



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lorsch

Auftraggeber: Stadt Lorsch

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, am 31.12.2015

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, erhielt im Mai 2014¹ den Auftrag der Stadt Lorsch, zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für Lorsch aus dem Jahr 2007/2008. Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als Grundlage für eine strategische und städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet dienen. Ergänzend erfolgt die Erarbeitung eines Vergnügungsstättenkonzeptes für das Stadtgebiet.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde vereinbarungsgemäß seitens der EGL (Entwicklungsgesellschaft Lorsch) eine Kompletterhebung des Einzelhandels im Stadtgebiet durchgeführt.

Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für zukünftige bauplanungsrechtliche Entscheidungen in der Stadt Lorsch. Zur Bearbeitung standen der GMA Informationen des Auftraggebers, des Hessischen Statistischen Landesamtes und des Statistischen Bundesamtes zur Verfügung. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 31.12.2015
BE WRJ wym

¹ Auftrag zur Aktualisierung nach stadtinterner Abstimmung erfolgte im Juli 2015.

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung	7
3. Methodische Vorgehensweise	8
3.1 Bauplanungsrecht	10
3.2 Landes- und Regionalplanung	12
II. Situationsanalyse Einzelhandels in Lorsch	14
1. Makrostandort Lorsch	14
2. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Stadt Lorsch	17
2.1 Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt	17
2.2 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen	19
2.3 Einzelhandelsbestand nach Betriebstypen und –größenstrukturen	21
2.4 Einzelhandelsausstattung im Vergleich	22
3. Veränderungen im Einzelhandelsbestand seit 2007 / 2008	23
4. Nahversorgungssituation (Status quo-Situation)	24
III. Nachfragesituation	27
1. Marktgebiet und Kaufkraftpotenziale	27
1.1 Abgrenzung des Marktgebiets für die Stadt Lorsch	27
1.2 Kaufkraftpotenzial 2014 in der Stadt Lorsch	29
2. Position des Einzelhandelsstandortes Lorsch in der Region	30
IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Lorsch	32
1. Standortrahmenbedingungen für den Einzelhandel in Lorsch	32
2. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2020	33
3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel Lorsch	34
4. Standortbezogene Entwicklungsmöglichkeiten	40
V. Einzelhandelskonzept für die Stadt Lorsch	46
1. Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes Lorsch	46

2.	Sortimentskonzept	48
2.1	Zur Methodik der Sortimentsdifferenzierung	48
2.2	„Lorscher Sortimentsliste 2015“	50
3.	Standortkonzept	57
3.1	Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	57
3.2	Zentraler Versorgungsbereich gemäß Regionalplan Südhessen	59
3.3	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Lorsch“	62
3.4	Gewerbegebiete	64
3.5	Weitere Regelungen	65
4.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	66
VI.	Zusammenfassung	68

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die CIMA GmbH hat zuletzt im Jahr 2007/2008 eine Untersuchung der Einzelhandelssituation in Lorsch erarbeitet. Es wurde damals eine vollständige Erhebung sämtlicher Betriebe des Einzelhandels und des Ladenhandwerks nach Umsatzschwerpunkt durchgeführt und die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lorsch, mit Fokus auf die Innenstadt, untersucht. Ergänzend wurden Befragungen der Einzelhändler, Gastronomen, Haushalte und Touristen vorgenommen. Dieses Konzept soll nun für das gesamte Stadtgebiet fortgeschrieben und um Aussagen zu Entwicklungsoptionen in verschiedenen Standortbereichen ergänzt werden.

Vor diesem Hintergrund ist das Einzelhandelskonzept insgesamt fortzuschreiben, um der Stadt Lorsch eine zukunftsorientierte Entwicklung zu ermöglichen. Die vorliegende Untersuchung soll unter Beachtung der Potenziale die Basis für eine geordnete Weiterentwicklung der Stadt liefern.

Bei der Fortschreibung des Konzeptes werden über das vorangegangene Einzelhandelskonzept von 2008 hinaus die Aussagen und Zielsetzungen

- /// des „Stadtentwicklungsplans 2000plus“ (2001) sowie
- /// des „Kommunalen Handlungskonzeptes Lorsch“ (2008)

berücksichtigt.

Im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Untersuchung werden im Wesentlichen folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- /// Darstellung aktueller Trends in der Einzelhandelsentwicklung, im Zusammenhang mit Veränderungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens
- /// Darstellung wesentlicher Strukturdaten für Lorsch
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Lorsch
- /// Abgrenzung des Marktgebietes für den Einzelhandel und Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials
- /// Ableitung von Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Lorsch, differenziert nach Branchen und Standorten.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau Einzelhandelskonzept Lorsch


GMA-Darstellung 2015

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss der städtischen Gremien wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen². Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die Entwicklungsgesellschaft Lorsch (EGL) erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, des hessischen statistischen Landesamtes sowie Datenmaterial des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lorsch aus dem Jahr 2007 / 08 zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen³ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Lorsch Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels⁴ von der EGL im Juli 2015 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

² vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

³ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

⁴ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Unterhaltungselektronik / Multimedia	Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Elektrohaushaltsgeräte	sog. weiße Ware wie Spül- oder Waschmaschinen, Kühlschrank, Herd etc.
Haushaltswaren, Heimtextilien	Glas / Porzellan / Keramik (GPK), Heimtextilien, Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe
Möbel, Einrichtung	Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2015

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

- /// zentrale Lagen (Lagen in zentralen Versorgungsbereichen einer Kommune)
- /// siedlungsräumlich integrierte Lagen (Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug [ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in min. zwei Himmelsrichtungen])

- /// siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug [ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung])

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Lorschener Stadtgebiet analysiert und bewertet. Ein besonderer Focus lag dabei auf den **zentralen Lagen**. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

3.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- /// in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- /// Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- /// liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

3.2 Landes- und Regionalplanung

Als Prüfgrundlage für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – im Folgenden die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Hessen (2000) sowie im Regionalplan Südhessen 2010, heranzuziehen.

Bei Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien zu beachten:

1. Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot
2. siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot
3. Beeinträchtigungsverbot.

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele im LEP Hessen 2000 genannt:⁵

„Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren (zentrale Ortsteile) in Betracht. In begründeten Ausnahmefällen, z. B. zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen, ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) zulässig. Hierbei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu.“

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen.“

Siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot:

„Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen ‚Siedlungsbereichen‘ zulässig.“ (Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind (z. B. Baustoff-, Bau-, Garten-, Reifen-, Kraftfahrzeug-, Brennstoffmärkte), können davon ausgenommen werden.“ (Städtebauliches Integrationsgebot).

Beeinträchtigungsverbot:

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, z. B. städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen.“

⁵ Landesentwicklungsplan Hessen 2000. Grundsätze und Ziele zu „Großflächigen Einzelhandelsvorhaben“ Pkt. 4.1.2 Ausweisung von Flächen für Siedlungszwecke – Grundsätze und Ziele.

