck. Kleinere Stadt- und Ortszentren außerhalb der Agglomerationen verlieren sogar interessante Anbieter und damit an Bedeutung. Ein „trading

down“ und zunehmende Leerstände sind häufig die Folge, wie sie auch im Bereich der zentralen Eberner Innenstadt zu erkennen sind.

Für ein Mittelzentrum wie Ebern mit seiner Lage zu zwei nahegelegenen Oberzentren (Bamberg und Coburg) und den umliegenden Mittelzentren Haßfurt und Lichtenfels bedeutet dies, alle Kräfte (und Angebote) an wenigen zentralen Standorten zu bündeln, um die Standortkompetenz zu steigern und eine Fragmentierung der verbleibenden Angebotsstrukturen zu vermeiden. Häufig wird ein attraktiver Branchenmix von den Kunden nicht wahrgenommen, weil er sich auf zu viele Standorte verteilt. Konzentration ist hier ein wichtiger Schritt.

In der Standortentwicklung fungiert die Kommune mit ihrer Planungshoheit als Steuerungs- und Regulierungsinstanz. Mehr denn je ist derartige Lenkung aktuell nötig. Dank der Planungshoheit können und müssen die Kommunen im Rahmen der gegebenen Handlungsspielräume Einfluss auf die Nahversorgungssituation der ortsansässigen Bevölkerung nehmen.

Zu berücksichtigen ist dabei, dass alle Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel in privater Hand liegen. Die Stadt Ebern kann nur die Rahmen gebenden Bedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn andernfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche zu befürchten sind.

Die cima hat im Rahmen der vorliegenden Untersuchung auf Basis der Analyseergebnisse Vorschläge erarbeitet, wie eine funktionale, städtebaulich und handelsökonomisch optimale Standortstruktur mit dem Zentralen Versorgungsbereich in Ebern aussehen könnte. Gemäß der Philosophie unserer Arbeit folgen wir dabei dem Leitbild und der Tradition einer zentrenorientierten europäischen Stadtentwicklung.

Im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung sind insbesondere die Grenzen der Expansion in den zentralen (Innenstadt, integrierte Lagen) und dezentralen Lagen, die Funktionsteilung zwischen den Standortlagen bzw. das konkurrierende oder ergänzende Zusammenspiel einzelner Einzelhandelslagen sowie das jeweilige Betriebstypenspektrum zu beachten. Die Planungsaufgabe, die Entwicklung des Handelsbereiches in die Stadtentwicklung zu integrieren, hat zunehmend mehr Faktoren zu berücksichtigen.

Bindungswirkung des Einzelhandelskonzeptes

Die Einzelhandelsentwicklung gilt es durch klare, steuernde Vorgaben zu sichern. Der Stadtrat sollte das Einzelhandelskonzept deshalb als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) beschließen. Damit wird sichergestellt, dass das Einzelhandelskonzept ebenso wie städtebauliche Rahmenpläne o.ä. im Rahmen der Bauleitplanung berücksichtigt werden muss. Um die Bedeutung des Zentralen Versorgungsbereiches hervorzuheben, kann dieses Element des Konzeptes in einem gesonderten Beschluss verabschiedet werden.

Zur planungsrechtlichen Absicherung kann das Einzelhandelskonzept per Grundsatzbeschluss verabschiedet werden. Darüber hinaus ist die bauleitplanerische Umsetzung nach § 10 oder 12 des BauGB nötig. Erst dann entsteht die erforderliche Außenwirkung¹¹.

7.1 Leitlinien

Sicherung der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums

Ebern hat als Mittelzentrum laut Landesentwicklungsprogramm Bayern die Aufgabe, die Bevölkerung des **Einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereiches** mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs zu versorgen. Mittelzentren sollen über vielseitige

Einkaufsmöglichkeiten des gehobenen Bedarfs sowie über ein vielfältiges und attraktives Arbeitsplatzangebot verfügen.

Die Orientierung der Einzelhandelsentwicklung an dem nachfolgend formulierten Standortkonzept (siehe 7.2) trägt zur Sicherung der Versorgungsfunktion Eberns bei.

Zentrenorientierte Entwicklung

Vor dem Hintergrund begrenzter bindungsfähiger Umsatzpotenziale, der Herausforderungen des demographischen Wandels und des Erhalts der Zukunftsfähigkeit der Innenstadtentwicklung, sind die Entwicklungsprioritäten auf die Stadtmitte und die bestehenden integrierten Lagen (vgl. nachfolgendes Standortkonzept) zu legen.

Diese Priorisierung sollte sich in einer entsprechenden Bauleitplanung niederschlagen und damit Verbindlichkeit erlangen.

„Stadt der kurzen Wege“

Eine bedarfsorientierte, wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen und periodischen Bedarfs soll vorgehalten werden, um nahversorgungsinduzierte Versorgungsfahrten zu minimieren. Alle Kräfte (und Angebote) sind an wenigen zentralen Standorten zu bündeln, um die Standortkompetenz zu steigern und eine Fragmentierung der bestehenden Angebotsstrukturen zu vermeiden. Die Standorte unterliegen einer zentrenhierarchischen Gliederung.

Schaffung von Investitionssicherheit

Eine eindeutige planerische Festlegung auf die Bereiche, in denen die zukünftige Einzelhandelsentwicklung stattfinden soll, schützt bereits getätigte Investitionen in Bestandslagen und schafft Sicherheit für zukünftige Investitionstätigkeiten im Einzelhandel.

Um die lokale Ökonomie durch bauleitplanerische und beratende Maßnahmen zu stärken, ist das Einzelhandelskonzept durch den Stadtrat als städtebauliches Entwicklungskonzept zu beschließen.

¹¹ OLG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 06.11.2008, AZ.: 10 A 1512/07

Damit wird sichergestellt, dass das Einzelhandelskonzept ebenso wie städtebauliche Rahmenpläne o.ä. im Rahmen der Bauleitplanung berücksichtigt werden muss.

Um die Bedeutung des Zentralen Versorgungsbereiches hervorzuheben, kann dieses Element des Konzeptes in einem gesonderten Beschluss verabschiedet werden.

Ressourcenschonung

Ein sparsamer Umgang mit (Gewerbe-)Flächen unter Berücksichtigung der Ansprüche der gewerblichen Wirtschaft (Vorrangfunktion für höherwertige, gewerbliche Nutzungen) sichert eine nachhaltige Flächenentwicklung.

7.2 Standortkonzept

Notwendigkeit der Zentrenhierarchie

Ein hierarchisch gegliedertes Zentrenmodell stellt das Kernstück eines Einzelhandelskonzeptes dar. Als in unterschiedliche zentrale Einzelhandelsstandorte ausdifferenziertes System gewährleistet es zum einen die verbrauchernahe Versorgung und definiert zum anderen Handelsschwerpunkte im Stadtgebiet, an denen zukünftig maßgeblich Einzelhandel stattfinden soll.

Dabei sollten die qualitativ höherwertigen Angebote in besonderem Maße dem Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorbehalten bleiben, um im Wettbewerb der Kommunen ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen zu können. Fachmarktlagen sollen dagegen eine ergänzende Rolle einnehmen und im verkehrsorientierten und oftmals auch preisgünstigen Segment Angebote vorhalten.

Ziel der Zentrenhierarchisierung ist es daher, die zukünftigen planungsrechtlichen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass auch

weiterhin im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den sonstigen Lagen eine Einzelhandelsentwicklung stattfinden wird, die sich gegenseitig ergänzen kann.

Die Eberner Sortimentsliste (vgl. 8.4) ist dabei als Instrument für die Bauleitplanung äußerst wichtig und bildet ein weiteres wichtiges Kernstück des Einzelhandelskonzeptes.

Zentrenhierarchie: Empfehlung zur Ansiedlungs-Priorisierung

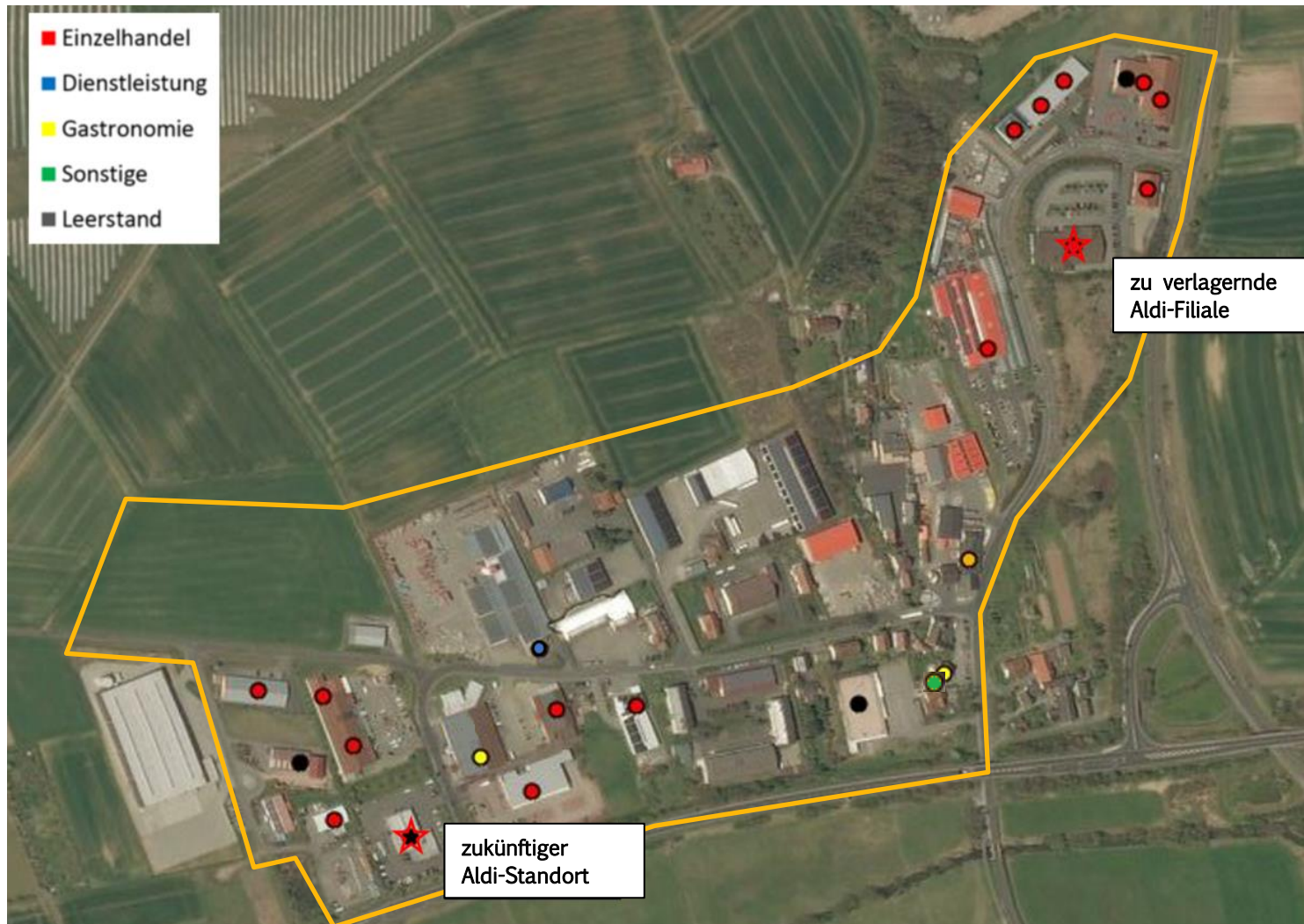
Die erste Stufe in der Zentrenhierarchie Eberns wird von dem **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** eingenommen (vgl. Abb. 40). Hier ist aufgrund qualitativer Aspekte, wie städtebaulicher Substanz und der Sortimentsauswahl am Standort, Ansiedlungen der Vorrang zu gewähren.

Dieser Bereich wurde aufgrund seiner wichtigen gesamtstädtischen Funktion, der Nutzungsdichte und Funktionsmischung als vorrangig zu entwickelnder Einzelhandelsbereich abgegrenzt.

