

# Kon- zept

07/2024

**Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes  
für die Stadt Mühlhausen/Thüringen**



# Impressum

---

## AUFTRAGNEHMER

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

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

PR 3496

Hauptsitz Dortmund

### **Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

### **Standort Hamburg**

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

### **Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

### **Standort Leipzig**

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax+49 341 92 72 39 43

---

## AUFTRAGGEBER

**Stadt Mühlhausen/Thüringen**

## ENDBERICHT

---

## VERFASSTER

**Andreas Schuder, M. A.**

**Dipl.-Geogr. Lucas Beyer**

**Pia Metzger, M. Sc.**

Leipzig, 08. Juli 2024

# Inhaltsverzeichnis

|      | KAPITEL                                                                                  | SEITE      |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1    | <b>Einführung</b>                                                                        | <b>5</b>   |
| 2    | <b>Rechtliche Rahmenvorgaben</b>                                                         | <b>7</b>   |
| 2.1  | Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten                                         | 7          |
| 2.2  | Raumordnerische Regelungen                                                               | 8          |
| 3    | <b>Methodik</b>                                                                          | <b>12</b>  |
| 4    | <b>Markt- und Standortanalyse</b>                                                        | <b>15</b>  |
| 4.1  | Trends im Einzelhandel                                                                   | 15         |
| 4.2  | Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen                                                     | 22         |
| 4.3  | Gesamtstädtische Nachfrageanalyse                                                        | 23         |
| 4.4  | Gesamtstädtische Angebotsanalyse                                                         | 28         |
| 4.5  | Städtebauliche Analyse                                                                   | 34         |
| 4.6  | Nahversorgungsanalyse                                                                    | 49         |
| 4.7  | Zwischenfazit                                                                            | 56         |
| 5    | <b>Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung</b>                              | <b>59</b>  |
| 5.1  | Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen                                                | 59         |
| 5.2  | Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Mühlhausen/Thüringen                        | 69         |
| 6    | <b>Zentrenkonzept</b>                                                                    | <b>71</b>  |
| 7    | <b>Nahversorgungskonzept</b>                                                             | <b>93</b>  |
| 7.1  | Nahversorgungsstandorte                                                                  | 93         |
| 7.2  | Handlungsprioritäten                                                                     | 97         |
| 7.3  | Empfehlungen für die Mühlhäuser Ortsteile                                                | 98         |
| 8    | <b>Sonderstandortkonzept</b>                                                             | <b>101</b> |
| 8.1  | Konzeptionelle Einordnung von Sonderstandorten                                           | 101        |
| 8.2  | Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration<br>Wendewehrstraße          | 102        |
| 8.3  | Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration<br>Langensalzaer Landstraße | 103        |
| 8.4  | Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration<br>Kiliansgraben            | 104        |
| 8.5  | Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration<br>Ammersche Landstraße     | 105        |
| 9    | <b>Zentren- und Standortmodell</b>                                                       | <b>107</b> |
| 10   | <b>Sortimentsliste</b>                                                                   | <b>108</b> |
| 10.1 | Methodische Herleitung                                                                   | 108        |
| 10.2 | Sortimentsliste für Mühlhausen/Thüringen                                                 | 110        |
| 11   | <b>Steuerungsleitsätze</b>                                                               | <b>112</b> |
| 11.1 | Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze                                        | 112        |
| 11.2 | Steuerungsleitsätze für Mühlhausen/Thüringen                                             | 112        |
| 12   | <b>Schlusswort</b>                                                                       | <b>116</b> |

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt Mühlhausen im Freistaat Thüringen ist Kreisstadt des Unstrut-Hainich-Kreises und als mittelalterliche Reichsstadt geprägt von einem bedeutenden historischen Erbe. In der Funktion als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums hat die rd. 60 km nordwestlich des Oberzentrums und der Landeshauptstadt Erfurt gelegene Mittelstadt einen Versorgungsauftrag für Waren des qualifizierten Grundbedarfs sowie für den gehobenen Bedarf zu übernehmen; das zu versorgende Gebiet ist im LEP Thüringen 2025 als Mittelbereich abgegrenzt.

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen **Dynamik** mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen, welche auch in Mühlhausen/Thüringen zu erkennen sind: **Veränderte Rahmenbedingungen** auf **Angebots- und Nachfrageseite** (z. B. steigende Standortanforderungen, demografischer Wandel oder Individualisierungsprozesse), äußern sich in Mittelstädten wie Mühlhausen/Thüringen in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite. Auch die **weltweit multiplen Krisen** wie die Folgen der Corona-Pandemie oder des Ukraine-Krieges wirken sich auf das angebots- und nachfrageseitige Einzelhandelsgeschehen aus. Demgegenüber stehen **landesplanerische** und **städtebauliche Zielvorstellungen** auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Es gilt, die Innenstadt Mühlhausens mit ihren Funktionen als **städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte** der Stadt zu sichern und die weiteren Zentren hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion **weiterzuentwickeln**. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Mühlhausen/Thüringen eine bedeutende Rolle.

Im Jahr 2015 fand im Auftrag der Stadt Mühlhausen/Thüringen eine Untersuchung der Angebots- und Nachfragestrukturen des Einzelhandelsbestands im Zusammenhang mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Mühlhausen/Thüringen statt. Angesichts der oben beschriebenen Dynamik im Einzelhandel wird nach nunmehr acht Jahren nach Konzepterstellung die Notwendigkeit gesehen, das Einzelhandelskonzept **fortzuschreiben**.

Die Stadt Mühlhausen/Thüringen beabsichtigt daher, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf eine entsprechend **tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene** sowie schließlich **rechtssichere** Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Versorgungsstandorte gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, verbrauchernahe Versorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden **Schwerpunkte** gesetzt:

- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Mühlhausen/Thüringen inkl. Ermittlung von warengruppenspezifischen Umsätzen

- Durchführung und Darstellung einer Online-Gewerbebefragung
- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel und dem mittelzentralen Versorgungsauftrag mit Teilfunktionen eines Oberzentrums der Stadt Mühlhausen/Thüringen
- Ableitung übergeordneter Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in der Gesamtstadt Mühlhausen/Thüringen
- Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung der zentralen Versorgungsgebiete von Mühlhausen/Thüringen
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt Mühlhausen/Thüringen sowie Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur im Hauptort und den Ortsteilen
- Überprüfung der Mühlhäuser Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie der aktuellen Rechtsprechung
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten ermöglichen

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Mühlhausen/Thüringen zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: Die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

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

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

## 2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

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

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

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung<sup>1</sup>. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.<sup>2</sup>

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwick-

<sup>1</sup> Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

<sup>2</sup> Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

lungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

## 2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

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

### Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025

Im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 (LEP) aus dem Jahr 2014 finden sich Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Im Folgenden werden die relevanten Inhalte zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Mühlhausen/Thüringen Beachtung bzw. Berücksichtigung zu finden.

- **[Z 2.2.7]** „Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums sind die Städte [...] Mühlhausen/Thüringen [...].“
- **[Z 2.2.8]** „In den Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums sollen die höherwertigen Funktionen der Daseinsvorsorge mit in der Regel überregionaler Bedeutung konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Dazu zählt insbesondere
  - überregionale Entwicklungs-, Stabilisierungs- und Steuerungsfunktion,
  - überregionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion,
  - überregionale Verkehrsknotenfunktion (Fernstraßenverbindung sowie schneller SPNV bzw. SPNV),
  - Bildungs-, Gesundheits-, Kultur- und Freizeitfunktion.“

### Leitvorstellung

- **[1]** „Die Entwicklung von Einzelhandelsgroßprojekten in Thüringen soll sich an der polyzentrischen Siedlungsstruktur des Landes orientieren, die gewachsenen Versorgungsstrukturen, insbesondere in den Innenstädten, nachhaltig stärken und zu einer insgesamt ausgewogenen und wettbewerbsgerechten Handelsstruktur beitragen.“
- **[2]** „Für alle Bevölkerungsgruppen soll die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung angemessen gewährleistet werden. Bei der Standortwahl von Einzelhandelsgroßprojekten soll daher eine den Mobilitätsmöglichkeiten und Versorgungsanforderungen aller Bevölkerungsgruppen angepasste verkehrliche Erschließung, insbesondere mit dem ÖPNV, erreicht werden.“
- **[Z 2.6.1]** „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in zentralen Orten höherer Stufe zulässig

(Konzentrationsgebot). Ausnahmsweise zulässig sind Einzelhandelsgroßprojekte

- in Grundzentren, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen und
  - in nichtzentralen Orten, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht."
- **[G 2.6.2]** „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume."
  - **[G 2.6.3]** „Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot)."
  - **[G 2.6.4]** „Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot)."
  - **[Z 2.6.5]** „Einzelhandelsagglomerationen liegen vor bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, auch wenn diese einzeln nicht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen sind. Sie sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern von einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb vergleichbare negative raumordnerische Wirkungen zu erwarten sind."
  - **[Z 2.6.6]** „Hersteller-Direktverkaufszentren als eine Sonderform des großflächigen Einzelhandels sind in Thüringen nur in städtebaulich integrierter Lage in Oberzentren zulässig. Abweichend davon ist im Entwicklungskorridor entlang der A 4 vom Raum um das Hermsdorfer Kreuz bis zur Landesgrenze Sachsen ein Hersteller-Direktverkaufszentrum zulässig, sofern das Vorhaben im Einklang mit der zentralen Einzelhandelsfunktion der Oberzentren steht."

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Thüringen 2025 erarbeitet.

Seit dem 16. Januar 2024 liegt darüber hinaus der zweite Entwurf zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms Thüringen vor.

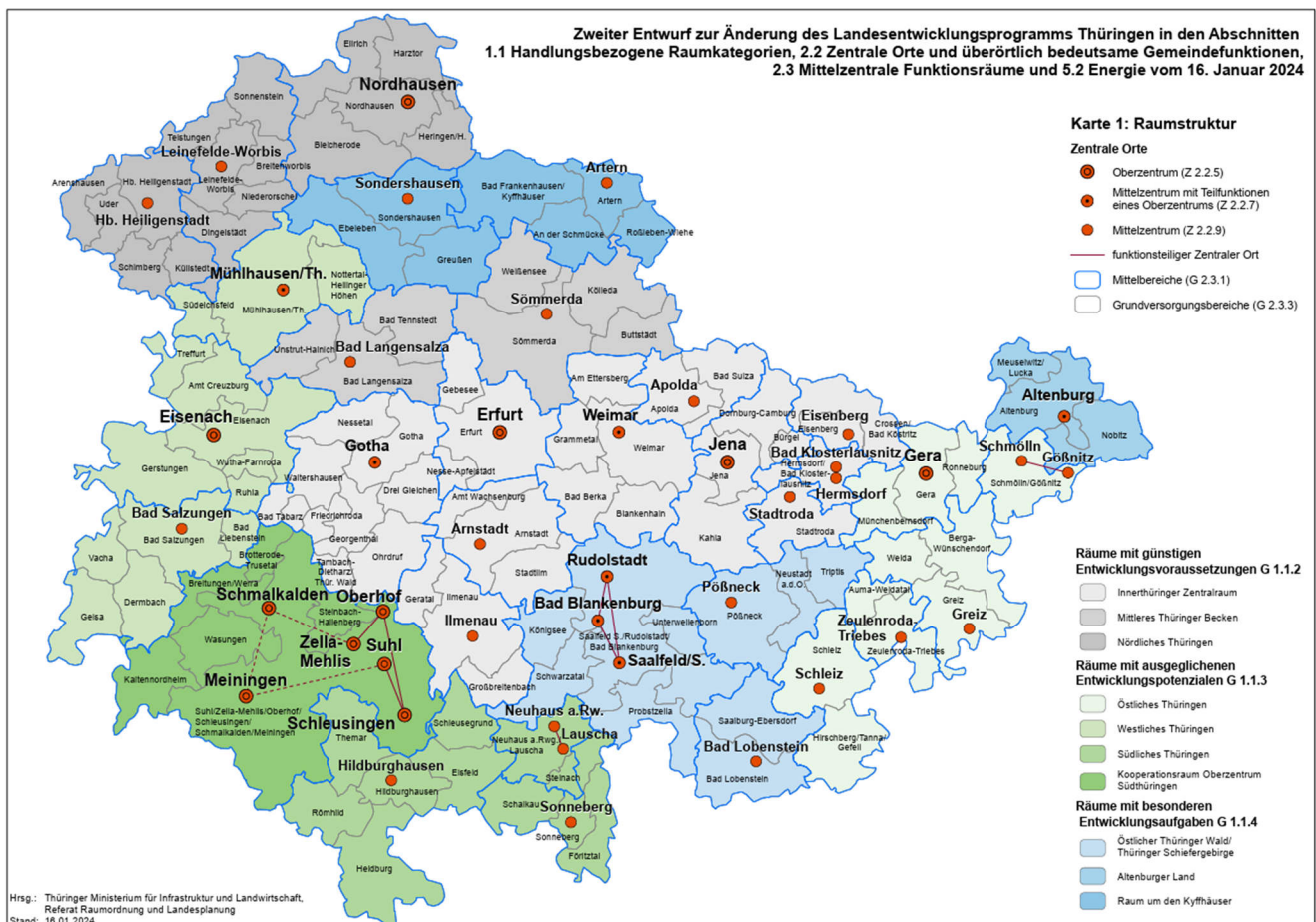
Die Stadt Mühlhausen/Thüringen ist gem. Ziel 2.2.7 des Entwurfs weiterhin als Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums ausgewiesen. In einem solchen sollen die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit überregionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Dazu zählen insbesondere:

- überregionale Entwicklungs-, Stabilisierungs- und Steuerungsfunktion,
- überregionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion,

- überregionale Verkehrsknotenfunktion,
- Bildungs-, Gesundheits-, Kultur- und Freizeitfunktion.

In den Bereichen Bildung, Gesundheitswesen, Kultur, Verwaltung und Justiz weist Mühlhausen die Teilfunktionen eines Oberzentrums auf und nimmt damit ergänzende oberzentrale Aufgaben wahr, ohne den vollständigen Funktionsumfang zu erreichen.

Der zu versorgende Mittel- und Grundversorgungsbereich (G 2.3.1 und G 2.3.3) ist im LEP-Entwurf kartographisch dargelegt (vgl. nachfolgende Abbildung), insgesamt umfasst der Mittelbereich Mühlhausens gem. dem Entwurf rd. 62.800 Einwohner, der Grundversorgungsbereich weist eine Einwohnerzahl von rd. 46.500 Einwohner auf (Gebietsstand: 31.12.2022).<sup>3</sup>



**Abbildung 1: Mittel- und Grundversorgungsbereich für das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Mühlhausen/Thüringen**  
 Quelle: Zweiter Entwurf zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms Thüringen in den Abschnitten 1.1. Handlungsbezogene Raumkategorien, 2.2 Zentrale Orte und überörtlich bedeutsame Gemeindefunktionen, 2.3 Mittelzentrale Funktionsräume und 5.2 Energie vom 22. Nov. 2022.

Im Vergleich zum LEP Thüringen 2025 sind die Abgrenzungen der Mittelbereiche klarer gefasst worden. Bisherige Überschneidungsbereiche mit anderen Mittelzentrum wurden einem Mittelzentrum zugeordnet.

<sup>3</sup> Quelle: Zweiter Entwurf zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms Thüringen in den Abschnitten 1.1 Handlungsbezogene Raumkategorien, 2.2 Zentrale Orte und überörtlich bedeutsame Gemeindefunktionen, 2.3 Mittelzentrale Funktionsräume und 5.2 Energie, Bevölkerungszahlen nach Entwurf (S. 31, Stand 31.12.2022)

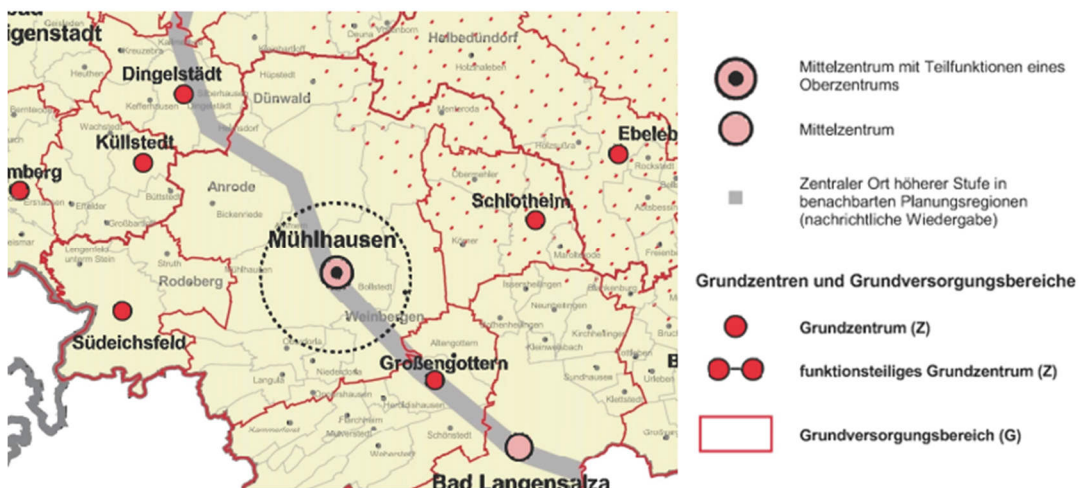
## Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Mühlhausen/Thüringen relevante Regionalplan Nordthüringen aus dem Jahr 2012 beinhaltet folgenden regionalplanerischen Grundsatz, der bei der weiteren Erarbeitung dieses Konzeptes zu berücksichtigen ist:

**[G 1-8]** „In den im Folgenden ausgewiesenen – zeichnerisch in der Karte 1-1 bestimmten – Grundversorgungsbereichen soll durch die zugeordneten Zentralen Orte höherer Stufe gemäß LEP, 2.2 sowie die Grundzentren gemäß Regionalplan, 1.2.3 die Versorgung für den Grundbedarf sichergestellt werden. [...]

## Unstrut-Hainich-Kreis

Grundversorgungsbereich Mühlhausen (Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums) – Stadt Mühlhausen sowie die Gemeinden Anrode, Dünwald, Langula, Niederdorla, Menteroda, Oberdorla, Oppershausen, Unstruttal und Weinbergen. [...]“.



**Abbildung 2:** Grundversorgungsbereich für das Mittelzentrum Mühlhausen  
Quelle: Regionalplan Nordthüringen 2012.

Zusätzlich befindet sich für die Stadt Mühlhausen relevante Regionalpläne Nordthüringen aktuell in der Fortschreibung<sup>4</sup>. Mit Beginn der öffentlichen Beteiligung gelten für das Gebiet der Planungsregion Nordthüringen in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung, die als sonstige Erfordernisse der Raumordnung gemäß § 4 Abs. 1, 2 ROG in Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen und bei sonstigen Entscheidungen öffentlicher Stellen und über die Zulässigkeit raumbedeutsamer Planungen und Maßnahmen zu berücksichtigen sind.

Der sich in Aufstellung befindliche Regionalplan Nordthüringen übernimmt die einzelhandelsrelevanten Grundsätze und Ziele des LEP 2025.

Die landes- und regionalplanerischen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Mühlhausen/Thüringen sind im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept entsprechend beachtet bzw. berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtstädtischen Ebene und ist künftig als die entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

<sup>4</sup> Vgl. Regionalplan Nordthüringen Entwurf zur Anhörung / Öffentlichen Auslegung

# 3 Methodik

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

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



Abbildung 3: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

## Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt dabei ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentsspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

## Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

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

**Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen**

|                                            | Datengrundlage                                                 | Zeitraum          | Methode                                                    | Inhalt                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bestands-<br/>erhebung</b>              | Erhebung durch Stadt + Handel                                  | Februar 2023      | Flächendeckende Vollerhebung in Mühlhausen/Thüringen       | Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände                                                                                            |
| <b>Gewerbe-<br/>befragung</b>              | Befragung durch Stadt + Handel                                 | Februar-März 2023 | Onlinebefragung (Rücklauf: n= 50, 36%)                     | Umsatzherkunft/Einzugsbereiche, Geschäfts-/Umsatzentwicklung, Standorteinschätzung, Angebotslücken, Stärken-Schwächen-Analyse                                                                                                         |
| <b>Sekundärstatistische<br/>Grundlagen</b> | Kaufkraftzahlen der IfH                                        | 2022              | Ermittlung des Nachfragepotenzials in Mühlhausen/Thüringen | Berechnung der Umsatzwerte durch S+H auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u.a. EHI Handel aktuell, Factbook Einzelhandel, laufende Auswertung der LM-Zeitung) |
|                                            | Frequenzmessung im Auftrag der Stadt Mühlhausen durch Hystreet | 2023              | Frequenzmessung per Lichtschranke                          | Passantenfrequenzmessung am oberen und unteren Steinweg, an der Stätte und in der Linsenstraße                                                                                                                                        |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im Februar 2023 im Mühlhäuser Stadtgebiet flächendeckend durchgeführt. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Fleischer, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.<sup>5</sup> Im gleichen Zeitraum wurden außerdem die zentrenergänzenden Funktionen der Zentren erhoben, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.) Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche sind.

Bei der von Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben der Lage der Betriebe zwei zentrale Messgrößen erfasst: Zum einen wurden die Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können. Zum anderen wurden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen lie-

<sup>5</sup> Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wurden lediglich strukturprägende Leerstände (> 400m<sup>2</sup> GVKF) erfasst.

gender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der VKF oder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

### **Gewerbebefragung**

Die Gewerbebefragung wurde im Februar und März 2023 auf Basis eines standardisierten Fragebogens online durchgeführt. Es nahmen 50 Händlerinnen und Händler aus der Mühlhäuser Innenstadt an der Befragung teil, was einen Anteil von rd. 36 % der Händlerinnen und Händler in Mühlhausen/Thüringen ausmacht. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes findet eine Auswertung statt (vgl. Kapitel 4.5).

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Mühlhausen/Thüringen. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

## 4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends resultierenden Herausforderungen für die Stadt Mühlhausen/Thüringen als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

### 4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

**Wertewandel:** Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf individuelles Wohlbefinden und Nachhaltigkeit<sup>6</sup>, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

**Individualisierung:** Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.<sup>7</sup> Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

**Demografischer Wandel:** Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten

<sup>6</sup> LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

<sup>7</sup> 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

zu.<sup>8</sup> Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Zudem steigt das Interesse an innerstädtischem Wohnen insbesondere auch bei den jungen Alten. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Lesehilfen, niedrigere Regale, breitere Gänge, Bring- und Lieferdienste).

**Online-/Sharing-Affinität:** Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumenten-seite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung gegenüber dem eigentlichen Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend negativ und unterscheiden sich deutlich zwischen den Warengruppen. Allerdings zeigen sich die für Städte wie Mühlhausen/Thüringen so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühltette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen.



**Abbildung 4: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse**

Quelle: Fotos (von links nach rechts) Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

**Kopplung und Entkopplung von Konsum:** Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der

<sup>8</sup> 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben. **Erlebnisorientierung:** Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

**Segmentierung der Nachfragemärkte:** Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf<sup>9</sup> (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf<sup>10</sup> (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

**Preis-/Zielgruppenpolarisierung:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

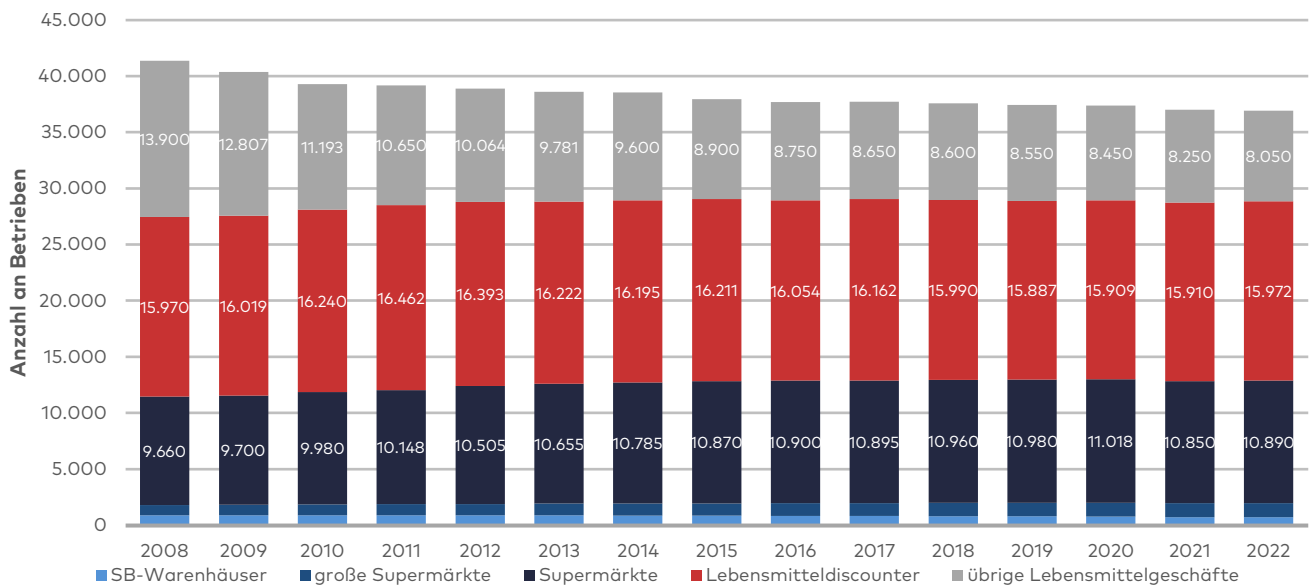
#### 4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

**Filialisierung/Konzentration:** Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – deutlich wird dies insbesondere in Klein- und Mittelstädten. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen.

<sup>9</sup> Ein Preiseinkauf bezeichnet einen Einkauf, bei dem auf Waren mit geringen Preisen zurückgegriffen wird. Diese lassen sich in Discounter finden, welche sich durch ein relativ schmales und flaches Warensortiment, einfache Warenpräsentation und Eigenmarken auszeichnen, um so einen Preisvorteil gegenüber Markenwaren zu erzielen. Besonders preissensible Kunden führen Preiseinkäufe durch.

<sup>10</sup> Bei einem Schnäppcheneinkauf werden besonders (Marken-)waren/Dienstleistungen preiswert erworben. Sie zeichnen sich durch einen erheblichen Rabatt auf den normalen Preis aus und sind meist zeitlich befristet.

Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel in dem die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe seit Jahren deutlich rückläufig ist (siehe Abbildung 5). Das Angebot konzentriert sich zunehmend auf großformatige Lebensmittelmärkte, die v. a. Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung präferieren. Eine wohnungsnah (fußläufige) adäquate Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen, dünn besiedelten Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nicht mehr gesichert oder nur schwer zu erreichen.



**Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel**

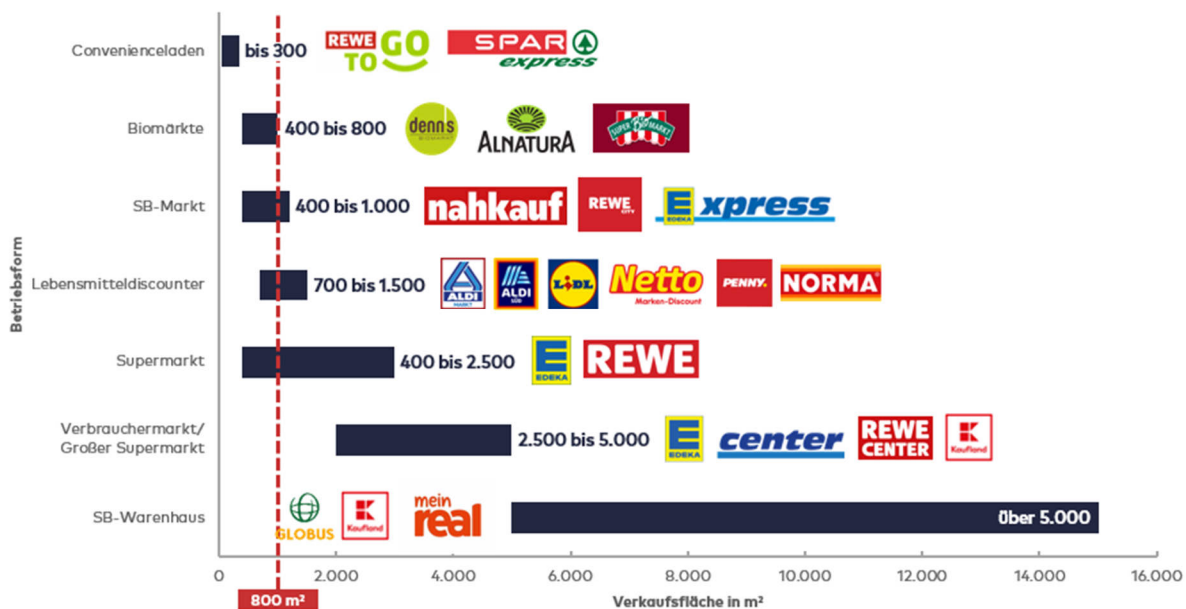
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Städte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten, da insbesondere grenzrentable Standorte im ländlichen Raum oder in Grundzentren von den Konzentrationsprozessen im Drogeriewarensegment betroffen sind.

**Verkaufsflächen- und Standortansprüche:** Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen (bspw. in Hinblick auf die Ladengestaltung und einer daraus resultierenden Erhöhung des Einkaufserlebnisses) sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen sowie ein zunehmender Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Randsortimente v. a. in Drogeriefachmärkten) ergibt.<sup>11</sup> Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer

<sup>11</sup> Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m<sup>2</sup>, 2016 rd. 804 m<sup>2</sup> (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m<sup>2</sup>, 2016 rd. 1.245 m<sup>2</sup> (+17 %).

Mindestgröße von 800 m<sup>2</sup> bis 1.200 m<sup>2</sup> VKF bei Neuansiedlungen auszugehen<sup>12</sup> (siehe Abbildung 6). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtreionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.



**Abbildung 6: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2019 (leicht modifiziert und ergänzt).

**Wandel der Betriebsformen:** Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Warenspektrum auch im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente (bspw. Spielwaren,

<sup>12</sup> Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Schreibwaren, Unterhaltungselektronik oder Bekleidung). Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

**Umsatzentwicklung:** Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.<sup>13</sup> Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit dem räumlichen Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

**Nachfolgeproblematik:** Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langer Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümerseitiger Erwartungen an die Miethöhe und der weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

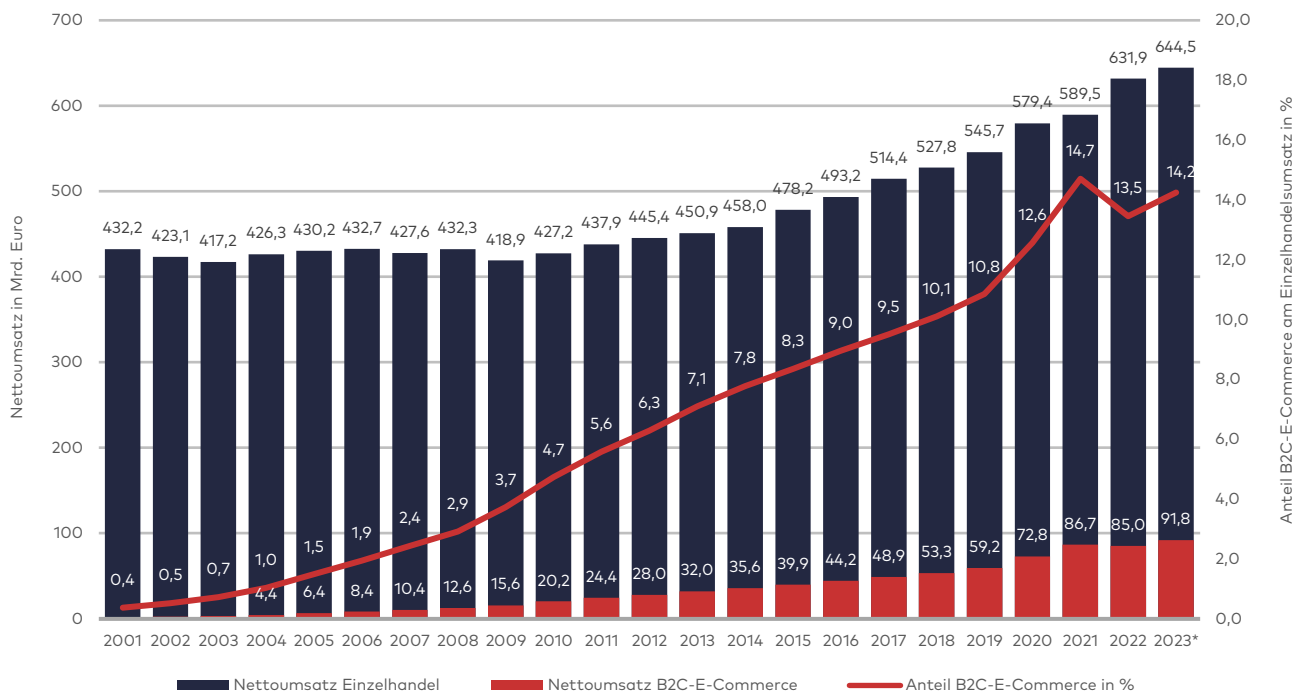
**Neue Handelsformen und -formate:** Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK<sup>14</sup>/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Magnetbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zu meist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsagglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oftmals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungslagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

**Digitalisierung:** Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und lag im Jahr 2021 unter anderem bedingt durch einen verstärkten Online-Absatz hervorgerufen durch die COVID-19 Pandemie bereits bei rd. 86,7 Mio. Euro (rd. 14,7 % des Einzelhandelsumsatzes). Im Jahr 2022 konnte mit einem Umsatz von rd. 85,0 bzw. einem Umsatzanteil von rd. 13,5 % erstmal ein geringfügiger Umsatzrückgang gegenüber dem stationären Einzelhandel festgestellt werden. Dieser ist aber vermutlich durch eine Rücknahme von pandemischen Beschränkungen für den stationären Einzelhandel verursacht und lediglich ein vorübergehender Effekt, bereits für 2023 wird wieder ein Anstieg der

<sup>13</sup> In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

<sup>14</sup> GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Umsätze im Onlinehandel (91,8 Mio. Euro bzw. Umsatzanteil von 14,2 %) erwartet (vgl. nachfolgende Abbildung).



**Abbildung 7: Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE). \*Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist<sup>15</sup>, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen<sup>16</sup>. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Für Städte wie Mühlhausen/Thüringen werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung – verstärkt durch die durch Covid-19 bedingten zeitweiligen Schließungen im stationären Einzelhandel – allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

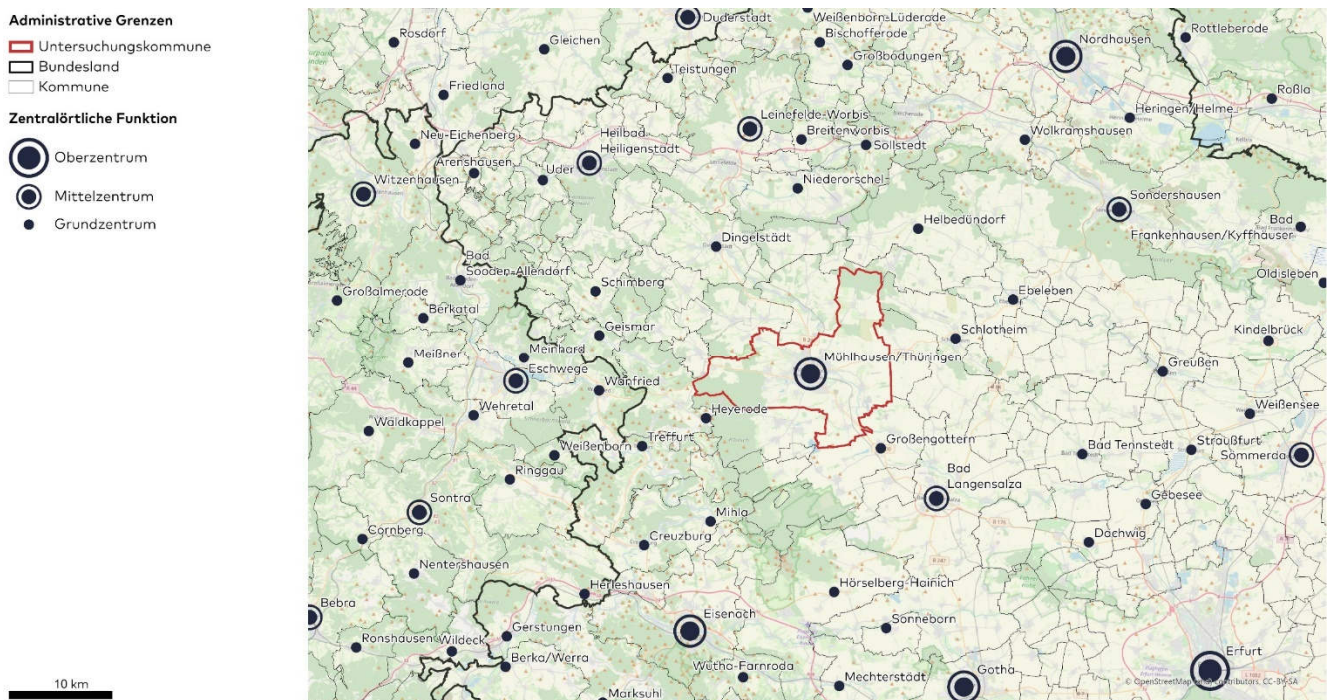
<sup>15</sup> Unterhaltungselektronik rd. 38,9 %, Fashion & Accessoires rd. 39,8 %, Freizeit & Hobby rd. 33,2 %, Büro & Schreibwaren rd. 30,8 % (vgl. HDE/IFH 2021).