Nach den Hinweisen und Erläuterungen des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Einzelhandelserlass 2005) ist i. d. R. davon auszugehen, dass wesentliche, also nicht nur unerhebliche Beeinträchtigungen der städtebaulichen und funktionalen Integrität zentraler Orte dann vorliegen, wenn bei der Gesamtheit der von einem Vorhaben betroffenen innenstadtrelevanten Sortimente Umsatzverlagerungen aus innerörtlichen Geschäftslagen von ca. 10 % zu erwarten sind.

Im **Regionalplan Südhessen 2010** (Kapitel 3.4.3) werden die Vorgaben für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe weiter konkretisiert:

„Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nur in den Ober- und Mittelzentren zulässig. Dabei ist die Verkaufsfläche von Einzelhandelsprojekten so zu bemessen, dass der angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet.

Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Sie sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete unter Erreichbarkeit mit einem für Größe und Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens angemessenen ÖPNV zu integrieren. Von großflächigen Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von integrierten Geschäftszentren (zentralen Versorgungsbereichen) in der Gemeinde und in anderen Gemeinden sowie auf die verbrauchernahe Versorgung in der Gemeinde zu erwarten sein. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, zum Beispiel städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen oder Maßnahmen nach dem Gesetz zur Förderung von innerstädtischen Geschäftsquartieren – INGE.

Regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten (siehe Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den - für die Mittel- und Oberzentren in Abbildung 5 gebiets-scharf dargestellten - zentralen Versorgungsbereichen innerhalb der „Vorranggebiete Siedlung“ anzusiedeln.

Regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (siehe Sortimentsliste in der Begründung) sind nach Möglichkeit den zentralen Versorgungsbereichen zuzuordnen. Wenn hier nach Prüfung keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen, ist die Ansiedlung und Erweiterung solcher Betriebe in die in Abbildung 5 dargestellten Ergänzungsstandorte zu lenken. Von großflächigen Einzelhandelsvorhaben an anderer Stelle dürfen nach Art, Lage und Größe keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungskerne in der Gemeinde oder in andere Gemeinden zu erwarten sein. Zentrenrelevante Randsortimente sind insgesamt auf maximal 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 800 qm Verkaufsfläche zu begrenzen.“

II. Situationsanalyse Einzelhandels in Lorsch

1. Makrostandort Lorsch

Die Karolingerstadt Lorsch im Kreis Bergstraße ist im Landesentwicklungsplan Hessen als **Mittelzentrum** eingestuft. Dem Mittelbereich Lorsch ist das Kleinzentrum Einhausen zugeordnet. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Heppenheim (5 – 6 km), Bensheim (6 – 7 km) und Bürstadt (7 - 8 km).

Die **Erreichbarkeit** ist in Bezug auf das überregionale Verkehrsnetz durch den direkten Anschluss an die Autobahn A 67 / 5 als sehr gut zu bewerten. Die hohe Verkehrsgunst von Lorsch wird ergänzt durch leistungsfähige Straßenverbindungen nach Heppenheim (B 460) und Worms - Bürstadt – Bensheim (B 47).

Zum 31.12.2014 zählte Lorsch 13.559 Einwohner⁶. Die Bevölkerungsentwicklung verlief in den zurückliegenden Jahren aufgrund der Ausweisung neuer Wohngebiete positiv. Gegenüber 2003 ist ein deutliches Bevölkerungswachstum von ca. 7,2 % festzuhalten (Kreis Bergstraße: - 1,2 %). Auch im regionalen Vergleich zeigt Lorsch eine sehr positive Entwicklung.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich

	2003	2013 / 2014	Veränderung in %
Lorsch	12.643	13.559*	+ 7,2
Bensheim	39.205	40.497*	+ 3,2
Heppenheim	25.457	24.968**	- 1,9
Bürstadt	15.325	16.483**	+ 7,6
Kreis Bergstraße	265.852	262.768***	- 1,2

Quelle: Hessische Gemeindestatistik sowie Daten der Kommunen ((* 31.12.2014; ** 31.12.2013; *** 30.06.2014)

Siedlungsstrukturell weist die Stadt einen relativ kompakten Siedlungskörper auf, der sich zwischen den Trassen der BAB 67 und der B 460 erstreckt. Die Bahntrasse sowie die B 47 trennen im Norden der Stadt kleinere Wohnbereiche sowie Gewerbegebiete (u. a. In der Wolfshecke, In der Viehweide und Im Daubhart) von der restlichen Kernstadt ab. Insgesamt sind damit „natürliche“ Begrenzungen für die weitere Siedlungsentwicklung in Lorsch gesetzt.

⁶ Quelle: Stadt Lorsch (Stand: 31.12.2014), nur Hauptwohnsitze.

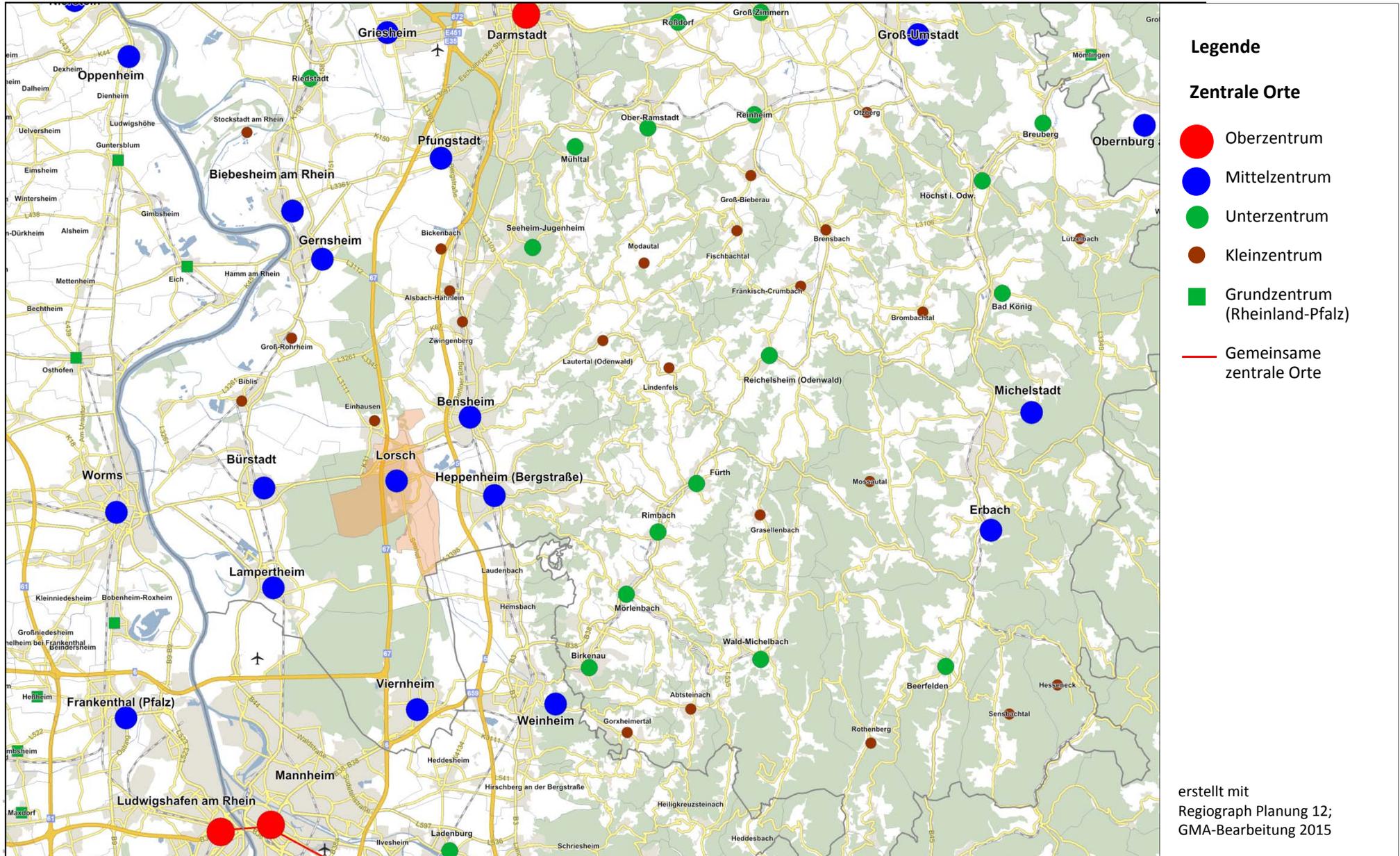
Tabelle 3: Makrostandortprofil Lorsch im Überblick