Daneben bildet das **Versorgungs- und Gewerbezentrum West** die zweite Hierarchiestufe. Dieser Bereich qualifiziert sich aufgrund seines Besatzes als vorrangig zu entwickelndes Nahversorgungszentrum. Die dortigen Betriebe übernehmen für die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung eine wichtige Funktion, der Bereich genügt jedoch nicht den Kriterien an einen Zentralen Versorgungsbereich.

Das Versorgungs- und Gewerbezentrum umfasst den Bereich Alte Ziegelei. Der Bereich umfasst insbesondere zahlreiche Nahversorgungsbetriebe (Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Norma, Rewe Supermarkt, 2 Getränkemärkte, Bäckereien und Metzgereien). Die Aldi-Filiale strebt eine Verlagerung innerhalb des Versorgungs- und Gewerbezentums an (vgl. Abbildung 41).

Abb. 41 Versorgungs- und Gewerbezentrum West

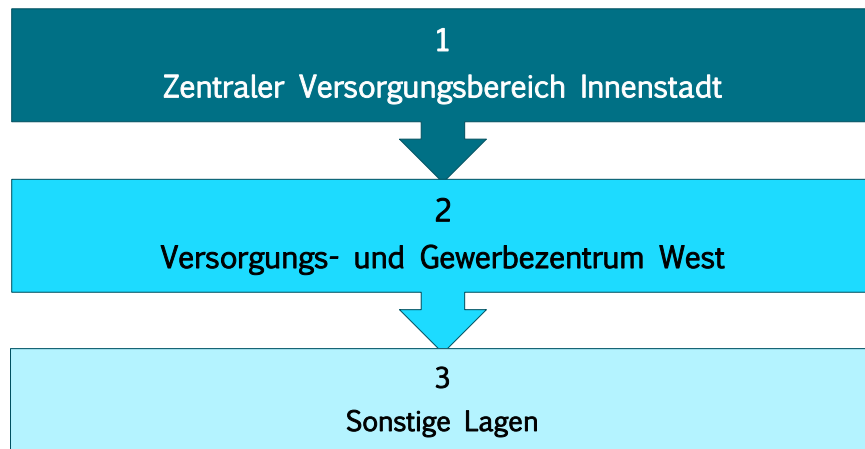


Quelle: eigene Erhebung 2017; Kartengrundlage: ArcGIS 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

In Ebern sind abseits der Innenstadt und dem Versorgungs- und Gewerbezentrum West nur noch wenige Betriebe (insgesamt 7) in sonstiger Lage zu finden. Diese bilden jedoch keine Zentren oder Agglomerationen.

In der Zentrenhierarchie sind diese Standorte nachrangig zu bewerten.

Abb. 42 Zentrenhierarchie Ebern



Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Insgesamt sollte sich die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Ebern auf den definierten Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Ergänzungslage des Versorgungs- und Gewerbezentrums West konzentrieren.

Dabei stellt die Flächenverfügbarkeit eine wesentliche Einschränkung dar. Sollte für ein Ansiedlungsbestreben eine ausreichend bemessene Fläche im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zur Verfügung stehen, ist diese Fläche priorisiert anzubieten. Sollte diese Prüfung der Realisierbarkeit im Zentralen Versorgungsbereich zu einem negativen Ergebnis kommen, sollte die Ansiedlung im Versorgungszentrum West vorgenommen werden. Grundsätzlich haben sich alle

Neuansiedlung außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt der Prüfung auf ihre Zentrenverträglichkeit zu unterziehen. Im Falle von Einzelhandelsgroßprojekten ist auch bei Ansiedlungen innerhalb des ZV die Verträglichkeit gemäß Landesentwicklungsprogramm zu prüfen.

7.2.1 Handelsentwicklungsperspektive ZV Innenstadt

Bedingt durch die räumliche Nähe zu Konkurrenzstädten wie den Oberzentren Bamberg und Coburg oder Mittelzentren wie Haßfurt und Lichtenfels sind die Entwicklungschancen des Einzelhandels in Ebern eingeschränkt. Die bestehenden Umsatzpotenziale sind daher begrenzt (vgl. Kapitel 3.4).

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt präsentiert sich derzeit mit einem nicht durchgehenden, lückenhaften Geschäftsbesatz, der durch Betriebe des inhabergeführten Facheinzelhandels, Gastronomiebetriebe und ergänzende Dienstleister geprägt ist. Um die Innenstadt als Einkaufsstandort zu erhalten und weiterzuentwickeln, gilt es in Zukunft insbesondere die Qualität der bestehenden Betriebe zu erhalten bzw. zu erhöhen sowie aktuell leerstehende Ladenlokale neu zu besetzen.

Weiterhin gilt es, das Angebot an modernen Flächeneinheiten (Zuschnitt und Größe) zu erweitern und somit Möglichkeiten für die Ansiedlung neuer moderner Betriebskonzepte zu bieten. Sortimentsbezogen sollte die gezielte Schließung von Angebotslücken bzw. Bestandsergänzung des innenstadtrelevanten Bedarfs in den Bereichen Sportartikel und medizinisch-orthopädischer Bedarf sowie im Bereich Schuhe/Lederwaren im Vordergrund stehen. Auch eine Erweiterung des EDV-Angebotes (Computer, Büro- und Telekommunikation) ist zu forcieren.

Weitere Handlungsempfehlungen für die Innenstadt und die Vitalisierung des dortigen Einzelhandels finden sich in Kapitel 7.4.

7.2.2 Handelsentwicklungsperspektive Versorgungs- und Gewerbezentrum West

Wie bereits ausgeführt, übernehmen die im Versorgungs- und Gewerbezentrum West gelegenen Einzelhandelsbetriebe eine wichtige Funktion insbesondere für die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung. Aufgrund der naturräumlichen und topographischen Bedingungen des Stadtgebietes Ebern hat sich das Versorgungs- und Gewerbezentrum genau an dieser Stelle (Alte Ziegelei und Carl-Benz-Straße) entwickelt.

Alternativen-Prüfung

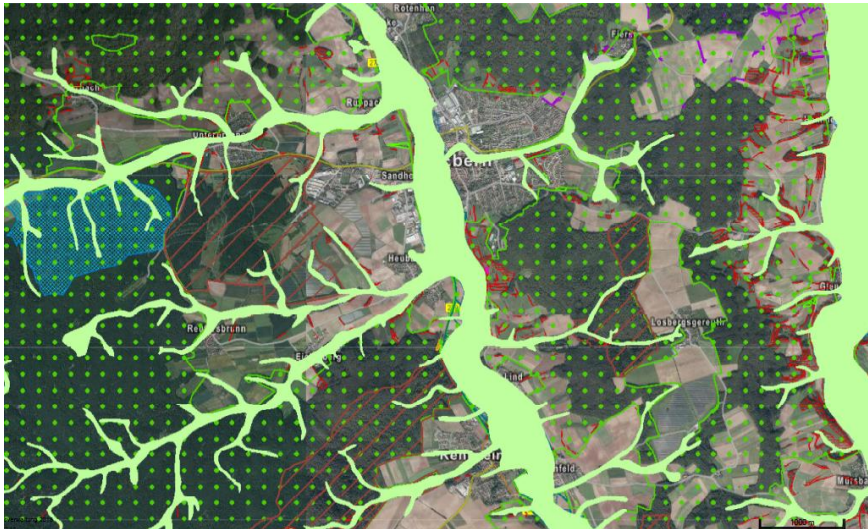
Der Bereich des Versorgungs- und Gewerbezentrums West stellt außerhalb der Eberner Innenstadt die einzig mögliche Entwicklungsfläche dar. Andere Freiflächen innerhalb der Stadtgrenzen sind von naturräumlichen oder topographischen Einschränkungen betroffen. Diese nicht nutzbaren Flächen sind den beiden folgenden Karten zu entnehmen:

Abb. 43 Schutzgebiete A3



Quelle: Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat;
Bayern Atlas 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Abb. 44 Schutzgebiete und wassersensible Bereiche



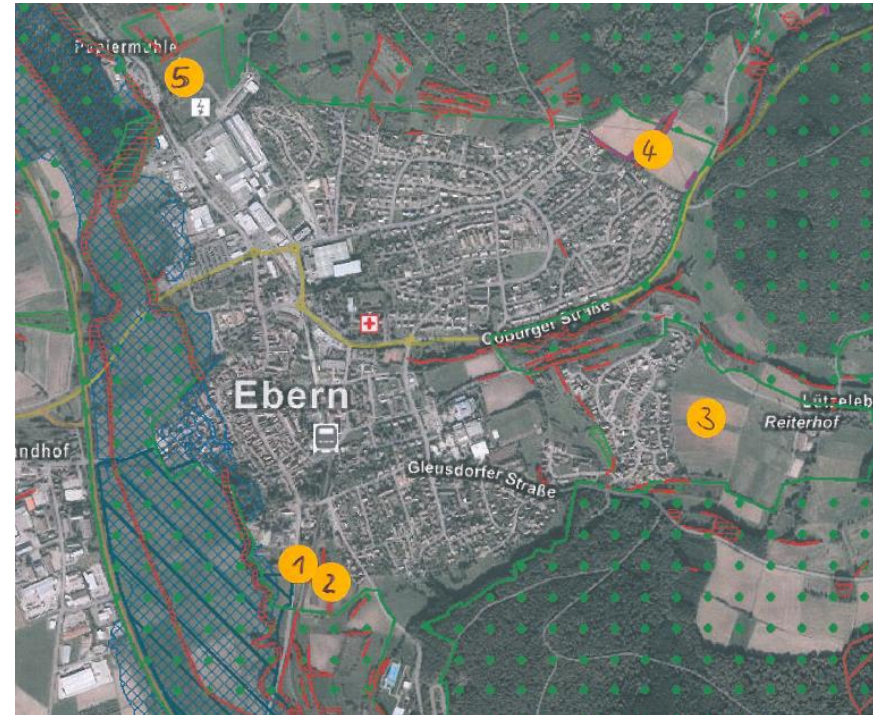
Quelle: Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat; Bayern Atlas 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Andere Flächen sind für Wohnen oder sonstige Nutzungen reserviert oder aufgrund ihres Zuschnitts nicht für Einzelhandelsansiedlungen nutzbar. Diese Flächen sind in der folgenden Karte (siehe Abb. 45) verzeichnet.

Die Begründungen sind im Einzelnen:

- Fläche Nr. 1: Das städtische Grundstück zwischen der Bahnlinie und der Kreisstraße HAS 51 (gegenüber Aral Tankstelle) ist für eine Bebauung zu schmal (Breite im Mittel ca. 20 m). Die Fläche beträgt lediglich ca. 4.600 m², spitz zulaufend. In diesem Bereich ist mittelfristig der „Parkplatz Süd“ zur Entlastung der Altstadt geplant. Eine erste Parkfläche wurde bereits provisorisch angelegt.

Abb. 45 Weitere Ausschlussgebiete



Quelle: Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat; Bayern Atlas 2017
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

- Fläche Nr. 2: Teilflächen befinden sich in einem Baulinienplan. Es fanden bereits mit dem LRA HAS erste Abstimmungen statt, um dort noch Baurechte (Naturschutz, Immissionsschutz wg. Bahn) für Wohnbebauung zu ermöglichen. Die Grundstücke sind in Privatbesitz und müssen erworben werden. Für eine mögliche Bebauung mit Einzelhandel ist diese Fläche sowohl topographisch ungünstig (starkes Gefälle) als auch sehr schlecht an das überörtliche Wegenetz anzubinden.

- Fläche Nr. 3: Hier hat die Entwicklung von Wohnbauflächen (Mannlehen-Ost) Vorrang. Die Grundstücke sind überwiegend in Privatbesitz. Für eine mögliche Bebauung mit Einzelhandel ist auch diese Fläche schlecht an das überörtliche Wegenetz anzubinden und die Erschließung ist mit erheblichen finanziellem Aufwand verbunden.
- Fläche Nr. 4: Die Entwicklung von Wohnbauflächen hat auch hier Vorrang. Für eine mögliche Bebauung mit Einzelhandel ist die Fläche schlecht an das überörtliche Wegenetz anzubinden (Richtung B279), es kann dort keine wesentliche Kundenfrequenz erwartet werden.
- Fläche Nr. 5: Die Fläche ist im Privatbesitz, befindet sich angrenzend an das Umspannwerk Ebern und ist für eine Bebauung nicht erschlossen. Die fußläufige Entfernung zu den nächsten großen Siedlungsbereichen Eberns beträgt mehr als 900 m.