<sup>16</sup> Vgl. HDE/IFH 2021.

## 4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Stadt Mühlhausen/Thüringen im nördlichen Thüringen zählt insgesamt 37.314 Einwohner (Stand: 03. Mai 2023). Die natürliche Bevölkerungsentwicklung verlief in den vergangenen Jahren negativ. Dementsprechend wird ein relativer Bevölkerungsrückgang von 12,6 % bis zum Jahr 2040 prognostiziert (TLS 2021). Entgegen der Prognose nahm die Bevölkerung in Mühlhausen/Thüringen in den vergangenen Jahren zu. Dies ist insbesondere auf die Eingemeindungen durch die Gebietsreform Thüringen zurückzuführen. 2019 wurden die Ortsteile Bollstedt, Grabe, Höngeda und Seebach eingemeindet, sowie der Ortsteil Hollenbach im Januar 2023. Inklusive der Eingemeindungen gliedert sich Mühlhausen/Thüringen zum Betrachtungszeitraum neben der Kernstadt in neun Ortsteile. Mit dem Beginn des Jahres 2024 wurde der Ortsteil Eigenrieden, ehemals der Gemeinde Rodeberg zugehörend, in das Stadtgebiet Mühlhausens eingemeindet. Demnach erhöhte sich die Bevölkerung Mühlhausens um weitere rd. 600 Einwohner (Gemeindeverwaltung Rodeberg, Stand 11/2023). Grundsätzlich ist jedoch mit einem negativen natürlichen Bevölkerungssaldo zu rechnen.

Das Umland Mühlhausens ist überwiegend ländlich geprägt. Im Umfeld befinden sich die Mittelzentren Bad Langensalza (32 km), Heilbad Heiligenstadt (35 km) und Leinefelde-Worbis (36 km) sowie die Mittelzentren mit Teilfunktionen von Oberzentren Nordhausen (50 km), Eisenach (38 km) und Gotha (42 km). Nächstliegendes Oberzentrum ist Erfurt (60 km)



**Abbildung 8: Zentralörtliche Funktion Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten Zentrengefüge das Wettbewerbsumfeld der Stadt Mühlhausen/Thüringen im regionalen Kontext. Die Pkw-Fahrzeit nach Bad Langensalza, Heilbad Heiligenstadt und Leinefelde-Worbis beträgt zwischen 30 und 40 Minuten. Ebenso sind die Städte Eisenach, Gotha und Erfurt in Fahrzeiten von 45 bis 60 Minuten mit dem PKW erreichbar.

Verkehrlich ist Mühlhausen/Thüringen über die B247 aus Richtung Leinefelde-Worbis bzw. Bad Langensalza und die B249 in Richtung Sondershausen bzw. Eschwege zu erreichen. Die Bundesautobahnen A38 (AD Drammetal/ AD Parthenaue) und A4 (Aachen/Görlitz) befinden sich in 30 bzw. 40 km nördlich und südlicher Entfernung.

Hinsichtlich der Einbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht eine Anbindung an das Busliniennetz der REGIONALBUS-Gesellschaft Unstrut-Hainich- und Kyffhäuserkreis mbh sowie der STADTBUS-Gesellschaft Mühlhausen und Sondershausen mbH. Der Anschluss an das regionale Bahnnetz ist in die Richtungen Erfurt, Göttingen, Kassel-Wilhelmshöhe, Gera, Leinefelde, Eichenberg und Glauchau durch die Deutsche Bahn AG gegeben.

### 4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

#### Bedeutung als Tourismusstandort

Als mittelalterliche Reichsstadt verfügt die Stadt Mühlhausen/Thüringen über ein breites historisches Erbe, was sich insbesondere in zahlreichen Bauwerken und Museen im Stadtbild widerspiegelt. Dabei wird der mittelalterlichen Innenstadt eine zentrale Bedeutung zugeschrieben. Diese liegt innerhalb der nahezu vollständig erhaltenen Stadtmauer und wird aufgrund der hohen Anzahl an mittelalterlichen Kirchen auch als „Stadt der Türme“ bezeichnet. Mit dem Ehrentitel „Reformationsstadt Europas“ und dem Wirken Johann Sebastian Bachs und Thomas Müntzers besitzt die Stadt zudem eine hohe kirchliche und musikalische Bedeutung.

Auch naturräumlich im Herzen Deutschlands liegt Mühlhausen/Thüringen für Aktivtouristen attraktiv direkt am Nationalpark Hainich und ist Teil der Welterbestimmung Wartburg-Hainich. Der Nationalpark Harz ist in einer knappen Autostunde zu erreichen. In Stadt und Umland stehen zahlreiche Wander- und Radfahrrouten sowie weitere Aktivangebote zur Verfügung.

Gemäß des Thüringer Landesamts für Statistik wurden im Jahr **2019** in Mühlhausen **49.605 Ankünfte** an Übernachtungsgästen erfasst, mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,0 Tagen. Ein Großteil der Touristen ist dabei dem Inlandstourismus zuzuordnen. Mit einem starken Einbruch der Tourismuszahlen in den Jahren 2020 und 2021 durch die Corona-Pandemie konnte im Jahr **2022** mit einer Ankunft von **42.500** Touristen beinahe der Stand von 2019 erreicht werden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer erhöhte sich 2022 zudem leicht auf 2,2 Tage. Da der Inlands- und Aktivtourismus in Deutschland zunehmend an Bedeutung gewinnt, kann von einer weiteren Steigerung der Übernachtungszahlen ausgegangen werden.

Es ist davon auszugehen, dass sich das Umsatzpotenzial durch Übernachtungstouristen vor allem in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Glas/Porzellan/Keramik und Sport/Outdoor/Camping auswirkt. Während Tagestouristen, die eine Veranstaltung besuchen, eher weniger Ausgaben im Handel tätigen, ist davon auszugehen, dass Gäste in Ferienwohnungen und Zweitwohnungsbesitzer während ihres Aufenthaltes ähnlich wie Bürger der Stadt Mühlhausen ihren üblichen Lebensmitteleinkauf oder sogar darüber hinausgehende Einkäufe tätigen, darüber hinaus ist der Tourismus für die Gastronomie in Mühlhausen von hoher Bedeutung.

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die Stadt Mühlhausen/Thüringen verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 246,3 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 6.601 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.738 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen**

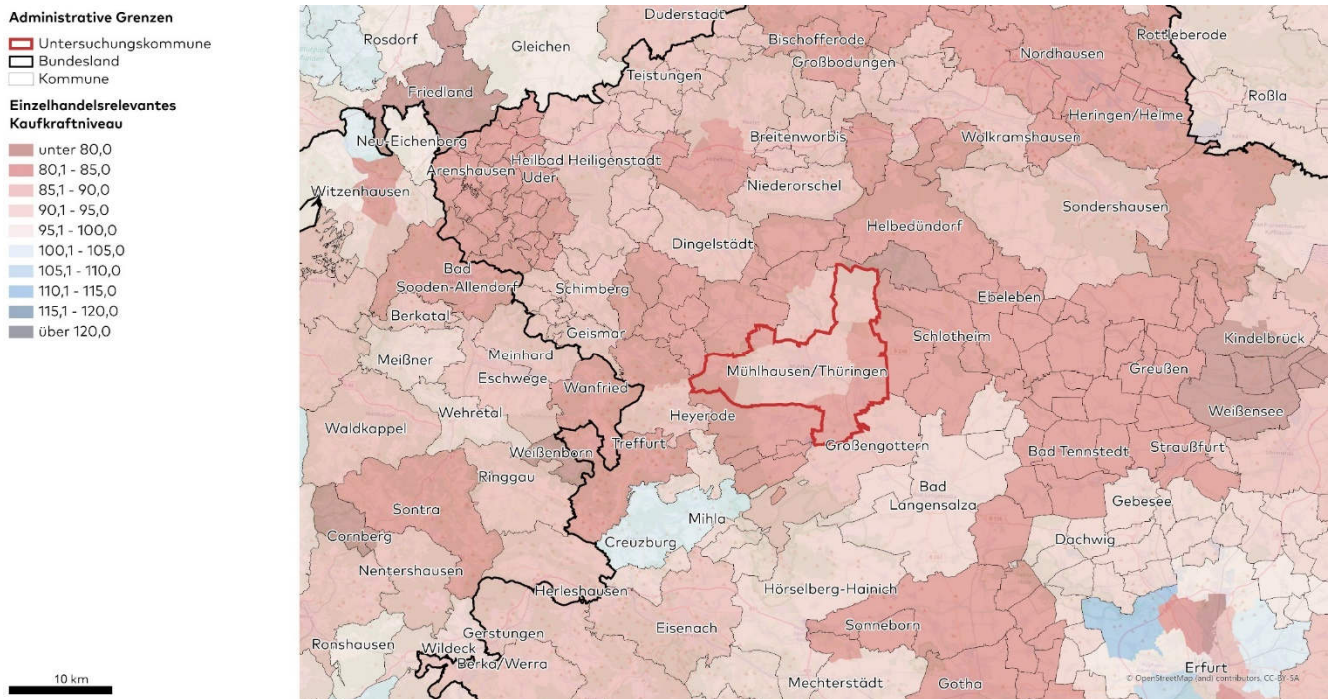
| Warengruppe                                          | Kaufkraft<br>in Mio. Euro | Kaufkraft je Einwohner<br>in Euro |
|------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel                           | 102,2                     | 2.738                             |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken              | 16,9                      | 452                               |
| Blumen, zoologischer Bedarf                          | 4,7                       | 126                               |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher                 | 7,2                       | 194                               |
| <b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>                  | <b>131,0</b>              | <b>3.510</b>                      |
| Bekleidung                                           | 17,6                      | 472                               |
| Schuhe/Lederwaren                                    | 4,8                       | 130                               |
| Pflanzen/Gartenbedarf                                | 5,2                       | 140                               |
| Baumarktsortiment i. e. S.                           | 19,0                      | 510                               |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör                      | 3,7                       | 100                               |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente            | 5,1                       | 136                               |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping                       | 7,3                       | 195                               |
| <b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>                | <b>62,8</b>               | <b>1.683</b>                      |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik         | 6,0                       | 161                               |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz | 2,5                       | 66                                |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche                   | 2,4                       | 63                                |
| Möbel                                                | 12,9                      | 345                               |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte                     | 7,9                       | 212                               |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik                  | 16,3                      | 438                               |
| Uhren/Schmuck                                        | 2,3                       | 62                                |
| Sonstiges                                            | 2,2                       | 60                                |
| <b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>                  | <b>52,5</b>               | <b>1.408</b>                      |
| <b>Gesamt</b>                                        | <b>246,3</b>              | <b>6.601</b>                      |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>17</sup> beträgt in Mühlhausen/Thüringen rd. 93 und liegt damit leicht über dem Durchschnitt von Thüringen (rd. 92), aber unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Die Nachbarkommunen von Mühlhausen/Thüringen verfügen größtenteils über ein niedrigeres Kaufkraftniveau, die

<sup>17</sup> Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

südlich gelegenen Kommunen weisen hingegen ein vergleichsweise Kaufkraftniveau wie die Stadt Mühlhausen/Thüringen auf (siehe Abbildung 9).



**Abbildung 9: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Mühlhausen/Thüringen und Umgebung**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

### Einzugsgebiet der Stadt Mühlhausen/Thüringen

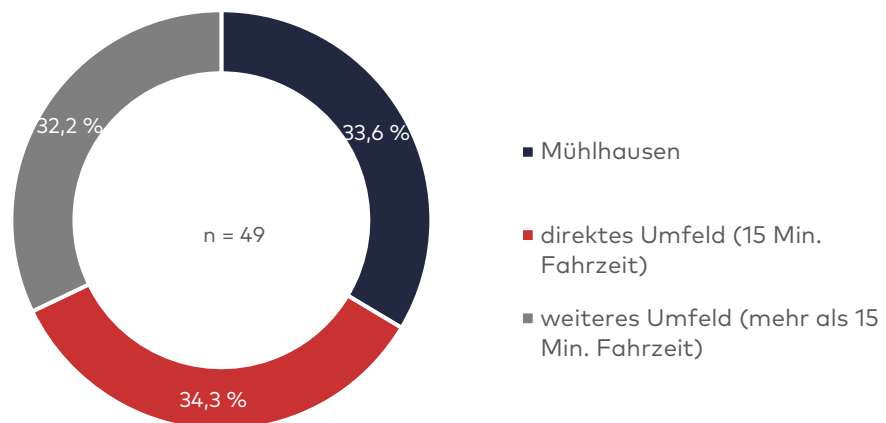
Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statisches Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der betrachteten Stadt stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb und Abflüsse von innerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Der über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Bereich ist als Ferneinzugsgebiet zu definieren, aus welchem mit Streuumsätzen<sup>18</sup> zu rechnen ist. Dieses Gebiet ist nicht zum Einzugsgebiet zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und die Einflüsse von Konkurrenzstandorten deutlich überwiegen.

Bei der **Abgrenzung des Einzugsgebietes** von Mühlhausen/Thüringen haben insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

- die Attraktivität und Anziehungskraft der Bestandsstrukturen in Mühlhausen/Thüringen (u. a. Branchen, Betreiber, Größen, Standorteigenschaften)
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Umfeld
- die sozioökonomischen Rahmenbedingungen von Mühlhausen/Thüringen im Vergleich zum engeren und weiteren Umfeld (insb. Bedeutung als Arbeitsort)
- die verkehrlichen, topografischen und naturräumlichen Gegebenheiten im engeren und weiteren Umfeld

<sup>18</sup> diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug

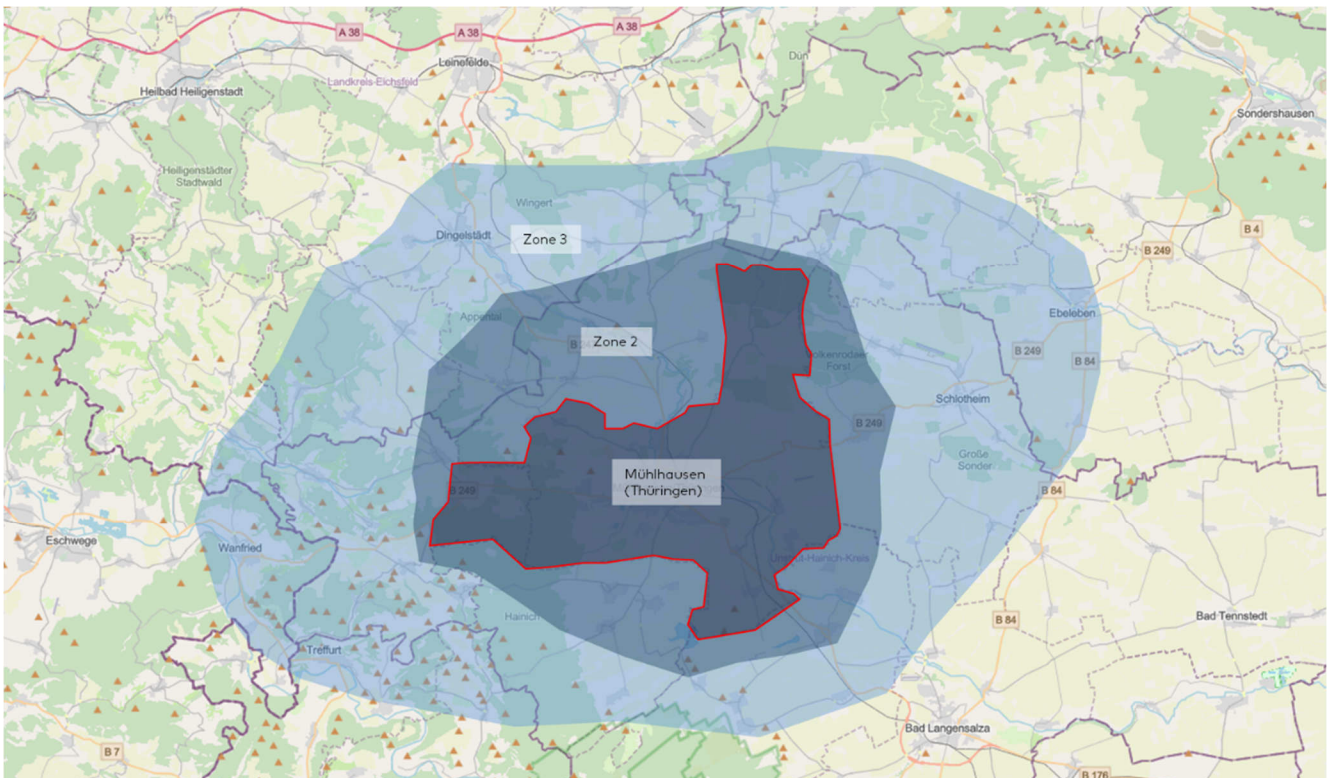
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung im engeren und näheren Umfeld
- die Versorgungsfunktion Mühlhausens
- die traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung
- die Nennungen der Kundenherkünfte in der Händlerbefragung. Demnach kommen etwa ein Drittel der Kunden aus Mühlhausen selbst, und ein weiteres Drittel aus umliegenden Gebieten mit einer Fahrtzeit von 15 Minuten (vgl. nachfolgende Abbildung).



**Abbildung 10: Befragungsergebnis „Wo befinden sich die Wohnorte ihrer Kundinnen und Kunden?“**

Quelle: Darstellung Stadt+Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen 03/2023

Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte kann für die Stadt Mühlhausen das in Abbildung 11 dargestellte Einzugsgebiet abgegrenzt werden.



**Abbildung 11: Einzugsgebiet der Stadt Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil des Einzelhandelsumsatzes in Mühlhausen überwiegend aus dem aufgezeigten Einzugsgebiet generiert wird. Dabei ist eine Differenzierung des Einzugsgebietes in mehrere Zonen zielführend.

**Zone 1** umfasst das Stadtgebiet von Mühlhausen/Thüringen. Es ist davon auszugehen, dass der ganz überwiegende Teil des Einzelhandelsumsatzes von Mühlhausen aus diesem Gebiet generiert wird.

**Zone 2** umfasst Bereiche über die Stadtgrenze Mühlhausens hinaus. Dazu zählen Teile des Unstrut-Hainich-Kreises und Eichsfeld, u. a. die Gemeinden Vogtei, Unstruttal und Körner. Aufgrund der räumlichen Nähe, der Angebotssituation und der verkehrlichen Erreichbarkeit sind Einkaufsfahrten in relevanter Zahl nach Mühlhausen/Thüringen zu erwarten.

**Zone 3** umfasst schließlich Gemeinden und Städte im Unstrut-Hainich-Kreis, welche z. T. etwas höhere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen, u. a. Nottertal-Heilingen Höhen oder Dingelstädt im Kreis Eichsfeld. Hier sind jedoch nur Einkaufsfahrten in relativ geringer Zahl nach Mühlhausen/Thüringen zu erwarten.

In Tabelle 3 ist das Kaufkraftpotenzial der einzelnen Zonen dargestellt. Für Zone 2 fallen die Werte aufgrund der dünnen Besiedelung des direkten Umlandes deutlich geringer als für die anderen beiden Zonen aus.

**Tabelle 3: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet Mühlhausens**

| Zone                 | Kaufkraft<br>in Mio. Euro | Kaufkraft je Einwohner<br>in Euro |
|----------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Mühlhausen/Thüringen | 246,3                     | 6.601                             |
| Zone 2               | 60,8                      | 3.279                             |
| Zone 3               | 299,4                     | 6.534                             |

Eigene Berechnungen Stadt + Handel auf Basis: Einwohnerzahlen <https://www.statistik.thueringen.de> (2023) sowie GfK (2023); Kaufkraft IfH Köln 2022

#### 4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Mühlhausen/Thüringen wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (02/2023) insgesamt 269 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 87.400 m<sup>2</sup> verfügen (siehe Tabelle 4). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Mühlhausen/Thüringen mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,34 m<sup>2</sup> je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m<sup>2</sup> VKF/Einwohner<sup>19</sup>) liegt.

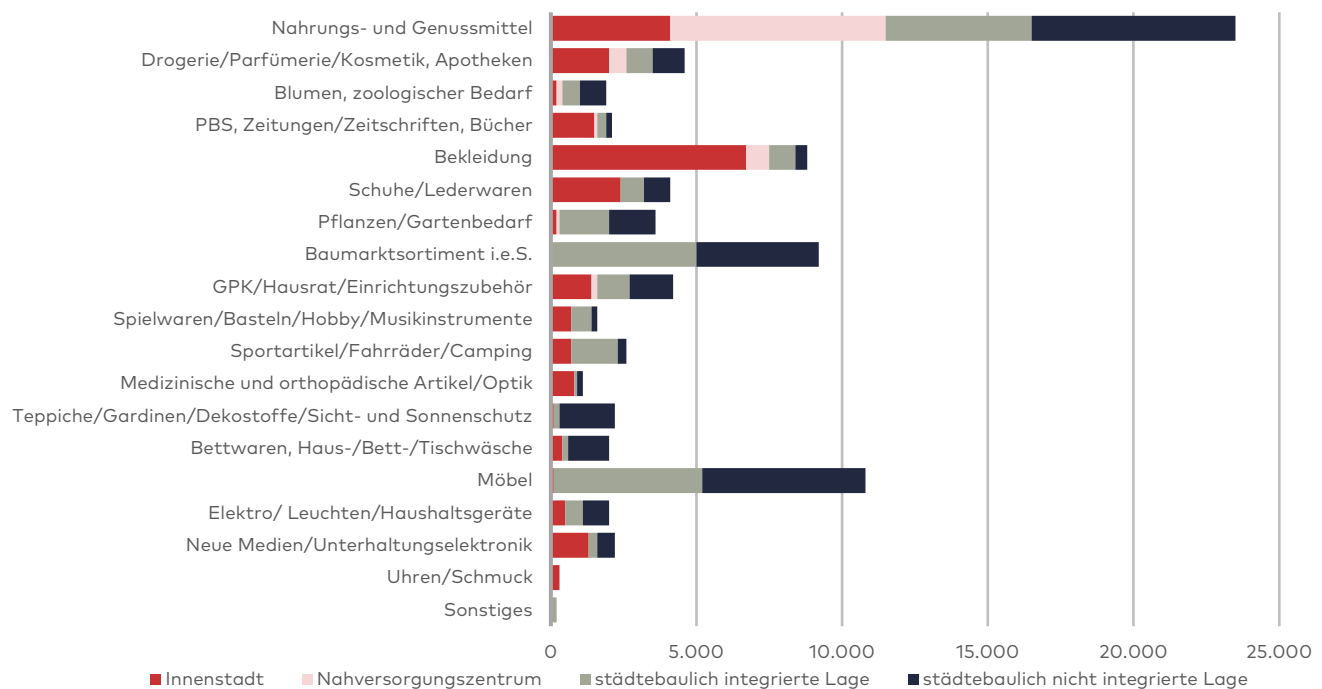
<sup>19</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

**Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Mühlhausen/Thüringen**

| Strukturdaten                                 | Erhebung 02/2023 |
|-----------------------------------------------|------------------|
| Einwohner                                     | 37.314           |
| Anzahl der Betriebe                           | 269              |
| Gesamtverkaufsfläche in m²                    | 87.400           |
| Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner | 2,34             |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen/Thüringen (Stand: 03.05.2023); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Mühlhausen Einzelhandelsbetriebe mit rd. 67 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 38 % in ZVB (gem. EHK 2015), rd. 29 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 33 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Abbildung 12 stellt die in Mühlhausen erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

**Abbildung 12: Einzelhandelsbestand in Mühlhausen/Thüringen nach Warengruppen und Lagebereichen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: EHK Mühlhausen/Thüringen 2015; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Mühlhausen/Thüringen ist hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung besonders durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung und Möbel geprägt. Dies begründet sich v. a. durch großflächige Angebotsformen in den Sortimentsbereichen (u. a. Kaufland, E-Center, SB Möbel Boss), die im Stadtgebiet vorzufinden

sind. Zudem finden sich erhebliche Verkaufsflächenanteile in der Warengruppe Baumarktsortiment i. e. S.

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist insbesondere durch zentrenrelevante Sortimente (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Drogeriewaren) geprägt, das leistungsstarke Angebot ist hierbei v. a. durch Filialisten geprägt.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierten Lagen besteht zu einem großen Teil aus den Warengruppen Möbel und Baumarktsortiment i. e. S. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i. d. R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.
- Allerdings werden an Standorten in städtebaulich z. T. nicht integrierter Lage absolut betrachtet auch im erhöhten Maße Waren aus dem Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie nachgeordnet aus den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung oder GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör angeboten. Innerhalb dieser Warengruppen ist von Wettbewerbsbeziehungen insbesondere zwischen den zentralen Versorgungsbereichen bzw. Einzelhandelslagen zur Nahversorgung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und den Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen auszugehen. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und ist dies vornehmlich auf das Angebot am Standortbereich Ammersche Landstraße zurückzuführen. Der hohe Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage in der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ist insbesondere auf den Randsortimentsanteil der Möbelhäuser und der Baumärkte zurückzuführen und dementsprechend z. T. zu relativieren.
- Daneben wird das Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche v. a. durch Lebensmittelmärkte geprägt. Diese können – sofern sie in städtebaulich integrierten Lagen verortet sind – einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung leisten.

### Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze<sup>20</sup> im Einzelhandel von Mühlhausen/Thüringen basiert auf allgemeinen und für die Stadt Mühlhausen/Thüringen spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen Stadt + Handel vorliegende **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmen-

<sup>20</sup> Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

bedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortiments-spezifischen Umsätze werden abschließend mit **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (s. dazu Kapitel 4.3) plausibilisiert. Dazu zählt insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Mühlhausen/Thüringen und dem Nahbereich beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 279,6 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 246,3 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität<sup>21</sup> von rd. 114 %. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Mühlhausens als Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums im ländlichen Umfeld, wie Tabelle 5 zu entnehmen ist, je nach Warengruppe sehr differenziert zu beurteilen.

---

<sup>21</sup> Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 1,00 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 1,00 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

**Tabelle 5: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Mühlhausen/Thüringen**

| Warengruppe                                               | Verkaufsfläche<br>in m² | Umsatz<br>in Mio. Euro | Kaufkraft<br>in Mio. Euro | Zentralität<br>in % |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel                                | 23.600                  | 132,8                  | 102,2                     | 130                 |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik,<br>Apotheken                | 4.600                   | 24,8                   | 16,9                      | 147                 |
| Blumen, zoologischer Bedarf                               | 1.800                   | 5,7                    | 4,7                       | 121                 |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften,<br>Bücher                   | 2.100                   | 7,6                    | 7,2                       | 105                 |
| <b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>                       | <b>32.200</b>           | <b>170,9</b>           | <b>131,0</b>              | <b>130</b>          |
| Bekleidung                                                | 8.800                   | 18,0                   | 17,6                      | 102                 |
| Schuhe/Lederwaren                                         | 4.000                   | 6,7                    | 4,8                       | 138                 |
| Pflanzen/Gartenbedarf                                     | 3.700                   | 3,7                    | 5,2                       | 71                  |
| Baummarktsortiment i. e. S.                               | 9.200                   | 13,1                   | 19,0                      | 69                  |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszu-<br>behör                      | 4.100                   | 5,1                    | 3,7                       | 138                 |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/<br>Musikinstrumente             | 1.600                   | 4,3                    | 5,1                       | 84                  |
| Sportartikel/Fahrräder/Cam-<br>ping                       | 2.600                   | 6,6                    | 7,3                       | 91                  |
| <b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>                     | <b>34.000</b>           | <b>57,6</b>            | <b>62,8</b>               | <b>92</b>           |
| Medizinische und orthopädische<br>Artikel/Optik           | 1.100                   | 8,6                    | 6,0                       | 143                 |
| Teppiche/Gardinen/Deko-<br>stoffe/Sicht- und Sonnenschutz | 2.300                   | 3,0                    | 2,5                       | 121                 |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch-<br>wäsche                   | 2.000                   | 3,2                    | 2,4                       | 134                 |
| Möbel                                                     | 10.900                  | 10,6                   | 12,9                      | 82                  |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsge-<br>räte                     | 2.000                   | 7,3                    | 7,9                       | 92                  |
| Neue Medien/Unterhaltungs-<br>elektronik                  | 2.200                   | 13,6                   | 16,3                      | 83                  |
| Uhren/Schmuck                                             | 400                     | 2,7                    | 2,3                       | 116                 |
| Sonstiges                                                 | 300                     | 2,3                    | 2,2                       | 102                 |
| <b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>                       | <b>21.200</b>           | <b>51,1</b>            | <b>52,5</b>               | <b>97</b>           |
| <b>Gesamt</b>                                             | <b>87.400</b>           | <b>279,6</b>           | <b>246,3</b>              | <b>114</b>          |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2023; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

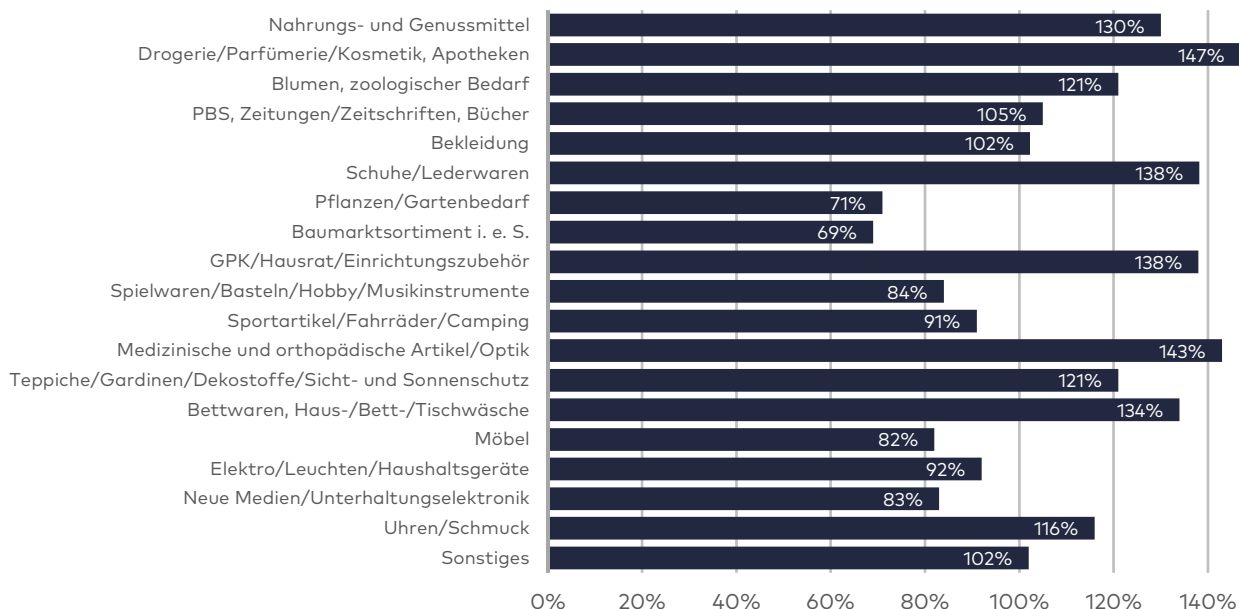
In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren/Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von 130 % bzw. 147 % deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Umgebung generiert werden (siehe Tabelle 5).

In den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe ist in der Summe mit einer Zentralität von 130 % auch insgesamt ein deutlicher Kaufkraft-

zufluss festzustellen, so dass Mühlhausen/Thüringen über die Stadtgrenzen hinaus Versorgungsfunktionen im Bereich des Grundbedarfs erfüllt. Die vergleichsweise hohen Zentralitäten sind dabei insbesondere auf die Drogeriefachmärkte sowie auf die Verbrauchermärkte zurückzuführen.

Als Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums hat die Stadt Mühlhausen neben der Versorgung mit Gütern des qualifizierten Grundbedarfs auch die Versorgung für den gehobenen Bedarf für die Mühlhäuser Bürger und die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung zu übernehmen. Nach der im LEP zugewiesenen besonderen Versorgungsfunktion im Bereich Gesundheitswesen ist die Zentralität in der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel/Optik mit 143 % als angemessen zu beschreiben.

Im restlichen Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches weist Mühlhausen mit insgesamt 92 % und 97 % deutlich geringere Zentralitäten auf. Die höchsten Werte werden dabei neben der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel/Optik in den Warengruppen GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör und Schuhe/Lederwaren (jeweils 138 %) generiert. Die Sortimente Möbel (82 %), Sportartikel/Fahrräder/Camping (91%), Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (84 %) und neue Medien/Unterhaltungselektronik (83 %) weisen niedrige Zentralitäten und einen deutlichen Kaufkraftabfluss zu den benachbarten Zentren und Konkurrenzstandorten sowie in den Online-Handel auf. Deutlich geringe Zentralitäten weisen die Sortimente Pflanzen/Gartenbedarf (71 %) und Baumarktsortiment i. e. S. (69 %) auf. Bedingt wird dies durch den frequenzstarken Standort des Obi-Marktes in der Nachbarkommune Unstruttal, in direkter Nachbarschaft zur Stadt Mühlhausen/Thüringen.



**Abbildung 13: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Anhand der dargestellten Zentralitäten über alle Warengruppen wird deutlich, dass Mühlhausen/Thüringen den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag in Teilen über die Stadtgrenzen hinaus erfüllen kann, in einigen Sortimentsbereichen sind jedoch Defizite zu konstatieren (insbesondere Baumarktsortimente und Pflanzen/Gartenbedarf). Welche Rolle die Mühlhäuser Innenstadt dabei im

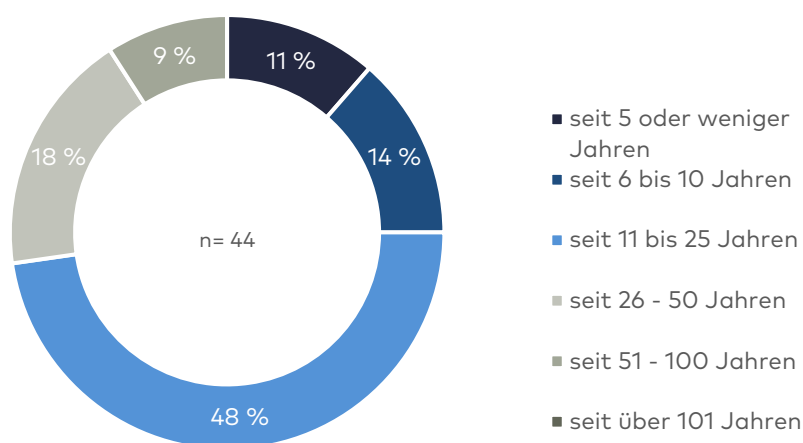
Vergleich zu anderen Einzelhandelsstandorten einnimmt, wird in den folgenden Kapiteln weitergehend dargestellt.

#### 4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Mühlhausen/Thüringen aus dem Jahr 2015 können neben den dort festgelegten zentralen Versorgungsbereichen weitere strukturprägenden Standortbereiche in Mühlhausen/Thüringen identifiziert werden. Die zentralen Versorgungsbereiche aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Mühlhausen/Thüringen aus dem Jahr 2015 werden im Folgenden hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert. Zunächst werden zentrale Ergebnisse der Gewerbebefragung vorgestellt, welche in die städtebauliche Analyse eingeflossen sind. Auch die im Rahmen des Smart City Projektes von der Stadt Mühlhausen durchgeführte Frequenzmessung in der Innenstadt<sup>22</sup> lieferte Erkenntnisse über die Innenstadtnutzung und wurden in der städtebaulichen Analyse sowie in der späteren Lageabgrenzung (vgl. Kapitel 6.1.3) berücksichtigt.

##### Gewerbetreibendenbefragung

Durch die Befragung konnten vielfältige Erkenntnisse aus Sicht der Gewerbetreibenden zusammengetragen und Einschätzungen zum Standort und der wirtschaftlichen Situation gewonnen werden. An der Befragung nahmen 50 Händler teil. Ein Großteil davon betreibt inhabergeführte Fachgeschäfte mit einer oder mehrere Filialen, dagegen sind 16% dem filialisierten Einzelhandel zuzuordnen. Etwa ein Viertel der Befragten ist seit über 26 Jahren am aktuellen Standort, während knapp ein weiteres Viertel relativ neu eröffnet hat (unter 10 Jahren). Die Mehrheit befindet sich seit mindestens 11 und maximal 25 Jahren mit ihrem Betrieb am aktuellen Standort (vgl. Abbildung 14).