Kriterien / Untersuchungsraum	Werte für Lorsch
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einwohner 31.12.2014 ¹	13.559
Bisherige Einwohnerentwicklung ²	2003 – 2014
- Lorsch	- positiv (+ 7,2 %)
- Kreis Bergstraße	- leicht rückläufig (- 1,2 %)
Bevölkerungsprognose ²	2014 – 2020
- Lorsch	- positiv (+ 5 %)
- Kreis Bergstraße	- leicht rückläufig (- 1 %)
Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2013 ³	Bundesdurchschnitt = 100
- Lorsch	- überdurchschnittlich (105,8)
- Kreis Bergstraße	- leicht überdurchschnittlich (103,9)
- Land Hessen	- leicht überdurchschnittlich (103,4)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2013 ⁴	3.102
Pendlersaldo 2013 ⁴	- 1.743
Wirtschaftsstruktur 30.06.2013 ⁴	- Land- und Fortwirtschaft, Fischerei: <1 % - Produzierendes Gewerbe (ohne Baugewerbe): 27 % - Handel, Gastgewerbe, Verkehr: 63 % - Unternehmensdienstleister (öffentlich und privat): 33 %
Arbeitslosenquote Juli 2015	
- JC Bergstraße ⁵	4,0 %
- RD Darmstadt ⁵	4,9 %
Touristische Bedeutung ⁴ 2013 sowie Entwicklungen seit 2007 in Lorsch	
- Übernachtungen	8.669 (- 5 %)
- Ankünfte	2.483 (+ 2 %)
- durchschnittliche Aufenthaltsdauer	3,5 Tage (3,8 Tage)

¹ Stadt Lorsch² Statistisches Landesamt Hessen 31.12.2002 / 31.12.2012³ MB Research 2014, Nürnberg⁴ Hessische Gemeindestatistik 2014 (30.06.2014)⁵ Bundesagentur für Arbeit; JC = Jobcenter; RD = Regionaldirektion

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2015

Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur



2. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Stadt Lorsch

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandels im Juli 2015 durch Mitarbeiter der Entwicklungsgesellschaft Lorsch (EGL). Dabei wurden die Betriebe nach Umsatzschwerpunkt den einzelnen Warengruppen zugeordnet. Diese wurden nach der Fristigkeit des Einkaufs in eine kurz-, mittel- und langfristige Bedarfsdeckung unterschieden. Bei den Verkaufsflächen- und Umsatzangaben wurden die Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

2.1 Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt

Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Lorsch insgesamt **104 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 22.135 m²**. Die **Bruttoumsatzleistung beträgt ca. 62,6 Mio. €**.

Hiervon entfallen auf den **Nahrungs- und Genussmittelbereich**

- /// 38 Betriebe (ca. 37 % des Gesamtbestandes)
- /// ca. 8.990 m² Verkaufsfläche (ca. 41 % der Gesamtverkaufsfläche)⁷
- /// ca. 35,0 Mio. € Bruttoumsatz (ca. 56 % des Gesamtumsatzes).¹

Auf den **Nichtlebensmittelbereich** entfallen

- /// 66 Betriebe (ca. 63 % des Gesamtbestandes)
- /// ca. 13,145 m² VK (ca. 59 % der Gesamtverkaufsfläche)¹
- /// ca. 27,6 Mio. € Bruttoumsatz (ca. 44 % des Gesamtumsatzes).¹

⁷ Mehrbranchenbetriebe wie z. B. Lebensmittelmärkte nach Hauptwarengruppen aufgeteilt; Umsatzschätzung GMA 2014/15