Städtebauliche Integration

Die Integration des Areals wird im Süden durch die Nähe zur Wohnbebauung des Stadtteils Heubach gewährleistet. Entlang der Heubacher Straße (ab Kreuzung Carl-Benz-Straße) ist in Richtung Heubach ein Geh- und Radweg geplant. In den bisher erfolgten Bauleitplanungen östlich der Heubacher Straße wurden die erforderlichen Flächen berücksichtigt. Auch wurde der erforderliche Grunderwerb bereits getätigt bzw. für Flurnummer 252 vorbereitet. Der Ausbau der Straße mit Gehweg ist in der Finanzplanung der Stadt Ebern derzeit für das Jahr 2019/2020 vorgesehen.

Im Westen und Nord-Osten wird das Areal ebenfalls von umfangreicher Wohnbebauung begrenzt. Im fußläufigen Nahversorgungsradius befinden sich im Bereich der ehemaligen Kaserne (westlich) sowie dem sonstigen Bereich (östlich und nördlich) zahlreiche Wohneinheiten, deren Einwohnerzahl anhand einer aktuellen Aufstellung der Stadt Ebern bei rd. 290 liegt.

Das Versorgungs- und Gewerbezentrum West ist aus diesen umliegenden Wohnlagen gut zu Fuß zu erreichen. Gleiches gilt für die Erreichbarkeit per Fahrrad.

Die nächstgelegenen Bus-Haltestellen „Sandhof“ und „Ebern ehem. Kaserne“ werden von der Linie 8226 der Verkehrsgemeinschaft Haßberge (VGH) bedient. Die Linie fährt zwischen Birkenfeld und Haßfurt mehr als 50 Haltestellen an, so dass die Erreichbarkeit aus verschiedensten Bereichen Eberns sowie dem Umland gegeben ist. Die Linie fährt die Haltestelle während der Geschäftsöffnungszeiten 4 mal täglich in unregelmäßigem Takt an. Die ÖPNV-Erreichbarkeit kann somit als ortsüblich angesehen werden.

Agglomerations-Betrachtung

Für das Versorgungs- und Gewerbezentrum West sind während der Bearbeitungszeit des vorliegenden Untersuchungsberichtes zwei Änderungsvorhaben bekannt geworden. So wird sich die Aldi-Filiale innerhalb des Versorgungs- und Gewerbezentums verlagern, die Norma-Filiale soll erweitert werden (vgl. auch Verträglichkeitsuntersuchung im anschließenden Kapitel 7.3).

Die Erweiterung der **Norma-Filiale** stellt eine Weiterentwicklung im Bestand dar, der Betrieb soll durch einen Anbau in seiner Verkaufsfläche erweitert werden.

Dadurch, dass die aktuell von Aldi belegte Immobilie (Alte Ziegelei 2) nicht durch einen Lebensmittel-Anbieter nachbesetzt wird (dies sollte die Stadt Ebern durch einen städtebaulichen Vertrag mit Aldi festschreiben), handelt es sich um eine reine Verlagerung mit angedachter Vergrößerung.

Als Wiederbesetzung der Aldi-Immobilie bieten sich z.B. „Action“ (ein Off-Price Einzelhandels-Unternehmen aus den Niederlanden, das aktuell in Bayern stark expansiv ist und bevorzugt ehemalige Fachmarkt-Immobilien bis 800 m² besetzt, das wechselnde Angebot umfasst zahlreiche Sortimente) oder ein „Sonderpreis-Baumarkt“ (deutsches Franchise-Unternehmen, das ebenfalls ehemalige Fachmarkt-

Immobilien in der Regel zwischen 500-800 m² nutzt und Teilsortimente eines klassischen Baumarktes anbietet) an.

Abb. 46 **Mögliche Nachnutzer der Aldi-Immobilie**



Quelle: www.action.com; www.sonderpreis-baumarkt.de
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Die **Aldi-Filiale** soll auf die Fläche eines ehemaligen Autohauses an der Carl-Benz-Straße verlagert werden. Dort grenzt auf dem Nachbargrundstück ein Rewe-Supermarkt an, auf der anderen Seite der Carl-Benz-Straße liegt eine Lidl-Filiale.

Diese Betriebe sind aus Sicht der CIMA nicht als Agglomeration anzusehen, da die Carl-Benz-Straße eine starke Trennwirkung zwischen Aldi/Rewe und Lidl bildet. Die Straße weist inkl. Seitenstreifen und Gehweg eine Breite von insgesamt ca. 15 m auf und dient der Erschließung wesentlicher Teile des Versorgungs- und Gewerbezentums West sowie der überörtlichen Anbindung an die B279.

Eine aktuelle Verkehrszählung vom hat auf der Carl-Benz-Straße eine tagesdurchschnittliche Kfz-Anzahl von 1.253 während der Geschäftszeiten (8:30 Uhr bis 18:30 Uhr) ergeben. Dies entspricht rd. 125 Kfz pro Stunde.

Aufgrund der Breite der Carl-Benz-Straße und der durch die Verkehrsbedeutung für das Gebiet gegebenen Verkehrsmenge hat diese eine durchschneidende und trennende Wirkung zwischen der geplanten (Aldi) und der bestehenden (Lidl) Einzelhandelsfläche. Eine

Querungshilfe für Fußgänger z.B. durch eine Verkehrsinsel oder einen Fußgängerübergang (Zebrastreifen) ist nicht vorhanden.

Desweiteren kommt die Entfernung zwischen den Betrieben zum Tragen. Die fußläufige und allein entscheidende Distanz zwischen dem Rewe-Supermarkt und dem Lidl-Discounter beträgt ca. 200 m. Diese Entfernung wird erfahrungsgemäß nicht von Fußgängern überwunden, um von einem Markt zum nächsten einkaufen zu gehen. Ein fußläufiger Kundenaustausch kann daher maximal zwischen Rewe und künftigem Aldi bzw. zwischen Lidl und künftigem Aldi erwartet werden.

Erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit

Die Berechnungen der Auswirkungen der Norma-Erweiterung und der Aldi-Verlagerung auf andere zentrale Orte (siehe 7.3.) zeigen, dass sich die Vorhaben nur kleinräumig auf die Versorgungslage auswirken. Dies bringt zugleich eine Verbesserung der Nahversorgung Heubachs mit sich, wo ein hoher Bevölkerungsanteil wohnt.

7.2.3 Handelsentwicklung in sonstigen Lagen

Ansiedlungen in Lagen außerhalb dieser zwei bezeichneten Lagebereiche sollten nur in begründeten Ausnahmefällen - z.B. im Fall nahversorgungsrelevanter Sortimente zur Versorgung der Ortsteile oder für Ansiedlungen nicht zentrenrelevanter Sortimente - vorgenommen werden.

7.3 Verträglichkeitsuntersuchung

Da in Ebern parallel zur Erstellung des Einzelhandelskonzeptes mehrere projektierte Einzelhandelsansiedlungen und Verlagerungen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Lebensmittel (inkl. Reformwaren) und Drogerieartikel bestehen, sind diese im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes auf ihre städtebauliche Verträglichkeit nach §11 (3) BauNVO sowie ihre landesplanerische Verträglichkeit gemäß LEP Bayern hin zu untersuchen. Dies umfasst eine Prognoserechnung von Umsatzzumlenkungen, eine Analyse der Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgung in Ebern und der Region sowie die abschließende projektspezifische Bewertung und Empfehlung.

7.3.1 Aktuelle Versorgungssituation in Ebern

Die aktuelle Ausstattung Eberns mit Einzelhandelsverkaufsflächen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen wird aus der nachfolgenden tabellarischen Übersicht deutlich. Hierbei sind lediglich die reinen Lebensmittel- bzw. Drogerieverkaufsflächen in die Aufstellung eingeflossen, also z.B. im Falle des Rossmann-Drogeriemarktes an der Bahnhofstraße nicht die gesamte Verkaufsfläche des Betriebes. Die Bestandsfläche des zu erweiternden Norma-Marktes ist in diesen Zahlen enthalten.

Rd. 34 % des gesamten Verkaufsflächenaufkommens der projektrelevanten Sortimente sind aktuell innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu verzeichnen. Das städtische Ansiedlungs- und Genehmigungsverhalten ist also bisher schwerpunktmäßig auf Lagen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches konzentriert. Bei Sortimenten des Nahversorgungsbedarfes ist dies generell üblich.

Tab. 4 Einzelhandelsverkaufsflächen nach Sortimenten

Sortiment	Ist- Verkaufsfläche		
	Zentraler Versorgungsbereich	Sonstiges Ebern	Gesamt-Ebern
Lebensmittel, Reformwaren	1.610 m ²	4.184 m ²	5.794 m ²
Drogerie- und Parfümerieartikel	780 m ²	412 m ²	1.192 m ²
SUMME	2.390 m²	4.596 m²	6.986 m²

Quelle: Eigene Erhebungen 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Lebensmittel, Reformwaren

Bezogen auf die Einwohnerzahl von 7.333 (01.01.2016) beträgt die Ausstattung mit Lebensmittel-Verkaufsfläche je Einwohner 0,79 m². Andere Mittelzentren vergleichbarer Größenordnung in Bayern sind hier besser ausgestattet. So liegt deren Verkaufsflächen-Aufkommen im Bereich Lebensmittel bei 0,82 m², also um 0,03 m² je Einwohner höher¹².

Drogerie- und Parfümerieartikel

Im Drogeriebereich weist Ebern nach der vor kurzem erfolgten Ansiedlung eines Rossmann-Drogeriemarktes eine überdurchschnittliche Ausstattung auf. Hier liegt die Ausstattung in Ebern bei 0,16 m² je Einwohner, in den verglichenen 8 bayerischen Mittelzentren bei 0,13 m².

¹² Werte des Städtevergleichs: 8 bayerische Mittelzentren zwischen 5.000 und 10.000 Einwohnern, in denen die CIMA seit 2012 gesamtstädtische Verkaufsflächenerhebungen durchgeführt hat.

7.3.2 Ungedekte Umsatzpotenziale in Ebern

Aufbauend auf einer Umsatzschätzung für die im Bestand befindlichen Einzelhandelsbetriebe berechnet sich ein aktueller Gesamtumsatz in den vorhabenrelevanten Sortimenten von rd. 28,68 Mio. € im Bereich Lebensmittel und 5,24 Mio. € im Drogeriebereich.

Bezieht man die aktuelle Verkaufsflächenausstattung und Umsatzleistung nach Sortimenten auf die in den einzelnen Sortimenten bestehenden Umsatzchancen, so ergeben sich die aktuell am Standort Ebern bestehenden ungedeckten, also zur Zeit nicht realisierten Umsatzpotenziale. Vorhaben können im Sortimentsbereich Lebensmittel auf offene Umsatzpotenziale zurückgreifen. Diese ungedeckten Potenziale, denen also keine entsprechenden Umsätze bzw. Verkaufsflächen gegenüberstehen, liegen im Bereich Lebensmittel bei rd. 1,33 Mio. Euro.

Die bestehenden offenen Umsatzpotenziale werden zur Zeit maßgeblich durch Kaufkraftabflüsse gespeist, was die Funktion Eberns als Versorgungsstandort schwächt.

Tab. 5 Ungedekte Umsatzpotenziale im Eberner Einzelhandel

Sortiment	Bindungsquote	Ungedektes Umsatzpotenzial
Lebensmittel, Reformwaren	95,6%	1,33 Mio. €
Drogerie- und Parfümerieartikel	101,4%	0,00 Mio. €
SUMME		1,33 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

7.3.3 Einzugsgebiet

Als Grundlage der Markt- und Umsatzpotenzialanalyse, die mittels des Huff-Modells (vgl. Kapitel 8.1) ermittelt wurde, dient die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsgebiet.