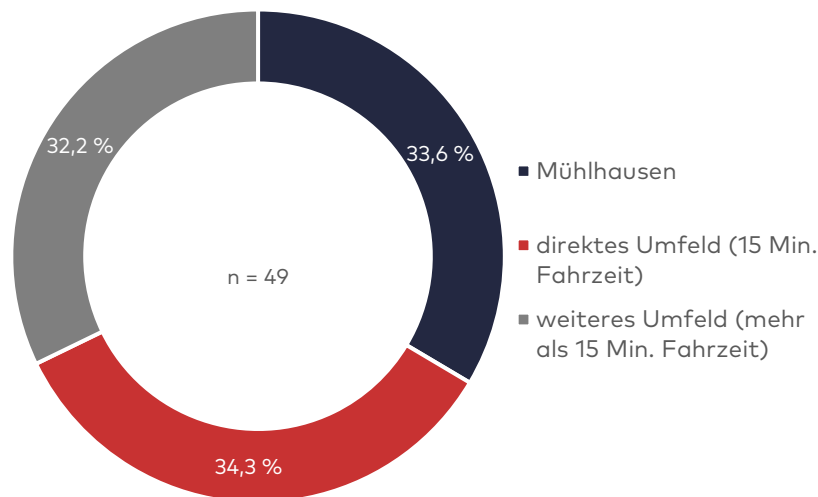
**Abbildung 14: Befragungsergebnisse „Seit welchem Jahr befindet sich Ihr Geschäft am heutigen Standort?“**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen 03/2023.

Zur Darstellung der Kundenstruktur wurden die Gewerbetreibenden um eine Einschätzung der Kundenherkunft gebeten. Dabei können diese in beinahe gleichen Teilen zu je einem Drittel der Kommune Mühlhausen, dem direktem Umfeld und dem weiteren Umfeld zugeordnet werden. Die relativ ausgeglichene Verteilung

<sup>22</sup> Vgl. Stadtverwaltung Mühlhausen 2023, hystreet.com GmbH

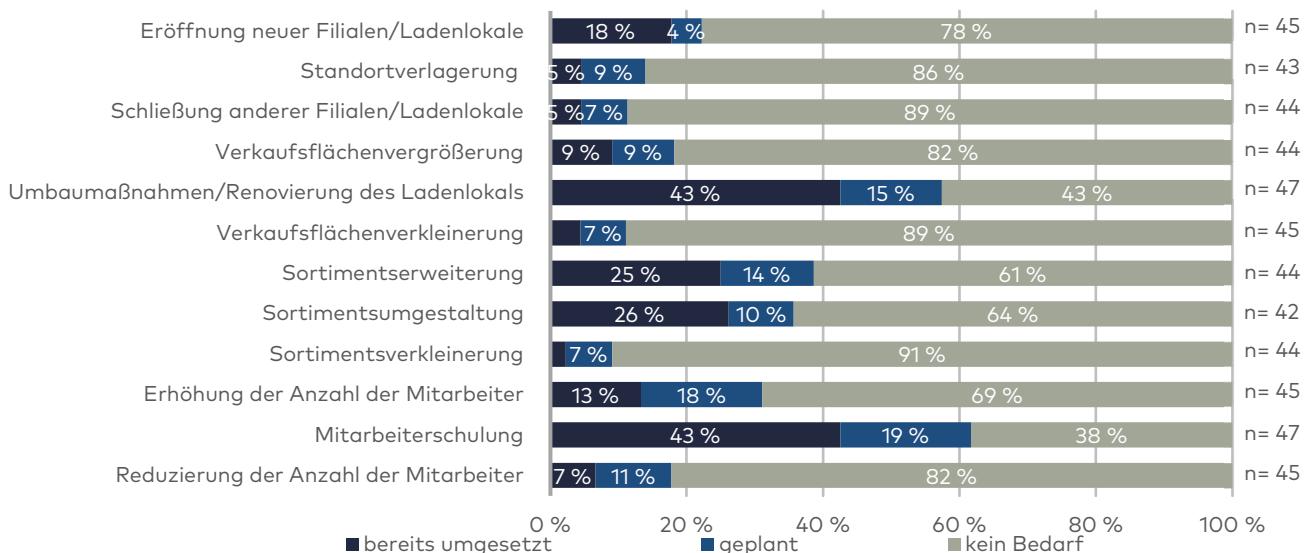
erschließt sich durch das ländlich geprägte Umfeld und den touristischen Charakter Mühlhausens (vgl. Abbildung 15).



**Abbildung 15: Befragungsergebnis „Wo befinden sich die Wohnorte ihrer Kundinnen und Kunden?“**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen 03/2023.

Die Gewerbetreibenden wurden gefragt, ob sie Veränderungen im Einzelhandelsbetrieb durchgeführt haben oder diese in den nächsten drei Jahren planen. Große Teile (rd. 43%) haben Umbau- bzw. Renovierungsmaßnahmen und Mitarbeiter-schulungen durchgeführt, bei weiteren 15% bzw. 19% sind die Maßnahmen in den nächsten drei Jahren geplant. Faktoren wie Schließungen anderer Filialen/Laden-lokale, Verkaufsflächen- und Sortimentsverkleinerung sowie Reduzierung der An-zahl an Mitarbeitenden lassen auf eine negative wirtschaftliche Betriebssituation schließen, und wurden vereinzelt umgesetzt bzw. geplant. Bei mindestens 82% der Befragten wird es jedoch nicht benötigt (vgl. Abbildung 16).

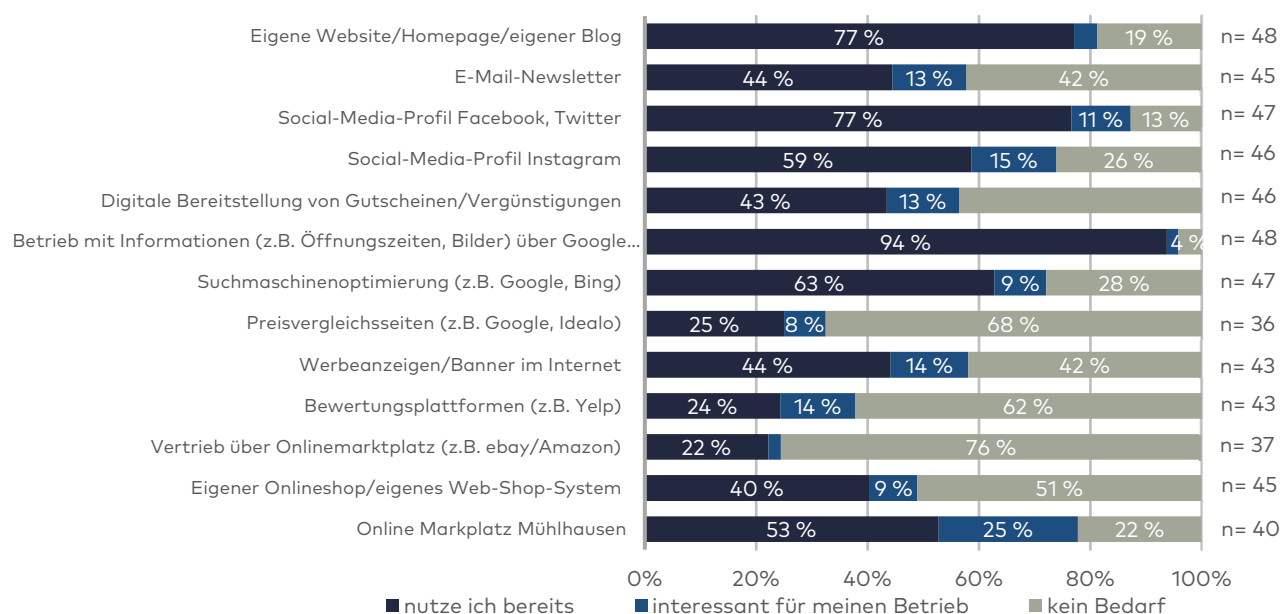


**Abbildung 16: Befragungsergebnis „Haben Sie in den vergangenen drei Jahren eine oder mehrere der folgenden Veränderungen in Ihrem Einzelhandelsbetrieb durchgeführt oder planen Sie dies in den nächsten drei Jahren?“**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen 03/2023.

Um die digitale Sichtbarkeit der Betriebe in Mühlhausen zu bewerten, wurde nach der Verwendung verschiedener digitaler Infrastrukturen gefragt. Positiv hervor-zuheben ist der hohe Anteil an Gewerbetreibenden, welche auf digitale Infrastruk-

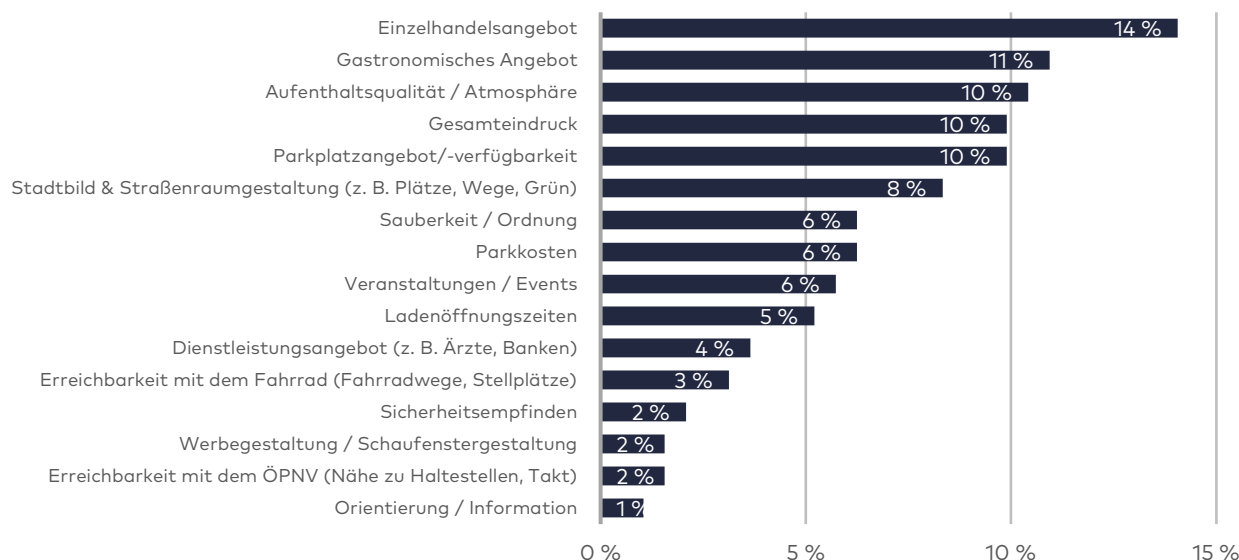
turen zurückgreifen. Dabei sind beinahe bei allen Befragten Informationen zum Betrieb über Google Maps aufrufbar. Mehr als drei Viertel der Betriebe verfügen über eine eigene Website oder Social-Media-Präsenz, was im Zuge aktueller Trends (vgl. Kapitel 4.1) einen wichtigen Baustein für die Wettbewerbsfähigkeit darstellt. Der Online Marktplatz Mühlhausen wird von rund der Hälfte der befragten Gewerbetreibenden bereits genutzt. Hervorzuheben ist das hohe Interesse, die lokale Infrastruktur zukünftig zu nutzen (vgl. Abbildung 17).



**Abbildung 17: Befragungsergebnisse „Über welche digitale Infrastruktur verfügt ihr Betrieb und in welcher Form sind Sie derzeit mit Ihrem Betrieb im Internet vertreten?“, n=44**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen 03/2023.

Zur Identifizierung von Entwicklungsschwerpunkten der Mühlhäuser Innenstadt sollten die Gewerbetreibenden Faktoren priorisieren, die als wichtig für den Geschäftserfolg eingeschätzt werden. Dabei hat sich das Einzelhandelsangebot als wichtigster Faktor herauskristallisiert. Besonders wichtig sind zudem aus Sicht der Befragten das gastronomische Angebot (rd. 11%), die Aufenthaltsqualität (rd. 10%), das Stadtbild und die Straßenraumgestaltung (rd. 8%) (vgl. Abbildung 18).



**Abbildung 18: Befragungsergebnis „Welche der folgenden Aspekte der Innenstadt von Mühlhausen sind für den Geschäftserfolg Ihres Betriebes besonders wichtig?“, n=50**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen, 03/2023.

Diese Einschätzung deckt sich weitestgehend mit den Wünschen und Anregungen der Händler für die Mühlhäuser Innenstadt. Häufig wurden ein besseres Parkplatzangebot, hochwertiger Einzelhandel und mehr Stadtgrün gewünscht. Darüber hinaus konnten Anregungen zur Innenstadtentwicklung gesammelt werden, wie die Einführung eines Innenstadtmanagements, eine Verbesserung der Sicherheit, der touristischen Erschließung oder dem stärkeren Einbezug der Brückenstraße (vgl. Abbildung 19).



**Abbildung 19: Befragungsergebnis „Welche Anregungen und Wünsche haben Sie für die Mühlhäuser Innenstadt?“**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Händlerbefragung Mühlhausen/Thüringen, 03/2023.

# ZVB „INNENSTADT MÜHLHAUSEN“ I

## Räumliche Analyse

Versorgungsgebiet

Stadt Mühlhausen/Thüringen und Mittelbereich

### Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

### Betriebsgrößenstruktur in m²

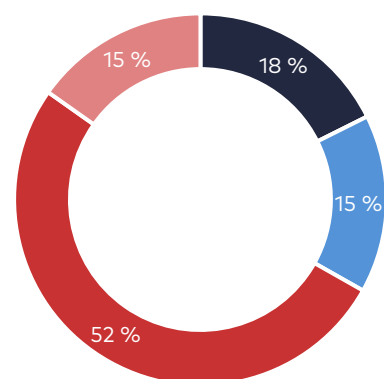
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

### Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung EHK alt



### Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



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

### Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt) 32.831

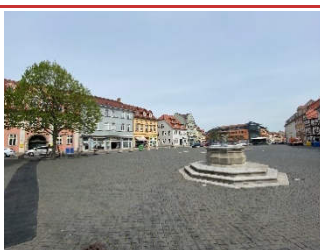
### Einzelhandelsstruktur

|                              | absolut | anteilig |
|------------------------------|---------|----------|
| Anzahl der Betriebe*         | 140     | 52 %     |
| Gesamtverkaufsfläche in m²*  | 23.300  | 27 %     |
| Anzahl der Leerstände**      | 45      | 24 %     |
| Zentrenergänzende Funktionen | 185     | -        |

### Magnetbetriebe

Rewe, Aldi Nord, Rossmann, dm, Müller, Thalia

### Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen/Thüringen (Stand: 03.05.2023); Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen/Thüringen; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich

## ZVB „INNENSTADT MÜHLHAUSEN“ II

### Räumliche Integration



Der ZVB Innenstadt liegt größtenteils innerhalb der historischen Stadtmauer Mühlhausens, zentral im Stadtgebiet. Im Westen reicht der ZVB bis zur Marktgasse bzw. Ratsstraße und verläuft im Osten entlang der Görmarsstraße. Im Süden schließt der Bereich den Untermarkt und die Brunnenkreißstraße mit ein. Im Norden wird der ZVB entlang des Steinwegs begrenzt und beinhaltet zudem das Einkaufszentrum Burggalerie und den Fachmarktbereich nördlich des Kreuzgrabens; größtenteils umschlossen von mehrstöckiger Bebauung mit Misch- und Wohnnutzung, nördlich des Kreuzgrabens beginnende Wohnsiedlung mit Geschosswohnungsbau; der ZVB ist städtebaulich optimal in umgebende Strukturen integriert.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



(Über-)örtliche PKW-Erreichbarkeit durch B249, B247 und L1006 gegeben als wichtige Verbindungsachsen zum ZVB; Flächen für den ruhenden Verkehr v. a. durch die Parkplätze An der Burg, am Hanfsack/Engelsgarten, an der Burggalerie, Blobach, Brunnenstraße, Linenbühl, Tiefgarage Thüringentherme und innerhalb des ZVBs am Obermarkt sowie am Parkplatz Entenbühl; keine direkte Anbindung an das regionale Bahnnetz (Bahnhof rd. 600 m Fußweg entfernt); Anbindung an Busnetz durch Busbahnhof im nördlichen Teil des ZVBs mit mehreren städtischen und regionalen Linien (ZOB); Haltepunkte im südlichen Bereich am Untermarkt; Fußgängerzone im Bereich des Steinwegs sowie in der Rats- und Linsenstraße, z.T. unterbrochen durch Straßen mit Kfz-Verkehr (z.B. Jüdenstraße, Untermarkt); Fußgängerzone für Fahrradverkehr freigegeben; keine eigenständige Radwegeverbindung, gemeinsame Wegenutzung Fuß- und Radverkehr; wenig Fahrrad-Abstellanlagen; historische Pflasterung beeinträchtigt Barrierefreiheit.

### Versorgungsfunktion



Hinsichtlich der Betriebsanzahl stärkster Einzelhandelsagglomeration im Stadtgebiet; Übernahme der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und das zentralörtliche Einzugsgebiet im Einzelhandel; eher geringes städtebauliches Gewicht in Bezug auf die gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung (rd. 27%), jedoch mit deutlichen sortimentsbezogenen Unterschieden; hohes Verkaufsflächengewicht insbesondere in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als wesentliche Leitsortimente für die Innenstadt.

### Einzelhandelsbesatz



Hauptfrequenzlage und Einzelhandelsschwerpunkt bildet der Steinweg mit hoher Handelsdichte; Nutzungsmix aus Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen; teilweise inhabergeführte Fachgeschäfte mit einem individuellen Angebot, jedoch ebenfalls hohe Anzahl an Filialisten; Fachmarktstandort am Kreuzgraben als leistungsfähiger Frequenzbringer; standardisierte Angebotsqualität Burggalerie, teilweise Leerstände; in den Randlagen teilweise abnehmende Angebotsqualität und Zunahme von Leerstand, stellenweise Defizite in der Modernität und vereinzelt im Sanierungszustand; Wochenmarkt auf Obermarkt.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Insb. kleinteiliger Einzelhandelsbesatz, ergänzt durch Fachmärkte; Angebotsschwerpunkt an Sortimenten im mittelfristigen Bedarfsbereich, jedoch auch hoher Anteil im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken. Geringer Filialisierungsgrad insbesondere im Bereich Bekleidung; Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit Lebensmittel-Discounter und Lebensmittelsupermarkt und Drogeriefachmärkte als Magnetbetriebe vorhanden; Fehlen eines leistungsfähigen Bekleidungsanbieters mit höherer Qualität (AWG einziger großflächiger Fachmarkt in dem Segment) teilweise alteingesessene Fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerker mit individuellem/spezialisiertem Angebot.

### Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in allen Lagen des ZVB verortet, lediglich im mittleren Bereich (Auf dem Damme, Kuttelgasse, Zöllnergasse) kaum Angebote; breiter Angebotsmix mit Schwerpunkt auf sonstigen einzelhandelsnahen Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten; insbesondere Gastronomie als gewinnbringender Faktor für den Einzelhandel (siehe auch Gewerbebefragung); touristische Angebote als zusätzliche Frequenzbringer in der Innenstadt (z.B. Bauernkriegsmuseum); bedeutende Institutionen in der Innenstadt verortet (Rathaus, Bürgerbüro, Volkshochschule).

### Städtebauliche Struktur



Einzelhandelsdichte nicht in allen Lagen gegeben, niedrige Dichte insbesondere im mittleren Bereich des ZVBs; hoher städtebaulich-funktionaler Zusammenhang durch kurze Wege und Nutzungsmischung von Wohnen und Gewerbe; verwinkelte Wegestruktur, z.T. gestalterische Elemente als Leitelemente, eine klare Wegeführung ist jedoch größtenteils nicht erkennbar; teilweise wahrnehmbare Eingangssituationen durch historische Stadtmauer (Stätte, Kristanplatz), z.T. Eingangssituation jedoch nur bedingt wahrnehmbar (Felchtaer Str., Holzstraße).

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Attraktive historische Bausubstanz mit Fachwerkbauung, Kirchen und Türme als attraktive städtebauliche Dominanten; Stadtmauer schafft einladende Zugangssituationen; funktionaler Mix durch Einzelhandel in Erdgeschosszonen und Wohn- und Büronutzung in Obergeschossen; z. T. saisonale gastronomische Bespielung der Außenflächen; Mobiliar (Blumenkästen, Bänke)

vereinzelt vorhanden, jedoch fehlen z.T. Sitzgelegenheiten, insbesondere an großen Platzstrukturen mangelt es dadurch an Aufenthaltsqualität (Ober- und Untermarkt, Kornmarkt), zudem fehlende Grünstrukturen und wenig Spielmöglichkeiten; Eher funktionale Gestaltung im Bereich des Einkaufszentrums Burggalerie und Fachmarktzentrum Kreuzgraben.

### Markante Entwicklungen seit 2015



Insgesamt Rückgang der Betriebszahlen um rd. 15 % und Zunahme der Leerstände um rd. 10% analog zu den bundesweiten Entwicklungen, dagegen jedoch auch eine Zunahme der Verkaufsfläche um rd. 21% durch eine Entwicklung des Fachmarktzentrums am Kreuzgraben; Ansiedlung von Rewe und Aldi Nord mit funktionaler Verbindung zum ZVB als wichtige Frequenzbringer und damit eine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation in der Innenstadt.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Die Einzelhandelsfunktion der Innenstadt ist durch einen ausgewogenen Mix an Fachgeschäften und Filialisten geprägt. Das Angebot ist teilweise attraktiv und individuell, teilweise fehlt es jedoch an hochwertigen Angeboten. Die Verteilung des Einzelhandels ist nicht optimal, aufgrund des hohen Anteils an Neben- und Ergänzungslagen mit nachgeordneter Einzelhandelsfunktion. Durch die Ansiedlung von Rewe und Aldi Nord, die Drogeriemärkte sowie den Expert Elektromarkt in der Burggalerie können wichtige Magnetbetriebe in der Innenstadt verortet werden. Städtebaulich ist die Innenstadt durch die historische Bausubstanz mit Innenstadtfair attraktiv und kann sich dadurch auch für den Tourismus profilieren. Gleichzeitig besteht Potenzial zur Attraktivierung durch mehr Begrünung und Aufenthaltsqualität insbesondere an Platzsituationen, entsprechende Parameter wurden auch von den Händlern als bedeutend für ihren Geschäftserfolg empfunden (siehe Kapitel 4.5). Die Innenstadt weist insgesamt eine hohe Dichte an zentrenergänzenden Funktionen auf, die eine hohe Bedeutung für die Frequentierung des Zentrums aufweisen.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „FELDSTRAßE“ I

## Räumliche Analyse

### Versorgungsbereich

nördliche Siedlungsbereiche der Kernstadt

#### Funktion

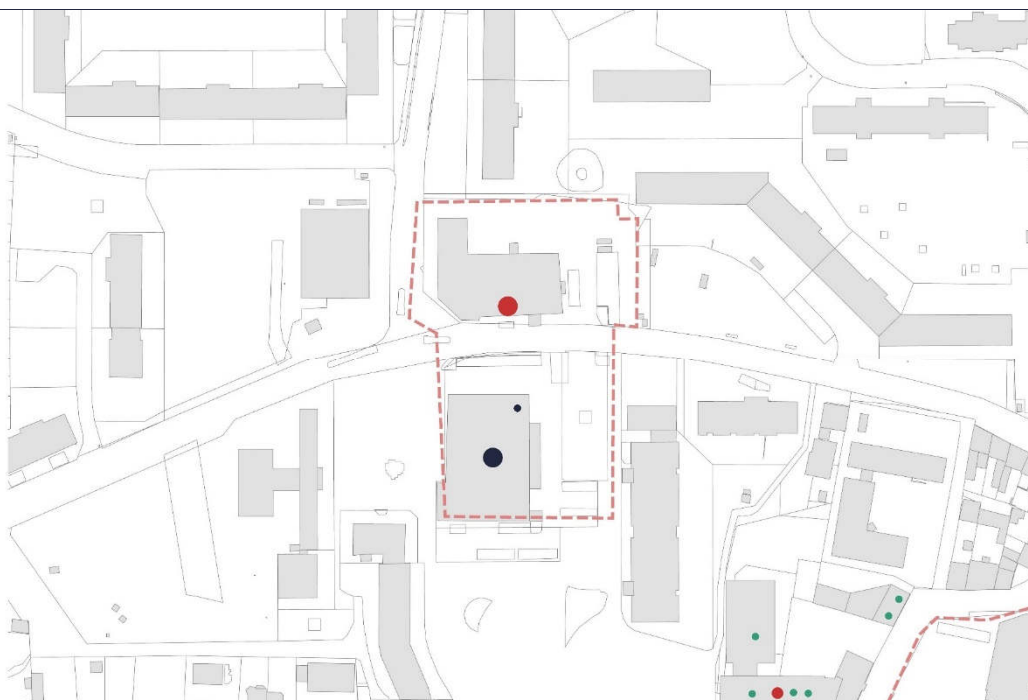
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

#### Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

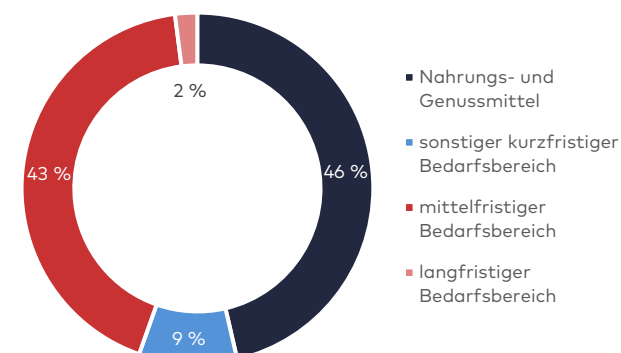
#### Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung EHK alt



100 m

### Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



#### Einzelhandelsstruktur

|                              | absolut | anteilig |
|------------------------------|---------|----------|
| Anzahl der Betriebe*         | 3       | 1 %      |
| Gesamtverkaufsfläche in m²*  | 2.100   | 3 %      |
| Anzahl der Leerstände**      | 0       | -        |
| Zentrenergänzende Funktionen | 3       | -        |

### Magnetbetriebe

Edeka, Kik

### Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen (Stand: 03.05.2023); Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „FELDSTRAßE“ II

### Räumliche Integration



Nördliche Lage in der Kernstadt, in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadt; durch Geschosswohnungsbau in Plattenbauweise definiertes Umfeld; optimal integriert in Wohnbebauung; benachbarte Bildungseinrichtungen (Schule, Kindergarten) als zusätzliche Frequenzbringer für den Standort.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Feldstraße als zentrale Erschließungsstraße mit Verbindungsfunktion zur Innenstadt; Standortbereich weist ein anbieterbezogenes Stellplatzangebot auf; zentraler Omnibusbahnhof ZOB in etwa 200 m Entfernung; Radabstellmöglichkeiten jedoch kein separater Fahrradweg vorhanden; sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Wohngebieten.

### Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion vornehmlich für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete; sehr geringes städtebauliches Gewicht hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung (rd. 2 %) und geringe Anzahl an Betrieben, jedoch weitere typische Funktionen für ein NVZ (u.a. einzelhandelsnahe Dienstleistungen, Imbiss, saisonaler Kiosk).

### Einzelhandelsbesatz



Geringe Einzelhandelsdichte; Lebensmittelvollsortimenter Edeka und Fachmarkt Kik im mittelfristigem Bedarfsbereich und eher preisorientiertem Angebot als Magnetfunktion; Arrondierung des Angebots im kurzfristigen Bedarfsbereich durch Bäckerei; deutliche Konkurrenzwirkung von Rewe und Aldi am Kreuzgraben.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Fehlen von weiteren nahversorgungsrelevanten Angeboten (z. B. Apotheke); geringer Angebotsmix für NVZ; Angebotslücken v. a. im Bereich von weiterem arrondierendem kurz- und mittelfristigem Bedarfsbereich.

### Zentrenergänzende Funktionen



Schwerpunkt v. a. bei einzelhandelsnahen und sonstigen Dienstleistungen (Friseur, Versicherung), Schule und weitere Funktionen als zusätzliche Frequenzbringer angrenzend; Dimensionierung insgesamt angemessen, jedoch Diversifizierung wünschenswert.

### Städtebauliche Struktur



Kompakter Standortbereich; optimal eingebettet in umgebende Wohngebiete; gewisse Trennwirkung der Einzelhandelssandorte durch Feldstraße, jedoch funktionale Verbindung durch Verkehrsinsel.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Platzsituation vor Edeka mit attraktiver Begrünung; Gebäudebestand und Marktauftritt z.T. modernisierungsbedürftig (Edeka).

### Markante Entwicklungen seit 2015



Marktabgang von Getränkemarkt und Blumengeschäft, Gesamtverkaufsfläche jedoch nahezu konstant.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Standort profitiert von der verdichteten Bauweise im Nahbereich sowie von der Frequenz der benachbarten Bildungseinrichtungen, dadurch Wirkung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus. Aufgrund vergleichsweise geringer Anzahl von Einzelhandelsbetrieben innerhalb der bestehenden Abgrenzung nur bedingte Erfüllung der Kriterien der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche. Außerhalb der bestehenden Abgrenzung jedoch weitere Strukturen vorhanden, deren Einbezug in die Umfassung städtebaulich empfehlenswert ist und Weiterentwicklungsmöglichkeiten eröffnet.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „FORSTBERGSTRASSE“ I

## Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Nordöstliche Kernstadt



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



## Magnetbetriebe

Edeka, Edeka Getränkemarkt

## Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen (Stand: 03.05.2023); Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „FORSTBERGSTRASSE“ II

### Räumliche Integration



Lage im nordöstlichen Bereich der Kernstadt Mühlhausen; städtebauliche Integration durch Einbettung in aufgelockerte Wohnbebauung in Form von Geschosswohnungsbau und zeilenförmiger Mehrfamilien- sowie Reihenhausbau; Schule und Kindertagesstätte angrenzend.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Die Standorte sind per PKW über die Forstbergstraße erschlossen; anbieterbezogene Parkplätze sind vorhanden, Parkplätze des Edeka-Marktes befinden sich neben der Forstbergstraße zudem an der Windeberger Str; zwei Bus-Haltepunkte in fußläufiger Entfernung mit Anbindung in Richtung Innenstadt befinden sich direkt im ZVB; beidseitige Gehwege und Querungsmöglichkeiten in Form von Zebrastreifen über Forstbergstraße; z.T. direkte Fußwege von den umliegenden Wohngebäuden; Radabstellmöglichkeiten vorhanden, jedoch keine eigenständigen Radwege.

### Versorgungsfunktion



Hohe Nahversorgungsfunktion insbesondere im vollsortimentierten Lebensmittelsegment; vergleichsweise geringes Verkaufsflächengewicht in Bezug auf die Gesamtstadt, jedoch zentrale Versorgungsfunktion für die Stadtteile Forstberg und Görmar sowie durch zetrenergänzende Funktionen auch über den Nahbereich hinaus.

### Einzelhandelsbesatz



Klarer Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente; Lebensmittelsupermarkt Edeka und Edeka Getränkemarkt als Magnetbetriebe, arrondiert durch kleinteilige ergänzende nahversorgungsrelevante Betriebe (Apotheke, Blumenladen, Bäckerei). Magnetbetrieb z. T. mit Optimierungsbedarf im Marktauftritt.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Angebotsmix aus Supermarkt und Getränkemarkt sowie kleinteiligen, ergänzenden Angeboten; einziger Vollsortimenter östlich der Bahnlinie.

### Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in Form von einzelhandelsnahen Dienstleistungen und medizinischen Einrichtungen vorhanden; angemessene Angebotsstruktur für ein NVZ mit der Versorgungsfunktion.

### Städtebauliche Struktur



Relativ weitläufiger Standortbereich, jedoch gute fußläufige Verknüpfung der beiden Standorte; optimal eingebettet in umgebende Wohnlage und Bildungseinrichtung.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Gepflegter Gebäudebestand, teilweise mit Modernisierungsbedarf (Edeka neukauf); eher funktional gestaltet; Einkaufsatmosphäre insbesondere im südlichen Standortbereich gegeben.

### Markante Entwicklungen seit 2015



Stabile Entwicklung, Verkaufsfläche leicht gestiegen (rd. 3%).

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Der Standort hat aufgrund seines Angebots und den ergänzenden Funktionen eine hohe Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnsiedlung sowie über den Nahbereich hinaus. Er erfüllt die Anforderungen der Rechtsprechung an ein Nahversorgungszentrum.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „THOMAS-MÜNTZER-STRASSE“ I

## Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Östliche Kernstadt

### Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

### Betriebsgrößenstruktur in m²

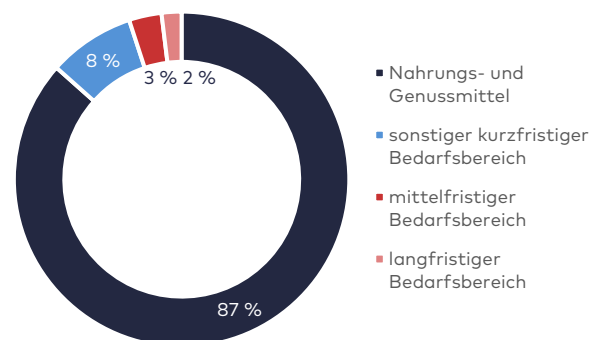
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

### Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▬ ZVB-Abgrenzung EHK alt



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



### Einzelhandelsstruktur

|                              | absolut | anteilig |
|------------------------------|---------|----------|
| Anzahl der Betriebe*         | 7       | 3 %      |
| Gesamtverkaufsfläche in m²*  | 3.300   | 4 %      |
| Anzahl der Leerstände**      | 5       | 42%      |
| Zentrenergänzende Funktionen | 5       | -        |

## Magnetbetriebe

Netto, Norma, REWE

## Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen (Stand: 03.05.2023); Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „THOMAS-MÜNTZER-STRASSE“ II

### Räumliche Integration



Der ZVB liegt in der östlichen Kernstadt Mühlhausens zwischen Thomas-Müntzer-Straße Ecke Rudolf-Breitscheid-Straße und Pfannschmidtstraße; nördlich grenzt Wohnbebauung im Baustilmix aus Blockrandbebauung, Mehrfamilienhäusern in Zeilenbauweise und Reihenhausbauweise an; um den Standortbereich schließt sich westlich, südlich und östlich Wohnbebauung und Mischnutzungen an, städtebauliche Integration somit vollumfänglich gegeben.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Über Thomas-Müntzer-Straße sind die B249 (Brunnenstr.) und B247 (Langensalzaer Str.) zu erreichen; anbieterbezogene Parkplätze in ausreichender Menge vorhanden; Ladestation für E-Autos; Bushaltestelle mit diversen Linien vorhanden, Bahnhof Mühlhausen in ca. 400m Entfernung; Radabstellmöglichkeiten vorhanden; Fußläufige Erreichbarkeit der angrenzenden Wohngebiete durch Gehwege, jedoch wenig Querungsanlagen vorhanden.

### Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete, insbesondere östliche und südöstliche Kernstadt, sowie für Durchgangsverkehr vom Bahnhof; geringer Anteil an mittel- und langfristigen Angebotsstrukturen; geringes städtebauliches Gewicht hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung (rd. 4 %) in Bezug auf die Gesamtstadt, jedoch hohe Zentralität und Versorgungsbedeutung, insb. für die südöstliche und östliche Kernstadt; vergleichsweise hohe Leerstandsquote (rd. 36 %).

### Einzelhandelsbesatz



Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Angebotsschwerpunkt auf Nahrungs- und Genussmittel mit umfassendem diversifiziertem Angebot; Sortiments- und Preisniveau überwiegend discountorientiert (Netto, Norma) sowie Lebensmittelsupermarkt (Rewe) und Getränkemarkt, arrondiert durch kleinteilige nahversorgungsrelevante Betriebe (Bäckereien, Fleischerei).

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Lebensmittelbetriebe als Magnetbetriebe; sonst kleinteilige Betriebsstrukturen (drei Bäckereien); Angebotslücken v. a. im Sortiment Drogeriewaren und weiterem arrondierenden mittelfristigen Bedarfsbereich; hinsichtlich Anzahl der Betriebe sowie der Verkaufsfläche leistungsfähiges Nahversorgungszentrum, Vollsortimenter jedoch eher mit unterdurchschnittlicher Verkaufsfläche.

### Zentrenergänzende Funktionen



Gastronomiebetrieb (Restaurant, Imbiss) sowie einzelhandelsnahe Dienstleistung (Videothek) vorhanden; DHL-Paketstation; Agentur für Arbeit als öffentliche Einrichtung mit wichtiger Frequenzbringerfunktion; funktionsgerechte Ausstattung hinsichtlich Anzahl und Art der Funktionen, weitere zentrenergänzende Funktionen direkt angrenzend (u.a. Ärzte, Apotheke).

### Städtebauliche Struktur



Funktional gestalteter zentraler Versorgungsbereich; Prägung insbesondere durch Fachmärkte; durch Kundenparkplätze, geringe Aufenthaltsqualität; Ausrichtung auf MIV; Fußweg zwischen Norma und Netto schafft eine Verbindungsachse.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Gepflegtes jedoch funktionales Erscheinungsbild; weitläufiger Standortbereich; teilweise Begrünungselemente vorhanden; Aufenthaltsqualität durch Bolzplatz.