Karte 2: Standortgefüge im Einzelhandel in Lorsch

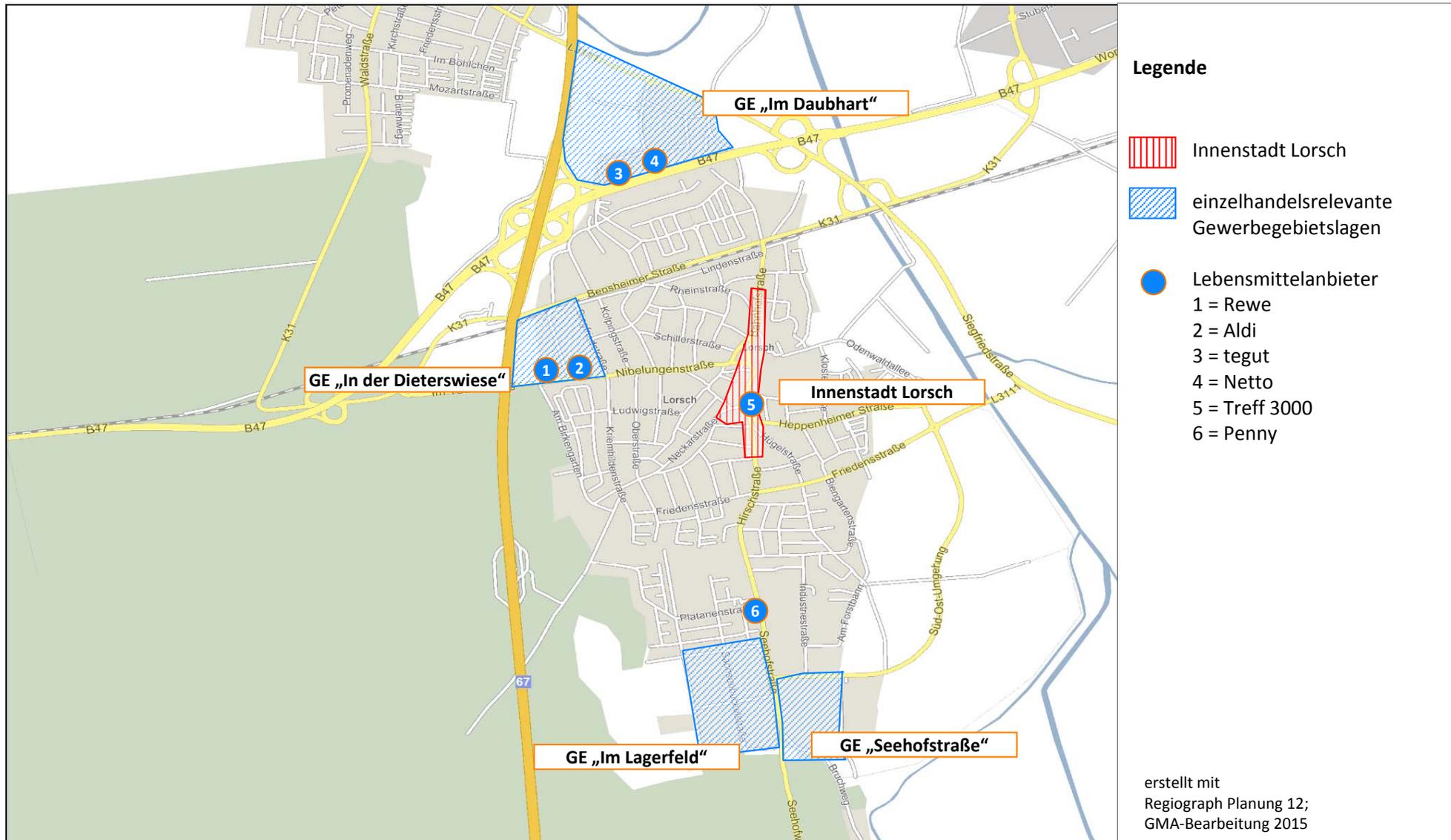


Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in der Stadt Lorsch nach Hauptwarengruppen 2015

	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche in m ² **
Nahrungs- und Genussmittel	38	8.990
Gesundheit, Körperpflege	6	1.240
Blumen, zool. Bedarf	4	935
kurzfristiger Bedarf insgesamt	48	11.165
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7	380
Bekleidung, Schuhe, Sport	14	1.130
mittelfristiger Bedarf insgesamt	21	1.510
Elektrowaren, Medien, Foto	4	105
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	2.195
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	9	6.280
Optik / Uhren, Schmuck	6	340
Sonstige Sortimente	6	540
langfristiger Bedarf insgesamt	35	9.460
Nichtlebensmittel insgesamt	66	13.145
Einzelhandel insgesamt	104	22.135

* Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt

** Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt

Quelle: Erhebung durch EGL im Juli 2015, Zusammenstellung GMA

Differenziert nach **Bedarfsbereichen** ergibt sich wie in der obigen Tabelle detailliert dargestellt, folgende prozentuale Verteilung:

///	kurzfristiger Bedarf:	48 Betriebe (46 %)	11.165 m ² VK (50 %)
///	mittelfristiger Bedarf:	21 Betriebe (20 %)	1.510 m ² VK (7 %)
///	langfristiger Bedarf:	35 Betriebe (34 %)	9.460 m ² VK (43 %)

2.2 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Die **räumliche Verteilung** der Einzelhandelsbetriebe zeigt, dass aufgrund der kleinteiligen Strukturen zwar ein Großteil der Betriebe in der Lorschener Innenstadt (ca. 54 %) angesiedelt sind, hinsichtlich der Verkaufsfläche nimmt die Innenstadt jedoch mit einem Anteil von rd. 17 % nur eine untergeordnete Rolle ein. Auf den zweiten Einzelhandelsschwerpunkt „dezentrale Lagen“ entfallen ca. 22 % der Betriebe und ca. 69 % der Verkaufsflächen. Einen weiteren Anteil der Verkaufsflächen nehmen die Streulagen mit rd. 3.125 m² (ca. 14 % der Verkaufsfläche) und 25 Betrieben bzw. 24 % ein.

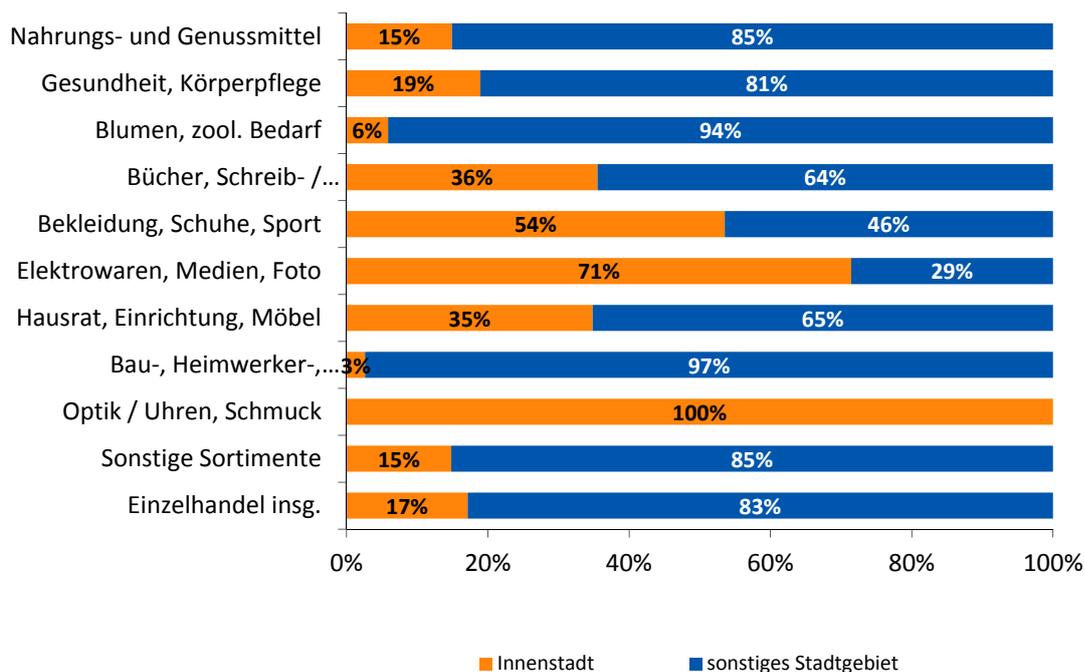
Tabelle 5: Einzelhandelsbestand der Stadt Lorsch nach Lagen

Standortlage	Betriebe		Verkaufsfläche	
	Anzahl	Anteil am Gesamtbestand in %	in m ²	Anteil am Gesamtbestand in %
Innenstadt	56	54	3.795	17
Streu- und Nebenlagen	25	24	3.125	14
dezentrale / periphere Lagen	23	22	15.215	69
Gesamt	104	100	22.135	100

Quelle: EGL-Erhebung; Rundungsdifferenzen möglich

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung der Verkaufsflächen im Einzelhandelsbestand nach Lagen und Hauptwarengruppen. Dabei wird ersichtlich, dass ein Großteil der Verkaufsfläche der typischerweise innenstadtprägenden Sortimente wie z. B. Optik, Uhren / Schmuck und Bekleidung / Schuhe / Sport überwiegend in der Innenstadt vorzufinden sind. Der Innenstadtanteil für die Sortimentsgruppe „Bücher / Schreib- und Spielwaren“ liegt zwar nur bei 36 %. Weitere 40 % sind jedoch in Streulagen, aber nicht dezentralen Lagen verortet. Nicht innenstadtrelevante Sortimente wie Bau- und Heimwerkerbedarf befinden sich vornehmlich außerhalb der Innenstadt. Im Lebensmittelbereich entfallen bis auf den Treff 3000-Markt sowie kleinere Anbieter alle Märkte auf dezentrale bzw. Streulagen.