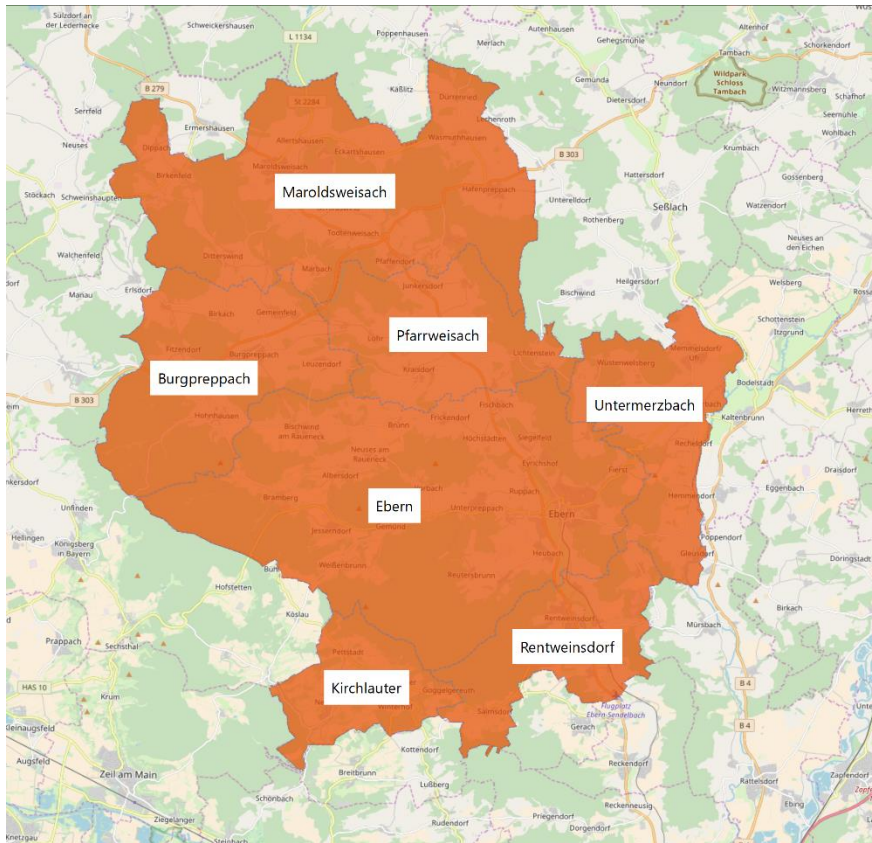
Die Einwohnerzahl des abgegrenzten Einzugsgebietes für das Schwerpunktsortiment Lebensmittel einschließlich Drogerieartikel liegt einschließlich Eberns bei **18.143** (31.12.2016). Dabei geht das Einzugsgebiet nach unseren Berechnungen über den auf Pfarrweisach, Rentweinsdorf und Untermerzsbach festgelegten Nahbereich (vgl. 7.3.5) hinaus.

Die nachfolgende Karte (vgl. Abb. 47) zeigt die Ausdehnung des sortimentspezifischen Einzugsgebietes.

Ebern verfügt dabei mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 98,5 über eine leicht unter dem deutschen Durchschnitt (100,0) liegende einzelhandelsrelevante Kaufkraft (CIMA!BBE!MB-Research 2017).

Die Kaufkraft der Orte im sonstigen Einzugsgebiet liegt deutlicher unter dem Bundesdurchschnitt und kommt im Mittel auf 91,6%.

Abb. 47 Einzugsgebiet Lebensmittel und Drogerieartikel



Quelle: Eigene Berechnungen
Kartengrundlage: OpenStreetMap

7.3.4 Zentrenverträglichkeit gemäß Städtebauförderung

Die anzunehmenden Auswirkungen von Einzelhandels-Neuansiedlungen bzw. Verkaufsflächenerweiterung auf die Versorgungsstruktur und den bestehenden Eberner Einzelhandel sind vielschichtig. So wird einerseits die Attraktivität der Stadt als Einzelhandelsstandort insgesamt gesteigert, andererseits stellt jede Angebotserweiterung zugleich eine neue Konkurrenzsituation für die bestehenden Anbieter dar. Hierbei ist insbesondere der Verdrängungseffekt im Einzelhandel des Zentralen Versorgungsbereiches von Interesse, wenn neue Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten (Sortimente des Innenstadtbedarfs) außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches realisiert werden sollen.

Ziel einer nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung sollte es sein, den Standort über die Ansiedlung moderner Handelskonzepte zu stärken, ohne dass die gewachsenen Strukturen der Innenstadt negativ in ihrer Entwicklungs- und Zukunftsfähigkeit beeinflusst werden.

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumlenkung, die in Mio. € und in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jede Umverteilung eine unzumutbare Auswirkung, denn die Reduzierung von Umsätzen in bestehenden Wettbewerbslagen allein ist bauplanungsrechtlich irrelevant.¹³

Im Rahmen der städtebaulichen Verträglichkeit ist zu prüfen, in welcher Art und welchem Umfang die Verkaufsflächenerweiterung Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche entfaltet. Im Kern steht dabei, ob die Funktionsfähigkeit der relevanten zentralen Versorgungsbereiche in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt wird, schädliche Auswirkungen erfährt und damit gestört wird.

¹³ Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

Dabei ist nach der Rechtsprechung eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände vorzunehmen¹⁴. In diese Gesamtbetrachtung sind verschiedene Parameter, insbesondere die prognostizierte Umsatzumverteilung, eine etwaige Vorschädigung zentraler Versorgungsbereiche, die Struktur des vorhandenen Betriebsbesatzes und die Entfernung des Vorhabens zum zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen.

Anerkannt ist insoweit, dass der zu erwartende vorhabenbedingte Kaufkraftabfluss an Hand von branchenspezifischen Erfahrungswerten zur üblichen Flächenproduktivität herangezogen wird¹⁵. Die damit verbundene Begutachtung hat sortimentsbezogen zu erfolgen¹⁶. Das Bundesverwaltungsgericht fordert dabei einen realitätsnahen Maßstab, der die konkreten Gegebenheiten zugrunde legt und auf dieser Grundlage die realistischer Weise zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt¹⁷.

Feste Prozentsätze in Form von Grenzwerten, bei deren Unterschreiten stets von unschädlichen und bei deren Überschreiten immer von schädlichen Auswirkungen auszugehen ist, lassen sich insoweit nicht angeben¹⁸. Grundsätzlich wird allerdings davon ausgegangen, dass bei einer Umsatzumlenkung von weniger als 10% eine Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche regelmäßig nicht vorliegt, sofern der jeweilige Versorgungsbereich nicht bereits vorgeschädigt ist¹⁹. Umgekehrt kann vor dem Hintergrund der notwendigen Gesamtbetrachtung nicht pauschal festgestellt werden, dass städtebaulich relevante Auswirkungen bei einer Umsatzumlenkung von mehr als 10% zu erwarten sind. So ist in der Rechtsprechung entschieden, dass ein

zwischenkommunalen Umsatzabfluss von 20% bis 25 % auch vertretbar sein kann²⁰.

Auch vor diesem Hintergrund ist für die Ermittlung der Zentrenverträglichkeit neben der voraussichtlichen Umsatzumverteilung weiterhin eine etwaige „Vorschädigung“ des Versorgungsbereichs zu berücksichtigen²¹. Eine erhebliche „Vorschädigung“ kann gegeben sein, wenn es sich – z.B. durch ein Einzelhandelskonzept – ergibt, dass ein Einzelhandelsstandort erhebliche Standortnachteile vorzuweisen hat. Dies kann bedingt sein durch eine beachtliche Zahl an Leerständen, eine hohe Zahl von Geschäften im Niedrigpreissektor oder durch eine erhebliche Anzahl an Händlern, welche Wegzugs- oder Schließungsabsichten hegen²².

Zentren-Verträglichkeit

Bei unserer Betrachtung der Zentren-Verträglichkeit nehmen wir eine Umsatzumlenkung von 10% als Grenzwert der Verträglichkeit an.

In den nachfolgenden Berechnungen zur Umsatzumverteilung wird für die am Standort geplanten Sortimente die maximale Umsatzhöhe angegeben, bis zu der eine Verträglichkeit für die relevanten Versorgungsbereiche in Ebern und den Umlandgemeinden gewährleistet ist. Die Abschöpfungen aus diesen relevanten Versorgungsbereichen werden absolut und in Relation zur Umsatzhöhe des Sortimentes in den jeweiligen Quellstandorten dargestellt (prozentuale Abschöpfung).

¹⁴ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, 4 C 7.07; Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08; Beschluss vom 12.01.2012, 4 B 39.11; VGH Mannheim, Urteil vom 11.02.2016, 5 S 1389/14

¹⁵ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, 4 C 7.07

¹⁶ vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, 4 C 7.07; OVG Münster, Urteil vom 01.12.2015, 10 D 91/13 NE

¹⁷ BVerwG, Urteil vom 27.03.2013, 4 CN 6.11

¹⁸ VGH Mannheim, Urteil vom 11.02.2016, 5 S 1389/14

¹⁹ BayVGH, Urteil vom 13.12.2011, 2 B 07.377

²⁰ VG Göttingen, Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04; BayVGH v. 07.06.2000, 26 N 99.2961; OVG Koblenz v. 25.04.2001, 8 A 11441/00

²¹ BVerwG, Beschluss vom 12.01.2012, 4 B 39.11

²² OVG Münster, Urteil vom 01.02.2010, 7 A 1635/07

Lebensmittel

Der maximale, für die relevanten Versorgungsbereiche in Ebern und den Umlandgemeinden verträgliche Umsatz-Zuwachs im Bereich Lebensmittel berechnet sich mit 3,4 Mio. €. Diese Umsatzhöhe ist bei der anzusetzenden Raumleistung eines Norma von 3.800 €/m² (Worst-case-Annahme) mit einer maximalen zusätzlichen Verkaufsfläche von 895 m² gleichzusetzen.

Für einen Aldi mit einer im Worst-case am Standort Ebern anzusetzenden Raumleistung von 7.800 €/m² liegt die verträgliche zusätzliche Verkaufsfläche bei 435 m².

Der größte Teil der Abschöpfungen wird sich dabei auf Betriebe in Ebern konzentrieren. Mit 2,04 Mio. € werden 60% des als verträglich anzusehenden Umsatzes aus Ebern abgezogen.

Entsprechend des Untersuchungsansatzes bleiben die Abschöpfungen an allen Standorten unter 10%.

Die geplante Erweiterung der Lebensmittelverkaufsfläche des Norma-Marktes ist für den bestehenden Einzelhandel in Ebern und dem Umland verträglich, wenn die Erweiterungsfläche unterhalb von 895 m² bleibt. Da der gesamte Betrieb nur von rd. 800 m² auf rd. 980 m² erweitert werden soll, ist die städtebauliche Verträglichkeit in jedem Fall gegeben.

Solange die geplante Erweiterung der Lebensmittelverkaufsfläche von Aldi weniger als 435 m² umfasst, ist sie für den bestehenden Einzelhandel in Ebern und dem Umland ebenfalls in vollem Umfang verträglich. Da die Gesamterweiterung nach der Standortverlagerung lediglich rd. 272 m² umfasst (von 928 m² auf rd. 1.200 m² Verkaufsfläche), ist die städtebauliche Verträglichkeit in jedem Fall gegeben.

Tab. 6 : Städtebauliche Verträglichkeitsberechnung Lebensmittel

Umsatz des Vorhabens (in Mio. €)	Offenes Umsatzpotenzial (in Mio. €)	Umsatz zu Lasten bestehender Anbieter (in Mio. €)			
		Ebern		Umland-orte	Streu-umsatz
		ZV Innenstadt	Sonstige Lagen		
3,40	1,33	0,61	1,43	1,19	0,17

Umsatzabschöpfung Konkurrenzstandorte	in Mio. €	in % des jeweiligen Umsatzes
Ebern, ZV Innenstadt	0,61	8,7%
Ebern, Sonstige Lagen	1,43	5,7%
Orte im Einzugsgebiet (Maroldsweisach etc.)	0,17	< 10,0%
Sonstige Orte (Baunach, Breitenгүйbach, Hofheim etc.)	1,02	< 10,0%
Streuumsatz (5% des Umsatzzuwachses)	0,17	---
SUMME	3,40	---

Quelle: eigene Berechnungen
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Drogerie- und Parfümerieartikel

Der maximale, für die relevanten Versorgungsbereiche in Ebern und den Umlandgemeinden verträgliche Umsatz-Zuwachs im Bereich Drogerie- und Parfümerieartikel berechnet sich mit 2,9 Mio. €. Diese Umsatzhöhe ist bei der anzusetzenden Raumleistung eines Norma von 3.800 €/m² (Worst-case-Annahme) mit einer maximalen zusätzlichen Verkaufsfläche von 760 m² gleichzusetzen.