### Markante Entwicklungen seit 2015



Wegfall von Gärtnerei und Fleischerei im Norma (Leerstand); Rückgang Gesamtverkaufsfläche um 9,34%.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Das Nahversorgungszentrum hat eine hohe Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Nahbereich und die östliche Kernstadt. Der Standortbereich zeichnet sich durch eine Mischung aus einem discountorientierten und vollsortimentierten Lebensmittelangebot aus, ergänzt durch vornehmlich kleinteilige Angebote. Die aktuellen Leerstände im südlichen Standortbereich sind zum Teil strukturprägend, bieten jedoch ein Entwicklungspotenzial.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

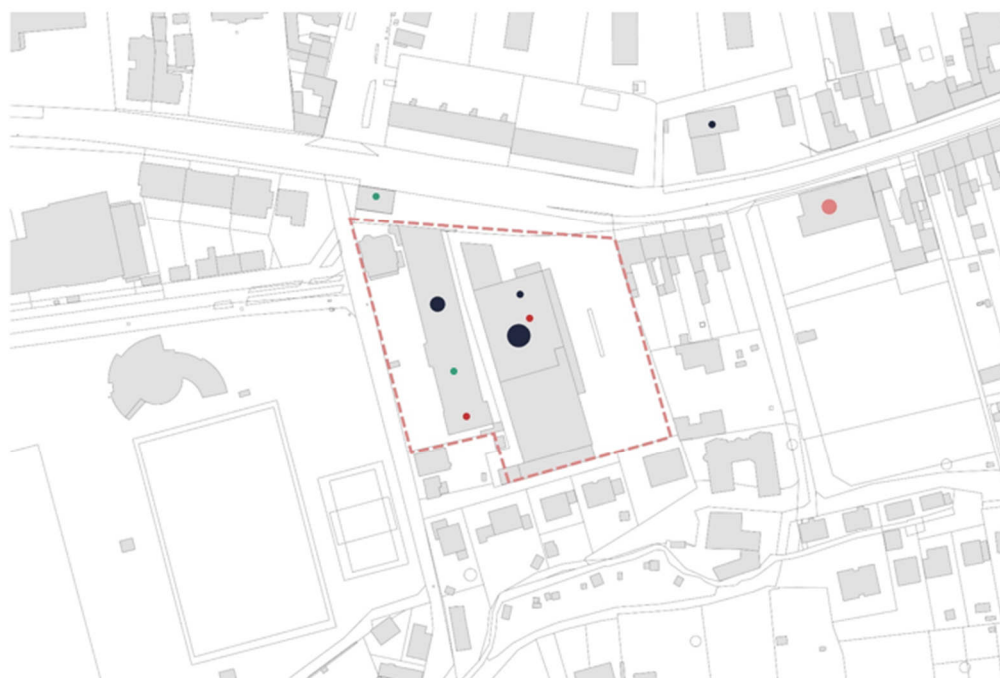
# ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „WANFRIEDER STRAßE“ I

## Räumliche Analyse

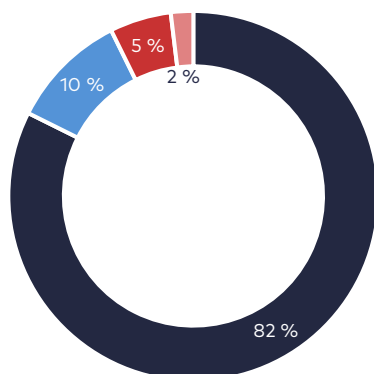
Versorgungsbereich

Südwestliche Kernstadt

- Funktion**
- Nahrungs- und Genussmittel
  - sonstiger kurzfristiger Bedarf
  - mittelfristiger Bedarf
  - langfristiger Bedarf
  - Zentrenergänzende Funktion
  - Leerstand
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- unter 100 m²
  - 100 - 399 m²
  - 400 - 799 m²
  - 800 - 1.499 m²
  - 1.500 - 2.499 m²
  - 2.500 - 4.999 m²
  - ab 5.000 m²
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- ZVB-Abgrenzung EHK alt



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



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

| Einzelhandelsstruktur        | absolut | anteilig |
|------------------------------|---------|----------|
| Anzahl der Betriebe*         | 5       | 2 %      |
| Gesamtverkaufsfläche in m²*  | 2.500   | 3 %      |
| Anzahl der Leerstände**      | 0       | -        |
| Zentrenergänzende Funktionen | 3       | -        |

## Magnetbetriebe

Netto, REWE

## Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen (Stand: 03.05.2023); Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „WANFRIEDER STRAßE“ II

### Räumliche Integration



Der ZVB liegt in der westlichen Kernstadt Mühlhausens entlang Wanfrieder Straße - Ecke Marcel-Verfaille-Allee; eingebettet in Wohnbebauung mit heterogenem Baustil sowie Gewerbe, östlich und südlich grenzen Einfamilienhausbebauung an, nördlich Geschosswohnungsbau in Plattenbauweise; westlich sind ein Stadion und ein Bolzplatz vorhanden.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Das Nahversorgungszentrum ist über die Wanfrieder Straße (B249) zu erreichen und schließt damit an eine frequenzstarke überörtliche Verbindung an; ÖPNV-Anbindung über Bushaltepunkte in Kasseler Str. und Marcel-Verfaille-Allee (ca. 150m) mit diversen Buslinien; Parkplätze sind anbieterbezogen vorhanden; Verbindung des Standortes durch einen getrennten Fuß- und Radweg; Fahrradabstellanlagen vorhanden.

### Versorgungsfunktion



Hohe Versorgungsbedeutung für die südwestliche Kernstadt, auch Durchgangsverkehr (B249) und Stadion wirken ökonomisch attraktivierend für den Standort; geringer Anteil an mittel- und langfristigen Angebotsstrukturen; geringes städtebauliches Gewicht hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung (rd. 3%) in Bezug auf die Gesamtstadt; dennoch aufgrund umfänglicher Nahversorgungsmöglichkeit (Kombination Vollsortimenter – Lebensmitteldiscounter) hohe Versorgungsfunktion und Zentralität für die westliche Kernstadt.

### Einzelhandelsbesatz



Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Angebotsschwerpunkt auf Nahrungs- und Genussmittel mit umfassendem diversifiziertem Angebot; Lebensmitteldiscounter (Netto) sowie Lebensmittelsupermarkt (Rewe), arrondiert durch kleinteilige nahversorgungsrelevante Betriebe (Bäckerei, Blumenladen); Fachgeschäft (Trödelaue 98) mit Öffnungszeiten nach Anruf.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Insgesamt angemessener Angebotsmix für NVZ; Lebensmittelbetriebe als Magnetbetriebe; Angebotslücken v. a. im Bereich Drogeriewaren und weiterem arrondierenden mittelfristigen Bedarfsbereich.

### Zentrenergänzende Funktionen



Gastronomiebetrieb (Restaurant) und DHL-Packstation als zentrenergänzende Funktionen vorhanden; eine weitere Diversifizierung ist wünschenswert.

### Städtebauliche Struktur



Durch räumlich getrennte Zufahrt und Parkflächen ist Einkaufsatmosphäre nicht optimal gegeben; Wanfrieder Straße wirkt als gewisse Barriere zur nördlichen Wohnbebauung, jedoch Fußwegverbindung entlang Wanfrieder Straße vorhanden.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Funktionales jedoch gepflegtes Erscheinungsbild der Lebensmittelmärkte; vorgelagerter Kundenparkplatz; insgesamt geringe Aufenthaltsqualität jedoch Grünstrukturen entlang Fußweg vorhanden.

### Markante Entwicklungen seit 2015



Leichte Erhöhung der Verkaufsfläche (rd. 3%); Zusammenlegung Netto und Netto Getränkemarkt; Modernisierung Rewe-Markt seit Anfang 2024

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Der Standort erfüllt die Anforderungen der Rechtsprechung an ein Nahversorgungszentrum aufgrund seiner Versorgungsfunktion, welche deutlich über den Nahbereich hinausgeht. Für eine optimale zukünftige Entwicklung werden weitere zentrenergänzende Funktionen als zusätzliche Frequenzbringer empfohlen. Ebenfalls wäre eine stärkere räumliche Verknüpfung der Betriebe zu empfehlen (z.B. gemeinsamer Parkplatz, direkter Durchgang), was jedoch aufgrund der städtebaulichen Situation eine besondere Herausforderung darstellt.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

## 4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Mühlhausen/Thüringen im Folgenden vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

### Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Mühlhausen/Thüringen

Mühlhausen/Thüringen weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 23.600 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 4.600 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken<sup>23</sup> auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,63 m<sup>2</sup> je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,12 m<sup>2</sup> je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Mühlhausen/Thüringen im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner<sup>24</sup> und im Bereich der Drogeriewaren leicht über dem Niveau des Bundesdurchschnitts von rd. 0,08 m<sup>2</sup> je Einwohner<sup>25</sup>.

Die Zentralitäten von 130 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und 147 % im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nahezu vollständig im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann und darüber hinaus noch eine Versorgungsfunktion für das Umland besteht. Die nachfolgende Tabelle fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

<sup>23</sup> Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

<sup>24</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m<sup>2</sup>); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

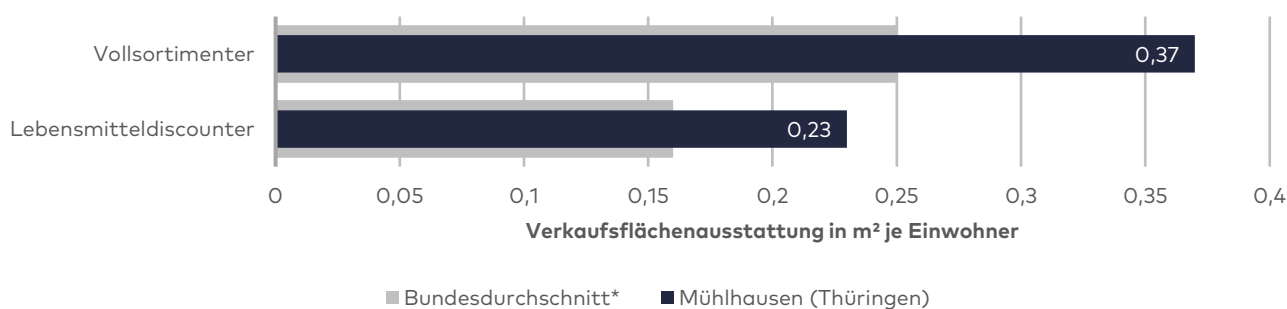
<sup>25</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

**Tabelle 6: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Mühlhausen/Thüringen**

| Ausstattungsmerkmal                           | Nahrungs- und Genussmittel                                                                                                               |          |          | Drogeriewaren                                                    |          |          |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Einwohner                                     | 37.314                                                                                                                                   |          |          |                                                                  |          |          |
| Sortimentsspezifische Verkaufsfläche in m²    | 23.600                                                                                                                                   |          |          | 4.600                                                            |          |          |
| Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner | 0,63                                                                                                                                     |          |          | 0,12                                                             |          |          |
| Sortimentsspezifische Zentralität             | 130 %                                                                                                                                    |          |          | 147 %                                                            |          |          |
| Verkaufsfläche nach Lagebereich               | 49 % ZVB                                                                                                                                 | 21 % siL | 30 % niL | 56 % ZVB                                                         | 20 % siL | 24 % niL |
| Betriebstypenmix                              | 2x Verbrauchermarkt<br>6x Lebensmittelsupermarkt<br>10x Lebensmitteldiscounter<br>4x Getränkemarkt<br>70x sonstige Lebensmittelgeschäfte |          |          | 3x Drogeriefachmarkt<br>1x Drogeriefachgeschäft<br>10x Apotheken |          |          |
| Quantitative Nahversorgungssituation          | <div><div></div><div></div><div></div></div>                                                                                             |          |          | <div><div></div><div></div><div></div></div>                     |          |          |
| Qualitative Nahversorgungssituation           | <div><div></div><div></div><div></div></div>                                                                                             |          |          | <div><div></div><div></div><div></div></div>                     |          |          |

Quelle: Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Einwohner: Stadt Mühlhausen (Stand: 03.05.2023); ZVB-Abgrenzung: GMA 2015; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet).

Insgesamt sind im Stadtgebiet 22 strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind zehn Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei weiteren sechs Betrieben handelt es sich um Supermärkte. Außerdem sind zwei Verbrauchermärkte im Mühlhäuser Stadtgebiet verortet. Ergänzt wird das Angebot an strukturprägenden Märkten durch vier Getränkemarkte. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Mühlhausen hinsichtlich des Betriebstypenmixes als ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 20) und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich, die über dem Bundesdurchschnitt liegt.



**Abbildung 20: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2023, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; blauer Balken: Stadt Mühlhausen; grauer Balken: Bundesdurchschnitt.

Die Verkaufsflächenausstattung sowohl für Lebensmitteldiscounter mit rd. 0,23 m² je Einwohner als auch für Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 0,37 m² je Einwohner liegt über dem bundesweiten Durchschnitt<sup>26</sup>.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch drei

<sup>26</sup> Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

Drogeriefachmärkte und ein Fachgeschäft im Stadtgebiet sichergestellt. Bei zehn weiteren Einzelhandelsbetrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in Mühlhausen/Thüringen vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation der Stadt Mühlhausen/Thüringen ist insbesondere aus den oben genannten Gründen als **sehr gut** zu bewerten. Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 7.

### Benchmarking: Nahversorgungsrelevante Kennwerte

Im Folgenden werden die nahversorgungsrelevanten Kennwerte der Stadt Mühlhausen/Thüringen mit Daten nahegelegener oder vergleichbarer Städte im Rahmen eines Benchmarkings verglichen (siehe Tabelle 7).

**Tabelle 7: Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich**

| Strukturdaten                                      | Mühlhausen/Thüringen<br>(MZ mit TF OZ) | Halberstadt<br>(MZ mit TF OZ) | Eisenach<br>(MZ mit TF OZ) | Arnstadt<br>(MZ) | Weimar<br>(MZ mit TF OZ) |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|------------------|--------------------------|
| Veröffentlichungsjahr                              | 2023                                   | 2019                          | 2020                       | 2022             | 2017                     |
| Einwohner                                          | 37.314                                 | 41.681                        | 41.848                     | 28.699           | 64.355                   |
| Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in m²    | 21.600                                 | 22.600                        | 30.500                     | 19.900           | 36.510                   |
| Verkaufsfläche Drogeriewaren in m²                 | 4.600                                  | 4.500                         | 5.500                      | 3.100            | 6.725                    |
| Verkaufsflächenausstattung NuG in m² je Einwohner  | 0,63                                   | 0,54                          | 0,73                       | 0,69             | 0,57                     |
| Verkaufsflächenausstattung Drog in m² je Einwohner | 0,12                                   | 0,11                          | 0,13                       | 0,11             | 0,10                     |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*Daten nicht in Originalquelle ausgewiesen.

Das Benchmarking bestätigt die im Bundesvergleich als überdurchschnittlich zu bewertete Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nur bedingt. So ist die Verkaufsflächenausstattung zwar im Bundesvergleich überdurchschnittlich, im Vergleich zu anderen Mittelzentren in Thüringen bzw. im Fall von Halberstadt in Sachsen-Anhalt, die ein ländlich geprägtes Umland aufweisen, relativiert sich die hohe Verkaufsflächenausstattung. Insbesondere im Verhältnis den Städten Arnstadt oder Eisenach verfügt Mühlhausen über deutlich weniger Verkaufsfläche je Einwohner. Im Sortimentsbereich Drogeriewaren stellt sich die Verkaufsflächenausstattung in Mühlhausen/Thüringen im direkten Vergleich leicht überdurchschnittlich dar. Die gegenüber den Bundeswerten überdurchschnittlichen Ausstattungskennziffern sind typisch für Mittelzentren (mit Teilfunktionen von Oberzentren) in ländlich geprägten Räumen, hier konzentriert sich insbesondere das Angebot an Verbrauchermärkten und Drogeriemärkten in den größeren zentralen Orten, wo auch eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist. Die Einzugsgebiete entsprechender Anbieter sind deshalb zumeist entsprechend weitläufig.

## Räumliche Nahversorgungssituation in Mühlhausen/Thüringen

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen<sup>27</sup>. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 21). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren, der Attraktivität der Fußwegetze sowie dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung jedoch ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich** abgegrenzt werden. Für Mühlhausen ist die Darstellung der Gehzeit-Isochronen daher lediglich als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehenden Nahbereiches in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft nicht optimal fußläufig erreichbare Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen.

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden alle strukturprägenden, filialisierten Lebensmittelmärkte dargestellt.

Weitere konzeptionelle Empfehlungen leiten sich aus den **quantitativen und qualitativen Versorgungskriterien** ab, die u. a. folgende Aspekte berücksichtigen können:

- Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>
- Gesamtstädtische Zentralität
- Verkaufsflächenausstattung (in m<sup>2</sup> je Einwohner)
- Verkaufsflächenanteile nach Lagebereich (ZVB, sonstige städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht integrierte Lage)
- Betriebstypenmix

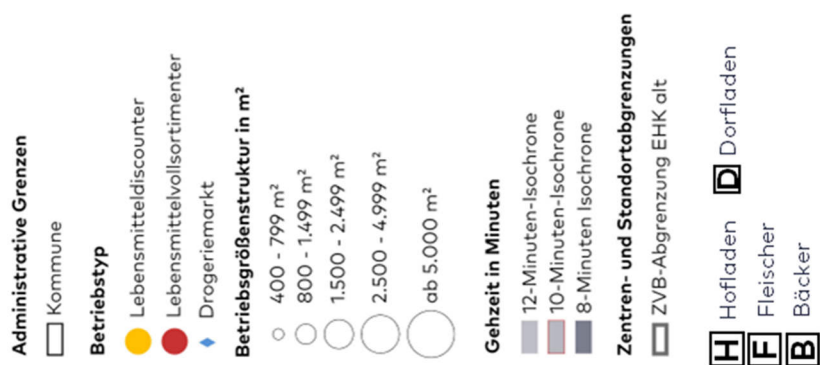
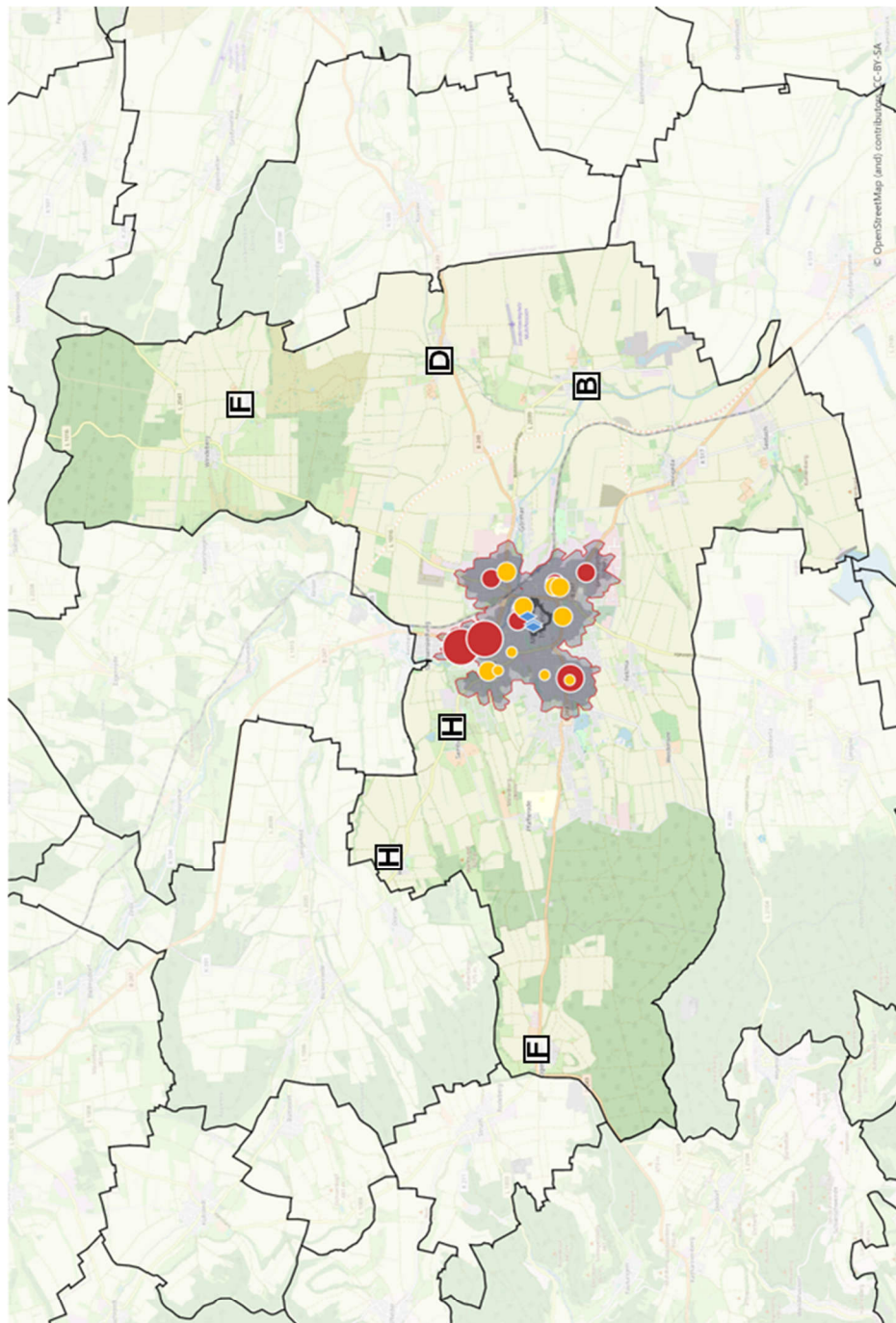
Auch diese Qualitätskriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt. So kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung

<sup>27</sup> Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (geringer) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.<sup>28</sup> Die nachfolgenden Abbildungen geben einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Mühlhausen/Thüringen.

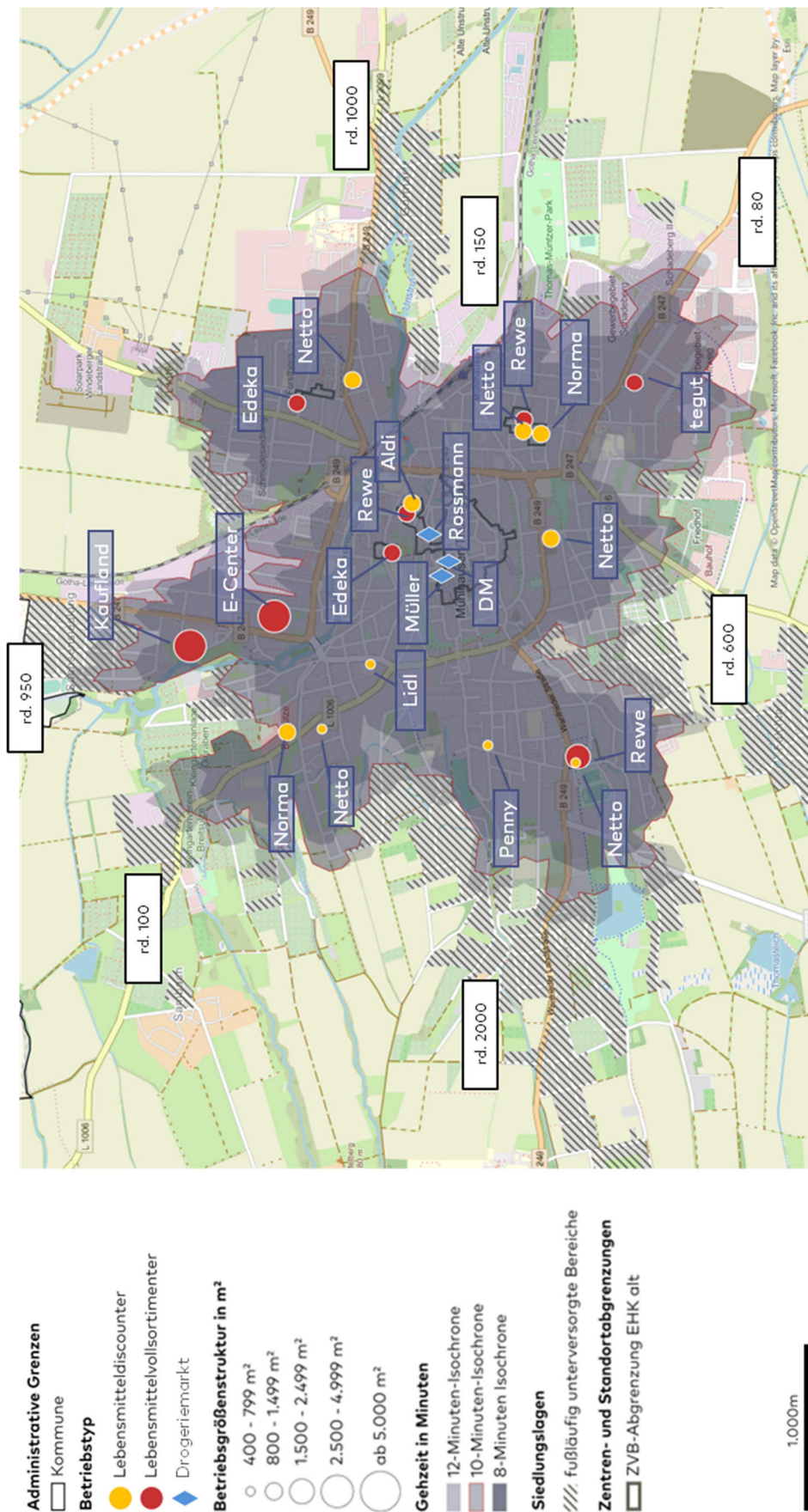
---

<sup>28</sup> Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.



**Abbildung 21: Räumliche Nahversorgungssituation von Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2023; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.



**Abbildung 22: Räumliche Nahversorgungssituation in der Kernstadt Mülhausen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2023; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.

Die in weiß hinterlegten Kästchen geben die Einwohneranzahl der jeweiligen unterversorgten Bereiche an. Eine fußläufige Erreichbarkeit ist nahezu in sämtlichen Teilbereichen der Kernstadt Mühlhausens teilweise sogar über mehrere Versorger gegeben. Gleichzeitig ist in einzelnen Randlagen der Hauptsiedlungsgebiete wie zum Beispiel im Westen oder Osten des Stadtgebiets eine eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit bis hin zu einer fehlenden fußläufig erreichbaren Nahversorgungsmöglichkeit festzustellen. Insbesondere im Westen der Kernstadt ist mit rd. 2.000 Einwohnern ein größerer Siedlungsbereich vorhanden, der über keinen fußläufigen Lebensmittelmarkt verfügt.

## 4.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentliche Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Zentren- und Standortstruktur in Mühlhausen/Thüringen dienen.

### Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Mühlhausen/Thüringen übernimmt als **Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums** die Versorgungsfunktion für 34.314 Einwohner im eigenen Stadtgebiet und den umliegenden Mittelbereich.
- Mühlhausen/Thüringen ist von mehreren Mittelzentren (u.a. Bad Langensalza, Heilbad Heiligenstadt, Leinefelde-Worbis) umgeben, jedoch lässt sich die Umgebung als ländlich geprägt beschreiben. Das nächstgelegene Oberzentrum ist Erfurt (60 km). Eisenach und Gotha als Mittelzentren mit oberzentraler Teilfunktion liegen in 38 bzw. 42 km Entfernung. Insgesamt ist von einem **eher leistungsfähigen Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

### Gesamtstädtische Nachfragesituation

- Mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffer von rd. 93** liegt die Stadt Mühlhausen/Thüringen etwas über dem Durchschnitt von Thüringen (rd. 92), aber unter dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Das **Einzugsgebiet** von Mühlhausen/Thüringen umfasst im Wesentlichen die Stadt Mühlhausen/Thüringen selbst (Zone I), die angrenzenden Städte und Gemeinden, insb. im Nord-Westen (Zone II) und deutlich nachgelagert Gemeinden und Städte aus Teilen des Unstrut-Hainich-Kreises und des Landkreises Eichsfeld, welche z. T. höhere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen (Zone III).

### Gesamtstädtische Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 2,34 m<sup>2</sup> je Einwohner deutlich **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m<sup>2</sup> je Einwohner.
- Die Einzelhandelsbetriebe in Mühlhausen/Thüringen sind **überwiegend städtebaulich integriert**. In Bezug auf die Verkaufsfläche ist jedoch mit rd. 30 % über ein Viertel in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Dies ist insbesondere auf die großformatigen Anbieter im Bereich Baumarkt, Möbel sowie Nahrungs- und Genussmittel in nicht integrierter Lage zurückzuführen.

- Das Einzelhandelsangebot in Mühlhausen/Thüringen ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als **angemessen** für ein Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums zu bewerten.
- Dies wird durch die **Einzelhandelszentralität** von 114 % bestätigt, die jedoch je nach Warengruppe differenziert ausfällt.
- In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von 130 % bzw. 147 % **deutliche Kaufkraftzuflüsse** aus den umliegenden Regionen festgestellt werden.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich sind mit einer Einzelhandelszentralität von 92 % z. T. deutliche **Kaufkraftabflüsse** zu verzeichnen. Der langfristige Bedarfsbereich weist mit einer Zentralität von 97 % im Saldo ebenfalls einen leichten Kaufkraftabfluss auf.

### ZVB Innenstadt Mühlhausen/Thüringen

- In der Mühlhäuser Innenstadt sind insgesamt **140 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 53 % aller Betriebe in Mühlhausen/Thüringen) mit einer Verkaufsfläche von **rd. 23.300 m<sup>2</sup>** (rd. 27 % der Gesamtverkaufsfläche in Mühlhausen/Thüringen) angesiedelt. Neben den Einzelhandelsbetrieben sind **185 zentrenergänzende Funktionen** verortet, sodass sich die Innenstadt als für Mühlhausen/Thüringen größter **strukturprägender Standortbereich** beschreiben lässt.
- Die Innenstadt ist im Wesentlichen geprägt durch die Standortbereiche Kreuzgraben – An d. Burg – Steinweg, als **Hauptfrequenzlage** mit höchster Einzelhandelsdichte, den Bereichen Stätte, Linsenstraße, Untermarkt, Röblingstraße, Görmärstraße und der westliche sowie süd-östliche Abschnitt des Steinwegs als **Nebenlage** mit einem Branchenmix aus Einzelhandelsangeboten, Gastronomie und Dienstleistung sowie den Bereichen Obermarkt, Judenstraße, Ratsstraße, Brückenstraße, und Klosterstraße als **Ergänzungsbereich** mit einer deutlich nachgeordneten Bedeutung für klassische Einzelhandelsnutzungen.
- Die Leerstandquote im ZVB Innenstadt ist mit rd. 24 % als hoch zu beurteilen. Ein Großteil der Leerstände konzentriert sich dabei auf Neben- und Ergänzungslagen, in den Randlagen sind z. T. leichte Trading-Down-Tendenzen festzustellen

### Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation ist in der Stadt Mühlhausen/Thüringen mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,63 m<sup>2</sup> je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,12 m<sup>2</sup> je Einwohner im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als **leistungsfähig** zu bezeichnen.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. Verbrauchermarkt, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) als insgesamt **diversifiziert und somit als attraktiv** zu bewerten.

- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Mühlhausen nur **ein geringes Optimierungspotenzial** zu erkennen. Lediglich in einigen Siedlungsbereichen am Rande der Kernorte ist aktuell nur eine eingeschränkte fußläufige Nahversorgung möglich, die jeweiligen Kaufkraftpotenziale in den Bereichen sind jedoch zu gering, um einen marktgängigen Lebensmittelmarkt zu etablieren. Außerhalb der Hauptsiedlungsbereiche Mühlhausens sind lediglich in wenigen Ortsteilen Nahversorgungsmöglichkeiten vorhanden.

Handlungsbedarf ergibt sich für die Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Mühlhausen/Thüringen auf der einen Seite und der Sicherung der Innenstadt als soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Stadt auf der anderen Seite. Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter, insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und geänderten Konsumverhaltensmustern.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

# Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Mühlhausen/Thüringen zu erarbeiten.

## 5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

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

### 5.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Die nachfolgend vorgestellten Entwicklungsperspektiven sind im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient der **Ermittlung möglicher Entwicklungsperspektiven** auf der Basis zukünftiger angebots- und nachfrageseitiger Entwicklung. Die Betrachtung stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung“** dar. Sie dient vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung.
- Insbesondere im Zusammenhang mit dem aktuellen Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Sache Visser/Appingedam<sup>29</sup> sollen die hier aufgezeigten Entwicklungsperspektiven **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der **Auswirkungsintensität neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Geringe oder fehlende Entwicklungsperspektiven stellen somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar, sondern sind im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Zentren- und Nahversorgungskonzeptes zu befürworten.
- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.

<sup>29</sup> vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die Erfüllung der Entwicklungsperspektive zur Verfolgung gemeindeentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Mühlhausen/Thüringen gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

### 5.1.2 Methodik und Berechnung

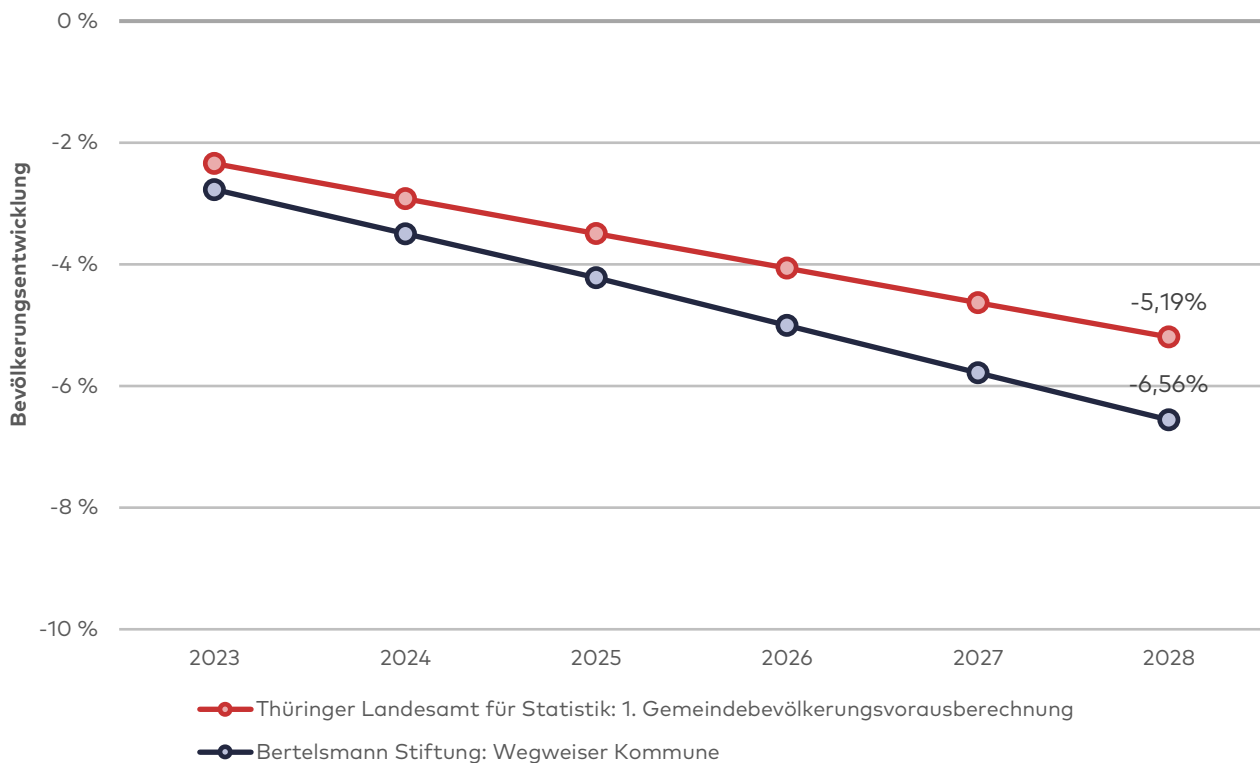
Bei der Herleitung möglicher Handlungsbedarfe für den Mühlhäuser Einzelhandel werden konkret die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die Einwohnerentwicklung im Stadtgebiet sowie die Entwicklung der Online-Anteile nach Sortimentsbereichen zugrunde gelegt. Die absatzwirtschaftliche Entwicklungsprognose wird für einen Zeitraum von fünf Jahren ermittelt, um realistische Eingangsparameter zu verwenden und die Möglichkeit von Scheingenauigkeiten zu minimieren. Im Folgenden werden daher die Eingangsgrößen für das **Prognosejahr 2028<sup>30</sup>** einzeln erläutert.

#### Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Mühlhausen werden Prognosedaten der Stadt Mühlhausen sowie der Bertelsmann Stiftung zugrunde gelegt. Die Prognose geht von rückläufigen Einwohnerzahlen von rd. 5,2 % bzw. 6,6 % bis 2028 in Mühlhausen und seinem Einzugsgebiet aus<sup>31</sup>. Diese Entwicklung ist zudem mit einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung verbunden, was nachfrageseitige Veränderungen mit sich bringt (vgl. nachfolgende Abbildung).

<sup>30</sup> Ein Prognosezeitraum von fünf Jahren erscheint aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels und den aktuellen Unwägbarkeiten durch die Covid-19-Pandemie und die Folgen des Ukraine-Krieges als sachgerecht. Größere Prognosezeiträume erhöhen nach gutachterlicher Auffassung nicht die Qualität der Entwicklungsprognose.