Abbildung 2: Einzelhandelsbestand in Lorsch nach Hauptwarengruppen und Lagen (bezogen auf Verkaufsflächen)



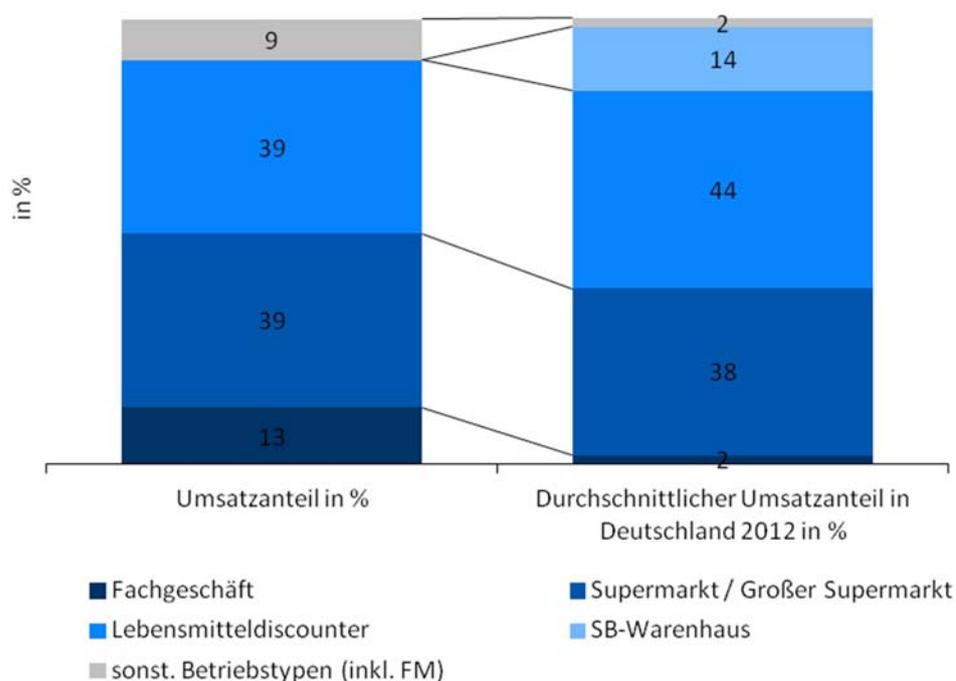
Quelle: Erhebungen EGL Lorsch 2015

2.3 Einzelhandelsbestand nach Betriebstypen und –größenstrukturen

Die **Betriebstypenstruktur** ist durch einen hohen Anteil an Fachgeschäften gekennzeichnet. Ca. 74 % der Betriebe sind als Fachgeschäfte einzuordnen. Dem Fachmarktsegment können 11 % der Betriebe zugeordnet werden. 6 % der Betriebe entfallen auf Super- und Discountmärkte. Hinsichtlich der Verkaufsfläche nehmen die Fachgeschäfte hingegen nur einen Anteil von 15 % ein. Auf Fachmärkte entfallen rd. 44 % der Verkaufsfläche und auf Supermärkte und Lebensmitteldiscounter ca. 33 %.

Für den Nahrungs- und Genussmittelsektor kann ein Vergleich der Umsatzanteile in Lorsch mit dem Bundesdurchschnitt vorgenommen werden. Die Umsatzverteilung wird in Lorsch klar von Discountern und Supermärkten geprägt. Dies spiegelt auch die Verteilung im Bundesdurchschnitt wider. Der Umsatzanteil der Fachgeschäfte im Nahrungs- und Genussmittelsektor in Lorsch fällt dagegen deutlich stärker als im Bundesdurchschnitt aus.

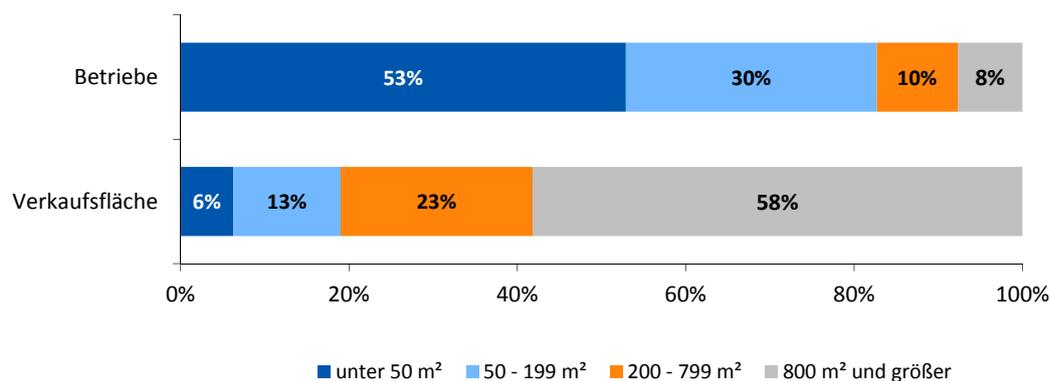
Abbildung 3: Vergleich der Umsatzanteile nach Betriebstyp im Lebensmittelbereich mit den Durchschnittswerten



GMA-Berechnungen 2015

Bei Betrachtung der **Größenstruktur** wird deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Lorsch v. a. durch Kleinbetriebe geprägt wird. 84 % der Betriebe weisen Verkaufsflächen von < 200 m² auf. Ihnen kommt jedoch nur ein Verkaufsflächenanteil von ca. 19 % zu. Großflächige Betriebe mit Verkaufsflächen > 800 m² stellen nur einen Anteil von 8 % an den Einzelhandelsbetrieben in Lorsch, nehmen jedoch einen Verkaufsflächenanteil von 59 % in Anspruch. Auf mittelgroße Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 200 - 800 m², die 9 % am Betriebsanteil ausmachen, entfallen etwa 22 % der Verkaufsflächen in Lorsch.