Für einen Aldi mit einer im Worst-case am Standort Ebern anzusetzenden Raumleistung von 7.800 €/m² liegt die verträgliche zusätzliche Drogerie-Verkaufsfläche bei 370 m².

Ein eigenständiger Drogeriemarkt wie dm, der in Ebern mit einer Raumleistung von rd. 6.000 € im Worst-case zu erwarten wäre, ist mit einer sortimentsspezifischen Verkaufsfläche von bis zu 480 m² als verträglich anzusehen.

Der größte Teil der Abschöpfungen wird sich dabei auf Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes konzentrieren. Mit 2,29 Mio. € werden rd. 79% des als verträglich anzusehenden Umsatzes aus Konkurrenzzentren wie Coburg, Breitengüßbach oder Hofheim abgezogen.

Entsprechend des Untersuchungsansatzes bleiben die Abschöpfungen an allen Standorten unter 10%.

Tab. 7 : Städtebauliche Verträglichkeitsberechnung Drogerieartikel

Umsatz des Vorhabens (in Mio. €)	Offenes Umsatzpotenzial (in Mio. €)	Umsatz zu Lasten bestehender Anbieter (in Mio. €)			
		Ebern		Umland-orte	Streu-umsatz
		ZV Innenstadt	Sonstige Lagen		
2,90	0,00	0,09	0,35	2,320	0,15

Umsatzabschöpfung Konkurrenzstandorte	in Mio. €	in % des jeweiligen Umsatzes
Ebern, ZV Innenstadt	0,09	9,0%
Ebern, Sonstige Lagen	0,35	9,7%
Orte im Einzugsgebiet (Maroldsweisach etc.)	0,03	< 10,0%
Sonstige Orte (Coburg, Breitengüßbach, Hofheim etc.)	2,29	< 10,0%
Streuumsatz (5% des Umsatzzuwachses)	0,15	---
SUMME	2,90	---

Quelle: eigene Berechnungen
Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

Ergebnis der Zentren-Verträglichkeitsuntersuchung

Die geplante Erweiterung der Verkaufsfläche des Norma-Marktes von rd. 800 m² auf rd. 980 m² sowie des Aldi von 928 m² auf rd. 1.200 m² Verkaufsfläche sind daher für den bestehenden Einzelhandel in Ebern und dem Umland in vollem Umfang verträglich.

7.3.5 Verträglichkeit gemäß LEP Bayern 2018

Die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ergibt sich aus den Zielen 5.3.1 bis 5.3.3 LEP. Die zulässige Größe für Nahversorgungsbetriebe bestimmt sich entweder aus der Ausnahme 1 von Ziel 5.3.1 LEP oder aus der Berechnung gem. Ziel 5.3.3 LEP (Abschöpfungsquoten).

Gemäß Ausnahme 1 von Ziel 5.3.1 LEP dürfen Flächen für Betriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden ausgewiesen werden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2.

Ansonsten bestimmt sich die zulässige Größe durch Ziel 5.3.3 LEP:

Abschöpfungsquoten nach Ziel 5.3.3 LEP 2018

Durch Flächenausweisungen für Betriebe im Sinn des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentsspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf (hier: Lebensmittel) oder sonstiger Bedarf (hier: nicht gegeben) verkauft wird, 25 %,

- soweit in ihnen Innenstadtbedarf (hier: Drogerieartikel) verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30%, für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15%, d.h. für Ebern also 30%

der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung des Lebensmittel-Sortimentes durch ein Einzelhandelsgroßprojekt ist unabhängig von der Betriebsform einheitlich der landesplanerische Nahbereich, für Gemeinden ohne Nahbereich das Gemeindegebiet.

Der anzusetzende Nahbereich Eberns bezieht sich neben Ebern auf die Gemeinden Pfarrweisach, Rentweinsdorf und Untermerzbach und somit auf **12.078 Einwohner** (zum 31.12.2016).

Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung bei Innenstadtbedarf ist der für jeden Zentralen Ort bestimmte Einzelhandels-spezifische Verflechtungsbereich der Standortgemeinde („Verflechtungsbereich“), der die Versorgungsstruktur und Attraktivität eines Zentralen Ortes und seine überörtliche Erreichbarkeit widerspiegelt. Der **Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich** der Stadt Ebern wurde zuletzt mit Bezugsdatum 01.11.2014 auf insgesamt **21.795 Einwohner** festgelegt.

Die nach dem Landesentwicklungsprogramm maximal verträglichen sortimentsspezifischen Verkaufsflächen sind in der nachfolgend abgebildeten Tabelle dargestellt und werden wie folgt berechnet:

Einwohnerzahl x sortimentsspezif. Verbrauchsausgabe x Abschöpfungsquote

Bezugnehmend auf die jeweilige Einwohnerbasis sowie eine betriebs-typenspezifische mittlere Flächenleistung lassen sich die als verträglich anzusehenden Verkaufsflächen ermitteln (vgl. Tabelle 8 auf der folgenden Seite).

Tab. 8 : Verträglichkeit gemäß LEP 2018 (gilt für Einzelhandelsgroßprojekte)

Sortiment (Betriebstyp Fachmarkt)	Einwohnerbasis	Marktpotenzial in Mio. Euro	Zulässige Kaufkraftabschöpfung	Max. abschöpfbarer Umsatz in Mio. Euro	Umsatzannahme (Mittelwert)	Verträgliche Verkaufsfläche in m²
Lebensmittel (Lebensmitteldiscounter)	12.078	27,79	25%	6,95	4.800 €/m²	1.440
Parfümerie- und Drogerieartikel (Fachmarkt)	21.795	7,80	30%	2,34	5.500 €/m²	425
SUMME		35,59		9,29		1.865

Quelle: Eigene Berechnungen 2018, Bayer. Staatsregierung 2018

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2018

Die Berechnungen in Tabelle 8 beziehen sich auf Betriebe, die sich nicht in einer Agglomeration gemäß 5.3 LEP befinden.

Bei der durch die Bayer. Staatsregierung vorgegebenen Berechnung findet die spezifische Kaufkraft vor Ort keine Berücksichtigung. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf der Verflechtungsbereichs-Einwohner im stationären Einzelhandel von 2.301 € für Lebensmittel sowie 358 € für den Bereich Parfümerie- und Drogerieartikel angesetzt.

Die Verträglichkeit gemäß LEP 2018 für Betriebe oder Agglomerationen mit einer Verkaufsfläche über 800 m² (bzw. über 1.200 m² im Bereich Lebensmittel) ergeben sich gemäß obenstehender Tabelle 8.

Eine zukünftige Ansiedlung über 800 bzw. 1.200 m² Gesamtverkaufsfläche muss in allen Einzelsortimenten unterhalb der in Tabelle 8 aufgeführten, als landesplanerisch verträglich anzusehenden Verkaufsflächen bleiben.

Bei Einhaltung diese Grenzwerte kommt es nicht zu überhöhten Abschöpfungen aus den sortimentsspezifischen Verflechtungsbereichen (Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich bzw. Nahbereich).

7.4 Maßnahmen zur Vitalisierung des Versorgungsstandortes Ebern

Um den Einzelhandelsstandort Ebern und insbesondere die Innenstadt gut für die Zukunft aufzustellen, werden im Folgenden Maßnahmen unterschiedlicher Dimension und Verantwortlichkeiten aufgeführt.

Profilierung und Positionierung des Einkaufsortes durch Herausstellen der Besonderheiten des Eberner Einzelhandels

Aufgrund des guten und spezialisierten Besatzes im Einzelhandel (z.B. Tabakwaren Heim, EP Mandrops, Zoo Schlager, Parfümerie Beck, Weltladen, Frankenwein Passage) wäre eine Positionierung als Einkaufsort der Spezialisten möglich. Wenn andere, momentan noch weniger spezialisierte Betriebe nachziehen, kann dadurch auch das Gesamtniveau des innerstädtischen Einzelhandels gehoben werden.

Aktive Unterstützung der innerstädtischen Betriebe

z.B. durch Ermöglichung von Verkaufsflächenenerweiterungen, Verzicht auf Abgaben bei Außennutzung, Presse-Berichterstattung bei Neueröffnungen, Vorstellung von einzelnen Betrieben und deren Besonderheiten

Aktives Flächenmanagement – Lücken schließen, Leerstände aktivieren

- Verzicht auf Stellplatzablässe oder indirekte Mietzuschüsse bei Neuansiedlungen (in festzulegenden, gewünschten Sortimentsbereichen)
- Ergänzung und Qualifizierung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes in der Innenstadt und damit Erhöhung der Einkaufsattraktivität für einheimische und auswärtige Kunden

- Die zukünftige Branchenmixentwicklung sollte nicht allein dem freien Markt überlassen werden. Notwendig ist ein ganzheitlicher strategischer Ansatz, der alle Optionen einer gezielten Flächenentwicklung in Betracht zieht. Die Ergänzungen können erfolgen über:

- Erweiterung bzw. Umstrukturierung bereits in Ebern ansässiger Betriebe,
- Möglicherweise Gründung von Filialen bereits in der Region ansässiger Unternehmen,
- Ansiedlung von überregionalen Filialisten (wenn möglich) oder
- Existenzgründungen.

- Unter Berücksichtigung der ermittelten ungedeckten Umsatzpotenziale sind in folgenden Sortimentsbereichen zusätzliche Verkaufsflächen als eine sinnvolle Bestandergänzung anzusehen²³:

Lebensmittel, Reformwaren: Bereits bei der Ermittlung des Verkaufsflächenumsfanges pro Einwohner konnte im Vergleich zu anderen bayerischen Orten eine leicht unterdurchschnittliche Ausstattung im Bereich Lebensmittel festgestellt werden (vgl. 4.1.2). Entsprechend besteht ein ungedecktes Umsatzpotenzial in Höhe von rd. 1,33 Mio. Euro. Dieses Potenzial ist nicht für eine Neuansiedlung ausreichend und sollte daher für die Erweiterung bestehender Lebensmittelanbieter genutzt werden.

Sportartikel: Aufgrund des bestehenden ungedeckten Umsatzpotenzials von rd. 0,54 Mio. Euro kann ein spezialisierter Anbieter z.B. aus dem Outdoorsektor funktionieren, setzt aber einen aktiven Inhaber voraus. Ansonsten könnten die offenen Potenziale

²³ Die Aussagen zu den in einzelnen Branchen bestehenden Potenzialen erlauben eine Orientierung, ersetzen bei einem tatsächlichen Ansiedlungs- oder

Erweiterungsvorhaben jedoch keine einzelbetriebliche Beratung. Im Ansiedlungsfall muss nach Standort, Ausstattungs- und Angebotsniveau zusätzlich eine objektspezifische, betriebliche Wirtschaftlichkeitsberechnung erfolgen.

durch ein Ergänzungssortiment z.B. eines Bekleidungsgeschäftes abgedeckt werden. Alternativ könnte die Firma Stastny ihren Sportverkauf ausbauen, dies wäre dann allerdings außerhalb der Innenstadt.

Schuhe, Lederwaren: Das offene Umsatzpotenzial von 0,11 Mio. Euro im Bereich Schuhe und 0,30 Mio. Euro im Bereich Lederwaren stellt eine Chance auf Umsatzerweiterungen bei einem bestehenden Anbieter dar. Dies kann durch die Verkaufsflächen-erweiterung eines Schuhanbieters wie Brünner oder Schmitt oder die Aufnahme eines Ergänzungssortimentes eines Bekleidungs-anbieters erfolgen.