<sup>31</sup> Quelle: Bertelsmann Stiftung; TLS



**Abbildung 23: Einwohnerprognose für Mühlhausen/Thüringen**

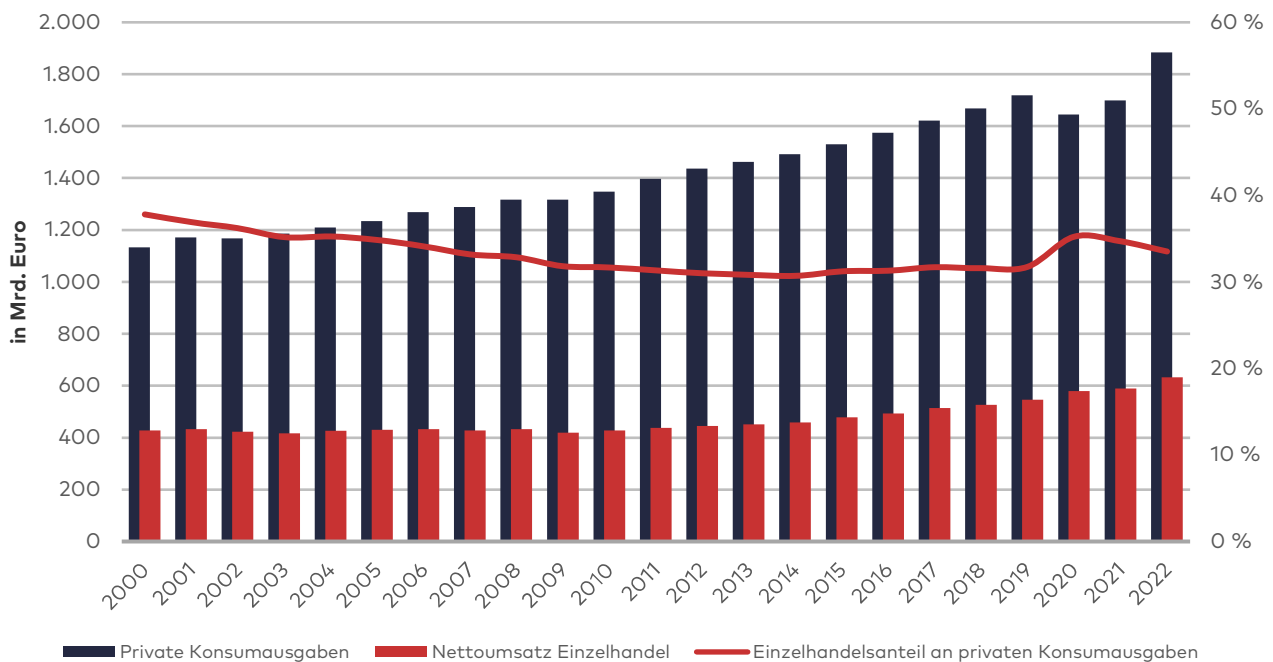
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

### Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 545,7 Mrd. Euro lagen (siehe Abbildung 24). Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % zwischen 2014 und 2019. Während die privaten Konsumausgaben von 2000 bis 2019 stetig angestiegen sind, zeigt sich im Jahr 2020 ein durch die Corona-Pandemie bedingter Rückgang um rd. 7 % (geschlossene Gastronomie, geringere Reisetätigkeit etc.). Im Jahr 2022 erreichten die privaten Konsumausgaben wieder einen neuen Höchststand und liegen mit rd. 1.884 Mrd. Euro oberhalb des Vor-Corona-Niveaus von 2019. In diesem Zusammenhang ist jedoch anzumerken, dass es im Jahr 2022 aufgrund der hohen Inflationsraten lediglich nominal ein größeres Kaufkraftwachstum zu verzeichnen war, real ergaben sich Kaufkraftverluste. Im Jahr 2023 zeichnen sich erst ab der zweiten Jahreshälfte wieder geringfügige reale Kaufkraftzuwächse ab.

Im Gegensatz zu den leicht rückläufigen privaten Konsumausgaben stieg der Nettoumsatz des Einzelhandels 2020 und 2022 weiter kontinuierlich an (jedoch mit umfänglichen Verschiebungen in digitale Absatzkanäle). Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Nur während der Corona-Pandemie lag der Anteil mit zwischenzeitlich rd. 35 % deutlich höher. Seit 2021 sinkt er jedoch wieder und wird sich voraussichtlich wieder auf dem ursprünglichen Niveau einpendeln.

Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).



**Abbildung 24: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland**

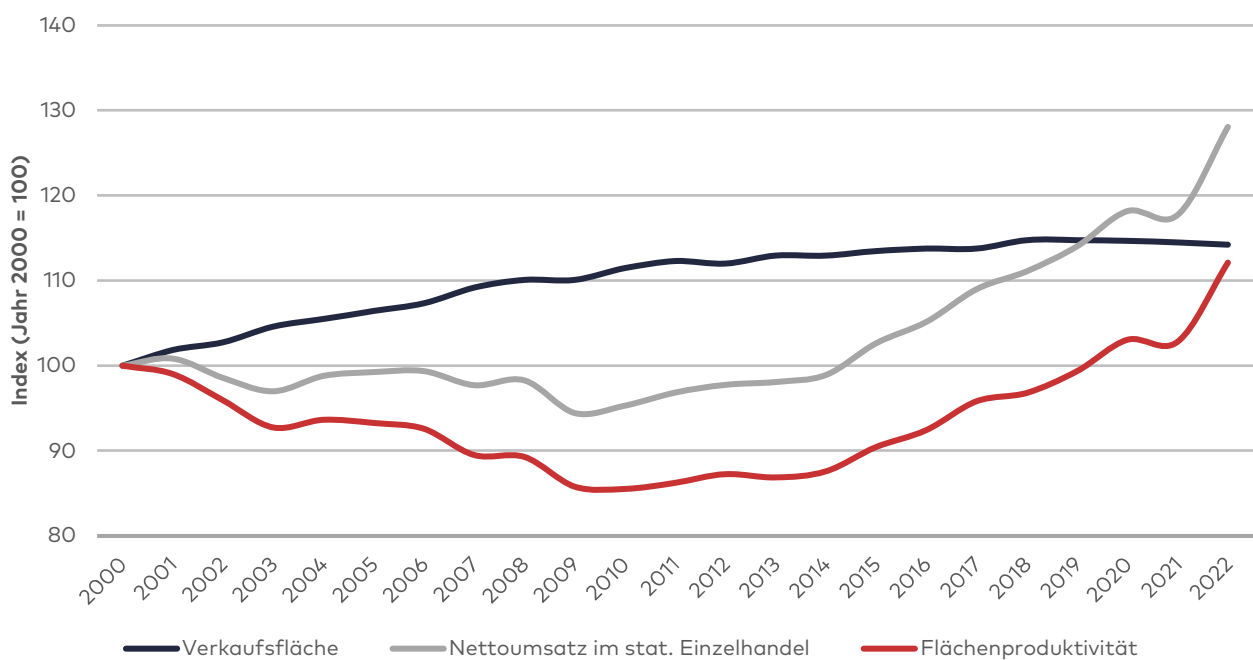
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Von einem positiven Konsumklima kann in den nächsten Jahren angesichts aktueller Unsicherheiten (Nachwirkungen der Corona-Pandemie und Effekten des Ukraine-Krieges wie Preissteigerungen, sinkende Reallöhne, hohe Energiekosten) nicht ausgegangen werden. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der privaten Konsumausgaben mit sortimentsspezifischen Unterschieden angenommen. Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils weiter leicht ansteigt (lediglich gedämpft durch die steigenden Verbraucherpreise), ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils und allgemeiner Konsumzurückhaltung) auszugehen.

### Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2018 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. In den Jahren 2018 und 2019 ist eine leichte Stagnation der Verkaufsfläche erkennbar, zwischen 2020 und 2021 ist ein leichter Rückgang der Verkaufsfläche zu beobachten, der u. a. auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen ist. Eine Rückkehr zum Trend des Verkaufsflächenwachstums ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich.

Die Umsatzentwicklung lag zwischen 2002 und 2014 unterhalb des Indexwertes von 2000 und stagnierte nahezu. Dies führte folglich dazu, dass die Flächenproduktivität bei steigenden Verkaufsflächen stetig abnahm. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt. Zwischen 2020 und 2021 ist ein signifikanter Rückgang der Umsätze sowie der Flächenproduktivität festzustellen, welche insbesondere auf die zeitweisen Schließungen von Teilen des Einzelhandels infolge der behördlichen Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie zurückzuführen sind (vgl. nachfolgende Abbildung).



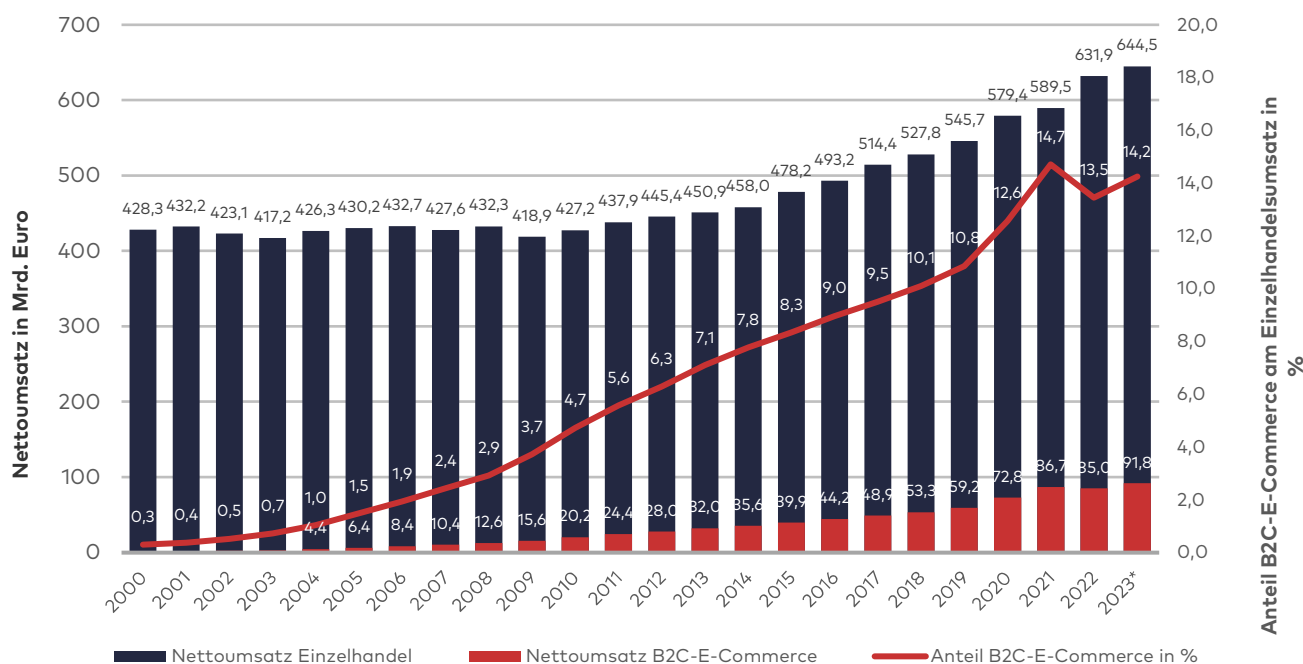
**Abbildung 25: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

### Entwicklung des Online-Handels

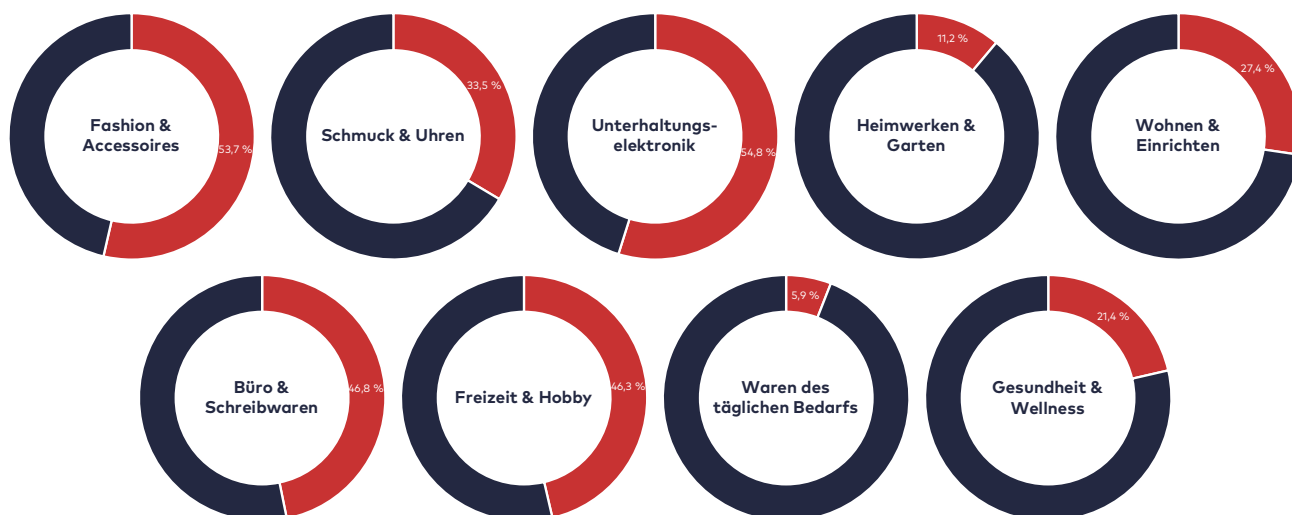
Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. Im Jahr 2021 erreichte der Einzelhandelsumsatz im Online-Segment mit rd. 86,7 Mio. Euro (rd. 14,7 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) seinen Höchststand. Nach einem Umsatzrückgang im Jahr 2022, der insbesondere mit der krisenbedingten allgemeinen Konsumzurückhaltung, steigenden Produktions- und Lieferkosten sowie einem gewissen „Nachholeffekt“ des stationären Handels nach den Lockdowns zu begründen ist, kann für das Jahr 2023 wieder ein Wachstum des Online-Segments erwartet werden. Das Niveau des Jahres 2021 wird allerdings gemäß aktuellen Prognosen nicht erreicht (siehe Abbildung 26).



**Abbildung 26: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); \* Prognose.

Der Anteil ist sortimentsspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik ist der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz im Einzelhandel hoch und nimmt stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen. Auf Grundlage von Daten des Handelsverbandes Deutschland und des Instituts für Handelsforschung ist im Jahr 2021 von branchenspezifischen Online-Marktanteilen von rd. 37 bis 46 % in Segmenten wie z. B. Fashion & Accessoires, Unterhaltungselektronik und Freizeit & Hobby auszugehen. Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter ist ein noch dynamischeres Wachstum zu erwarten, allerdings von einem deutlich niedrigeren Ausgangsniveau aus. Es ist davon auszugehen, dass die im Zuge der weltweiten Krisen zu beobachtende Konsumzurückhaltung in der Tendenz sowohl den stationären als auch den digitalen Einzelhandel trifft. An der Entwicklungsdynamik in den einzelnen Warengruppen wird sich somit mittelfristig nichts ändern. In der nachfolgenden Abbildung sind die prognostizierten sortimentsspezifischen Umsatzanteile des Online-Handels im Jahr 2027 dargelegt.



**Abbildung 27: Prognostizierte Entwicklung des Online-Handels bis 2027 differenziert nach Sortimenten**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; auf Grundlage von Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE)

## Weltweite multiple Krisen

Die derzeit weltweit multiplen Krisen wirken sich voraussichtlich langfristig auf angebots- und nachfrageseitige Aspekte aus. Während angebotsseitig ein verringertes Expansionsgeschehen in vielen Bereichen des Einzelhandels zu beobachten ist, das v. a. auf steigende Energiekosten und Bauzinsen sowie auf die allgemeine Konsumzurückhaltung in Deutschland zurückzuführen ist, ist nachfrageseitig v. a. aufgrund steigender Verbraucherpreise und inflationsbedingt sinkender Real-löhne ein zurückhaltendes Konsumverhalten zu beobachten. Ob sich dieser Trend auch langfristig abzeichnet, bleibt abzuwarten. Absehbar werden die oben genannten Aspekte (u.a. Energiekrise, Wirtschaftskrise, Ukraine-Krieg und Covid-19-Pandemie) das Konsumklima innerhalb des Prognosezeitraums bis 2028 deutlich negativ beeinflussen.

## Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

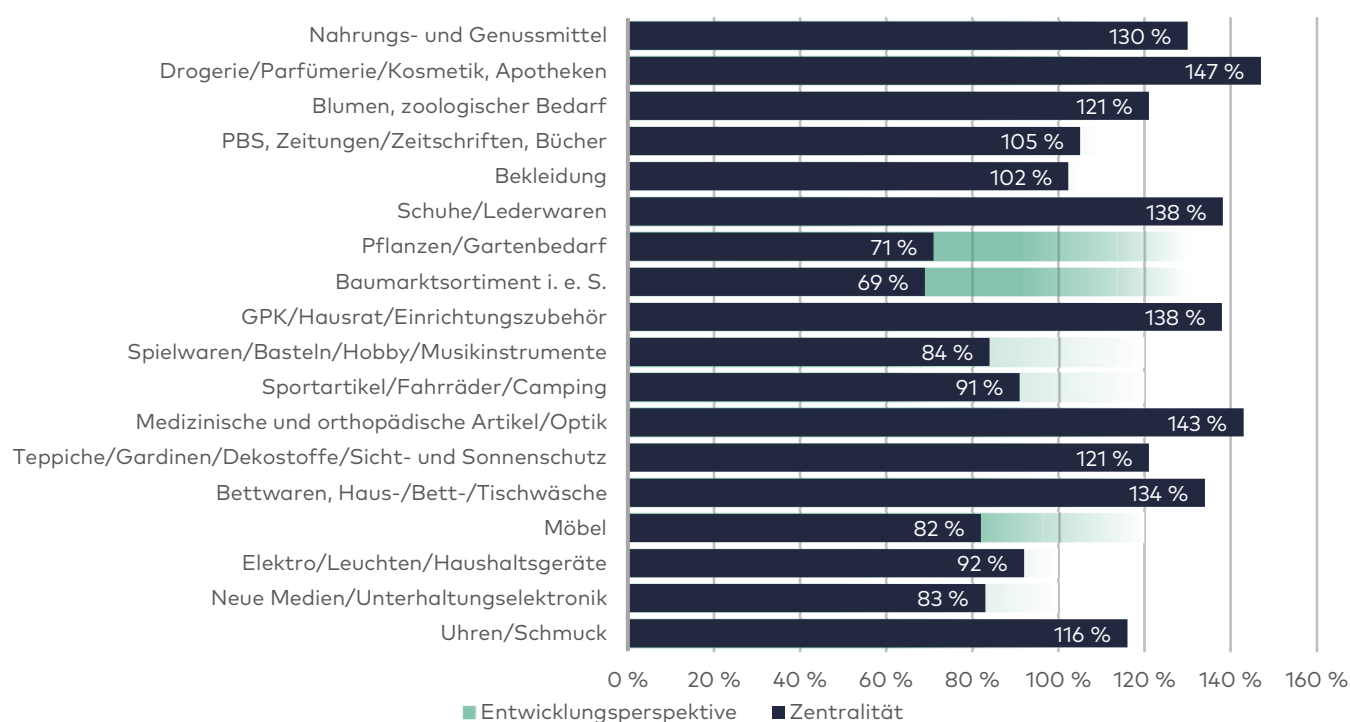
## Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Mühlhausen/Thüringen beträgt 114 %, wobei sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven im Rahmen von Ansiedlungen oder Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität von 130 % stadtentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für Mühlhausen/Thüringen langfristig plausibel.

Für die Mehrheit der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wird eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität von 120 % bis 130 % als stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet.

Aus den dargestellten versorgungsstrukturellen Perspektiven der Zentralität (siehe Abbildung 28) ergeben sich gewisse Entwicklungspotenziale für einen Teil der Warengruppen. Es ist dabei jedoch zu berücksichtigen, dass aufgrund der Entwicklungen im Online-Handel bereits das Erreichen des „stationären Anteils“ der versorgungsstrukturellen Perspektiven der Zentralität (d. h. abzüglich des Online-Anteils im Prognosejahr) als Erfüllung des stadtentwicklungspolitischen und landesplanerischen Versorgungsauftrages bewertet werden kann.



**Abbildung 28: Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Für die Stadt Mühlhausen/Thüringen ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf, Baumarktsortiment i.e.S., Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Sportartikel/Fahrräder/Camping sowie in der Warengruppe Möbel.

### Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 8 zu entnehmen.

**Tabelle 8: Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Mühlhausen/Thüringen**

| Rahmenbedingung                                       | Impuls                                                                            | Entwicklungsperspektive<br>für Mühlhausen/Thüringen bis 2028                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Demografische Entwicklung                             |  | rückläufige Einwohnerentwicklung, zunehmender Anteil älterer Menschen                                                                                                                          |
| Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft     |  | moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)                                                                   |
| Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter |  | leichte Impulse bei Filialisten<br>insbesondere im periodischen Bedarfsbereich                                                                                                                 |
| Entwicklung der Flächenproduktivität                  |  | insgesamt stagnierend bis leicht zunehmend mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden                                                                                                 |
| Online-Handel                                         |  | konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden                                                                                                           |
| Versorgungsauftrag (Ziel-Zentralität)                 |  | sortimentsspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des mittelzentralen Versorgungsauftrages mit oberzentraler Teilfunktion                                                                 |
| Weltweit multiple Krisen                              |  | Absehbar sich fortsetzende weltweite Krisen beeinträchtigen das Konsumklima und Lieferketten (aktuell u. a. Energie- und Wirtschaftskrise, Ukraine-Krieg, Nachwirkungen der Covid-19-Pandemie) |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### 5.1.3 Handlungsbedarfe für die Einzelhandelsentwicklung in Mühlhausen/Thüringen

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten Angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Stadt Mühlhausen/Thüringen bis 2028 Spielräume, die in der Tabelle 9 in qualitativer Form dargestellt werden.

**Tabelle 9: Entwicklungsprognose für 2028**

| Warengruppe                            | Spielräume                                                                          | Entwicklungsmöglichkeiten & Zielstellung                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             |  | Geringer Handlungsbedarf in Anbetracht der aktuellen Ausstattung; Erhalt, Stärkung und zukunftsfähige Ausrichtung der Bestandsbetriebe an städtebaulich gewünschten Standorten, Verbesserung der räumlichen Nahversorgung                                                                                        |
| Drogerie, Parfümerie & Kosmetik        |  | sehr gute Angebotsabdeckung insb. durch vorhandene FM-Strukturen, Sicherung und Ergänzung des Angebots durch Fachgeschäfte (mit Priorität im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt)                                                                                                                            |
| Sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich |  | Sicherung der bestehenden Fachgeschäfte, Arrondierung des bestehenden Angebotes                                                                                                                                                                                                                                  |
| Fashion & Accessoires                  |  | Vergleichsweise schwache Ausstattung für ein Mittelzentrum im höher- und mittelpreisigen Segment, Erhalt und Stärkung der Bestandsbetriebe, Ergänzung um Fachgeschäfte und Fachmärkte, doch beschränktes Ansiedlungspotenzial unter besonderer Beachtung der Konkurrenz zum Online-Handel und Oberzentrum Erfurt |
| Heimwerken & Garten                    |  | Erhalt und Stärkung der bestehenden Bau- und Pflanzenfachmärkte zur Versorgung der Stadt Mühlhausen/Thüringen mit entsprechenden Waren, beschränktes Ansiedlungspotenzial unter besonderer Beachtung der Konkurrenz in Ammern                                                                                    |
| Freizeit & Hobby                       |  | Erhalt und Stärkung der bestehenden Strukturen, mögliche Ergänzung um einen Fachmarkt oder ein Fachgeschäft (insb. Sportartikel)                                                                                                                                                                                 |
| Gesundheit & Wellness                  |  | Geringer Handlungsbedarf in Anbetracht der aktuellen Ausstattung und des Wettbewerbsumfeldes                                                                                                                                                                                                                     |

|                              |       |                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wohnen & Einrichten          | ■ ■ □ | Erhalt und Stärkung des bestehendem Möbelhauses sowie Unterstützung von kleinflächigen Vorhaben mit gemischtem Warensortiment, Arrondierungsspielraum im Sortiment Möbel, während Einrichtungszubehör ausgeschöpft ist |
| Elektronik & Haushaltsgeräte | ■ □ □ | Sicherung und Stärkung der bestehenden Fachmärkte sowie Erweiterung des bestehenden Angebotes unter besonderer Beachtung der Konkurrenz zum Online-Handel und Oberzentrum Erfurt                                       |
| Uhren & Schmuck              | ■ □ □ | Sicherung und Stärkung der bestehenden Fachgeschäfte                                                                                                                                                                   |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■■■ = hoher Handlungsbedarf vorhanden; □□□ = geringer Handlungsbedarf vorhanden.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Spielräume in verschiedenen Warengruppen. Der Kernort Mühlhausen/Thüringen als Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums übernimmt eine Versorgungsfunktion im Bereich des periodischen Bedarfs. Dieser Aufgabe dem zentralen Ort aktuell mit teilweise überdurchschnittlichen Ausstattungskennwerten im kurzfristigen Bedarfsbereich vollumfänglich gerecht.

Entwicklungen im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** sollten daher vorrangig zur bedarfsgerechten Angebotssicherung, Stärkung und zukunfts-fähige Ausrichtung an stadtentwicklungspolitisch und konzeptionell gewünschten Standorten (insb. zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte) erfolgen. Die Handlungsbedarfe in der Warengruppe **Drogerie, Parfümerie & Kosmetik** sind aufgrund der aktuellen Ausstattung als gering zu bezeichnen, hier sollte die Sicherung und Ergänzung des Angebots durch Fachgeschäfte (mit Priorität im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) im Fokus stehen.

Auch bei den sonstigen Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** ist lediglich ein geringes rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial vorhanden.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** liegt der höchste Handlungsbedarf im Erhalt und der Stärkung der bestehenden Betriebe in Konkurrenz zum Online-Handel. Darüber hinaus sollten in den Warengruppen die Bestandsbetriebe in ihrer Funktion gesichert werden und mögliche Erweiterungen des Sortimentsmixes angestrebt werden.

In der Warengruppen **Heimwerken und Garten** besteht ein hohes Verkaufsflächenpotenzial. Faktisch kann dieses bei der Ansiedlung eines größeren Fachmarkts aufgrund des Konkurrenzstandorts in Ammern (Gemeinde Unstruttal) mit verkehrsgünstiger und direkter Lage an der Mühlhäuser Kommunalgrenze voraussichtlich nicht ausgeschöpft werden.

In der Warengruppe **Freizeit & Hobby** wird auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Betrachtungen die Ansiedlung von entsprechenden Fachgeschäften bzw. -märkten für die Sortimente Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente und Sportartikel/Fahrräder/Camping empfohlen.

Weitere Potenziale in den Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereiches** ergeben sich insbesondere in der Warengruppe **Wohnen & Einrichten**, jedoch mit deutlichen sortimentsbezogenen Unterschieden. Während ein größeres Verkaufsflächenpotenzial im Sortiment Möbel besteht, ist das Potenzial bei GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör nahezu ausgeschöpft. In der Warengruppe **Neue Medien/Unterhaltungselektronik** kann das bestehende Angebot um Fachgeschäfte

ergänzt werden. Auch sollten die bestehenden Fachmärkte gesichert und gestärkt werden.

## 5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR MÜHLHAUSEN/THÜRINGEN

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Mühlhausen/Thüringen bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtstadt:** Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion (mit oberzentralen Teilfunktionen) des Kernortes Mühlhausens im regionalen Kontext durch Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale.
2. **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche:** Erhalt und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion mit höchster Priorität auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die Nahversorgung. Als zusätzliche Frequenzbringer und als belebender Faktor sollen Nutzungen jenseits des Einzelhandels angeboten und in den zentralen Versorgungsbereichen gebündelt werden.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Sicherung, Stärkung und Ergänzung der Nahversorgungsangebote im Kernort an städtebaulich integrierten Standorten, wobei schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden sollen. Etablierung bzw. Sicherung einer ortsteilspezifisch angepassten Nahversorgung in kleineren Ortsteilen.
4. **Bereitstellung ergänzender Standorte:** Bereitstellen von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (v.a. großflächig). Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebieten durch eine Störung des Bodenpreisgefüges. Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden. Die restriktive Handhabung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente wird empfohlen.

Abbildung 29 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Stadt Mühlhausen/Thüringen.

| 1.<br>Stärkung<br>der Gesamtstadt                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2.<br>Stärkung der zentralen<br>Versorgungsbereiche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3.<br>Sicherung und Stärkung<br>der Nahversorgung                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4.<br>Ergänzende Standorte<br>bereitstellen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion mit oberzentralen Teilfunktionen</li> <li>▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandels-zentralität</li> <li>▪ Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Potenziale</li> <li>▪ Erhöhung der Einkaufsqualität</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stärkung und Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche durch Ergänzung und Weiterentwicklung des Angebotes sowie Etablierung leistungsfähiger Strukturen gemäß Versorgungsauftrags des Zentrums</li> <li>▪ Bündelung von Angeboten und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für die zentralen Versorgungsbereiche</li> <li>▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptort: Städtebaulich sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen</li> <li>▪ kleinere Ortsteile: ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern</li> <li>▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bereitstellen von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (v. a. großflächig)</li> <li>▪ Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebieten durch eine Störung des Bodenpreisgefüges</li> <li>▪ Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden</li> <li>▪ Zentrenrelevante Randsortimente nur im begrenzten Umfang an ergänzenden Standorten zulässig</li> </ul> |

**Abbildung 29: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Mühlhausen/Thüringen) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätzen.

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Mühlhausen/Thüringen entwickelt.

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

## 6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

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

### Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Eine entsprechende Darstellung wird auch für die Stadt Mühlhausen empfohlen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

## Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadt-/Ortszentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 30). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

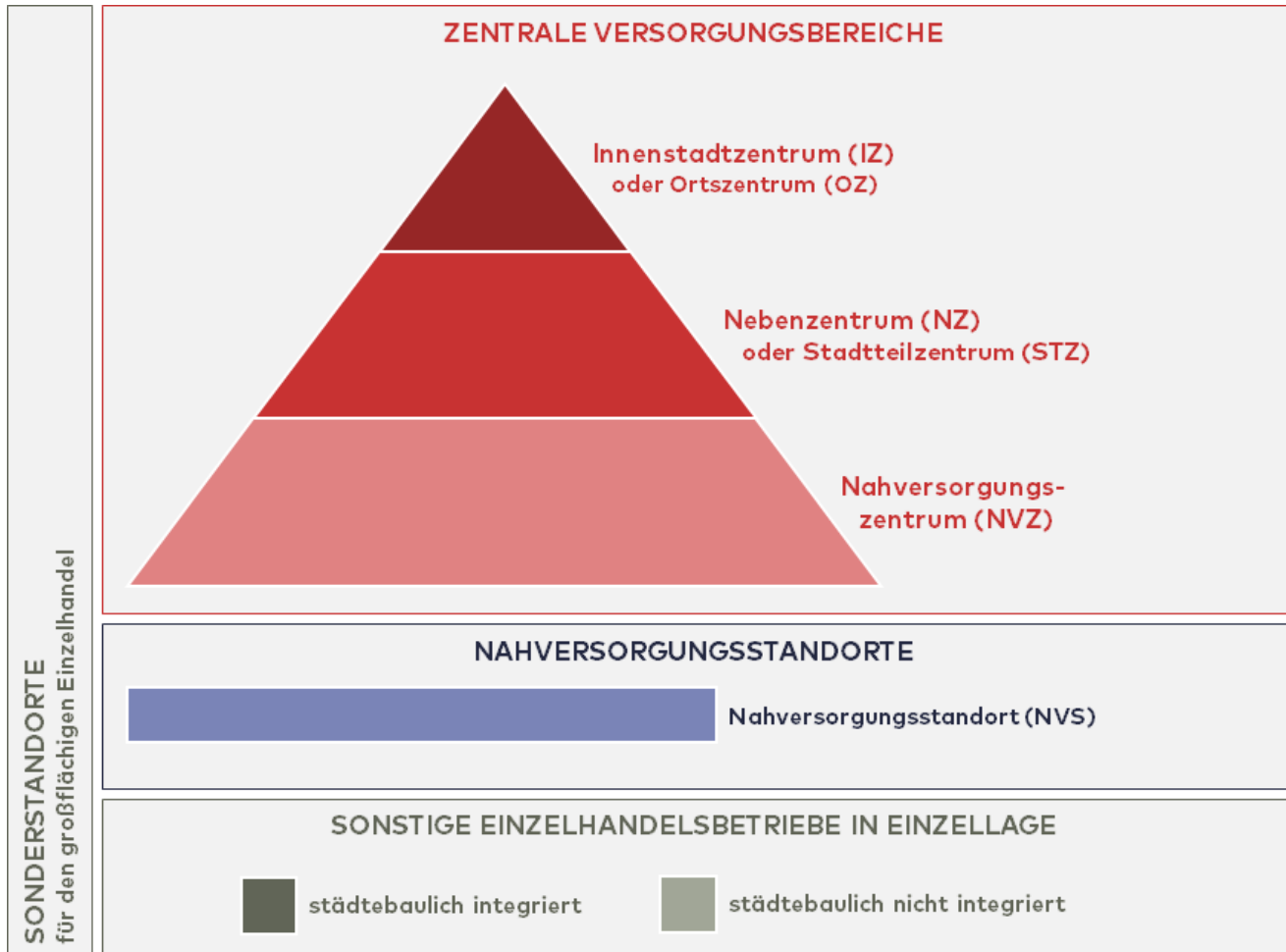


Abbildung 30: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentren typen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:<sup>32</sup>

1. **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Stadtteilzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
3. **Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren).

<sup>32</sup> Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.<sup>33</sup>

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>34</sup>

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.<sup>35</sup>

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.<sup>36</sup>

---

## **EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN**

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

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung

---

<sup>33</sup> Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

<sup>34</sup> Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

<sup>35</sup> Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

<sup>36</sup> Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbraucherernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.<sup>37</sup>

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.<sup>38</sup>

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten. Abbildung 31 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

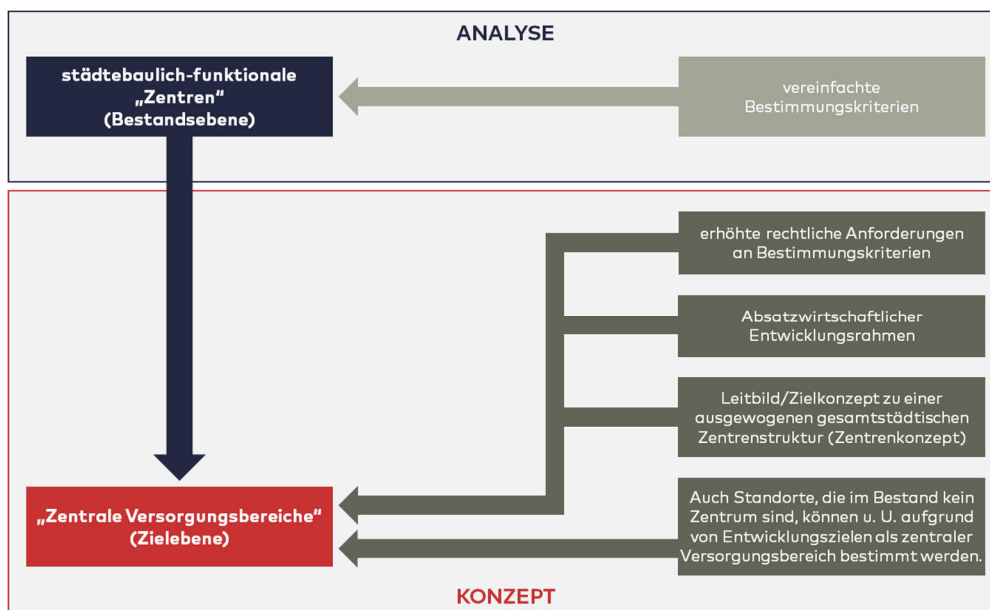


Abbildung 31: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

<sup>37</sup> Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

<sup>38</sup> Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

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

---

## FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

### Aspekte des Einzelhandels

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

### Sonstige Aspekte

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

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.<sup>39</sup>

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.<sup>40</sup>

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanver-

---

<sup>39</sup> Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

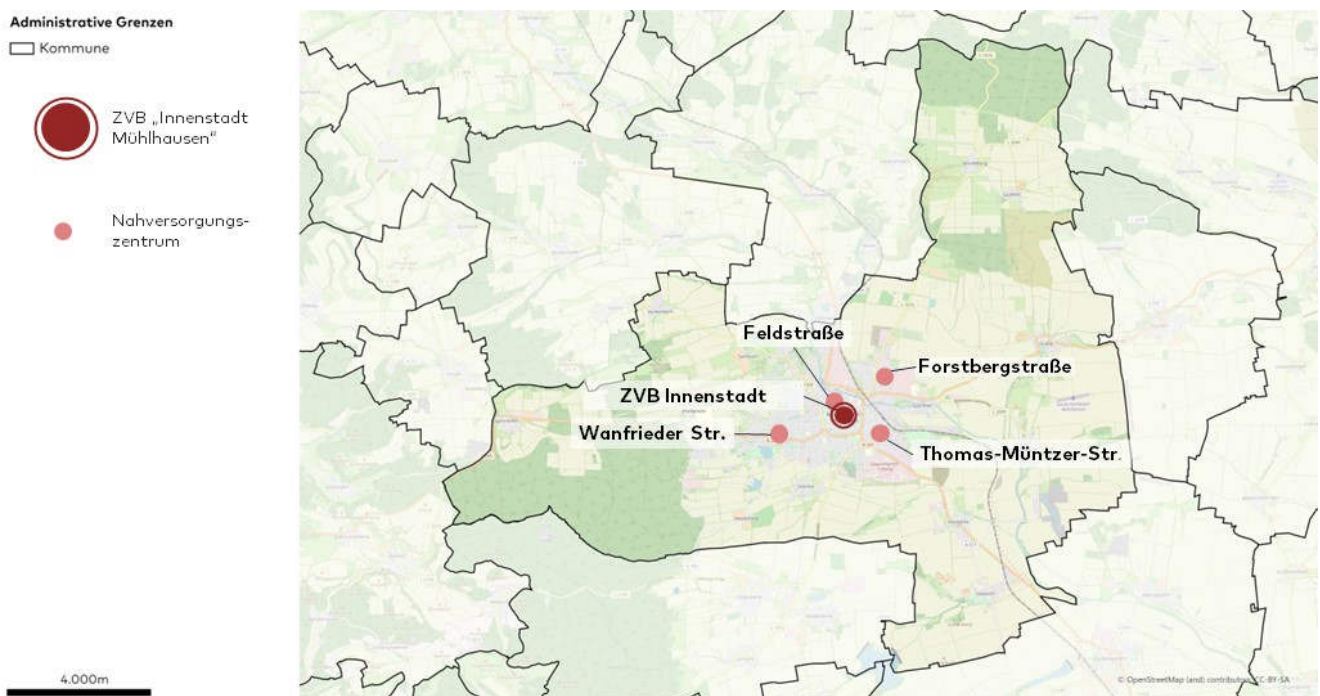
<sup>40</sup> Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

fahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder
- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

### 6.1.2 Zentrenstruktur von Mühlhausen

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Mühlhausen aus dem Jahr 2015 definiert mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Nahversorgungszentren Feldstraße, Forstbergstraße, Thomas-Müntzer-Str. und Wanfrieder Str. insgesamt fünf zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Mühlhäuser Stadtgebietes (siehe Abbildung 32).