Abbildung 4: Einzelhandelsbestand in Lorsch nach Größenklassen



Quelle: Erhebungen EGL 2015

2.4 Einzelhandelsausstattung im Vergleich

Für ein besseres Verständnis der Einzelhandelsausstattung der Stadt Lorsch soll in diesem Schritt ein interkommunaler Vergleich gezogen werden. Grundlage hierfür sind sogenannte Versorgungskennziffern, die die Einzelhandelsausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl beziehen und somit vergleichbar machen. Als weitere Vergleichsmöglichkeit dienen bundesweite Durchschnittswerte von ähnlich großen Kommunen (10.001 – 15.000 EW) gemäß einer GMA-Kennziffernstudie. Allerdings sind diese Vergleichskennziffern nur als Orientierungswerte und nicht als Ziel- oder Richtwerte zu verstehen.

Beim Vergleich mit anderen Kommunen der Größenklasse 10.000 bis 15.000 Einwohner zeigt sich ein differenziertes Bild:

- /// die Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich ist gut
- /// der Nichtlebensmittelbereich hat noch Entwicklungspotenzial.

Bei der Betrachtung der Verkaufsflächenkennziffer⁸ wird deutlich, dass im Nahrungs- und Genussmittelbereich die Verkaufsflächenausstattung mit 674 m² je 1.000 Einwohnern über dem Durchschnitt von 582 m² je 1.000 Einwohner rangiert. Im Nichtlebensmittelbereich zeigt sich

⁸ Mehrbranchenunternehmen nach Sortimenten aufgeteilt.

eine deutliche schlechtere Ausstattung in Lorsch von 968 m² je 1.000 Einwohner im Vergleich mit dem GMA-Durchschnittswert von 1.212 m² je 1.000 Einwohner. Jedoch sind bei der Einordnung der Ausstattungskennziffern im Nichtlebensmittelbereich zum einen die räumlichen Nähe und gute Anbindung an die Mittelzentren Heppenheim und Bensheim und die Nähe zu weiteren leistungsstarken Standorten wie dem Rhein-Neckar-Zentrum in Viernheim und Loop5 in Weiterstadt als Gründe für den unterdurchschnittlichen Besatz in diesem Bereich anzuführen.

3. Veränderungen im Einzelhandelsbestand seit 2007 / 2008

Mit den durch die CIMA GmbH im Jahr 2007 / 08⁹ erhobenen Daten ist ein sortimentsbezogener Abgleich nur bedingt möglich, da die Daten der EGL bzw. der GMA eine sortimentsgenaue Betrachtung vornehmen. Eine sortimentsgenaue Zuordnung der Verkaufsflächen sowie der Umsätze war vor dem Hintergrund der damaligen Aufgabenstellung nicht erforderlich.

Bei der Beschränkung auf die Kategorien „Lebensmittel“ und „Nichtlebensmittel“ zeigt sich in der Gegenüberstellung¹⁰, dass

- /// die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich mit + 4.460 m² deutlich zugenommen,
- /// die Verkaufsfläche im Nonfoodsegment mit + 2.205 m² weniger stark zugenommen und
- /// die Gesamtverkaufsfläche bedingt durch die Entwicklung im Lebensmittelsegment ein Zuwachs um 6.665 m² sich deutlich positiv entwickelt hat.

Der Verkaufsflächenzuwachs im Lebensmittelsegment lässt sich auf die Neuansiedlungen von tegut und Netto sowie die Erweiterungen / Verlagerungen von Rewe und Penny zurückführen. Im Non-Food-Segment ist auf die Berücksichtigung der Außenfläche des Schmitt & Graf-Baumarktes sowie die Ansiedlungen im Segment Drogeriewaren (dm) bzw. Bekleidung (KiK) hinzuweisen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Bedeutung der Stadt Lorsch als Einzelhandelsstandort, insbesondere durch den Nahrungs- und Genussmittelsektor, gewachsen ist. Dabei ist ergänzend darauf hinzuweisen, dass sich die Wettbewerbssituation durch das Wachstum der Mittelstädte im Umland in den letzten Jahren deutlich verschärft hat. Teilweise ist die Ausweitung des Besatzes v. a. im Lebensmittelbereich, auch auf den Bevölkerungszuwachs (+ 7,2 %) zurückzuführen. Hinzu kommt die Bedeutung des Tourismus in Lorsch, der nicht zu vernachlässigende Umsatzanteile im Handel in Lorsch generiert.

⁹ Quelle: CIMA (2007): Standortcheck Einzelhandel in der Stadt Lorsch; CIMA (2008): Funktionssicherung der Innenstadt Lorsch – Strategisches Einzelhandelskonzept.

¹⁰ Im Abgleich muss zudem die veränderte Erhebungssystematik (CIMA / GMA) berücksichtigt werden. Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt

4. Nahversorgungssituation (Status quo-Situation)

Die Analyse des **Einzelhandelsbestandes** im Lebensmittelbereich in Lorsch zeigt in quantitativer Hinsicht insgesamt eine sehr gute Angebotssituation. So ist hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung in Lorsch im Vergleich mit Kommunen ähnlicher Größe eine überdurchschnittliche Ausstattung festzustellen.

Unabhängig von den quantitativen Ausstattungswerten soll im Folgenden eine qualitative Bewertung der Lebensmittelversorgung erfolgen. Dabei interessiert zum einen die Lage der Lebensmittelmärkte zu den Wohnschwerpunkten, d. h. inwiefern eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist. Zum anderen soll eine Einschätzung hinsichtlich der Zukunftsfähigkeit bzw. möglicher Modernisierungsbedarfe gegeben werden. Darüber hinaus ist für eine gute qualitative Grundversorgung der Mix an unterschiedlichen Betriebstypen ausschlaggebend. In der folgenden Karte ist die aktuelle Nahversorgungsstruktur in Lorsch hinsichtlich der wesentlichen Lebensmittelmärkte inkl. der fußläufigen Entfernungen von 500 m dargestellt. Bei dieser Entfernung kann davon ausgegangen werden, dass die Märkte noch fußläufig von Kunden aus dem Wohnumfeld aufgesucht werden.

Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung sollte für eine nachhaltige Stadtentwicklung die wohnortnahe Versorgung v. a. mit Lebensmitteln in Lorsch möglichst flächendeckend gesichert und zielgerichtet weiterentwickelt werden.