Medizinisch-orthopädischer Bedarf: Mit einer älter werdenden Bevölkerung geht eine gesteigerte Nachfrage nach Sanitätshäusern einher. Das ungedeckte Umsatzpotenziale in Höhe von 0,31 Mio. Euro kann durch die Firma Brünner zu einem Ausbau der Sanitätshausfläche genutzt werden.

Möbel: Das Potenzial ist im Bereich Dekoration/Interior design zu sehen, der neben Kleinmöbeln auch Sortimentsbestandteile aus dem Bereich Glas/Porzellan/Keramik umfasst. Mit der Firma Stil und Leben ist hier bereits ein guter Anbieter vorhanden, leider außerhalb der Innenstadt. Ein noch mehr in Richtung Interior design und Kleinmöbel orientiertes, inhabergeführtes Konzept könnte einen weiteren „Spezialisten“ (s.o.) bilden, idealerweise in Innenstadtlage.

EDV, Telekommunikation: Aufgrund der ungedeckten Umsatzpotenziale in Höhe von insgesamt rd. 1,33 Mio. Euro ist eine Verkaufsfläche von bis zu rd. 250 m² durch offene Potenziale gedeckt. Das Potenzial sollte durch Verkaufsflächen-erweiterung bzw. Sortimentsanpassung bestehender Anbieter aus dem Bereich Elektro (z.B. Dietz oder Mandrops) genutzt werden.

Farben/Tapeten/Bodenbeläge sowie Kfz-Zubehör: Diese nicht zentrenrelevanten Sortimente bieten die Möglichkeit, Flächen außerhalb der Innenstadt, wie z.B. im Versorgungs- und Gewerbezentrum West zu besetzen und damit Kaufkraftabflüsse in diesen Sortimenten zurückzugewinnen. Das umfangreichere Umsatzpotenzial im Bereich Kfz-Zubehör würde einem Fachmarkt mit einer Verkaufsfläche von bis zu 300 m² entsprechen.

- Neben diesen Sortimenten mit ungedeckten Umsatzpotenzialen sollte ein Ausbau des innerstädtischen Bekleidungsangebotes vorgenommen werden. Trotz der rein rechnerisch gedeckten Potenziale, ist die Eberner Innenstadt in diesem Sortimentsbereich mit vergleichsweise geringem Verkaufsflächenaufkommen aufgestellt.
- Die mit der Branchenoptimierung verbundenen Aufgaben gehören zu den typischen Aufgaben einer kommunalen Wirtschaftsförderung bzw. könnten durch ein innerstädtisches Quartiersmanagement in engem Dialog mit Stadt und Immobilienbesitzern erfolgen:
 - individuelle Beratung von interessierten Unternehmen aus Ebern und von außerhalb,
 - Bereitstellung von Informationen über den Einzelhandelsstandort Ebern,
 - aktive Ansprache von in Frage kommenden Unternehmen (regionale Handelsunternehmen, überregionale Filialisten),
 - Vermittlung von Kontakten zu Hauseigentümern,
 - finanzielle Förderung von Investitionen.

Gemeinsamer und individueller Online-Auftritt des Eberner Einzelhandels (Onlineplattform)

Mindestanforderung an die Betriebe ist eine reine Image-Seite, um das Geschäft darzustellen. Eine Seite zum Thema „Einkaufen in

Ebern“ sollte Lust auf einen Besuch der Stadt machen und die einzelnen Angebote verlinken.

Ein Online-Präsenz-Check der innerstädtischen Betriebe (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleister)

Weiterentwicklung des Versorgungs- und Gewerbezentrums West

Verdichtung der Nutzungen im Gebiet, städtebauliche Verknüpfung der Bereiche Alte Ziegelei und Carl-Benz-Straße

Bei Neueröffnungen, Vorstellung von einzelnen Betrieben und deren Besonderheiten

Etablierung eines Wochenmarktes

Wochenmärkte binden eine große Stammkundschaft und sind Frequenzbringer für die Innenstadt. Sie steigern die Zentrumsattraktivität und spielen eine wichtige belebende Rolle. Der Markt erschließt dem stationären Einzelhandel neue Kundengruppen und bewirkt Koppungskäufe. Wochenmärkte erfüllen zudem eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Sicherung der Unternehmenserfolge im Einzelhandel

Um frühzeitig die Nachfolge im Einzelhandel zu sichern und somit weitere Leerstände sind folgende Maßnahmen sinnvoll:

- Beratungsangebot für bestehende Einzelhandelsunternehmen seitens der Stadt im Rahmen der Wirtschaftsförderung
- Nutzung bestehender Fördermöglichkeiten bei Beratungen der Unternehmenssicherung,
- Nutzung der bundesweiten Gründer- und Nachfolgebörse nextchange,
- persönliche Beratungsgespräche „Unternehmensnachfolge“ bei der IHK/HWK,
- Kontaktaufnahme mit möglichen Existenzgründern aus der Region

Optimierung von Warenpräsentation und Kundenansprache (einzelbetrieblich)

Geschäfte mit unzureichender Gestaltungsqualität können auch die Kundenfrequenz benachbarter Betriebe negativ beeinflussen.

Betriebe, die in ihrer Innengestaltung und Außenwirkung keine positiven Effekte setzen und durch ihr Auftreten dem Wunsch moderner Kunden nach einem attraktiven Betrieb nicht entsprechen, verschenken eigene Umsatzpotenziale ebenso wie eine mögliche stärkere Funktion dieser Betriebe in der Innenstadt. Hier sollten gemeinsame Informationsveranstaltung oder Schulungsangebote der Verbände (Einzelhandelsverband HBE) oder spezieller Einrichtungen wie der Günther-Rid-Stiftung genutzt werden.

Durch einen „Store Check“, der den Inhabern betriebliche Optimierungsmöglichkeiten aufzeigt, können erste Maßnahmen eingeleitet werden.

Gemeinschaftliche Kundenorientierung der Betriebe

In kleineren Städten wie Ebern zeichnet sich der innerstädtische Einzelhandel durch inhabergeführte Betriebe aus, welche mittels hoher Serviceorientierung Wettbewerbsvorteile gegenüber dem „fachmarktlastigen“ Einzelhandel an anderen Standorten nutzen können. Daher sollten die Betriebe diese Serviceorientierung durch ein möglichst geschlossenes, serviceorientiertes Auftreten nach außen zeigen. Eine „Serviceoffensive“ des Einzelhandels in Zusammenwirken mit den ansässigen Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben mit der einheitlichen Definition von Mindest-Servicestandards kann in Verbindung mit einer entsprechenden Marketingstrategie neue Impulse zum Besuch der Eberner Innenstadt setzen.

Gemeinsam initiierte und getragene Service-Angebote können dazu beitragen, das Image einer kundenfreundlichen Einkaufsstadt weiter auszubauen und zu festigen. So lassen sich Serviceangebote ebenso zur Zielgruppenorientierung nutzen (z.B. durch das Herausstellen

eines seniorenfreundlichen Lieferservice) wie zur Kundenentlastung (z.B. durch das Angebot einer Gepäckaufbewahrung) sowie auch als geldwerter Kundenvorteil (z.B. durch Parkgebührenrückerstattungen).

- Angebot einheitlicher Serviceleistungen,
- gemeinsame Kernöffnungszeiten,
- stärkere Orientierung zum Erlebniseinkauf

Nutzung touristischer Potenziale

Schaffung spezifischer Angebote in Einzelhandel und Gastronomie zu Veranstaltungen

- Thema Musik: Festival Schloß Eyrichshof und Musiknacht
- Thema Mobilität: Oldtimertreff und Tourenwagen-Rallye
- Thema Medien: Lesungen in der Leseinsel und dem Krimidinner
- Thema Natur: Gartenmarkt im Schloss.

Ausbau der innerstädtischen Gastronomie

Das gastronomische Angebot ist in Ebern im Vergleich zu anderen Städten bislang noch unterrepräsentiert (vgl. Abb. 21) und sollte auch zum Ausbau der innerstädtischen Aufenthaltsqualität erweitert werden. Das gastronomische Angebot ist als Ergänzung des Einzelhandels sowie zur Schaffung von Aufenthaltsqualität (Außengastronomie) in der Innenstadt von hoher Bedeutung. Dabei kommt es insbesondere auf Qualität und Vielfalt des Angebotes an.

7.5 Empfehlungsübersicht

Nachfolgend werden die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ebern aufgeführten Maßnahmen in Form einer integrierten Schlussbetrachtung zusammengefasst und durch die Angabe einer Fristigkeit (aus CIMA-Sicht) priorisiert.

Weiterhin wird die Zuständigkeit (wer sollte sich federführend um die Durchführung der jeweiligen Maßnahme kümmern) bzw. Mitwirkung (wer ist in die Durchführung mit einzubeziehen) nach Stadt, Immobilien-/Grundbesitzern, Tourismus-Werbegemeinschaft TWG und Einzelbetrieben aus Sicht der CIMA angegeben.

Tab. 9 Empfehlungsübersicht

Maßnahme	Priorität/ Fristigkeit	Zuständigkeit (X) und Mitwirkung (+)			
		Stadt Ebern	Immobilien-/ Grundbesitzer	TWG Ebern	Einzel- betriebe
Beschluss des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes als städtebauliches Entwicklungskonzept	kurzfristig	X			
Verabschiedung der Sortimentsliste durch den Stadtrat	kurzfristig	X			
Profilierung und Positionierung des Einkaufsortes	mittelfristig	+		X	+
Aktive Unterstützung der innerörtlichen Betriebe	kurzfristig	X	+	+	
Aktives Flächenmanagement – Lücken schließen, Leerstände aktivieren	mittelfristig	X	+		
Gemeinsamer und individueller Online-Auftritt des Eberner Einzelhandels (Online-Plattform)	kurzfristig			X	X
Weiterentwicklung des Versorgungs- und Gewerbezentrum West	langfristig	X	+		
Etablierung eines Wochenmarktes	langfristig	X		+	
Sicherung der Unternehmensnachfolge im Einzelhandel	mittelfristig	+		+	X
Attraktivierung des Einzelhandels, Optimierung von Warenpräsentation und Kundenansprache (einzelbetrieblich)	kurzfristig		+	X	+
Gemeinschaftliche Kunden- und Serviceorientierung der Betriebe	mittelfristig			X	+
Nutzung der touristischen Potenziale	mittelfristig			+	X
Ausbau der innerstädtischen Gastronomie	langfristig	+	X		

Bearbeitung: CIMA GmbH 2018

8 Anhang

8.1 Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials

Das Marktgebiet für den Einzelhandel Eberns wurde mit dem computergestützten Simulationsmodell HUFF berechnet.

Die CIMA hat auf der Basis des ursprünglich von D. L. Huff entwickelten Modells ein eigenes, rechnergestütztes Simulationsmodell entwickelt, bei dem verschiedene, für den Untersuchungsraum relevante Kennwerte berücksichtigt werden können.

Dieses differenzierte Modell berücksichtigt folgende Einflussgrößen:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen am Einzelhandelsumsatz,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

In das Simulationsmodell wurden neben Ebern zahlreiche weitere Gemeinden einbezogen. Das tatsächliche Einzugsgebiet umfasst jedoch nur diejenigen Standorte, aus denen ein nennenswerter Anteil der verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft realistischweise nach Ebern fließen kann.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer wird nach der folgenden Formel berechnet:

$$KK_{(Ebern)} / E_{(Ebern)} * 100$$

Dabei ist:

$KK_{(Ebern)}$ = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Eberns in ‰ der einzelhandelsrelevanten Gesamtkaufkraft in Deutschland

$E_{(Ebern)}$ = Einwohnerzahl Eberns in ‰ der Einwohnerzahl Deutschlands

Durch diese Berechnung wird, unabhängig von der Größe des Ortes, das für Ausgaben im Einzelhandel verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bestimmt. Dabei ist der Bundesdurchschnitt stets 100 ‰. Geht man zur Anschauung von einem Bundesdurchschnitt von 6.000 Euro aus²⁴, so würde einem Ort mit einem einzelhandelsrelevanten Ausgabepotenzial von 6.600 Euro die Kaufkraftkennziffer 110,0 zugewiesen, einem Ort mit 5.400 Euro entsprechend die Kennziffer 90,0.