**Abbildung 32: Zentrenstruktur Mühlhausen 2015**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Aus fachgutachterlicher Sicht erfüllt der ZVB Innenstadt eindeutig die Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, eine vertiefende Darstellung ist hierbei den Zentrensteckbriefen zu entnehmen (vgl. Kapitel 4.5). Für die bestehenden Nahversorgungszentren wird zunächst eine Analyse durchgeführt, inwieweit diese im hinreichenden Maße die rechtlichen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen.

Als plakative Darstellungsform der Analyseergebnisse dient eine Ampelsystematik, aus der sich ein Erfüllen bzw. ein Nicht-Erfüllen der einzelnen Kriterien aufzeigen lässt. Folgende Kriterien kommen hierbei zur Anwendung:

- **Räumliche Integration:** Einstufung, inwieweit ein Standort als städtebaulich integriert (Einbettung in Wohnbebauung bzw. direkter räumlich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung, d. h. er ist in der Regel von mindestens zwei (besser drei) Seiten von Wohnbebauung umgeben und fußläufig erreichbar) oder als städtebaulich nicht integriert (gewerbliche Lage/„Grüne Wiese-Standort“) einzustufen ist.
- **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe:** Prüfung inwieweit die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe an einem Standortbereich hinreichend für die Ausweisung eines Stadtteil- oder Nahversorgungszentrums ist.
- **Mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb:** Prüfung, ob ein Standort eine Nahversorgungsfunktion übernehmen kann.
- **Versorgungsfunktion:** Prüfung, ob ein Standort eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich (modellhaft 1.000 m fußläufig) hinaus aufweist.
- **Städtebauliches Gewicht:** Einstufung, ob ein Standort hinsichtlich seines Verkaufsflächengewichtes für eine Ausweisung als Nahversorgungszentrum eine hinreichende Ausstattung aufweist.
- **Zentrenergänzende Funktionen (ZEF):** Bewertung und Vielfalt der ZEF (private und öffentliche Dienstleitungen, Gastronomie, Kultur- oder Bildungseinrichtungen) an einem Standortbereich.
- **Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen):** Prüfung, ob ein Standort bei einer aktuell unzureichenden Ausstattung hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und städtebaulichem Gewicht entwickelt werden kann.

Zunächst werden hierbei die Bestandsstrukturen der im Einzelhandelskonzept 2015 ausgewiesenen Nahversorgungszentren bewertet:

**Tabelle 10: Bewertung der Stadtteil- und Nahversorgungszentren gem. Einzelhandelskonzept 2015 (Bestand)**

| Standortbereich         | Räumliche Integration | Anzahl der Einzelhandelsbetriebe | Mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb | Versorgungsfunktion | Städtebauliches Gewicht | ZEF | Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen) | Fazit |
|-------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------------------|---------------------|-------------------------|-----|----------------------------------------------|-------|
| NVZ Feldstraße          | ○○●                   | ○●●                              | ○○●                                      | ○●●                 | ○●●                     | ○○● | ○●●                                          | NVZ   |
| NVZ Forstbergstraße     | ○○●                   | ○○●                              | ○○●                                      | ○●●                 | ○●●                     | ○○● | ○●●                                          | NVZ   |
| NVZ Thomas-Müntzer-Str. | ○○●                   | ○○●                              | ○○●                                      | ○○●                 | ○●●                     | ○○● | ○○●                                          | NVZ   |
| NVZ Wanfrieder Str.     | ○○●                   | ○○●                              | ○○●                                      | ○○●                 | ○●●                     | ○●● | ○●●                                          | NVZ   |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Es zeigt sich hierbei, dass die im Einzelhandelskonzept 2015 ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche die Kriterien der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche weitgehend erfüllen. Das Nahversorgungszentrum Feldstraße weist in dem Zusammenhang eine verhältnismäßig geringe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben auf, durch den Einbezug von umliegenden, bislang nicht in der Umfassung des zentralen Versorgungsbereichs verorteten Bereichen, erhöht sich jedoch deren Anzahl.

Über die ausgewiesenen Nahversorgungszentren hinaus lassen zwar mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelssicht zu be-

wertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht hinreichend die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere sind bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche identifiziert (siehe Kapitel 7).

Für die zentralen Versorgungsbereiche wurde ein idealtypischer Ausstattungskatalog entwickelt, der bei zukünftigen Entwicklungsmaßnahmen als Zielkriterium Beachtung finden sollte. Für den ZVB Innenstadt sind sämtliche der nachfolgenden Ausstattungsmerkmale von besonderer Relevanz. Für die Nahversorgungszentren finden sich z. T. nach Zentrentyp zu differenzierende Ausstattungsmerkmale im nachfolgenden Katalog wieder. Die Ausstattungsmerkmale sind nach unterschiedlichen Aspekten (Einzelhandelsausstattung, zentrenergänzende Funktionen, Städtebau/ Gestaltung, Erreichbarkeit) eingestuft worden.

**Tabelle 11: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung)**

| Einzelhandelsausstattung                            | Nahversorgungszentrum |   |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|---|
| Ein strukturprägender Lebensmittelmarkt             | ■                     | ■ |
| Diversifiziertes Angebot an Lebensmittelmärkten     | ■                     | □ |
| Drogeriefachmarkt                                   | □                     | □ |
| Ergänzende Betriebe des Lebensmittelhandwerks       | ■                     | ■ |
| Weitere Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe   | ■                     | ■ |
| Sortimentsbereiche der mittelfristigen Bedarfsstufe | ■                     | □ |
| Sortimentsbereiche der langfristigen Bedarfsstufe   | □                     | □ |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

**Tabelle 12: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen)**

| Zentrenergänzende Funktionen                                       | Nahversorgungszentrum |   |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------|---|
| Imbissorientierte Gastronomieangebote                              | ■                     | □ |
| Höherwertige Gastronomieangebote mit Freisitzen (Café, Restaurant) | ■                     | □ |
| Medizinische Angebote (Arztpraxen und weitere Angebote)            | ■                     | □ |
| Banken                                                             | ■                     | □ |
| weitere einzelhandelsnahe Dienstleistungen                         | ■                     | ■ |
| Öffentliche Einrichtungen                                          | ■                     | □ |
| Packstation/Post                                                   | ■                     | □ |
| Spielgeräte/Spielplatz für Kinder                                  | ■                     | □ |
| Ladesäulen für E-Autos                                             | ■                     | □ |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

**Tabelle 13: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung)**

| Städtebau/Gestaltung                                 | Nahversorgungszentrum |
|------------------------------------------------------|-----------------------|
| Ansprechende städtebauliche Gestaltung               | ■ □                   |
| Angenehme Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre | ■ □                   |
| Barrierefreie Gestaltung                             | ■ □                   |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

**Tabelle 14: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit)**

| Erreichbarkeit                                                | Nahversorgungszentrum |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Stellplatzanlagen standortspezifisch bemessen                 | ■ □                   |
| Gute fußläufige Erreichbarkeit                                | ■ ■                   |
| Fahrradfreundliche Erreichbarkeit und Stellplatzmöglichkeiten | ■ ■                   |
| Gute MIV-Anbindung (Erschließungsstraße 1. Priorität)         | ■ □                   |
| Gute ÖPNV Anbindung (Qualität und Quantität)                  | ■ ■                   |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

### 6.1.3 Innenstadt Mühlhausen

Der ZVB Innenstadt Mühlhausen ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich und der wichtigste zentrale Versorgungsbereich der Stadt Mühlhausen/Thüringen. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

#### Räumliche Ausprägung

Der ZVB Innenstadt Mühlhausen umfasst diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Abgrenzung des ZVB aus dem Einzelhandelskonzept 2015 erweist sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als weitgehend sachgerecht und wird mit kleineren Modifikationen fortgeschrieben. Hier ist anzuführen, dass im Nordwesten des ZVB der Bereich um die Marienkirche aufgrund des dortigen Besatzes an zentrenergänzenden Funktionen sowie zur perspektivischen Weiterentwicklung und damit einhergehender Stärkung des Platzes in den ZVB aufgenommen wurde. Im Süden werden ebenfalls die Einzelhandelsbetriebe und zentrenergänzenden Funktionen am Untermarkt sowie das kulturhistorische Museum als bedeutende touristische Attraktion in den ZVB aufgenommen, um auch hier eine perspektivische Stärkung des Platzes zu erzielen.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 33 für die Innenstadt Mühlhausen dargestellt.



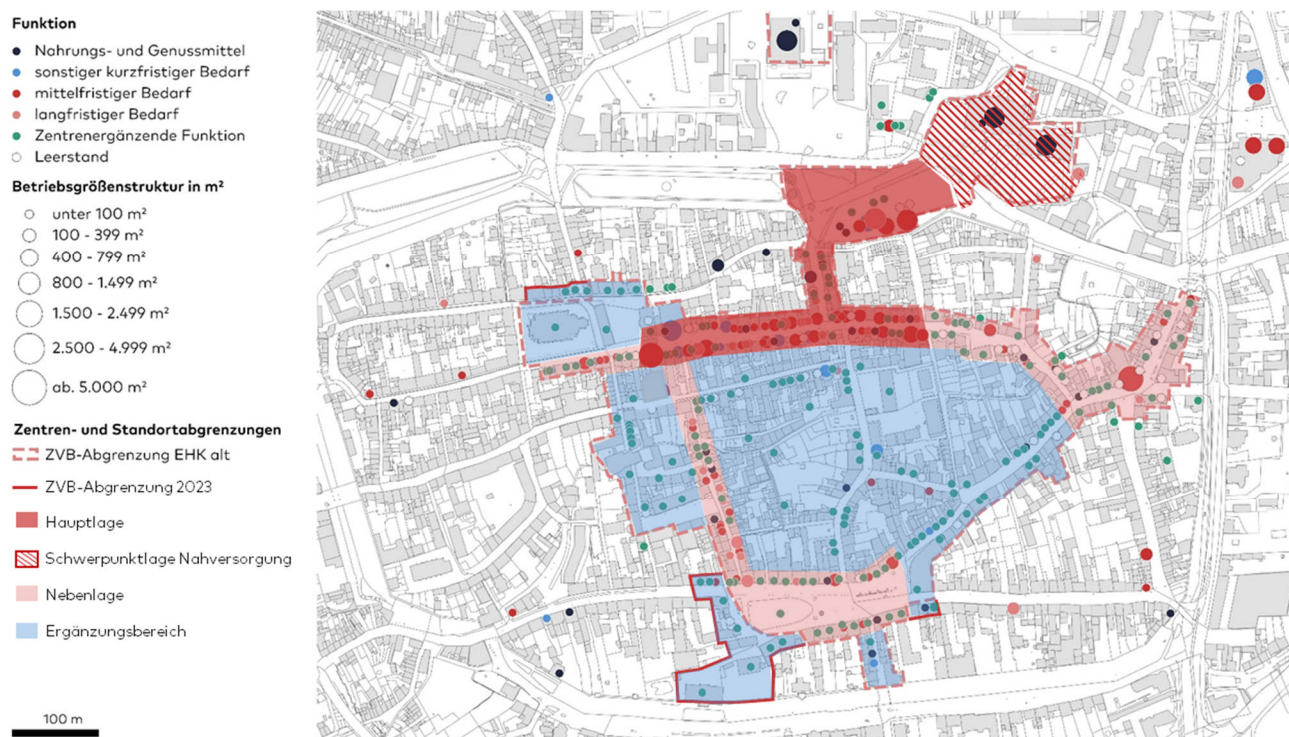
**Abbildung 33: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Mühlhausen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Karten-grundlage: Stadt Mühlhausen.

## Innere Organisation

Die Altstadt von Mühlhausen stellt das zweitgrößte Flächendenkmal im Freistaat Thüringen dar, entsprechend sind die zentralen Funktionen des zentralen Versorgungsbereiches über eine verhältnismäßig weitläufige Fläche verteilt, zwischen den einzelnen heterogen geprägten Lagen, bestehen jedoch deutliche Austauschbeziehungen, die von hoher Bedeutung für die Gesamtfunktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzes sind und weiter gestärkt werden sollten.

Die Innenstadt Mühlhausen kann dabei in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden Hauptlage, Nebelagen und Ergänzungsbereiche im Folgenden näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche.



**Abbildung 34: Innere Organisation des ZVB Innenstadt Mühlhausen.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Die **Hauptlage** der Innenstadt Mühlhausen erstreckt sich im Wesentlichen um die Burggalerie und den Steinweg bis zum Obermarkt und zur Brückenstraße. Diese Bereiche stellen die Lage mit der höchsten Einzelhandelsdichte und Passantenfrequenz in der Mühlhäuser Innenstadt dar. Die Lage ist geprägt durch eine Bündelung von Einzelhandelsnutzungen, von denen ein Teil inhabergeführte Fachgeschäfte darstellen. Insgesamt ist der Lagebereich geprägt durch frequenzsteigernde und frequenzabhängige Nutzungen und weist einen hohen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang auf, der sich u. a. in der hohen Handelsdichte und dichter Bebauung widerspiegelt. Strukturprägende Magnetbetriebe sind neben den Drogeriefachmärkten Müller, Rossmann und dm, der Elektrofachmarkt Expert sowie nachgelagert AWG, Woolworth und Meyers. In der nachfolgenden Auflistung werden lagespezifische Empfehlungen für die Hauptlage abgeleitet.

## LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: HAUPTLAGE

- Hauptlage als primärer Ansiedlungsraum für zentrenrelevante Sortimente in der Innenstadt von Mühlhausen
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion in Form des breiten Betriebstypenmixes aus größeren Fachmärkten, filialisierten und inhabergeführten Fachgeschäften sowie einem breiten Angebotsmix unterschiedlicher Angebotsqualitäten.
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch städtebauliche Aufwertung des Zentrums (z. B. Aufwertung der Eingangssituationen, ggf. auch temporäre Maßnahmen)
- Schwerpunkt: Qualitative und filialisierte Angebote
- Prüfung der Möglichkeit von Herstellung marktgängiger Ladenlokalgrößen auch außerhalb der Burggalerie (>400 m² GVKF)

- Aktivierung der Leerstände priorisiert mit innenstadttypischen Nutzungen, die mit einer hohen Frequenz zur Attraktivierung der Innenstadt beitragen

Angrenzend zur Hauptlage bildet die **Schwerpunktlage Nahversorgung** am Kreuzgraben einen ergänzenden Bereich mit hoher Besucherfrequenz und einem nahversorgungsorientierten Angebot. Der Standort wurde im Nachgang der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2015 entwickelt und ergänzt das Angebot der weiteren Innenstadt insbesondere durch die beiden großformatigen und zeitgemäß aufgestellten Lebensmittelmärkte REWE und Aldi, welche aufgrund der historischen Grundrissstrukturen nicht innerhalb des Bereichs, der durch die Stadtmauern umfasst ist, integrierbar wären. Städtebauliche Zielstellung ist es, dass der Verbraucher neben seinem Lebensmitteleinkauf in der Ergänzungslage weitere ergänzende Einkäufe in den weiteren Lagen des ZVB Innenstadt tätigt. Umso bedeutender ist es, dass das Angebot an der Schwerpunktlage Nahversorgung das weitere Angebot der Innenstadt lediglich ergänzt und ein nicht zu starkes „Eigenleben“ führt. Hierzu sollten die funktionalen Verbindungen zwischen der Ergänzungslage und den weiteren Bereichen der Innenstadt gestärkt und weiterentwickelt werden.

---

### LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: SCHWERPUNKTLAGE NAHVERSORGUNG

- Schwerpunktlage Nahrungs- und Genussmittel als Ergänzung zur Hauptlage
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Erhalt und Stärkung der städtebaulich-funktionalen Verbindung zur Hauptlage als nördliches Eingangstor zum ZVB (insb. Erhaltung von niedrigschwelligen Quermöglichkeiten im Bereich der Straße Kreuzgraben).
- Um die Ergänzungsfunktion langfristig zu erhalten und zur Sicherung und Stärkung der Kopplungsbeziehungen zu den weiteren Bereichen des ZVB Innenstadt: Kein Ausbau mit Fachmärkten mit zentrenrelevanten Sortimenten oder Drogeriewaren

Die **Nebenlage** der Mühlhäuser Innenstadt erstreckt sich entlang der östlichen Ausläufe des Steinwegs sowie der anschließenden Görmarstraße sowie der von Nord nach Süd verlaufenden Linsenstraße. Außerdem bildet der Untermarkt eine Nebenlage. Die Lage ist durch eine geringere Handelsdichte gekennzeichnet und bildet in den Randlagen häufig auslaufende Laufagen. Der Lagebereich ist geprägt durch Fachgeschäfte insbesondere im Bereich der Linsen- und Görmarstraße, eine überwiegend kleinteilige Einzelhandelsstruktur sowie weniger frequenzbedeutsame Nutzungen, welche beispielsweise einen stärkeren Fokus auf den Zieleinkauf aufweisen. Zudem sind in den Nebenlagen insgesamt wenige Magnetbetriebe ansässig.

---

### LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: NEBENLAGE

- Sicherung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion
- Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch frequenzerzeugenden Einzelhandel zur Stärkung des Rundlaufs

- Stärkung der Platzsituation am Untermarkt
- Erhalt und Stärkung von zentrenergänzenden Funktionen bzw. der Funktionsvielfalt (bspw. Gastronomie), die zu einer weiteren Frequentierung der Innenstadt führt.
- Sicherung und Stärkung von Gastronomiebetrieben, insbesondere am und in räumlicher Nähe zum Untermarkt
- Betonung der Eingangssituationen zur Innenstadt aus Richtung des Bahnhofs
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen (z. B. durch Flächenzusammenlegungen oder Umnutzungen); alternative Konzepte für leerstehende Kaufhäuser

Die **Ergänzungsbereiche** befinden sich im westlichen Bereich des ZVB um den Obermarkt und entlang der Ratsstraße, im südlichen Bereich an den Untermarkt angrenzend sowie in einem Abschnitt der Görmärstraße. Auch der mittlere Bereich entlang der Jüden-, Brücken und Klosterstraße ist durch diese Lage geprägt. In diesen Bereichen dominieren zentrenergänzende Funktionen die Strukturen. Zudem ist eine Bündelung insb. von Kultur- und öffentlichen Einrichtungen (Verwaltung, Schule, Kirche, Museum, etc.) vorhanden. Insgesamt verfügt der Bereich über eine deutlich untergeordnete Zentrenfunktion im Vergleich zur Haupt- und Nebenlage und bildet eine funktionale Ergänzung. Die städtebauliche Gestaltung weist gestalterische Mängel (u. a. Stadtmöblierung, Pflasterung, Stadtgrün) auf; die Lage besitzt somit nur eine vergleichsweise geringe Aufenthaltsqualität.

---

## LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: ERGÄNZUNGSBEREICH

- Schwerpunkttraum insbesondere für Nutzungen abseits des klassischen Einzelhandels (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen)
- Entwicklung frequenzunabhängiger Nutzungen im Bereich des Einzelhandels (Zieleinkauf)
- Stärkung des Wochenmarktes am Obermarkt, Nachnutzung der Alten Post mit Nutzungen abseits des Einzelhandels
- Stärkung des Lagebereichs als Aufenthaltsort und weitere Inwertsetzung der historischen Struktur und der Platzsituationen
- Infolge der Schließung des Kaufhauses Weyhrauch und der geplanten Schließung des Schuhfachmarktes Schuhwerk II sind im Bereich der Görmärstraße zwei bedeutende Magnetbetriebe für die Teillage der Innenstadt marktabgängig. Um langfristigen Funktionsverlusten und möglichen Trading-Down-Prozessen entgegenzuwirken, sollte eine adäquate Nachnutzung der Ladenlokale erfolgen, idealerweise durch frequenzerzeugenden Einzelhandel, sekundär durch weitere Nutzungen im Bereich frequenzerzeugender zentrenergänzender Funktionen. In dem Zusammenhang könnten auch die bereits in Ansätzen vorhandenen Strukturen eines Gesundheitsclusters weiter gestärkt werden (Ergänzung der Kombination (Fach-) Ärzte, Sanitätshaus, Apotheke, Krankenversicherung durch weitere medizinische Angebote wie weitere Ärzte, Physiotherapie, Podologe, Logopäde, Akkupunktur, Heilpraktiker, Pflegedienstleistungen oder geringschwelligen gastronomischen Angeboten wie eine Bäckerei mit geschlossenem Cafébetrieb. Darüber hinaus sollte eine Aufwertung der

Platzsituation, beispielsweise durch eine Platzumgestaltung, im Bereich der historischen Persiluhr an der Görmarsstraße vorgenommen werden, um die Aufenthaltsqualität zu steigern.

### **Übergeordnete Empfehlungen zur Stärkung der Innenstadt**

Neben konkreten Entwicklungsempfehlungen für die einzelnen Lagebereiche können auch übergeordnete Entwicklungsempfehlungen für die gesamte Innenstadt aufgezeigt werden. Zur Sicherung der Funktionen des ZVB Innenstadt sollten grundsätzlich Funktionsverluste, die infolge von Ansiedlungen außerhalb der Innenstadt vermieden werden. Inwiefern Funktionsverluste infolge eines Planvorhabens für den ZVB Innenstadt Mühlhausen zu befürchten sind, ist im Rahmen einer qualifizierten Verträglichkeitsuntersuchung zu prüfen.

Zur Stärkung der Innenstadt von Mühlhausen gilt es, die einzelnen Akteure der Innenstadt stärker miteinander zu vernetzen und eine Positionierungsstrategie gegenüber Konkurrenzstandorten wie dem Oberzentrum Erfurt sowie dem Onlin Handel zu entwickeln. Die vorausgegangene Darstellung der allgemeinen Trends im Einzelhandel und in der Zentrenentwicklung oder die Befragungsergebnisse zeigen bereits erste Handlungsfelder und Maßnahmen auf, die im Folgenden kurz skizziert werden. Weitere Handlungsfelder und Maßnahmen sowie deren Umsetzung sollten in Form eines integrierten und prozessorientierten Formates entwickelt werden (vgl. nachfolgende Ausführungen):

- **Stärkung der Multifunktionalität der Innenstadt:**  
Fokus auf eine Stärkung der Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Kunst, Kultur etc. Für nicht mehr aktivierbare Leerstände ist auch eine Wohnnutzung oder einzelhandelsferne Dienstleistungen im Bereich der Innenstadt denkbar.
- **Erhöhung der Aufenthaltsqualität**  
Eine attraktive Innenstadt bietet auch immer eine hohe Aufenthaltsqualität und kann sich so gegenüber dem funktionalen Einkauf im Online-Handel abgrenzen. Mühlhausen weist durch seine Platzsituationen und der attraktiven historischen Bebauung eine gute Aufenthaltsqualität auf, die noch weiter gestärkt werden sollte.
- **Zielgerechte Profilierung der funktionalen und städtebaulichen Qualität der Innenstadt**  
Erarbeitung von Profilierungsempfehlungen für Funktionsstruktur, Angebotsportfolio, Nutzungsqualitäten, Stadtraumqualitäten, Erreichbarkeit/Lesbarkeit oder Immobilienqualitäten.
- **Stärkere Ausrichtung auf die „Visitor-Journey“**  
Definition einer zukünftigen Visitor Journey für die relevanten Zielgruppen des ZVB Innenstadt.
- **Weitere Erhöhung der Einzelhandelsqualität**  
Erhöhung der Einzelhandelsqualität durch Qualifizierung des Bestandes, z. B. in Form von Weiterbildungsangeboten für Gewerbetreibende oder eine Service-Offensive. Zudem gezielte Ansprache qualitativ hochwertiger Nutzungen, z. B. durch ein Citymanagement.
- **Weitere Qualifizierung von Standortmerkmalen und des „Unique Selling Points“ (USP)**

Gerade vor dem Hintergrund des wachsenden Onlinehandels wird eine Innenstadt mit Charakter und Persönlichkeit immer wichtiger. Hier gilt es Standortmerkmale zu qualifizieren und den „USP“ der Innenstadt Mühlhausens noch stärker herauszustellen (vgl. Exkurs).

- **Stärkerer Fokus auf Erlebnisfähigkeit der Innenstadt**

Der Erlebniseinkauf spielt insb. beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine immer wichtigere Rolle. Der Einkauf wird dabei emotional aufgeladen und mit anderen Aktivitäten, wie bspw. einem Restaurant oder Café Besuch verbunden.

- **Etablierung einer „Task Force“ Innenstadt**

Ansätze für eine bessere Vernetzung der einzelnen Stakeholder der Innenstadt bestehen bereits in Form des Händlervereins „Zurück in die Mitte e.V.“ oder des Online-Marktplatzes in Mühlhausen. Darüber hinaus empfiehlt sich die Gründung eines institutionellen Netzwerks, um innerstädtische Akteure stärker zu vernetzen. Ein Citymanagement kann hier eine Koordinierungsfunktion übernehmen. Mögliche Ziele sind:

- Veranstaltung eines regelmäßiges Austauschtreffen
- Schaffung einer agilen Arbeitsgruppe
- Planung gemeinsamer Aktionen
- Entwicklung einer digitalen Darstellungsplattform
- Die Aufteilung der Akteure in kleinere Arbeitskreise zu verschiedenen Themenbereichen kann dabei sinnvoll sein. Mögliche Akteure sind:
  - Citymanagement (inkl. Leerstandmanagement),
  - Stadtverwaltung,
  - Stadtmarketingverein,
  - Gewerbetreibende,
  - Initiativen und Vereine,
  - Immobilieneigentümer,
  - Jugendeinrichtungen,
  - Bildungseinrichtungen,
  - kirchliche Einrichtungen,
  - Kreative/ Kulturschaffende und weitere

Ein Positivbeispiel für eine bereits etablierte Task Force sind die „Stadtmacher Coburg“. Hier arbeiten Vertreter des City- und Quartiersmanagements, der Wirtschaftsförderung, der Stadt Coburg sowie der städtischen Wohnbaugesellschaft im Rahmen einer festen Projektgruppe und mit festen, eingeplanten Zeitkontingenten zusammen. Instrumente, Methoden und Maßnahmen werden in der Projektgruppe gebündelt und koordiniert.

### **Exkurs: Prozessuale Innenstadtentwicklung**

Die Entwicklung einer zukunftsfähigen Innenstadt ist kein Konzept oder Projekt, sondern ein Prozess – und diesen Ansatz gilt es zu initiieren (vgl. Abbildung 35). Der Fokus sollte dabei nicht allein auf einer tiefgreifenden Analyse oder Beteiligungsformaten ohne klarem Ziel liegen, sondern sowohl auf einer Positionierung der Innenstadt als auch auf einem möglichst umsetzungsorientierten, praxisnahen Vorgehen. Daher steht eine enge Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung sowie weiteren relevanten lokalen Stakeholdern und die Erarbeitung von umsetzungsorientierten Handlungsempfehlungen klar im Fokus. Eine erfolgreiche In-

nenstadtentwicklung steht und fällt mit der Qualität der Prozessgestaltung. Darum sollte dieser klar strukturiert werden und trotzdem einen agilen Prozess darstellen – mit modernen Dialog- und Partizipationsformaten, die logisch aufeinander aufbauen. In der nachfolgenden Abbildung ist ein solcher möglicher Prozess zur Stärkung der Innenstadt Mühlhausens mit seinen Phasen beispielhaft aufbereitet.

So wird in der ersten Phase („**status quo**“) zunächst die Ist-Situation anhand von Ausstattungswerten, Kennzahlen, städtebaulichen Analysen oder bspw. Befragungsergebnissen analysiert. In der darauf aufbauenden zweiten Phase („**Positionierung**“) wird im Schwerpunkt über verschiedene methodische Ansätze und Beteiligungsformate ein Leitbild und eine Positionierungsstrategie für die Innenstadt entwickelt.

In der Phase drei, der „**Profilierung**“ steht die Erarbeitung einer Profilierungsstrategie als „Storyboard“ für die Innenstadtentwicklung im Fokus. Zudem werden die verschiedenen Quartiere einer Innenstadt profiliert sowie Handlungsfelder für die Innenstadt sowie die einzelnen Quartiere abgeleitet.

In der vierten Phase, der sog. „**Operationalisierung**“ wird schließlich ein umsetzungsorientierter Zeit- und Maßnahmenplan erarbeitet. Außerdem geht es an die Umsetzung erster Starter Projekte sowie die Weiterentwicklung langfristiger Schlüsselprojekte.

In Phase fünf, der „**Verstetigung**“, geht es schließlich an die weitere Umsetzung sowie die Verstetigung der in den vorherigen Phasen gebildeten Strukturen (insb. Gründung einer Task-Force).

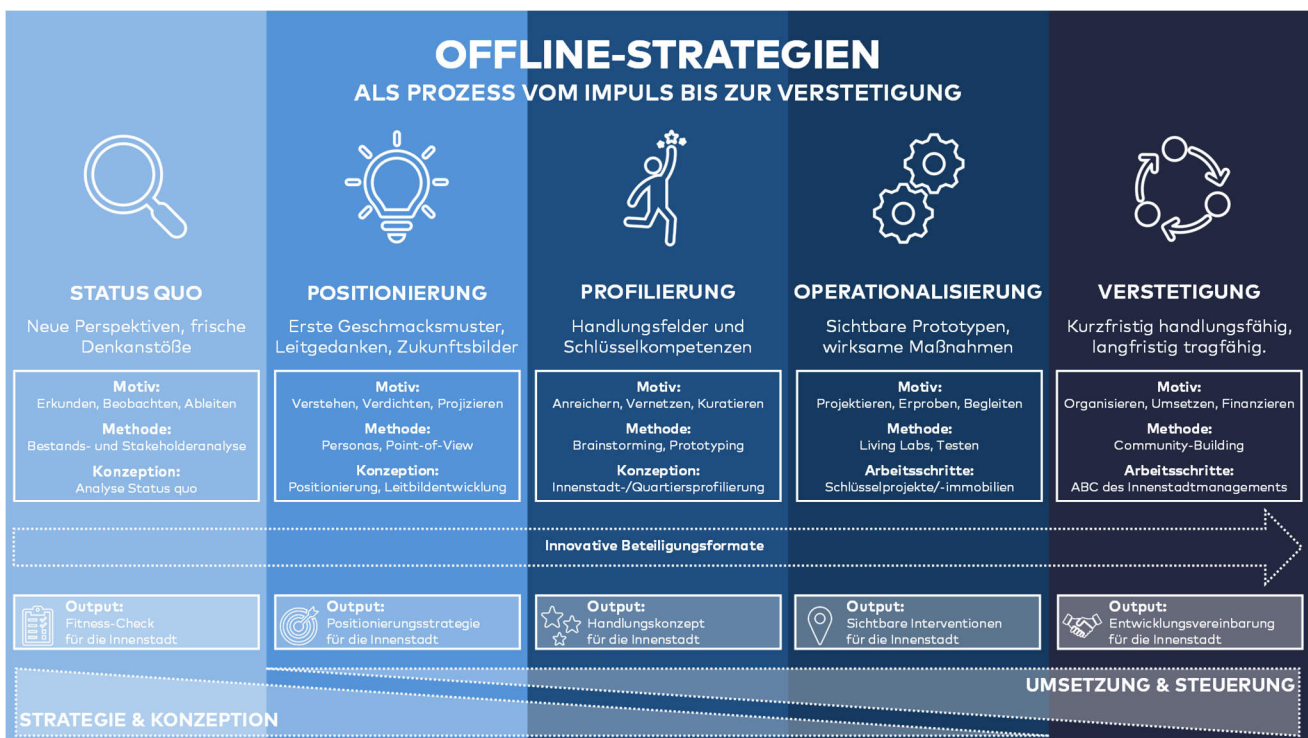


Abbildung 35: Prozessuale Gestaltung eines strategischen Rahmenkonzeptes für die Innenstadtentwicklung

Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel

#### 6.1.4 Nahversorgungszentrum Feldstraße

Der Standortbereich Feldstraße befindet sich in räumlicher Nähe zur Schwerpunkt-lage Nahversorgung des Innenstadtzentrums. Trotz der geringen Entfer-

nung weist der Standortbereich Feldstraße jedoch eine zentrale Versorgungsfunktion für die nördliche Kernstadt – mit ihrer teilweise verdichteten Nachkriegsbebauung – auf. Darüber hinaus profitiert der Standortbereich von der räumlichen Nähe zu Bildungseinrichtungen, die die Frequentierung des Standortes zusätzlich erhöhen, die Versorgungsfunktion wirkt somit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.

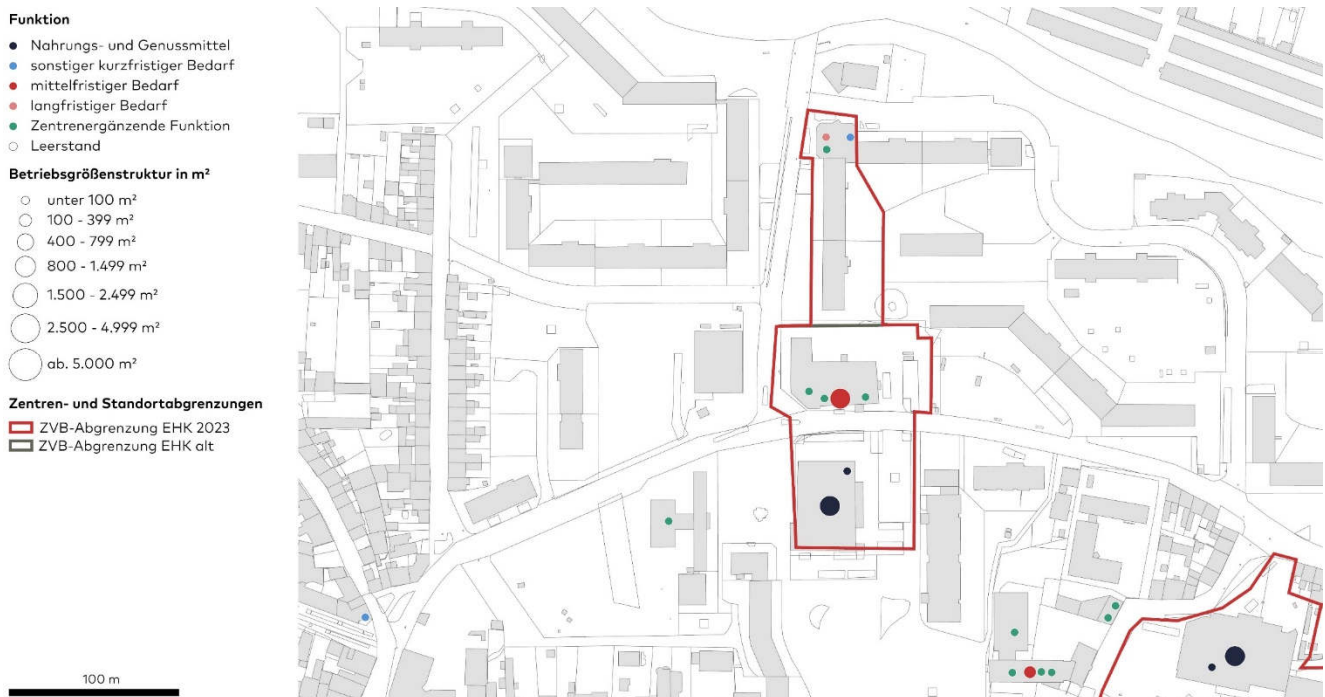
Das örtliche Angebot ist als typisch für ein Nahversorgungszentrum zu klassifizieren und deckt den qualifizierten Grundbedarf ab (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmittelhandwerk, Apotheke, Optiker ergänzend u. a. Bekleidungsfachmarkt, medizinische Angebote sowie einen Friseur).

Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

### Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Einzelhandelskonzept 2015 festgelegten Abgrenzung, zusätzlich mit einbezogen werden die nördlich anschließenden Bereiche an der Friedrich-Naumann-Straße/Am Neuen Ufer (vgl. Abbildung 36). Der ergänzte Bereich umfasst u. a. Arztpraxen, eine Apotheke sowie einen Optiker und weist somit einen Gesundheitsschwerpunkt auf.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 36 für das Nahversorgungszentrum Feldstraße dargestellt.