²⁴ die aktuellen Zahlen basieren auf einem Durchschnittswert (gleich 100%) von genau 5.890 €

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse.

Charakteristisch für den **kurzfristigen Bedarf** (v. a. Lebensmittel) ist, dass vergleichsweise häufig kleine Mengen eingekauft werden und ein dichtes Netz von Verkaufseinrichtungen auch in kleineren Ortschaften die Erledigung zahlreicher Einkäufe ermöglicht.

Im **mittel- und langfristigen Bedarfsbereich** (Textilien, Elektrogeräte, Möbel usw.) befinden sich Versorgungseinrichtungen in der Regel in den größeren zentralen Orten. Einkäufe werden häufig mit dem Auto durchgeführt und sind seltener als im kurzfristigen Bereich. Dem Einkauf geht in der Regel auch ein intensiverer Auswahl- und Vergleichsprozess voraus. Die ausgegebenen Beträge pro Einkauf sind dabei erheblich höher.

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben.

Unter der Berücksichtigung branchenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten lassen sich schließlich aus den Umsatzpotenzialen die erforderlichen Verkaufsflächen ableiten.

8.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde in Ebern eine Bestandsaufnahme aller Einzelhandelsbetriebe durchgeführt.

Als Einzelhandel werden Unternehmen bezeichnet, die Waren einzelner oder verschiedener Hersteller beschaffen und an nicht-gewerbliche Kunden, also Endverbraucher bzw. Letztverwender, verkaufen. Im Gegensatz dazu verkauft der Großhandel an gewerbliche Kunden, also Wiederverkäufer und Großverbraucher. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Innenstadt, integrierte Lage, nicht integrierte Lage)
- Branche und Betriebstyp
- Verkaufsfläche und Sortimentsniveau

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. SB-Warenhäuser), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen.

Nicht zum Einzelhandel werden der Handel mit Kraftfahrzeugen, Landmaschinen, Baustoffen, Brennstoffen und Mineralölerzeugnissen gezählt. Tankstellen-Shops werden jedoch aufgenommen. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken, Autovermietungen, Fitnesscenter oder Kreditinstitute zählen nicht zum Einzelhandel, ebenso wie Friseure, Schneidereien und Schuhmacher.

Verkaufsstellen des Nahrungsmittelhandwerks wie Bäcker/Metzger oder von Optikern und Hörgeräteakustikern werden dagegen ebenso wie Apotheken zum Einzelhandel gezählt, da hier die Handelsfunktion im Vordergrund steht.

Insgesamt unterscheidet die CIMA folgende 32 Branchen:

1	Lebensmittel
2	Reformwaren
3	Apotheken
4	Drogerien, Parfümerien
5	Schnittblumen (nur Fachgeschäft)
6	Zeitschriften
7	Oberbekleidung
8	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
9	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
10	Sportartikel
11	Schuhe
12	Sanitätshäuser
13	Bücher
14	Papier, Büro, Schreibwaren
15	Spielwaren/Hobby/Basteln
16	Zoobedarf
17	Möbel
18	Antiquitäten, Kunstgegenstände
19	Bau- und Heimwerkerbedarf
20	Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren
21	Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge
22	Elektrogeräte, Leuchten
23	Unterhaltungselektronik
24	Foto
25	Optik
26	Uhren, Schmuck
27	Lederwaren
28	Musikinstrumente, Musikalien, Sammlerbedarf, Waffen
29	Fahrräder
30	Kfz-Zubehör
31	Büromaschinen, -einrichtung, PC
32	Gartenbedarf

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform
- Preisniveau
- Sortimentstiefe und -breite
- Verkaufsfläche

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Nonfood-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann (z.B. Olympia-Einkaufszentrum in München).

Supermarkt

Ca. 400 bis 2.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 1.200 m² Verkaufsfläche bereits höherer non-food-Anteil (non-food 1-Artikel, siehe 8.3): Umsatzanteil ca. 10 %, Flächenanteil ca. 10 - 20 % (z.B. Rewe, Edeka, Tegut).

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv, weiter zunehmender non-food-Umsatzanteil (z.B. Aldi, Norma, Penny).

Großer Supermarkt

Verkaufsfläche ca. 2.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche ansteigender Flächenanteil an Abteilungen des non-food 2-Sortiments. Non-food-Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, non-food-Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. E-Center, Kaufland, Rewe-Center).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche non-food-Abteilungen einschließlich non-food 2-Artikeln: non-food-Umsatzanteil ca. 20 - 30 %, non-food-Flächenanteil ca. 30 - 50 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (z.B. Globus, Marktkauf, Real).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², teils noch mit Lebensmittel-, immer mit großer Textil-Abteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (z.B. Galeria Kaufhof, Karstadt).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 m², in zentraler Lage, breites, tiefes Nonfood-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (z.B. C&A, H&M).

8.3 Begriffsdefinitionen

Abschöpfungsquote

Bedeutung: Die Abschöpfungsquote (auch Bindungsquote oder Umsatzbindungsfaktor) bezeichnet denjenigen Umsatzanteil am gesamten bindungsfähigen Umsatzpotenzial, der zu einem Zeitpunkt x tatsächlich erzielt wird.

Berechnung: Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche/eines Ortes dividiert durch das (bindungsfähige) Umsatzpotenzial dieser Branche/des Ortes.

Einzugsgebiet

Bedeutung: Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotenzials.

Berechnung und Abgrenzung: Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;
- die Marktpotenziale der Gemeinden des potentiellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in €-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

food / non-food

Bedeutung: Der Begriff food kennzeichnet alle zum menschlichen Verzehr bestimmten Lebensmittel (Frisch- und Tiefkühlware sowie Trockensortiment) und Getränke. Der Begriff non food bezieht sich demgegenüber auf alle nicht zum Verzehr bestimmten Artikel. Im Zusammenhang mit der Warenbezeichnung von Lebensmittelbetrieben wird in non-food 1-Artikel (Drogerie- und Körperpflegeartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) sowie non-food 2-Artikel (alle sonstigen Nicht-Lebensmittel) unterschieden.

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung: Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung: Die KKZ bezeichnet die allgemeine Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung: Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Bei den aktuellen 19.221 € würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 21.143 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 17.299 entsprechend die KKZ 90,0.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Bundesdurchschnitt 5.890 €) bezieht sich nur auf Ausgaben im Einzelhandel.

Marktpotenzial

Bedeutung: Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung: Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und der ortspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung: Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis: Berechnungsbasis ist der (von CIMA!BBE!MB-Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

Bedeutung: Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seines eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

Berechnung: Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzcentren = Distanz-Matrix-Modell nach HUFF).

Verkaufsfläche

Bedeutung: Die Verkaufsfläche bezeichnet den Teil eines Einzelhandelsbetriebes, der für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu tätigen. Dazu gehören der Eingangsbereich, die Standfläche von Einrichtungsgegenständen, Ausstellungsflächen und Schaufenster, die Fläche von Bedientheken mit der dahinterliegenden, für den Kunden sichtbaren Fläche, Umkleidekabinen, Gänge, Kassenzonen, Pack- und Entsorgungszonen, Windfänge und Freiflächen, die nicht nur temporär genutzt werden. Nicht zur Verkaufsfläche gehören demnach z.B. Lager-, Anlieferungs-, Sozial- und Büroräume. Diese bilden gemeinsam mit der Verkaufsfläche die Nutzfläche eines Betriebs, die auch als Gesamtmietfläche oder GLA Gross leasable area bezeichnet wird. Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren werden ebenso nicht zur Verkaufsfläche gezählt.

Zentralität (Einzelhandelszentralität)

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

8.4 Zentrenrelevanz der Sortimente

Kennzeichnend für zentrenrelevante Branchen und Bedarfsbereiche ist insbesondere ihre über die tägliche Bedarfsdeckung hinausgehende Versorgungsfunktion. Größtenteils handelt es sich dabei um sogenannte Handtransportwaren (leicht in der Einkaufstasche zu Fuß transportierbar) des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Darüber hinaus sollten sich die Zentralen Versorgungsbereiche vor allem durch die Qualität und Höherwertigkeit der angebotenen Sortimente von den Betrieben in den sonstigen Lagen (Wohn- und Mischgebiete, Außenbereich) unterscheiden.

Typische Betriebsformen zentrenrelevanter Branchen sind Fachgeschäfte, Fachmärkte mittlerer Größe sowie Kauf- und Warenhäuser.

Eine pauschale Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten anhand von regionalen Listen oder anderen veröffentlichten, übergeordneten Listen (z.B. Ulmer Liste, Kölner Liste) ist nach der aktuellen Rechtsprechung nicht mehr ausreichend. Vielmehr ist die Festlegung einer ortsspezifischen Liste, die lokale Besonderheiten berücksichtigt, zwingend erforderlich. Zur Steuerung des Einzelhandels wird im Folgenden eine Eberner Sortimentsliste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente vorgeschlagen. Sie leitet sich aus der von der Landesplanung in Bayern vorgegebenen Liste ab, da in Bayern – anders als in anderen Bundesländern – diese Liste zumindest für landesplanerische Bewertungen maßgeblich ist.

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten

Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.²⁵ Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung ist.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (siehe § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.

Auch das VGH Mannheim unterstreicht in seinem Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05) die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Innenstadt in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“²⁶

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht,

²⁵ Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt

oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

²⁶ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von Sortimenten

„Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als ‚zentrenrelevant‘ erweist. Ebenso wenig legt der für das Land Nordrhein-Westfalen ergangene Einzelhandelserlass 1996 (MBI NRW 1996 S. 922) verbindlich fest, dass bestimmte Sortimentsgruppen ‚zentrenrelevant‘ sind“. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin. Auch der VGH Baden-Württemberg folgt dieser Sichtweise in einem Urteil vom 02.05.2005 (8 S 1848/04). „Sollen in einem Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel und Gewerbe zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden, bedarf es einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation. Die bloße Übernahme der Anlage zum Einzelhandelserlass des Wirtschaftsministeriums vom 21.2.2001 (GABl. S. 290) als textliche Festsetzung ohne Untersuchung des vorhandenen Angebotsbestands genügt diesen Anforderungen nicht.“

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.²⁷ Dabei kann aus Listen in Orientierungshilfen wie dem LEP Bayern die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden, wenn dadurch bestimmte Arten von Anlagen i. S. des § 1 Abs. 9 BauNVO gekennzeichnet werden. „Auch eine Typisierung nach – in einer auf die konkret planende Gemeinde bezogenen Sortimentsliste enumerativ und abschließend aufgeführten – nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten begegnet [...] im Ergebnis keinen grundsätzlichen Bedenken (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen, Urt. v. 18.09.2009 Az. 7 D 85/08.NE)“.²⁸

Ferner sollte die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise „großformatige Musikalien“ oder „großformatige

Sportgeräte“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden.

Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen. Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10% der Verkaufsfläche aber nicht mehr als 800m² bei großflächigen Betrieben [>800m² Verkaufsfläche] oder 80m² bei kleinflächigen Betrieben [<800m²]) sollte daher im Vordergrund stehen.²⁹

Eine auf die jeweilige Stadt angepasste kommunale Sortimentsliste muss dann, soll sie in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden, politisch per Stadtratsbeschluss bestätigt werden. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzer, vorhandene Einzelhandelsbetriebe), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit verlassen können.

²⁷ vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

²⁸ Vgl. VG Bayern (Regensburg) RO 2 K 09.2419 vom 22. Juli 2010

²⁹ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

Eberner Sortimentsliste³⁰

Nahversorgungsbedarf

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Innenstadtbedarf (zentrenrelevant)

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushalts-elektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Waren des sonstigen Bedarfs (nicht zentrenrelevant)

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör
- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

Die Abgrenzung der zentren- und nicht zentrenrelevanten Branchen orientiert sich an der im Rahmen des LEP Bayern veröffentlichten Brancheneinteilung. Eine Abweichung ist für Ebern nicht zu empfehlen.

Soweit im Einzelfall bestimmte Sortimente in keiner der beiden Listen aufgeführt sind, sind sie nach sachlogischem Zusammenhang einer der beiden Artikelgruppen zuzuordnen.

³⁰ Nicht zum Einzelhandel wird der Handel mit Kraftfahrzeugen gezählt. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken, Autovermietungen, Friseure, Schneidereien und Schuhmacher sind zu den Bereichen Dienstleistung bzw. Handwerk zu rechnen.

8.5 Fragebogen Unternehmerbefragung

Frage 1: Welchem Wirtschaftszweig ist Ihr Betrieb zuzuordnen?

- Einzelhandel + Handwerk
- Einzelhandel + Dienstleistung
- Einzelhandel + Großhandel
- Einzelhandel (nur Ladengeschäft)
- Einzelhandel (Ladengeschäft + Internet-Handel)
- Einzelhandel (nur Internet-Handel)
- Großhandel
- Handwerk
- Gastronomie
- Hotellerie/Beherbergung
- soziale Dienstleistung
- sonstige Dienstleistung
- medizinische Einrichtung
- Industrie/Produktion
- Sonstiges:

Frage 1a: Bitte geben Sie hier noch die genaue Branche an.

Frage 2: Wie groß ist die gegenwärtig vorhandene gesamte Verkaufsfläche (ohne Büro- und Sozialräume sowie Lagerflächen) in Quadratmetern?

Frage 3: Um welchen Betriebstyp handelt es sich bei Ihrem Betrieb?

- Fachgeschäft
- Fachmarkt (non food)
- Lebensmittelmarkt (Super-/Verbrauchermarkt, Discounter)
- Kiosk, fester Straßenverkaufsstand
- Beweglicher Verkaufsstand
- Sonstige Betriebsform:

Frage 4: Welcher prozentuale Anteil Ihrer Kundschaft kommt aus Ebern und welcher von außerhalb?

- Ebern (Kernstadt ohne Stadtteile) _____%
- Stadtteile Eberns (z.B. Bramberg, Neuses, Reuterbrunn) _____%
- Orte im Landkreis Haßberge _____%
- Orte im Landkreis Coburg (einschließlich Stadt Coburg) _____%
- Orte im Landkreis Bamberg (einschließlich Stadt Bamberg) _____%
- Orte im Landkreis Lichtenfels _____%
- Orte in Thüringen _____%
- Touristen, Gäste _____%

Frage 5: Inwieweit wird die Entwicklung Ihres Betriebes in Bezug auf Umsatz, Sortimentsgestaltung etc. durch andere Anbieter negativ beeinflusst?

Anbieter aus...

	sehr stark	spürbar	kaum	gar nicht
Bamberg				
Coburg				
Erlangen				
Hildburghausen				
Lichtenfels				
Nürnberg				
Schweinfurt				
Sonneberg				
Würzburg				
Online-Handel/Internet				
Sonstige <input type="text"/>				

Frage 6: Welchen Brutto-Umsatz haben sie im letzten abgeschlossenen Betriebsjahr erwirtschaftet (bei Mischbetrieben bitte nur den Einzelhandelsumsatz angeben)?

Frage 7: Wo ist Ihr Betrieb gelegen?

- Kernstadt Ebern
- Stadtteil

Frage 8: Würden Sie bei einer Neugründung Ihren jetzigen Standort wieder wählen?

- Ja, würde den gleichen Standort wieder wählen
- Nein, würde einen anderen Standort in Ebern wählen
- Nein, würde neuen Standort woanders und nicht mehr in Ebern wählen
- Weiß nicht

Bitte geben Sie den Standort an, den Sie bei einer Neugründung wählen würden.

Frage 9: Werden Sie für Ihre zukünftige Betriebsentwicklung in Ebern zusätzliche Flächen benötigen?

- Ja, am jetzigen Standort
- Ja, an einem weiteren Standort in Ebern
- Nein
- Weiß nicht

Bitte geben Sie den Umfang der benötigten Flächen an (in m²)

- Grundstücksfläche ____m²
- Verkaufsfläche ____m²
- Bürofläche ____m²
- Lagerfläche ____m²
- Sonstige Flächen ____m²

Bitte geben Sie die gewünschte Lage der Zusatzflächen an.

(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Kernstadt Ebern (inkl. Sandhof und ehem. Kaserne)

- Stadtteil
- Gewerbegebiet

Frage 10: Seit welchem Jahr besteht Ihr Betrieb in Ebern?

Frage 11: Welche der angeführten Standortkriterien sind für Ihren Betrieb in Ebern bzw. waren für die Standortwahl Ebern entscheidend? Bitte nennen Sie die wichtigsten Gründe (maximal 5). Mehrfachnennungen sind möglich

- Traditioneller Standort des Betriebes
- Eigentum Haus / Geschäftsräume
- Persönliche Beziehung zum Standort
- Kundennähe
- Geeignete Arbeitskräfte am Standort
- Image des Standortes Ebern
- Verkehrsanschluss Autobahn
- Freizeit-/ Erholungswert
- Wirtschaftsklima in der Stadt
- Zugang zu Unternehmer-Netzwerken vor Ort
- Schnelles Internet, Breitbandanschluss
- Wettbewerbssituation
- Ergänzendes Nutzungsmix am Ort (Synergien)
- Gewerbeflächenangebot
- Kommunale Leistungen
- Öffentliche Fördermaßnahmen
- Boden- und Immobilienpreise
- Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes
- Stellplatzangebot am Betrieb

- Attraktives Wohnungsangebot
- Keine besonderen Standortkriterien
- Sonstiges

Frage 12: Sehen Sie aktuell Probleme für den Bestand oder die Weiterentwicklung Ihres Betriebes in Ebern? Bitte nennen Sie die wichtigsten Aspekte (maximal 5). Mehrfachnennungen sind möglich

- Standortprobleme
- Finanzierungsprobleme
- Arbeitskräftemangel
- Personalkosten
- Absatzprobleme
- Gewerbesteuer
- fehlende/ ungeeignete Erweiterungsflächen
- Mieten / Grundstückskosten
- Konkurrenzsituation
- Kaufkraftsituation
- Wohnsituation
- Kundenfrequenz am Standort
- Energieversorgung
- Breitbandanschluss
- Keine Probleme
- Sonstiges

Frage 13: Wie beurteilen Sie...?

Bitte bewerten Sie nach Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft).

	1	2	3	4	5	Keine Angabe
die gegenwärtige Situation Ihres Betriebes						
die gegenwärtige Situation der Lage / Straße						
die gegenwärtige Situation des Standorts Ebern						
die gegenwärtige Situation Ihrer Branche						

	1	2	3	4	5	Keine Angabe
die Zukunftsaussichten Ihres Betriebes						
die Zukunftsaussichten der Lage / Straße						
die Zukunftsaussichten für den Standort Ebern						
die Zukunftsaussichten Ihrer Branche						

Frage 14: Haben Sie in den letzten 3 Jahren betriebliche Veränderungen durchgeführt? Mehrfachnennungen sind möglich

- Modernisierung
- Neugründung

- Betriebsübergabe
- Filialisierung
- Standortverlagerung
- Erweiterung der Sortiments
- Straffung des Sortiments
- Verstärkte Marketingmaßnahmen
- Ausbau der Serviceleistungen
- Vergrößerung des Betriebs
- Verkleinerung des Betriebs
- Ausbau des Personals
- Reduzierung des Personals
- Aufbau neuer Vertriebskanäle
- Keine Veränderungen
- Sonstiges

Frage 15: Planen Sie für die nächsten 3 Jahre betriebliche Veränderungen? Mehrfachnennungen sind möglich

- Modernisierung
- Neugründung → 15a
- Betriebsübergabe
- Filialisierung → 15a
- Standortverlagerung → 15a
- Erweiterung der Sortiments
- Straffung des Sortiments
- Verstärkte Marketingmaßnahmen
- Ausbau der Serviceleistungen
- Vergrößerung des Betriebs
- Verkleinerung des Betriebs

- Ausbau des Personals
- Reduzierung des Personals
- Aufbau neuer Vertriebskanäle
- Keine Veränderungen
- Sonstiges

Frage 15a: An welchem Ort haben sie die Neugründung/Filialisierung/Standortverlagerung geplant? Falls in Ebern, geben Sie bitte die Straße/das Areal an. Fall außerhalb Eberns, geben Sie bitte den Ort an.

Frage 16: Bitte stufen Sie die folgenden Aspekte nach ihrer generellen Wichtigkeit für die Attraktivität eines Ortes als Wirtschaftsstandort ein. 1= sehr wichtig bis 4 = unwichtig

- Geeignete Arbeitskräfte am Standort
- Image des Standortes
- Verkehrsanschluss Autobahn
- Freizeit-/ Erholungswert
- Freizeitangebot/ Sportstätten
- Beherbergungsangebot / Hotellerie
- Wirtschaftsklima im Ort
- Unternehmer-Netzwerke vor Ort
- Kfz-Erreichbarkeit
- Gewerbeflächenangebot
- Kommunale Leistungen
- Öffentliche Fördermaßnahmen
- Boden- und Immobilienpreise
- Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes
- Angebote für Kinder und Jugendliche
- Angebote für Familien

- Aufenthaltsqualität Ortsmitte
- Weiterbildungsangebot (z.B. VHS)
- Schnelles Internet/Breitbandanschluß
- Energieversorgung
- Versorgungsangebot (Einzelhandel)
- Gastronomieangebot
- Dienstleistungsangebot (Bank, Post, Behörden)
- Medizinisches Versorgungsangebot
- Betreuungsangebote für Kinder
- Betreuungsangebote für Senioren
- Kulturangebot
- Service/ Qualität Gemeindeverwaltung

Frage 17: Wie beurteilen Sie diese Aspekte aktuell in Ebern? Bitte in Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft).

- Geeignete Arbeitskräfte am Standort
- Image des Standortes
- Verkehrsanschluss Autobahn
- Freizeit-/ Erholungswert
- Freizeitangebot/ Sportstätten
- Beherbergungsangebot / Hotellerie
- Wirtschaftsklima im Ort
- Unternehmer-Netzwerke vor Ort
- Kfz-Erreichbarkeit
- Gewerbeflächenangebot
- Kommunale Leistungen
- Öffentliche Fördermaßnahmen
- Boden- und Immobilienpreise

- Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes
- Angebote für Kinder und Jugendliche
- Angebote für Familien
- Aufenthaltsqualität Ortsmitte
- Weiterbildungsangebot (z.B. VHS)
- Schnelles Internet/Breitbandanschluß
- Energieversorgung
- Versorgungsangebot (Einzelhandel)
- Gastronomieangebot
- Dienstleistungsangebot (Bank, Post, Behörden)
- Medizinisches Versorgungsangebot
- Betreuungsangebote für Kinder
- Betreuungsangebote für Senioren
- Kulturangebot
- Service/ Qualität Gemeindeverwaltung

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie als Unternehmer mit den kommunalen Dienstleistungen der Stadt Ebern? 1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden

- Wirtschaftsförderung, Unterstützung durch Stadt
- Erreichbarkeit der Sachbearbeiter (persönlich, telefonisch, Email)
- Geschwindigkeit der Bearbeitung von Anliegen
- Entscheidungs- und Genehmigungstransparenz
- Öffnungszeiten der Gemeindeverwaltung
- Außendarstellung der Gemeinde
- Gesamtnote

Frage 19: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie einem anderen Unternehmer Ebern als Standort für seinen Betrieb empfehlen würden?

sehr unwahrscheinlich sehr wahrscheinlich

Empfehlungs-
wahrscheinlichkeit

Frage 20: Wie viele Personen sind in Ihrem Betrieb gegenwärtig beschäftigt (inkl. Inhaber)?

	Anzahl Frauen	Anzahl Männer
Vollzeitstellen	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Teilzeitstellen	<input type="text"/>	<input type="text"/>
geringfügig Beschäftigte	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Auszubildende	<input type="text"/>	<input type="text"/>
mithelfende Familienangehörige	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Bitte geben Sie noch die Anzahl der Mitarbeiter (inkl. Inhaber) an, die älter als 55 Jahre sind.