**Abbildung 36: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Feldstraße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Feldstraße, insbesondere für die umliegenden verdichteten Wohnsiedlungsbereiche, steht die Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Angebote im Mittelpunkt. Dies gilt insbesondere der Verbesserung des Marktauftritts und der städtebaulichen Aufwertung des Standortes. Eine empfohlene Maßnahme ist dabei die Stärkung

der räumlichen Verknüpfung der beiden Bereiche, die sich südlich und nördlich der Feldstraße befinden. Insbesondere für den nördlichen Bereich kann dies der Einkaufsatmosphäre zuträglich sein und das städtebauliche Erscheinungsbild attraktivieren. Im Rahmen der neuen Abgrenzung soll der Standort zudem als Gesundheitscluster gestärkt werden.

---

## ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN NAHVERSORGUNGSZENTRUM FELDSTRAßE

- Fortschreibung des Standortbereiches als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Feldstraße in der geänderten Umfassung
- Positivstandort für Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Sicherung und Weiterentwicklung des Angebotes (Verbesserung des Marktauftrittes)
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig), arrondierend auch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel
- Räumliche Versorgungsfunktion für die nördliche Kernstadt
- Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- Städtebauliche Aufwertung (stärkere räumliche Verknüpfung der beiden Bereiche)
- Stärkung des Standortes als Gesundheitscluster

### 6.1.5 Nahversorgungszentrum Forstbergstraße

Der Angebotsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Forstbergstraße liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich und ist neben Nahrungs- und Genussmitteln auch durch den Sortimentsbereich Apotheke geprägt. Das Nahversorgungszentrum weist ebenfalls städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte und Nutzungsmischung auf. Das Nahversorgungszentrum Forstbergstraße übernimmt insbesondere für die Wohnsiedlungsbereiche in der nordöstlichen Kernstadt und die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungslagen eine Versorgungsfunktion für den qualifizierten Grundbedarf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

#### Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Einzelhandelskonzept 2015 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht darstellt und somit fortgeschrieben wird.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 37 für das Nahversorgungszentrum Forstbergstraße dargestellt.



**Abbildung 37: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Forstbergstraße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Als Positivstandort insbesondere für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel steht die Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Angebote im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Fokus.

## ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM FORSTBERGSTRASSE

- Fortschreibung des Standortbereichs als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Forstbergstraße
- Positivstandort für Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Sicherung und Weiterentwicklung des nahversorgungsrelevanten Angebotes
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig), arrondierend auch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel
- Räumliche Versorgungsfunktion insb. für die nordöstlichen Siedlungsbereiche der Kernstadt
- Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen

### 6.1.6 Nahversorgungszentrum Thomas-Müntzer-Straße

Das Nahversorgungszentrum weist eine Ausstattung primär für den kurzfristigen Bedarf in Form eines umfänglichen Nahversorgungsangebotes auf. Der zentrale Versorgungsbereich übernimmt eine Versorgungsfunktion für die östliche Kernstadt und die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungslagen, insb. im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

## Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Einzelhandelskonzept 2015 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht darstellt und somit fortgeschrieben wird.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 38 für das Nahversorgungszentrum Thomas-Müntzer-Str. dargestellt.



**Abbildung 38: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Thomas-Müntzer-Str.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Thomas-Müntzer-Str., welche über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, steht die Sicherung und Weiterentwicklung der Angebote im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Das Angebot im zentren- und arrondierend auch im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich soll im funktionsgerechten Umfang als Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels ausgebaut werden.

## ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM THOMAS-MÜNTZER-STRASSE

- Fortschreibung des Standortes als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Thomas-Müntzer-Straße
- Positivstandort für Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Sicherung und Weiterentwicklung des Angebotes
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig), arrondierend auch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel
- Räumliche Versorgungsfunktion insb. für die östlichen Siedlungsbereiche der Kernstadt

- Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- Entwicklung der Leerstände ggf. auch durch einzelhandelsferne Nutzungen
- Städtebauliche Aufwertung mit Schwerpunkt im westlichen und südlichen Teilbereich

### 6.1.7 Nahversorgungszentrum Wanfrieder Str.

Das Nahversorgungszentrum Wanfrieder Straße versorgt den westlichen Bereich der Kernstadt mit einem Angebotsschwerpunkt im qualifizierten Grundbedarf. Mit verkehrsgünstiger Lage an der B249 liegt zudem der Ortsteil Pfafferoode im Einzugsgebiet. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

#### Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Einzelhandelskonzept 2015 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als überwiegend sachgerecht darstellt und weitgehend fortgeschrieben wird; lediglich im nördlichen Bereich erfolgt mit der Aufnahme eines Gastronomiebetriebs als zentrenergänzende Funktion eine geringfügige Änderung der Umfassung.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 39 für das Nahversorgungszentrum Wanfrieder Str. dargestellt.



**Abbildung 39: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Wanfrieder Str.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Wanfrieder Str., welche über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, steht die Sicherung der bestehenden Angebote im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt.

---

## **ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM WANFRIEDER STR.**

- Fortschreibung des Standortbereich als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Wanfrieder Straße in der geänderten Umfassung
- Positivstandort insbesondere für Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Sicherung und Weiterentwicklung des Angebotes
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig), arrondierend auch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel
- Räumliche Versorgungsfunktion insb. für die westlichen Siedlungsbereiche der Kernstadt sowie Pfafferode
- Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- Stärkung der städtebaulichen Verknüpfung der beiden Magnetbetriebe, welche in unterschiedliche Himmelsrichtungen ausgerichtet sind, jedoch eingeschränkte Handlungsoptionen

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.6 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Mühlhausen/Thüringen ausgesprochen.

## 7.1 NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird in Mühlhausen/Thüringen die Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber deren Standorte nicht die Anforderungen der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt Mühlhausen/Thüringen dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln. Zur Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes müssen dabei die nachfolgend dargestellten Voraussetzungen erfüllt sein.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen der Stadt Mühlhausen/Thüringen. Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandelskonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

---

### KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung bzw. ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Ausrichtung auf Nahversorgung:** Das Einzelhandelsangebot (Bestand/geplant) ist überwiegend auf Nahversorgung ausgerichtet (90 % der Verkaufsfläche kurzfristiger Bedarf, abweichend max. Fachgeschäfte).
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei.

#### Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Querungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar.

### **ÖPNV-Erreichbarkeit**

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall i. d. R. als nicht erfüllt.

### **Ausrichtung auf Nahversorgung**

Das Einzelhandelsangebot eines Einzelhandelsbetriebes (Bestand/geplant) ist überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet. Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn mind. 90 % der Verkaufsfläche für den kurzfristigen Bedarf aufgewendet werden. Hiervon abweichen können max. Fachgeschäfte.

### **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung**

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll der Lebensmittelmarkt wesentlich zur Verbesserung der fußläufigen/wohnnahen Nahversorgungssituation beitragen.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus

einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.<sup>41</sup>

Im Folgenden werden die Standortbereiche mit strukturprägenden Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf die vorab genannten Kriterien überprüft:

**Tabelle 15: Prüfung der Standortbereiche mit strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort**

| Standortbereich                  | Städtebauliche Integration | ÖPNV-Erreichbarkeit | Ausrichtung auf Nahversorgung | Sicherung/ Optimierung der Nahversorgung | Fazit               |
|----------------------------------|----------------------------|---------------------|-------------------------------|------------------------------------------|---------------------|
| Mittelstraße (Netto)             |                            |                     |                               |                                          | NVS                 |
| Hinter der Harwand (Lidl)        |                            |                     |                               |                                          | NVS                 |
| Marcel-Verfaillie-Allee (Penny)  |                            |                     |                               |                                          | NVS                 |
| Eisenacher Straße (Netto)        |                            |                     |                               |                                          | NVS                 |
| Hollenbacher Landstraße (Norma)  |                            |                     |                               |                                          | NVS                 |
| Langensalzaer Landstraße (tegut) |                            |                     |                               |                                          | NVS <sup>42</sup>   |
| Wagenstedter Straße (Netto)      |                            |                     |                               |                                          | NVS                 |
| Papiermühlenweg (Kaufland)       |                            |                     |                               |                                          | niL, Sonderstandort |
| Industriestraße (E-Center)       |                            |                     |                               |                                          | niL, Sonderstandort |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; NVS = Nahversorgungsstandort, niL = nicht integrierte Lage.

Es zeigt sich hierbei, dass die Standortbereiche

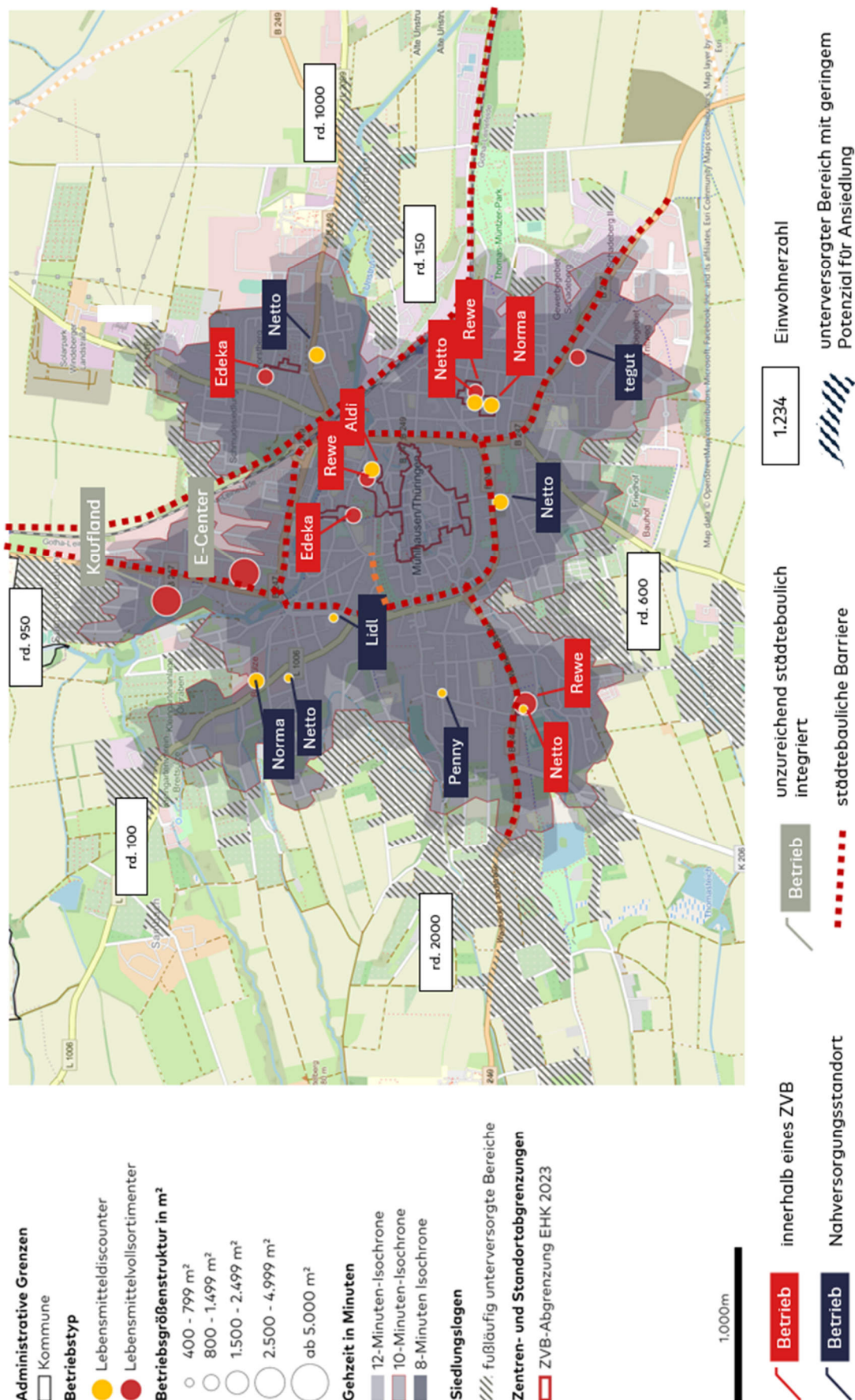
- **Mittelstraße (Netto)**
- **Hinter der Harwand (Lidl)**
- **Marcel-Verfaillie-Allee (Penny)**
- **Eisenacher Straße (Netto)**
- **Hollenbacher Landstraße (Norma)**
- **Langensalzaer Landstraße (Tegut)**
- **Wagenstedter Straße (Netto)**

in der Bestandssituation in hinreichendem Maße die Kriterien für Nahversorgungsstandorte erfüllen.

Abschließend wird die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Mühlhausen/Thüringen zusammenfassend kartographisch dargestellt (vgl. nachfolgende Abbildungen).

<sup>41</sup> Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

<sup>42</sup> Zudem Ausweisung als Sonderstandort (vgl. Kapitel 8.3)



**Abbildung 40: Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Mühlhausen/Thüringen (Kernstadt)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Karten-  
 grundlage: Stadt Mühlhausen.

## 7.2 HANDLUNGSPRIORITÄTEN

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Mühlhausen/Thüringen ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Mühlhausen/Thüringen aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

---

### EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN MÜHLHAUSEN/THÜRINGEN

#### **Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche**

- Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

#### **Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsstandorte entwickeln, sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln**

- Entwicklung, Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender konzeptkonformer Standorte
- Verbesserung der verbrauchernahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte (ggf. auch durch Optimierung des Fußwegenetzes)
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgungssituation auszuüben
- Orientierung an den Kriterien für Nahversorgungsstandorte bei betrieblichen Neuansiedlungen an konzeptionell wünschenswerte Standorte

#### **Ziel 3: keine Ansiedlungen sowie restriktiver Umgang mit Erweiterungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen**

- Keine Neuansiedlungen an städtebaulich nicht integrierten Standorten
- Bestehende Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz.<sup>43</sup> Der sogenannte aktive oder dynamische Bestandsschutz beinhaltet auch Maßnahmen zur Sicherung und Erhaltung des Eigentums im Rahmen des vorhandenen Bestandes. Diese Maßnahmen können auch genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen umfassen, die der Aufrechterhaltung des ausgeübten Eigentums dienen und auf Modernisierung abzielen. Des Weiteren umfasst

---

<sup>43</sup> Bestandsschutz wird aus dem Grundgesetz Artikel 14 abgeleitet. Der Bestandsschutz verleiht einem rechtmäßig begründeten Bestand und seiner Nutzung grundsätzlich Durchsetzungskraft gegenüber neuen ggf. entgegenstehenden Gesetzen und Anforderungen.

der aktive oder dynamische Bestandsschutz auch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandbetriebes im Sinne der Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung des Betriebes unbedingt notwendig sind und wenn hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Nahversorgung resultiert, ein entsprechender Nachweis der Verträglichkeit ist notwendig.

#### **Sonstige Empfehlungen:**

- grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Verbesserung der Nahversorgungssituation und wenn keine negativen Auswirkungen für die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung von alternativen Angeboten in kleineren Ortsteilen ohne das Kaufkraftpotenzial für einen eigenen marktgängigen „Standard“-Lebensmittelmarkt
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

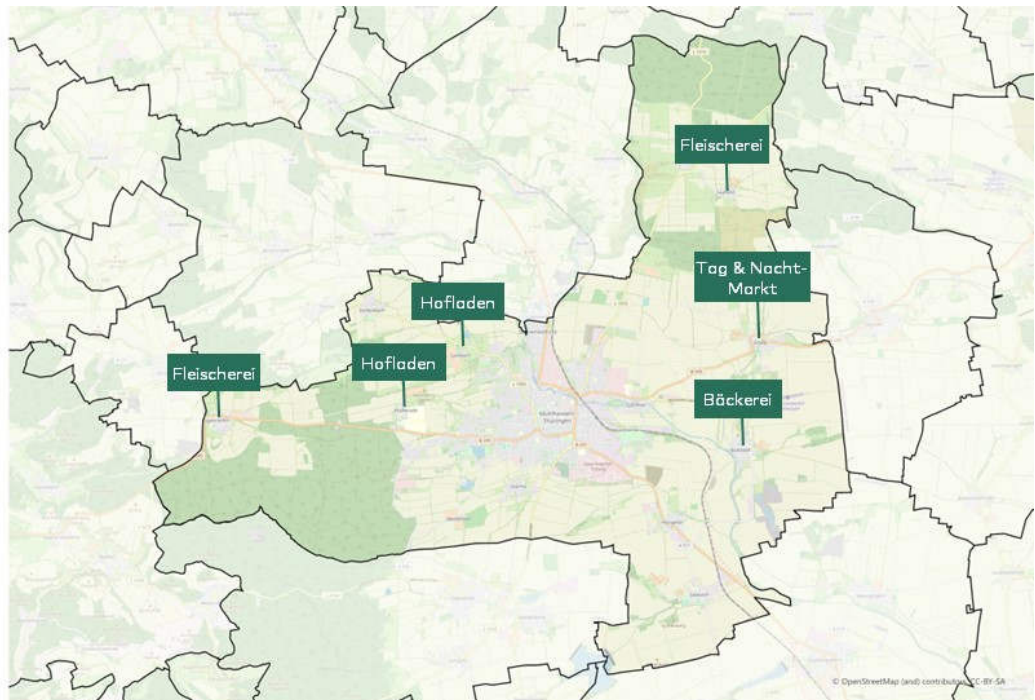
Für diese Empfehlungen gelten die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 11), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der verbrauchernahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

### **7.3 EMPFEHLUNGEN FÜR DIE MÜHLHÄUSER ORTSTEILE**

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden verbrauchernahen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Außerhalb der zentralen Orte sind keine weiteren strukturprägenden Lebensmittelmärkte ( $G\text{-VKF} > 400 \text{ m}^2$ ) verortet, hier bestehen jedoch kleinteilige nahversorgungsrelevante Angebote, wie beispielsweise Hofläden, Fleischer oder ein Tag- und Nacht-Markt (vgl. nachfolgende Abbildung und Tabelle).

Administrative Grenzen

□ Kommune



**Abbildung 41: (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

**Tabelle 16: (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Mühlhausen/Thüringen**

| Ortsteile                 | Ausstattung          |
|---------------------------|----------------------|
| Saalfeld                  | Fleischerei          |
| Grabe                     | Tag- und Nacht-Markt |
| Bollstedt                 | Bäckerei             |
| Pfafferode                | Hofladen             |
| Sambach                   | Hofladen             |
| Eigenrieden <sup>44</sup> | Fleischerei          |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023.

Diese übernehmen teilweise bedeutende Nahversorgungsfunktionen für die örtliche Bevölkerung, insbesondere vor dem Hintergrund einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung, die häufig mit einem Rückgang der individuellen Mobilität verbunden ist.

Die für die Ansiedlung von marktüblichen, strukturprägenden Lebensmittelmärkten notwendige Mantelbevölkerung von rd. 3.000 bis 5.000 Einwohnern (in Abhängigkeit von den örtlichen Strukturen) wird aktuell außerhalb der Kernstadt in keinem Ortsteil erreicht, so dass diese kaum rentabel betrieben werden könnten.

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

- Kleinflächenkonzepte/Multifunktionsladen
- Mobiler Handel (Verkaufswagen)

<sup>44</sup> Perspektivische Eingemeindung OT Eigenrieden 2024

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

Insbesondere für größere Ortsteile (ab min. 1.000 Einwohner) sind grundsätzlich Kleinflächenkonzepte eine Möglichkeit zur Stärkung der Nahversorgungssituation. Diese weisen zumeist eine Verkaufsfläche deutlich unterhalb der Großflächigkeitsschwelle auf und verfügen über ein eingeschränktes Sortiment, welches jedoch auf den Standort passgenau ausgerichtet ist. Die Organisationsform ist sehr different, sie reicht von ehrenamtlichen Modellen, Genossenschaftsmodellen bis hin zu filialisierten Konzepten. Neuere Konzepte weisen häufiger kein eigenes Verkaufspersonal auf, sondern setzen auf einen Zugang und die Abrechnung des Einkaufs via Chipkarte, so dass hier entsprechend Kosten eingespart werden können. Häufig sind diese Angebote auch kombiniert mit weiteren Nutzungen wie bspw. Dienstleitungen (Packstation, Annahmestelle für Reinigung o. ä.). Von hoher Bedeutung für die Etablierung und den dauerhaft rentablen Betrieb eines solchen Angebotes ist, dass die örtliche Bevölkerung sich damit identifiziert und dieses nicht nur als „Notlösung“ für einen gelegentlichen Vergesslichkeitseinkauf nutzt. Erfolgreich etabliert wurde ein entsprechender Markt im Ortsteil Grabe.

Gerade der mobile Handel in Form von Verkaufswagen ist im ländlichen Raum eine Alternative die Nahversorgung sicherzustellen, entweder als Spezialanbieter (z. B. Eier oder Fleisch) oder mit einem breiten gefächerten Sortiment als mobiler Laden. Eine zeitliche, wie räumliche Bündelung mehrerer Verkaufswagen bietet zudem die Möglichkeit der Schaffung eines „Minimarkts“ mit einem vielfältigeren Angebotsspektrum. Darüber hinaus können an Einzelhandelsbetriebe angegliederte Bringdienste das Nahversorgungsangebot in einem Ortsteil ergänzen und durch Attraktivitätssteigerung gleichzeitig dessen Marktdurchdringung erhöhen. Bisher gibt es in diesem Bereich jedoch keinen bundesweit tätigen Anbieter und auch hinsichtlich der Ausgestaltung der Angebote lassen sich deutliche Unterschiede feststellen.<sup>45</sup>

Eine weitere Alternative, die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen, sind Hofläden, welche meist als Direktverkauf landwirtschaftlicher Betriebe dienen. Diese Läden bieten zudem die Möglichkeit, durch eine Erweiterung einen Multifunktionsladen zu gestalten, welche dem Konsumenten, ähnlich wie Nahversorgungsagglomerationen oder Zentren vielfältige Kopplungsmöglichkeiten bieten können.

<sup>45</sup> Vgl.: Beckmann et al (2007): S. 51.

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen in Mühlhausen/Thüringen vier weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht. Im folgenden Kapitel werden die strukturprägenden Einzelhandelsagglomerationen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung der Standorte gegeben.

## 8.1 KONZEPTIONELLE EINORDNUNG VON SONDERSTANDORTEN

Im Sinne der gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Mühlhausen/Thüringen (vgl. Kapitel 5.2) sind mehrere Zielstellungen mit der Ergänzung durch Sonderstandorte verbunden. Diese sind in der Zielstellung des Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

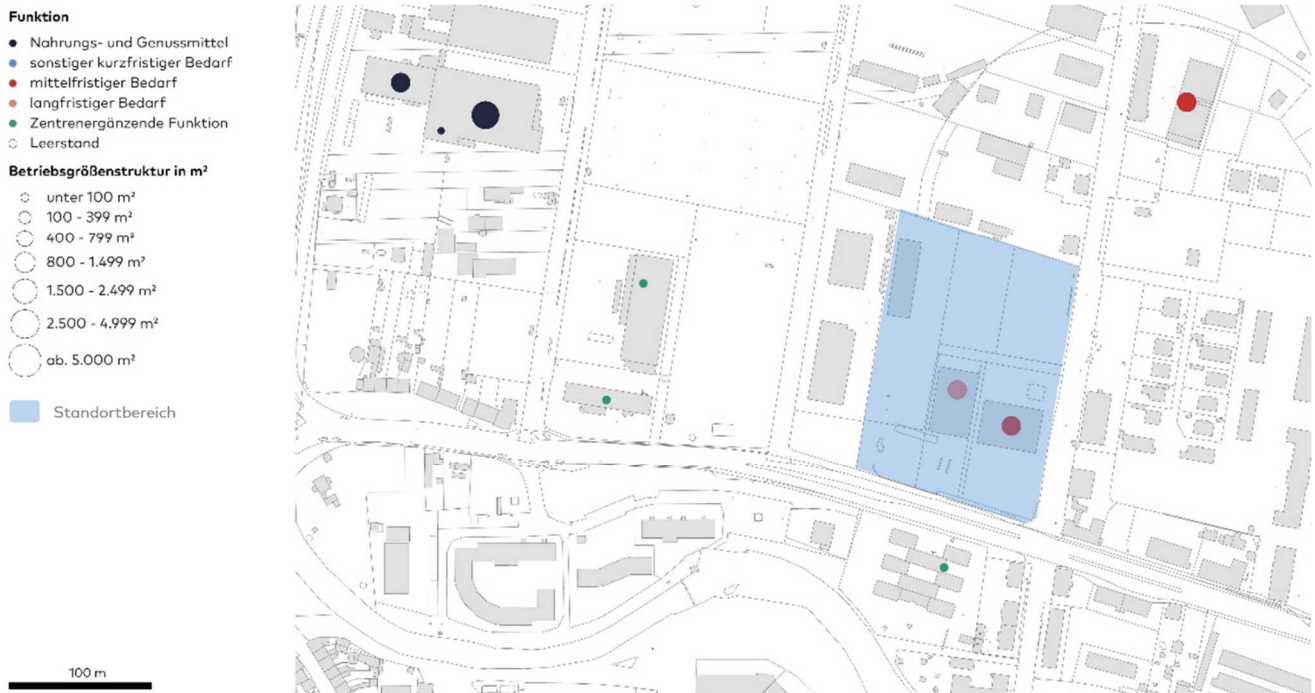
- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonder- und Fachmarktstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dies wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

## 8.2 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION WENDEWEHRSTRAßE

Im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen kann der Standortbereich an der Wendewehrstraße als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Mühlhausen/Thüringen identifiziert werden. Im Rahmen des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich an der Wendewehrstraße, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich verfügt durch die beiden Fachmärkte JYSK und TTM über Angebote im mittel- und langfristigen Sortimentsbereich und eine hohe Verkaufsflächenausstattung im nicht zentren sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiment.



**Abbildung 42: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Wendewehrstraße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Wendewehrstraße** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

### ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Sonderstandort
- Positivraum für Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment
- Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10% der GVF), einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger)
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment

### 8.3 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELS-AGGLOMERATION LANGENSALZAER LANDSTRAßE

Zusätzlich zum Standortbereich an der Wendewehrstraße kann im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen der Standortbereich an der Langensalzaer Landstraße als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Mühlhausen/Thüringen identifiziert werden. Der Standortbereich verfügt insbesondere über eine hohe Verkaufsflächenausstattung im Bereich der zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente (tegut, Deichmann).



**Abbildung 43: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Langensalzaer Landstraße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion wird dem Standortbereich im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes die Funktion eines Nahversorgungsstandortes zugewiesen, damit verbunden ist eine Sicherung und Weiterentwicklung des Lebensmittelmarktes. Darüber hinaus wird dem Standortbereich die Funktion eines Positivstandortes für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zugewiesen. Für den Standortbereich werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

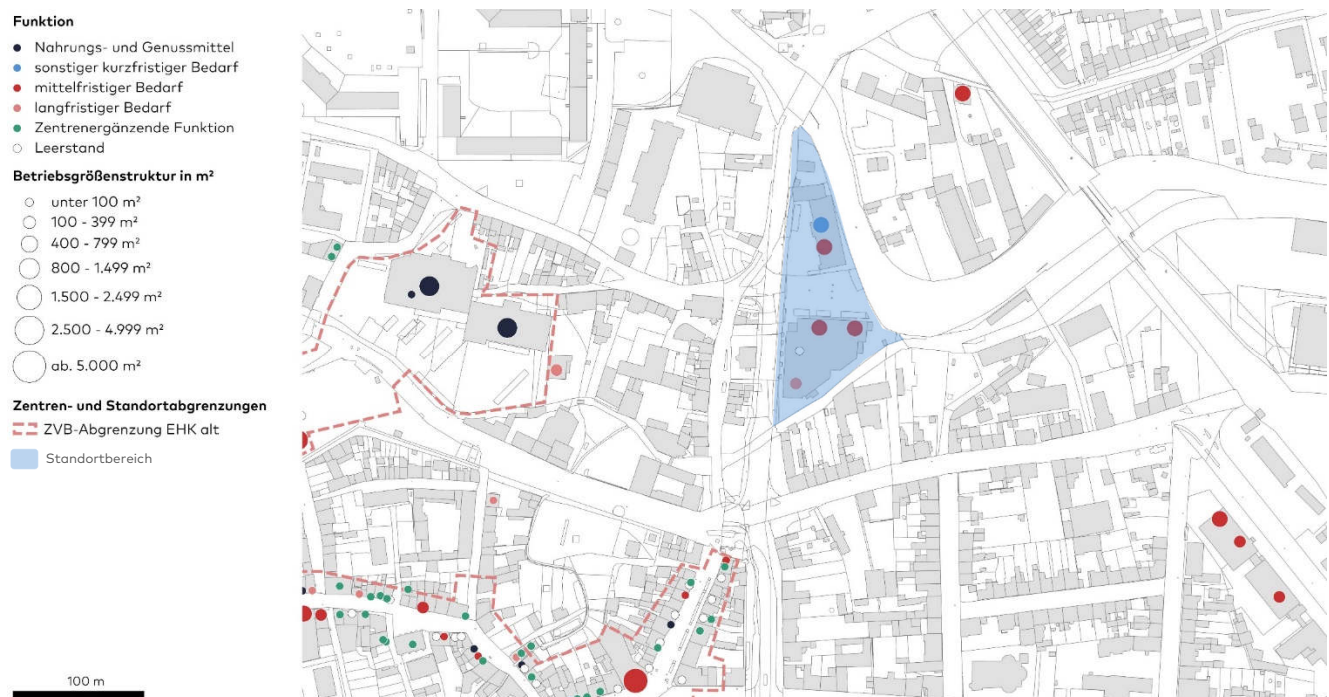
#### ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Positivstandort insbesondere für den Einzelhandel mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (Sonderstandort)
- Zudem Ausweisung des Standortbereichs als Nahversorgungsstandort (vgl. Tabelle 15)
- Im Falle eines Standortumbaus bei einem möglichen Ersatz von zentrenrelevanten Sortimenten zu zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten Einzelfallprüfung und Bewertung der städtebaulichen Auswirkung

- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentrenrelevanten Sortimenten (unter Beachtung möglicher Planungsschäden).

## 8.4 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELS-AGGLOMERATION KILIANSGRABEN

Als weiterer Standortbereich kann im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen der Standortbereich am Kiliansgraben als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Mühlhausen/Thüringen identifiziert werden. Im Rahmen des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich am Kiliansgraben, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich verfügt insbesondere über eine hohe Verkaufsflächenausstattung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimenten (u.a. Pfennigpfeifer, Action, Pepco) sowie im Bereich der nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente (u. a. Zoo & Co.).



**Abbildung 44: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Kiliansgraben**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Kiliansgraben** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

## ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Sonderstandort
- Positivstandort für Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10% der GVF), einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger)

- Bestehende Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz.<sup>46</sup> Der sogenannte aktive oder dynamische Bestandsschutz beinhaltet auch Maßnahmen zur Sicherung und Erhaltung des Eigentums im Rahmen des vorhandenen Bestandes. Diese Maßnahmen können auch genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen umfassen, die der Aufrechterhaltung des ausgeübten Eigentums dienen und auf Modernisierung abzielen. Des Weiteren umfasst der aktive oder dynamische Bestandsschutz auch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandbetriebes im Sinne der Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung des Betriebes unbedingt notwendig sind und wenn hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Nahversorgung resultiert, ein entsprechender Nachweis der Verträglichkeit ist notwendig.
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Vermeidung einer weiteren räumlichen Ausdehnung

## **8.5 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELS-AGGLOMERATION AMMERSCHE LANDSTRAßE**

Als vierter Standortbereich kann im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen der Standortbereich an der Ammerschen Landstraße als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Mühlhausen/Thüringen identifiziert werden. Im Rahmen des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich an der Ammerschen Landstraße, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich verfügt insbesondere über eine hohe Verkaufsflächenausstattung im Bereich der zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente (u.a. Kaufland, Euronics XXL) und im Bereich der nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente (u.a. Möbel Boss, Fressnapf).

---

<sup>46</sup> Bestandsschutz wird aus dem Grundgesetz Artikel 14 abgeleitet. Der Bestandsschutz verleiht einem rechtmäßig begründeten Bestand und seiner Nutzung grundsätzlich Durchsetzungskraft gegenüber neuen ggf. entgegenstehenden Gesetzen und Anforderungen.



**Abbildung 45: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Ammersche Landstraße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Ammersche Landstraße** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

## ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Sonderstandort
- Positivstandort für Einzelhandel mit nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10% der GVF, einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger)
- Bestehende Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz.<sup>47</sup> Der sogenannte aktive oder dynamische Bestandsschutz beinhaltet auch Maßnahmen zur Sicherung und Erhaltung des Eigentums im Rahmen des vorhandenen Bestandes. Diese Maßnahmen können auch genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen umfassen, die der Aufrechterhaltung des ausgeübten Eigentums dienen und auf Modernisierung abzielen. Des Weiteren umfasst der aktive oder dynamische Bestandsschutz auch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandbetriebes im Sinne der Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung des Betriebes unbedingt notwendig sind und wenn hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Nahversorgung resultiert, ein entsprechender Nachweis der Verträglichkeit ist notwendig.
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Vermeidung einer weiteren räumlichen Ausdehnung

<sup>47</sup> Bestandsschutz wird aus dem Grundgesetz Artikel 14 abgeleitet. Der Bestandsschutz verleiht einem rechtmäßig begründeten Bestand und seiner Nutzung grundsätzlich Durchsetzungskraft gegenüber neuen ggf. entgegenstehenden Gesetzen und Anforderungen.

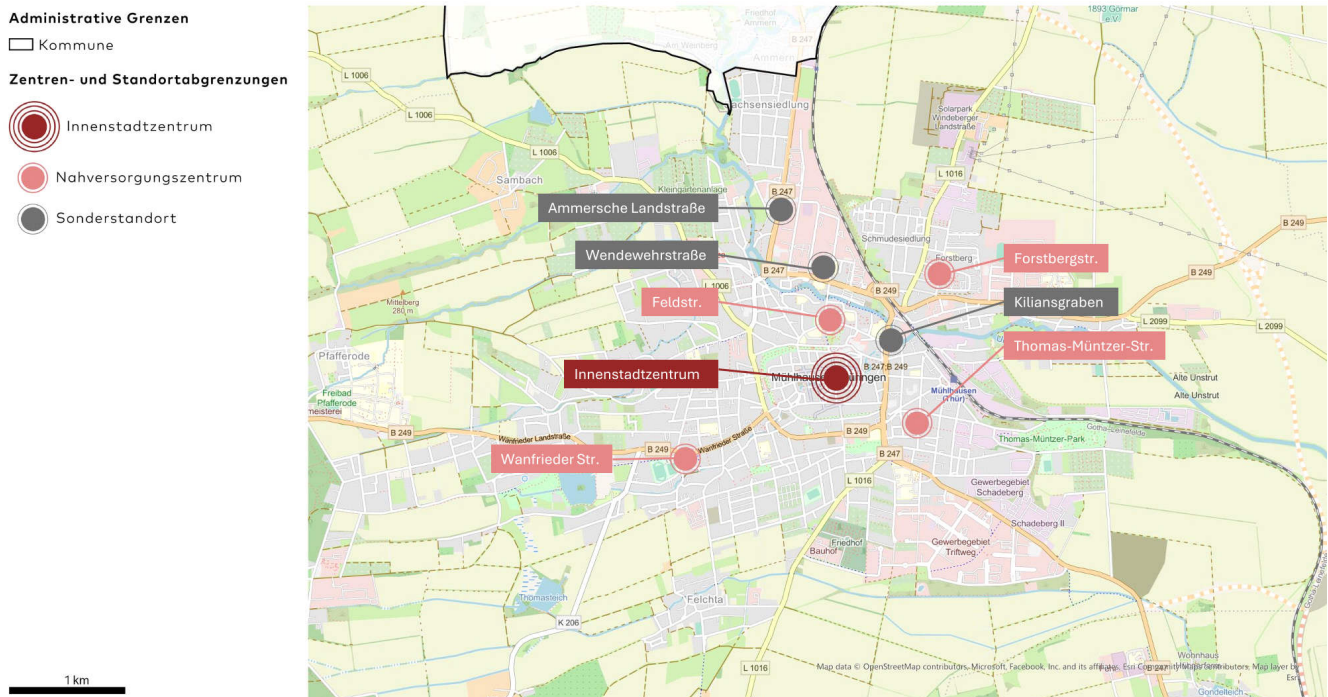
# 9

# Zentren- und Standortmodell

Der Hierarchisierung der Zentren wird das Grundprinzip einer funktional ausgeglichenen Aufgabenteilung zugrunde gelegt. Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts weitere Standorte mit spezifischen Funktionszuweisungen ausgewiesen, die eine räumlich ausgewogene Versorgung der Mühlhäuser Bevölkerung ermöglichen (vgl. nachfolgende Abbildung):

- Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel 7.1)
- Sonderstandorte (vgl. Kapitel 8)

Ergänzt werden diese Standorte durch weitere solitäre Einzellagen in städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen.



**Abbildung 46: Standortmodell für die Stadt Mühlhausen/Thüringen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02/2023; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2023; Kartengrundlage: Stadt Mühlhausen; aufgrund der Übersichtlichkeit wurde auf eine kartografische Darstellung der Nahversorgungsstandorte verzichtet.

Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Mühlhausen/Thüringen werden mit dem Hauptzentrum Innenstadt, den Nahversorgungszentren Feldstraße, Forstbergstraße, Thomas-Müntzer-Str. und Wanfrieder Str. insgesamt fünf zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Neben den zentralen Versorgungsbereichen verfügt die Stadt Mühlhausen/Thüringen über Nahversorgungsstandorte, die aus dem Bestand heraus nicht als zentraler Versorgungsbereich definiert werden, aufgrund ihrer Bedeutung für das gesamtstädtische Standortgefüge und die Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete aber dennoch als zusätzliche Standortkategorie eingeführt wurden. Als Sonderstandorte werden die Bereiche an der Wendewehrstraße, an der Ammerschen Landstraße und am Kiliansgraben aufgenommen.

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Mühlhausen/Thüringen als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Dabei wird die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2015 überprüft und in modifizierter Form fortgeschrieben.

## 10.1 METHODISCHE HERLEITUNG

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

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

---

## BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

### **Zentrenrelevant sind Sortimente,**

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

### **Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,**

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

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

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

Neben den Anforderungen der Rechtsprechung, unter Berücksichtigung der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der Sortimentsliste aus dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept 2015 ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Mühlhausen/Thüringen als sog. „Mühlhäuser Liste“.

## 10.2 SORTIMENTSLISTE FÜR MÜHLHAUSEN/THÜRINGEN

Im Ergebnis ergibt sich folgende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Stadt Mühlhausen/Thüringen:

**Tabelle 17: Sortimentsliste für die Stadt Mühlhausen/Thüringen (Kurzfassung)**

| zentrenrelevante Sortimente                                                                      | nahversorgungsrelevante Sortimente*            | nicht zentrenrelevante Sortimente**         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Augenoptik                                                                                       | (Schnitt-) Blumen                              | Baumarktsortiment i.e.S.***                 |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung)                                                                | Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)    | Bettwaren                                   |
| Briefmarken/Münzen                                                                               | Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren) | Fahrräder und Zubehör                       |
| Bücher                                                                                           | Pharmazeutische Artikel (Apotheke)             | Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz               |
| Campingartikel (ohne Campingmöbel)                                                               | Zeitungen/Zeitschriften                        | Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)             |
| Elektrokleingeräte                                                                               |                                                | Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)        |
| Elektrogroßgeräte                                                                                |                                                | Lampen/ Leuchten                            |
| Glas/Porzellan/Keramik                                                                           |                                                | Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)      |
| Hausrat/Haushaltswaren                                                                           |                                                | Pflanzen/ Samen                             |
| Heimtextilien                                                                                    |                                                | Sportgroßgeräte                             |
| Kinderwagen                                                                                      |                                                | Teppiche (ohne Teppichböden)                |
| Kürschnerwaren                                                                                   |                                                | Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere**** |
| Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle) |                                                |                                             |
| Lederwaren                                                                                       |                                                |                                             |
| Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)                                          |                                                |                                             |
| Musikinstrumente u. Musikalien                                                                   |                                                |                                             |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)                                            |                                                |                                             |
| Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf                                 |                                                |                                             |
| Parfümerieartikel und Kosmetika                                                                  |                                                |                                             |
| Schuhe                                                                                           |                                                |                                             |
| Spielwaren                                                                                       |                                                |                                             |
| Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)                                                             |                                                |                                             |
| Uhren/ Schmuck                                                                                   |                                                |                                             |
| Waffen/Jagdbedarf/Angeln                                                                         |                                                |                                             |
| Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände                 |                                                |                                             |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \*gleichzeitig auch zentrenrelevant; \*\*gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend; \*\*\* Baumarktsortiment im engeren Sinne umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/ Parket/Fliesen.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2015 ergeben sich mit der vorliegenden Fortschreibung somit folgende Änderungen:

- Zusammenfassung der Sortimente Eisenwaren, Werkzeuge, Badeinrichtungen, Sanitär, Fliesen sowie Farben, Lacke, Tapeten und Holz, Bauelemente zu Baumarktsortiment im engeren Sinne.
- Zuordnung der unter Antiquitäten, Silberwaren, Kofferwaren, Taschen, Reiseartikel, Geschenkartikel, Kunstgewerbe, Bilder/ Rahmen und Baby-/Kinderartikel subsumierten Sortimente auf eindeutig abgrenzbare Sortimente

- Zusammenfassen der Sortimente Lampen, Leuchten und Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf zu **Lampen/Leuchten**
- Aufgrund der überwiegend in nicht integrierten Lagen verorteten Verkaufsfläche: Einstufung Bettwaren, Lampen/Leuchten, zoologischer Bedarf und lebende Tiere sowie Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz als **nicht- zentrenrelevante Sortimente**
- Aufteilung des Sortiments Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Toto Lotto in die Sortimente **Zeitungen/Zeitschriften** und **Papier/Büroartikel/Schreibaren sowie Künstler- und Bastelbedarf**
- Aufgrund der überwiegend in integrierten Lagen verorteten Verkaufsfläche: Einstufung Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf und Campingartikel (ohne Campingmöbel) als **zentrenrelevantes Sortiment**
- Zusammenfassen der Sortimente Sanitätswaren, Optik zu **Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)**
- Zusammenfassen der Sortimente Bekleidung, Wäsche, Arbeitsbekleidung zu **Bekleidung (ohne Sportbekleidung)**
- Aufteilung des Sortiments Bücher, Spielwaren, Bastelartikel in die Sortimente **Bücher** sowie **Spielwaren** und **Papier/Büroartikel/Schreibaren sowie Künstler- und Bastelbedarf**
- Zusammenfassen der Sortimente Sportbekleidung und Sportartikel (kleinvolumig) zu **Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)**
- Aufteilung des Sortiments Hausrat, Glas/ Porzellan/ Keramik in die Sortimente **Hausrat/Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik** und **Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände**
- Zusammenfassen der Sortimente Foto/Zubehör, Akustik, Computer/ Zubehör, Telekommunikation und Elektroklein- und Großgeräte, Haushaltselektronik, Unterhaltungselektronik, Multimedia, TV in die Sortiment **Neue Medien/ Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger), Elektrokleingeräte** und **Elektro- großgeräte**
- Zusammenfassen der Sortimente Tabakwaren, Reformwaren und Nahrungs- und Genussmittel inkl. Getränke zu **Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)**
- Aufteilung des Sortiments Drogerie-/Parfümerie-/Apothekenwaren (inkl. Wasch- & Putzmittel) in die Sortimente **Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Parfümerieartikel und Kosmetika** und **Pharmazeutische Artikel (Apotheke)**

Für die kommunale Feinsteuierung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen (s. Anhang).

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Mühlhausen/Thüringen und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

## 11.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Mühlhausen/Thüringen insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

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

## 11.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR MÜHLHAUSEN/THÜRINGEN

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Mühlhausen/Thüringen empfohlen:

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

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment werden weiterhin auf den **ZVB Innenstadt** fokussiert, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.

In den hierarchisch nachgeordneten **ZVB Nahversorgungszentren Feldstraße, Forstbergstraße, Thomas-Müntzer-Straße und Wanfrieder Straße** sind diese hinsichtlich der Verkaufsfläche deutlich untergeordnet (i.d.R. deutlich kleinflächig) und nur zur Ergänzung der wohnortnahen Versorgung anzusiedeln.

In den **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment deutlich untergeordnet und nur zur Versorgung des „engeren Gebietes“ (Läden zur Versorgung des Gebietes) anzusiedeln.

**In nicht integrierten Lagen** sollen zukünftig Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Rahmen planungsrechtlicher Möglichkeit restriktiv gehandhabt werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Innenstadt Mühlhausen als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für den ZVB Innenstadt Mühlhausen daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Innenstadt Mühlhausen um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen begründet sich aus dem Schutz des ZVB Innenstadt vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten zentralen Versorgungsbereichen. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs dient und daraus keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Mühlhausen/Thüringen oder den Nachbarkommunen resultieren.

Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i. d. R. dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment eine strukturprägende Größenordnung nicht überschreiten und überwiegend das auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell im „engeren Gebiet“ begrenzt ergänzen.

**Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär auf die zentralen Versorgungsbereiche und sekundär auf Nahversorgungsstandorte konzentriert werden.**

Aufgrund der hohen Bedeutung als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz soll Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorrangig Im **ZVB Innenstadt** konzentriert werden, sofern sich geeignete Betriebsstandorte ergeben.

Zudem soll Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in den hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungszentren** angesiedelt

werden, hinsichtlich der Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel groß- und kleinflächig sowie untergeordnet in den sonstigen nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Zur Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung kann Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment auch nachgeordnet an Nahversorgungsstandorten (gemäß Prüfkriterien) angesiedelt werden, sofern mehr als unerhebliche, städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden.<sup>48</sup>

Unabhängig davon kann **in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** und deutlich nachgeordnet kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form von Lebensmittelhandwerk oder so genannter Nachbarschaftsläden oder Convenience-Stores als Ergänzung zur bestehenden Nahversorgungsstruktur zulässig sein, sofern er der Versorgung des „engeren Gebietes“ dient.

In städtebaulich **nicht integrierten Lagen** soll mit Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (als Ausnahme: Tankstellenshops, Kioske, Hofläden) restriktiv umgegangen werden. Ausnahmsweise können bei der Überplanung von Standortbereichen geringfügige Änderungen der Verkaufsfläche vorgenommen werden (bspw. innerhalb des Gebäudes, im Sinne eines dynamischen Bestandsschutzes), sofern eine wesentliche städtebauliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der verbrauchernahen Nahversorgung ausgeschlossen werden kann.

**Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär in den zentralen Versorgungsbereichen und an den Sonderstandorten angesiedelt werden. Darüber hinaus kann dieser grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet vorgesehen werden, sofern städtebauliche und/oder stadtentwicklungspolitische Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen.**

Aus städtebaulichen Gründen ist eine **Angebotsfokussierung** ratsam, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und eine Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortsicherung für Handwerksbetriebe sowie Betriebe des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes, entgegenzuwirken. Neben den Sonderstandorten sollte somit grundsätzlich auch die Möglichkeit zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in den zentralen Versorgungsbereichen geprüft bzw. mitgedacht werden (v. a. bei nicht großflächigen Planvorhaben).

Die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente ist außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf **bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche und maximal 800 m<sup>2</sup>** je Betrieb zu begrenzen.

---

<sup>48</sup> Neben den dargestellten Nahversorgungsstandorten können entsprechende Planvorhaben auch an Standorten entwickelt werden, die im hinreichenden Maße die Kriterien an Nahversorgungsstandorte erfüllen, sofern mehr als unerhebliche negative/schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungssituation ausgeschlossen werden können.

Es soll stets eine deutliche **inhaltliche Zuordnung** des Randsortiments zum Hauptsortiment gegeben sein.

Eine **ausdifferenzierte Steuerung** der Randsortimente soll im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen sowie unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben stattfinden.

**Leitsatz IV: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben.**

Zulässig sind derartige Betriebe, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und die Großflächigkeit nicht überschreitet. Eine Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.
- eine **Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m<sup>2</sup>** nicht überschreitet.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern sowie im Falle eines Handwerksbetriebs solche Waren, welche der Kunde des jeweiligen Gewerks als **branchenübliches Zubehör** betrachtet oder die im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

In jedem Fall ist eine solche Verkaufsstelle im Rahmen eines Genehmigungsverfahrens als „Fabrik- oder Werksverkauf“ bzw. als „Handwerksbetrieb mit Zubehör“ zu beantragen.

Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel“ auf Grundlage des § 31 Abs. 1 BauGB sind entsprechend sorgfältig in Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten (vgl. OVG NRW 10 A 1343/12; OVG NRW 2 D 13/14.NE).

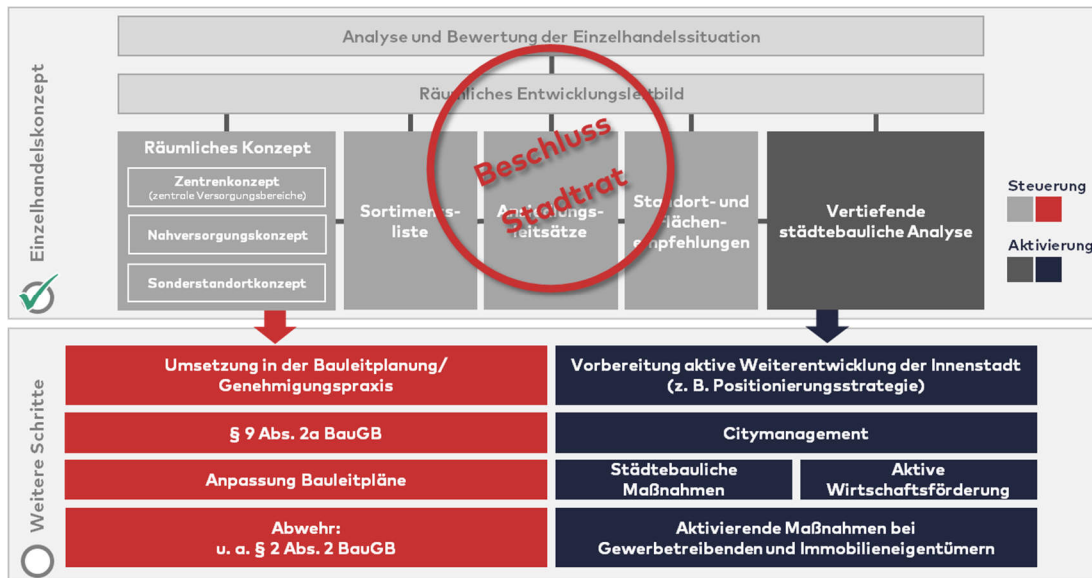
Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des § 35 BauGB.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Mühlhausen/Thüringen künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

Die Stadt Mühlhausen/Thüringen verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 47).

Ebenso stellt das Einzelhandelskonzept eine bedeutende Grundlage für die Abstimmung von Bauleitplänen benachbarter Kommunen dar. Dabei kann sich die Stadt Mühlhausen/Thüringen auf die ihr durch die Ziele Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre im Einzelhandelskonzept dargestellten zentralen Versorgungsbereiche berufen. Sind durch ein Planvorhaben jenseits der Stadtgrenzen Mühlhausens/Thüringen mehr als unerhebliche städtebaulich negative Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion bzw. auf die Entwicklungsziele der zentralen Versorgungsbereiche zu befürchten, sollte durch die Stadt Mühlhausen das Planvorhaben konsequent abgelehnt werden (bspw. in Form einer Stellungnahme im Rahmen des Bauleitplanverfahrens).



**Abbildung 47: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder eines Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa in den zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten sowie dem Online-Handel positionieren sollte. Eine entsprechende Positionierungsstrategie ist als umsetzungsorientierter Folgebaustein und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit diesem Konzept zu empfehlen.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

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

# Literatur- und Quellenverzeichnis

## LITERATUR

---

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017):** Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

**Freistaat Thüringen (2022):** Erster Entwurf zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms Thüringen in den Abschnitten 1.1 Handlungsbezogene Raumkategorien, 2.2 Zentrale Orte und überörtlich bedeutsame Gemeindefunktionen, 2.3 Mittelzentrale Funktionsräume und 5.2 Energie.

**Freistaat Thüringen (2018):** Regionalplan Nordthüringen. Entwurf zur Anhörung / Öffentlichen Auslegung vom 03.09.2018 bis einschließlich 08.11.2018.

**Thüringer Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr Referat M3 – Presse und Öffentlichkeitsarbeit (2014):** Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025. Erfurt.

**Gemeindeverwaltung Rodeberg:** Eigenrieden. Abgerufen am 20.11.2023.

**GMA (2015):** Einzelhandelskonzept für die Stadt Mühlhausen. Dresden.

**Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2023):** Retail Real Estate Report Germany 2023/2024. Bergisch Gladbach.

**Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017):** Online-Monitor 2017. Berlin.

**ILG Gruppe (Hrsg.) (2016):** Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

**ILG Gruppe (Hrsg.) (2017):** Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

**IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2021):** Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021. Köln.

**Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018):** Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

**Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen (2012):** Regionalplan Nordthüringen

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

## DATENBANKEN

---

**Bertelsmann Stiftung (2023):** Wegweiser Kommune

**EHI Retail Institute (Hrsg.):** handelsdaten.de

**Handelsverband Deutschland (Hrsg.):** einzelhandel.de

**Hystreet GmbH (2023):** Standorte

**Stadtverwaltung Mühlhausen/Thüringen (2023):** Bestandsstatistik

**Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.):** [regionalstatistik.de](https://www.regionalstatistik.de)

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** [destatis.de](https://www.destatis.de)

**Thüringer Landesamt für Statistik (TLS) (2021):** Ergebnisse der 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung. Erfurt 2021

# Abbildungsverzeichnis

| ABBILDUNG                                                                                                                                                                                                                    | SEITE |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Abbildung 1: Mittel- und Grundversorgungsbereich für das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Mühlhausen/Thüringen.....                                                                                         | 10    |
| Abbildung 2: Grundversorgungsbereich für das Mittelzentrum Mühlhausen .....                                                                                                                                                  | 11    |
| Abbildung 3: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes.....                                                                                                                                                            | 12    |
| Abbildung 4: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse .....                                                                                                                                                                       | 16    |
| Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel .....                                                                                                                                 | 18    |
| Abbildung 6: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten.....                                                                                                                                                           | 19    |
| Abbildung 7: Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz .....                                                                                                                                                     | 21    |
| Abbildung 8: Zentralörtliche Funktion Mühlhausen/Thüringen .....                                                                                                                                                             | 22    |
| Abbildung 9: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Mühlhausen/Thüringen und Umgebung.....                                                                                                                               | 26    |
| Abbildung 10: Befragungsergebnis „Wo befinden sich die Wohnorte ihrer Kundinnen und Kunden?“ .....                                                                                                                           | 27    |
| Abbildung 11: Einzugsgebiet der Stadt Mühlhausen/Thüringen .....                                                                                                                                                             | 27    |
| Abbildung 12: Einzelhandelsbestand in Mühlhausen/Thüringen nach Warengruppen und Lagebereichen.....                                                                                                                          | 29    |
| Abbildung 13: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Mühlhausen/Thüringen.....                                                                                                                                   | 33    |
| Abbildung 14: Befragungsergebnisse „Seit welchem Jahr befindet sich Ihr Geschäft am heutigen Standort?“ .....                                                                                                                | 34    |
| Abbildung 15: Befragungsergebnis „Wo befinden sich die Wohnorte ihrer Kundinnen und Kunden?“ .....                                                                                                                           | 35    |
| Abbildung 16: Befragungsergebnis „Haben Sie in den vergangenen drei Jahren eine oder mehrere der folgenden Veränderungen in Ihrem Einzelhandelsbetrieb durchgeführt oder planen Sie dies in den nächsten drei Jahren?“ ..... | 35    |
| Abbildung 17: Befragungsergebnisse „Über welche digitale Infrastruktur verfügt ihr Betrieb und in welcher Form sind Sie derzeit mit Ihrem Betrieb im Internet vertreten?“, n=44 .....                                        | 36    |
| Abbildung 18: Befragungsergebnis „Welche der folgenden Aspekte der Innenstadt von Mühlhausen sind für den Geschäftserfolg Ihres Betriebes besonders wichtig?“, n=50 .....                                                    | 36    |
| Abbildung 19: Befragungsergebnis „Welche Anregungen und Wünsche haben Sie für die Mühlhäuser Innenstadt?“ .....                                                                                                              | 37    |
| Abbildung 20: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....                                                                                                                    | 50    |

|               |                                                                                                         |     |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 21: | Räumliche Nahversorgungssituation von Mühlhausen/Thüringen.....                                         | 54  |
| Abbildung 22: | Räumliche Nahversorgungssituation in der Kernstadt Mühlhausen .....                                     | 55  |
| Abbildung 23: | Einwohnerprognose für Mühlhausen/Thüringen.....                                                         | 61  |
| Abbildung 24: | Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland....                                              | 62  |
| Abbildung 25: | Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel .....                                    | 63  |
| Abbildung 26: | Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz .....                                     | 64  |
| Abbildung 27: | Prognostizierte Entwicklung des Online-Handels bis 2027 differenziert nach Sortimenten .....            | 65  |
| Abbildung 28: | Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität.....                                             | 66  |
| Abbildung 29: | Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Mühlhausen/Thüringen.....                                  | 70  |
| Abbildung 30: | Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft).....                               | 72  |
| Abbildung 31: | Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen .....                                         | 74  |
| Abbildung 32: | Zentrenstruktur Mühlhausen 2015.....                                                                    | 76  |
| Abbildung 33: | Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Mühlhausen .....                     | 80  |
| Abbildung 34: | Innere Organisation des ZVB Innenstadt Mühlhausen.....                                                  | 81  |
| Abbildung 35: | Prozessuale Gestaltung eines strategischen Rahmenkonzeptes für die Innenstadtentwicklung .....          | 86  |
| Abbildung 36: | Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Feldstraße.....                                         | 87  |
| Abbildung 37: | Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Forstbergstraße .....                                   | 89  |
| Abbildung 38: | Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Thomas-Müntzer-Str. ....                                | 90  |
| Abbildung 39: | Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Wanfrieder Str. ....                                    | 91  |
| Abbildung 40: | Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Mühlhausen/Thüringen (Kernstadt) .....            | 96  |
| Abbildung 41: | (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Mühlhausen/Thüringen ..... | 99  |
| Abbildung 42: | Einzelhandelsstruktur Standortbereich Wendewehrstraße....                                               | 102 |
| Abbildung 43: | Einzelhandelsstruktur Standortbereich Langensalzaer Landstraße .....                                    | 103 |
| Abbildung 44: | Einzelhandelsstruktur Standortbereich Kiliansgraben.....                                                | 104 |
| Abbildung 45: | Einzelhandelsstruktur Standortbereich Ammersche Landstraße .....                                        | 106 |
| Abbildung 46: | Standortmodell für die Stadt Mühlhausen/Thüringen.....                                                  | 107 |

|               |                                                                                      |     |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 47: | Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive<br>Stadtentwicklungspolitik ..... | 117 |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|

# Tabellenverzeichnis

| TABELLE     | SEITE                                                                                                                |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tabelle 1:  | Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen.....13                                 |
| Tabelle 2:  | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen..... 25                                                           |
| Tabelle 3:  | Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet Mühlhausens ..... 28                                                             |
| Tabelle 4:  | Einzelhandelsbestand in Mühlhausen/Thüringen ..... 29                                                                |
| Tabelle 5:  | Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Mühlhausen/Thüringen..... 32                                 |
| Tabelle 6:  | Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Mühlhausen/Thüringen.....50                                  |
| Tabelle 7:  | Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich .....51                                                               |
| Tabelle 8:  | Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Mühlhausen/Thüringen..... 67      |
| Tabelle 9:  | Entwicklungsprognose für 2028 ..... 67                                                                               |
| Tabelle 10: | Bewertung der Stadtteil- und Nahversorgungszentren gem. Einzelhandelskonzept 2015 (Bestand) ..... 77                 |
| Tabelle 11: | Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung)..... 78               |
| Tabelle 12: | Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen) ..... 78          |
| Tabelle 13: | Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung) ..... 79                  |
| Tabelle 14: | Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit) ..... 79                        |
| Tabelle 15: | Prüfung der Standortbereiche mit strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort..... 95 |
| Tabelle 16: | (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Mühlhausen/Thüringen ..... 99           |
| Tabelle 17: | Sortimentsliste für die Stadt Mühlhausen/Thüringen (Kurzfassung) .....110                                            |
| Tabelle 18: | Sortimentsliste für die Stadt Mühlhausen/Thüringen (Langfassung) .....132                                            |

# Abkürzungsverzeichnis

|                |                                                      |            |                                   |
|----------------|------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------|
| <b>BauGB</b>   | Baugesetzbuch                                        | <b>VG</b>  | Verwaltungsgericht                |
| <b>BauNVO</b>  | Baunutzungsverordnung                                | <b>VKF</b> | Verkaufsfläche                    |
| <b>BBSR</b>    | Bundesinstitut für Bau-,<br>Stadt- und Raumforschung | <b>ZVB</b> | zentraler Versorgungsbe-<br>reich |
| <b>BVerfGH</b> | Bundesverfassungsge-<br>richtshof                    |            |                                   |
| <b>BVerwG</b>  | Bundesverwaltungsgericht                             |            |                                   |
| <b>Drog</b>    | Drogeriewaren                                        |            |                                   |
| <b>EH</b>      | Einzelhandel                                         |            |                                   |
| <b>EHK</b>     | Einzelhandelskonzept                                 |            |                                   |
| <b>EuGH</b>    | Europäischer Gerichtshof                             |            |                                   |
| <b>EW</b>      | Einwohner                                            |            |                                   |
| <b>GPK</b>     | Glas, Porzellan, Keramik                             |            |                                   |
| <b>GVKF</b>    | Gesamtverkaufsfläche                                 |            |                                   |
| <b>IZ</b>      | Innenstadtzentrum                                    |            |                                   |
| <b>LEP</b>     | Landesentwicklungspro-<br>gramm Thüringen            |            |                                   |
| <b>MIV</b>     | motorisierter Individualver-<br>kehr                 |            |                                   |
| <b>niL</b>     | städtebaulich nicht inte-<br>grierte Lage            |            |                                   |
| <b>NuG</b>     | Nahrungs- und Genussmit-<br>tel                      |            |                                   |
| <b>NVZ</b>     | Nahversorgungszentrum                                |            |                                   |
| <b>ÖPNV</b>    | öffentlicher Personennah-<br>verkehr                 |            |                                   |
| <b>OVG</b>     | Oberverwaltungsgericht                               |            |                                   |
| <b>OZ</b>      | Ortszentrum                                          |            |                                   |
| <b>PBS</b>     | Papier, Bürobedarf,<br>Schreibwaren                  |            |                                   |
| <b>siL</b>     | städtebaulich integrierte<br>Lage                    |            |                                   |
| <b>STZ</b>     | Stadtteilzentrum                                     |            |                                   |
| <b>USP</b>     | Unique Selling Point                                 |            |                                   |



# Glossar

## **Andienung**

Im Zusammenhang mit Einzelhandel versteht man unter Andienung die Anlieferungsmöglichkeiten, diese kann bspw. über einen Parkplatz oder einen speziell dafür vorgesehenen Bereich geschehen.

## **Betriebsform (Betriebstyp)**

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

## **Bindungsquote**

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- ( $> 100\%$ ) oder abfließt ( $< 100\%$ ). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

## **Curated Shopping**

Vertiefende und individuelle Stilberatung im stationären Einzelhandel, bei der der Berater bspw. auf Grundlage eines Fragebogens, in dem der Kunde seine Vorlieben angeben kann, eine konkrete Auswahl an Kleidungsstücken trifft.

## **Einzelhandel**

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

## **Einzelhandelsrelevante Nachfrage**

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

## **Fachgeschäft**

Spezialisierte und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens bei weniger als 400 m<sup>2</sup>. Neben

der Verkaufsflächengröße ist für die Abgrenzung zu Fachmärkten vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/ Bedienung) entscheidend.

### **Fachmarkt**

Betriebstyp der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentsspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Verkaufsfläche in der Regel > 400 m².

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

### **Factory-Outlet-Center (FOC)**

Großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische und freizeitorientierte Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe. In jüngerer Zeit fanden jedoch auch Ansiedlungen von Factory-Outlet-Centern in historischen Innenstädten statt (bspw. in Bad Münstereifel).

### **Fast- Fashion**

Unter fast-fashion ist ein Geschäftsmodell im Textileinzelhandel zu verstehen bei der die angebotene Kollektion laufend geändert wird (alle 1 bis 2 Monate). Die Zeit zwischen Design Erstellung und Verkauf durch den Handel wird somit drastisch reduziert. Durch das ständig sich ändernde Angebot soll der Kunde animiert werden, möglichst häufig eine Filiale aufzusuchen.

### **Fristigkeitsstufen**

Warengruppen lassen sich in 3 Fristigkeitsstufen - oder auch Bedarfsstufen genannt - aufteilen. Der kurzfristige Bedarf beinhaltet z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren und wird auch als periodischer Bedarf bezeichnet. Die mittelfristige Fristigkeitsstufe ist bereits dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen, entsprechende Sortimente werden mindestens über mehrere Wochen oder Monate genutzt. Typische Sortimente dieser Fristigkeitsstufe sind z.B. Bekleidung, Schuhe oder Sportartikel. Die Sortimente der langfristigen Bedarfsstufe werden über einen langen Zeitraum (bspw. mehrere Jahre) hinweg genutzt, entsprechende Sortimente sind bspw. Elektrowaren, Möbel und Uhren und Schmuck.

### **Kaufkraft**

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der

Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

### **Kaufkraftbindung**

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

### **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt in der Regel zwischen 700 – 1.400 m<sup>2</sup>, in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

### **Multi- und Cross Channel Vertriebsstrategien**

Multi-Channel bezeichnet einen mehrgleisigen Vertriebsweg des Handels. Bei diesem Ansatz existieren die verwendeten Vertriebskanäle nebeneinander, ohne jedoch miteinander verknüpft zu sein (bspw. Online Shop und stationäres Geschäft).

Handelsbetriebe mit Cross-Channel Strategie verfügen ebenfalls über mehrere Vertriebskanäle, diese sind jedoch miteinander verknüpft. Der Kunde kann somit bspw. ein Produkt online vorbestellen und in einer Filiale abholen, oder bspw. in einem Online-Shop die Warenverfügbarkeit vor Ort überprüfen oder aber den Artikel direkt online bestellen.

### **Nahversorgungszentrum (NVZ)**

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die verbrauchernahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

### **Same- Hour- Delivery/ One-Hour -Delivery**

Unter One-Hour-Delivery versteht man die Lieferung von Produkten innerhalb einer Stunde nach Bestellvorgang. Der Versandhändler „Amazon Prime“ hat dieses Liefersystem 2015 entwickelt, dieses ist jedoch nur Ballungsräumen für ein ausgewähltes Sortiment verfügbar.

### **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 – 75 % bei der Fläche (35 – 50 % des Umsatzes).

## **Sortiment**

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsortiment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsortiment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

## **In Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage /städtebaulich integrierte Lage**

Als in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbereich einzuordnen.

## **Nicht integrierte Lage (niL)/ autokundenorientierter Standort**

Nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den in Wohnsiedlungsbereichen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

## **Supermarkt**

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 2.500 m², das Sortiment umfasst überwiegend Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Weitere Sortimente werden nur auf einem geringen Verkaufsflächenanteil angeboten.

## **Trading down Prozess**

„Trading down“ bezeichnet den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

## **Umsatz**

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

## **Unique Selling Point (USP)**

Durch den Unique Selling Point wird der Mehrwert und das Alleinstellungsmerkmal eines Produkts herausgestellt. Übertragen auf die Innenstadt soll hierbei identifiziert werden, weshalb sich die Innenstadt positiv von anderen Innenstädten abhebt und zu einem Besuch anregt.

## **Verbrauchermarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Großformatiger Betriebstypus (rd. 2.500 - 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

## **Verkaufsfläche**

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken, Pfandrückgaberräume und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

## **Visitor-Journey**

Abgeleitet vom sog. „Customer Journey“ wird mit dem Visitor-Journey beschrieben, wie die Reise eines Innenstadtbesuches in verschiedenen Phasen strukturiert ist. Die Phasen gliedern sich in „Impuls“ zum Besuch der Innenstadt, „Information“ zum Angebot und sonstigen Aspekten der Innenstadt (bspw. deren Erreichbarkeit), „Besuch“ der Innenstadt, „Erlebnis“, das mit dem Innenstadtbesuch langfristig in Erinnerung bleibt (positiv/negativ) und „Bindung“, mit dem ein erneuter Innenstadtbesuch verbunden ist.

## **Warenhaus**

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Friseur, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m<sup>2</sup>, der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

## **Zentraler Versorgungsbereich**

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadt, Stadtteilzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren,

Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

### **Zentralitätskennziffer**

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.

# Anhang

**Tabelle 18: Sortimentsliste für die Stadt Mühlhausen/Thüringen (Langfassung)**

| Kurzbezeichnung Sortiment                                                                        | Nr. WZ 2008*                                | Bezeichnung nach WZ 2008*                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>zentrenrelevante Sortimente</b>                                                               |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Augenoptik                                                                                       | 47.78.1                                     | Augenoptiker                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung)                                                                | 47.71                                       | Einzelhandel mit Bekleidung                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Briefmarken und Münzen                                                                           | aus 47.78.3                                 | Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)                                                                                                                                  |
| Bücher                                                                                           | 47.61<br>47.79.2                            | Einzelhandel mit Büchern<br>Antiquariate                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Campingartikel (ohne Campingmöbel)                                                               | aus 47.64.2                                 | Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)                                                                                                                                                                                                 |
| Elektrogroßgeräte                                                                                | aus 47.54                                   | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)                                                                                                                                    |
| Elektrokleingeräte                                                                               | aus 47.54                                   | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)                                                                                                                                                                            |
| Glas/Porzellan/Keramik                                                                           | 47.59.2                                     | Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Hausrat/Haushaltswaren                                                                           | aus 47.59.9                                 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt) |
| Heimtextilien                                                                                    | aus 47.51                                   | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)                                  |
| Kinderwagen                                                                                      | aus 47.59.9                                 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)                                                                                                                                                                                                          |
| Kürschnerwaren                                                                                   | aus 47.71.0                                 | Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Einzelhandel mit Pelzwaren)                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle) | aus 47.51                                   | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)                                      |
| Lederwaren                                                                                       | 47.72.2                                     | Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)                                          | 47.74                                       | Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Musikinstrumente und Musikalien                                                                  | 47.59.3                                     | Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)                                            | 47.41<br>47.42<br>47.43<br>47.63<br>47.78.2 | Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software<br>Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten<br>Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik<br>Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern<br>Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen                           |
| Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf                                 | 47.62.2                                     | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Parfümerieartikel und Kosmetika                                                                  | aus 47.75                                   | Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)                                                                                                                                                                   |
| Schuhe                                                                                           | 47.72                                       | Einzelhandel mit Schuhen                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Spielwaren                                                                                       | 47.65                                       | Einzelhandel mit Spielwaren                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Sportartikel (inkl. Sportbekleidung und -schuhe; ohne Campingartikel)                            | aus 47.64.2                                 | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)<br>Einzelhandel mit Schuhen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportschuhen)                                                                                       |
| Uhren/Schmuck                                                                                    | 47.77                                       | Einzelhandel mit Uhren und Schmuck                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Waffen/Jagdbedarf/Angeln                                                                         | aus 47.78.9<br>aus 47.64.2                  | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)<br>Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)                                                                                                   |

---

|                                                                                  |             |                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände | aus 47.78.3 | Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) |
|                                                                                  | aus 47.59.9 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)                                                        |
|                                                                                  | aus 47.62.2 | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)                                                                             |

| Kurzbezeichnung Sortiment                                                                 | Nr. WZ 2008* | Bezeichnung nach WZ 2008*                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>                                    |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| (Schnitt-)Blumen                                                                          | aus 47.76.1  | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)                                                                                                                                                                                 |
| Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)                                               | aus 47.75    | Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)                                                                                                                                |
|                                                                                           | aus 47.78.9  | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)                                                                                                                                                                                                |
| Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)                                            | aus 47.2     | Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)                                                                                                                                                                                                     |
| Pharmazeutische Artikel (Apotheke)                                                        | 47.73        | Apotheken                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Zeitungen/Zeitschriften                                                                   | 47.62.1      | Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**</b> |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Baumarktsortiment i. e. S.***                                                             | aus 47.52.1  | Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleiseisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten) |
|                                                                                           | 47.52.3      | Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                           | aus 47.53    | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)                                                                                                                                                       |
|                                                                                           | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)                                                                                                                      |
|                                                                                           | aus 47.78.9  | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)                                                                                                                                                                                      |
| Bettwaren                                                                                 | aus 47.51    | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)                                                                                                                                                       |
| Fahrräder und Zubehör                                                                     | 47.64.1      | Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör                                                                                                                                                                                                                             |
| Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz                                                             | aus 47.53    | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Gardinen und Sicht-/Sonnenschutz)                                                                                                                                                  |
| Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)                                                           | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)                                                                                                                                 |
|                                                                                           | aus 47.52.1  | Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleiseisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)   |
| Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)                                                      | 45.32        | Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                           | aus 45.40    | Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)                                                                                                                                                                      |
| Lampen/Leuchten                                                                           | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)                                                                                                                                                                 |
| Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)                                                    | 47.59.1      | Einzelhandel mit Wohnmöbeln                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                           | 47.79.1      | Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                           | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)                                                                                                                                                           |
| Pflanzen/Samen                                                                            | aus 47.76.1  | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)                                                                                                                                                                               |
| Sportgroßgeräte                                                                           | aus 47.64.2  | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)                                                                                                                                                                     |
| Teppiche (ohne Teppichböden)                                                              | aus 47.53    | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)                                                                                                                                                    |
| Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere****                                               | aus 47.76.2  | Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren                                                                                                                                                                                                                            |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \*WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; \*\*Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Mühlhausen/Thüringen als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; \*\*\*umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen. \*\*\*\*gleichzeitig kurzfristiger Bedarf

---

## **KONTAKT**

### **Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de  
www.stadt-handel.de  
Amtsgericht Dortmund  
Handelsregisternummer  
PR 3496  
Hauptsitz Dortmund

#### **Standort Dortmund**

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

#### **Standort Hamburg**

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

#### **Standort Karlsruhe**

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

#### **Standort Leipzig**

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