Folgende Nahversorgungsstandorte können im Lorscher Stadtgebiet genannt werden:

Tabelle 6: Nahversorgungsstandort im Lorscher Stadtgebiet

Anbieter / Betriebstyp*	Versorgungsgebiet	Verkaufsfläche
tegut (SM) Netto (DISC)	Nördliches Stadtgebiet / nördlich der Bahnlinie (Viehweide) Einhausen	3.120 m ²
Rewe (SM) Aldi (DISC)	Westliches Stadtgebiet	2.570 m ²
Penny (DISC)	Südliches Stadtgebiet	940 m ²
Treff 3000 (DISC)	Innenstadt	550 m ²
Nahversorgungsstandorte in Lorsch insgesamt		7.180 m²

* SM = Supermarkt, DISC = Discounter

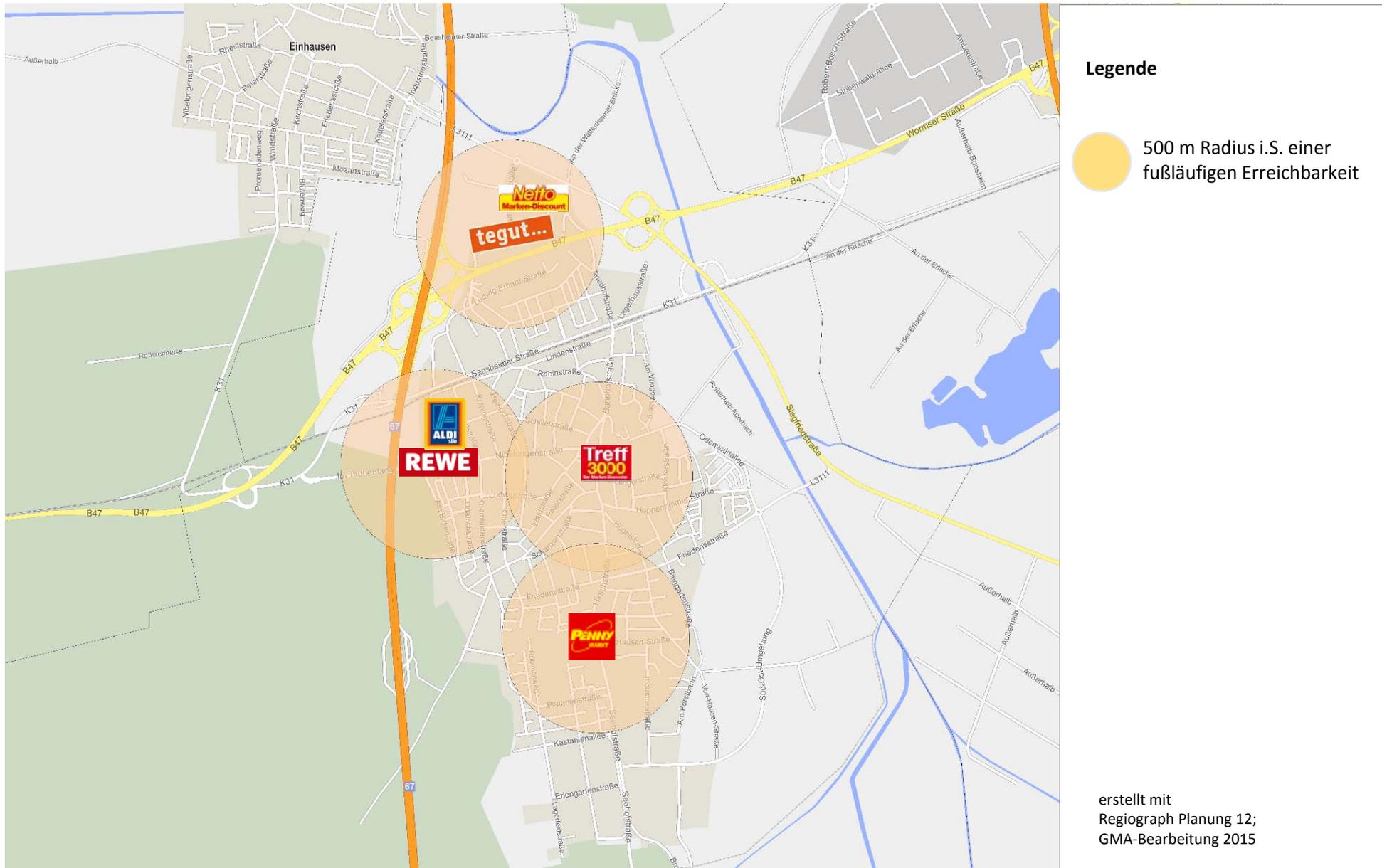
Quelle: EGL-Erhebung; Rundungsdifferenzen möglich

Derzeit kann die räumliche Nahversorgungssituation in Lorsch als weitestgehend ausreichend bezeichnet werden. Einzig die Bereiche zwischen Rheinstraße / Bahntrasse und nördlich der

Bensheimer Straße und Karlstraße / Friedhofstraße sowie weitere Bereiche an den Rändern der 500 m-Radien weisen hypothetisch ein gewisses Ausstattungsdefizit auf.

Hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung und des Marktauftrittes blieben allerdings der Treff 3000-Markt sowie der Penny-Markt hinter denen der aktuell üblichen Märkte zurück. Das Angebot in der Innenstadt von Lorsch wird neben dem Treff 3000-Markt vorwiegend durch kleinflächige Spezialanbieter sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks vorgehalten. Ein Erhalt dieser Strukturen ist auch für die Zukunft anzustreben.

Karte 3: Nahversorgungssituation in Lorsch



III. Nachfragesituation

1. Marktgebiet und Kaufkraftpotenziale

1.1 Abgrenzung des Marktgebiets für die Stadt Lorsch

Die Abgrenzung des Marktgebietes stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Es dient zudem der Berechnung der Kaufkraftströme für Lorsch. Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung und Einteilung des Marktgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur) und die daraus zu ziehenden Schlussfolgerungen
- /// die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- /// die Angebotssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse aus bisherigen Untersuchungen in Lorsch und anderen Untersuchungen in der Region (u a. Bensheim, Heppenheim, Bürstadt etc.).

Vor dem Hintergrund der genannten Aspekte lässt sich für den Einzelhandelsstandort Lorsch folgendes Marktgebiet abgrenzen:

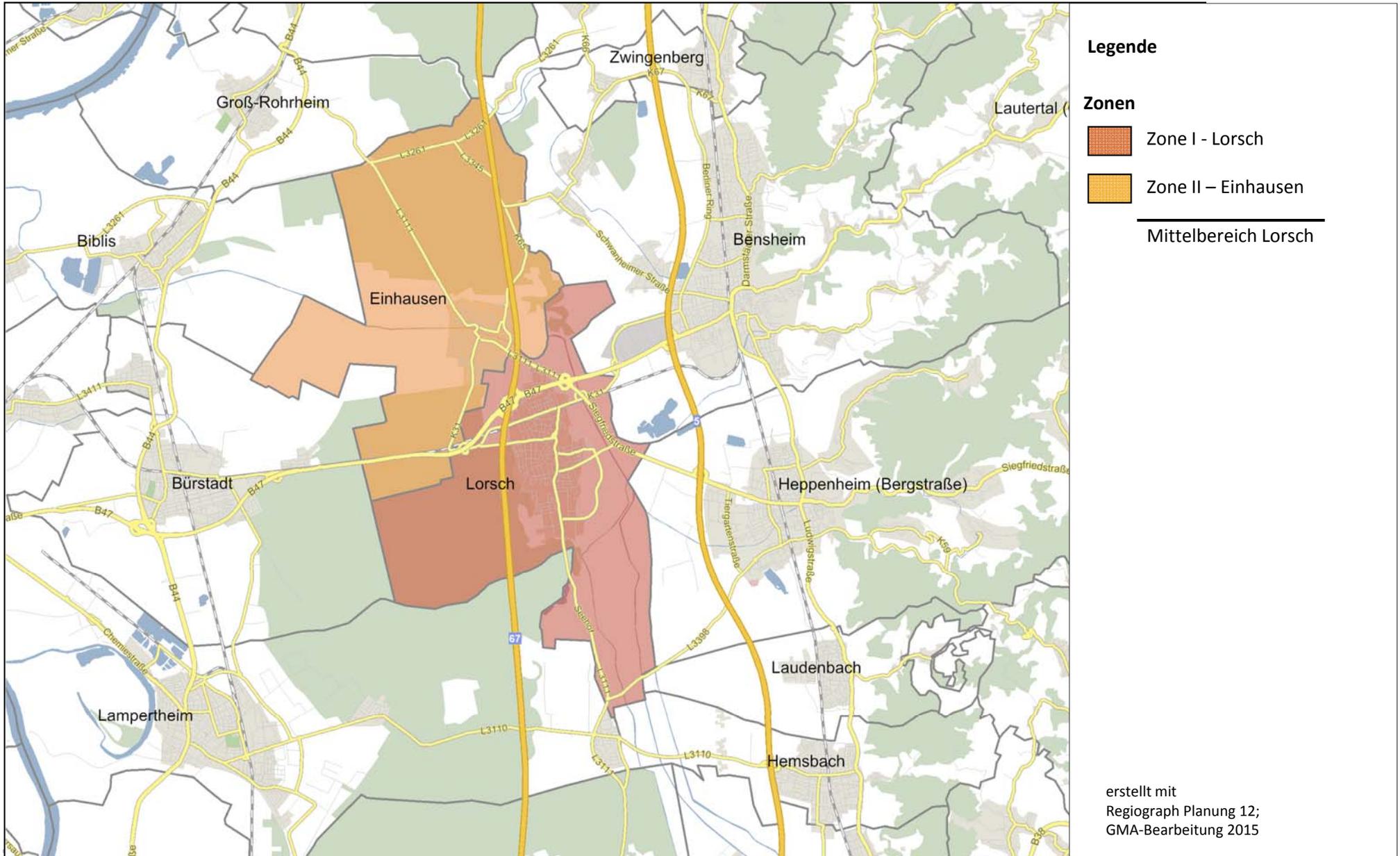
/// Zone I:	Lorsch	ca. 13.560 Einwohner ¹¹
/// Zone II:	Einhausen	ca. 6.230 Einwohner ¹²
/// Marktgebiet insgesamt:		ca. 19.790 Einwohner.

Im Marktgebiet leben demnach aktuell **ca. 19.790 Einwohner**. **Zone I** stellt in diesem Zusammenhang das Stadtgebiet von Lorsch dar. **Zone II** umfasst den regionalplanerisch definierten **Mittelbereich des Mittelzentrums Lorsch**, d. h. die Gemeinde Einhausen mit ca. 6.230 Einwohnern.

¹¹ Quelle: Stadt Lorsch (Stand: 31.12.2014).

¹² Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt (Stand: 31.12.2014).

Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Lorsch



Darüber hinaus können noch vereinzelt Kundeneinkaufsbeziehungen vorhanden sein, welche sich vorwiegend auf den Lebensmittelbereich aber auch auf Spezialanbieter beziehen. Auf einzelbetrieblicher Ebene bestehen z. T. Kundenverflechtungen, die über das Marktgebiet hinausgehen. Die Anziehungskraft eines Standortes oder Betriebes ist neben der Fristigkeit des Bedarfs v. a. abhängig von der Größe und Attraktivität eines Anbieters. So kann die Anziehungskraft stark spezialisierter Anbieter zum Teil weit über das abgegrenzte Marktgebiet (hier: Mittelbereich Lorsch) hinausreichen. Die Umsätze durch Kunden von außerhalb des Marktgebietes (z. B. Touristen) wurden bereits bei den Umsatzschätzungen auf einzelbetrieblicher Ebene berücksichtigt.

Bei der Überprüfung des Marktgebietes von Lorsch wurde die Abgrenzung aus dem Jahr 2007 / 2008 im Wesentlichen bestätigt und sich weiterhin vorrangig auf den Mittelbereich Lorsch beschränkt.

1.2 Kaufkraftpotenzial 2014 in der Stadt Lorsch

Die Berechnung der im abgegrenzten Marktgebiet erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte.

Die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) für die abgegrenzten Bedarfsgüter liegt laut GMA-Berechnungen aktuell bei ca. 5.410 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland. Davon entfallen auf:

/// Nahrungs- und Genussmittel	ca. 1.968 € p. a.
/// Nichtlebensmittel	ca. 3.442 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die lokalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen. Die Stadt Lorsch verfügt über einen überdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten (105,8)¹³. Auch in Einhausen lässt sich ein überdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient von 107,3 beobachten.

Unter Berücksichtigung der aufgeführten Aspekte beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet der Stadt Lorsch (= **Mittelbereich Lorsch**) auf

ca. 113,8 Mio. €.

Dabei entfallen auf die Hauptwarengruppen

/// Nahrungs- und Genussmittel	ca. 41,3 Mio. € (ca. 36 %)
/// Nichtlebensmittel	ca. 72,5 Mio. € (ca. 64 %).

¹³ Quelle: MB Research 2014.

Auf die Bedarfsbereiche entfallen dabei:

///	Kurzfristiger Bedarf	ca. 52,0 Mio. € (ca. 46 %)
///	Mittelfristiger Bedarf	ca. 20,1 Mio. € (ca. 18 %)
///	Langfristiger Bedarf	ca. 41,7 Mio. € (ca. 36 %).

Bezogen auf die Hauptwarengruppen¹⁴ verteilt sich die Kaufkraft im Mittelbereich von Lorsch wie in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet (Mittelbereich Lorsch) des Einzelhandels der Stadt Lorsch 2015

Hauptwarengruppen	Kaufkraft in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Zonen I – II (Mittelbereich Lorsch)
Nahrungs- und Genussmittel	28,2	13,1	41,3
Gesundheit, Körperpflege	5,4	2,5	7,9
Blumen, zool. Bedarf	1,9	0,9	2,8
kurzfristiger Bedarf insgesamt	35,5	16,5	52,0
Bücher, Papier, Schreib- / Spielwaren	3,8	1,8	5,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	9,9	4,6	14,5
mittelfristiger Bedarf insgesamt	13,7	6,4	20,1
Elektrowaren, Medien, Foto	7,6	3,6	11,2
Hausrat*, Einrichtung, Möbel	8,4	3,9	12,3
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf**	6,9	3,2	10,1
Optik / Uhren, Schmuck	1,7	0,8	2,5
Sonstige Sortimente	3,8	1,8	5,6
langfristiger Bedarf insgesamt	28,4	13,3	41,7
Nichtlebensmittel insgesamt	49,4	23,1	72,5
Einzelhandel insgesamt	77,6	36,2	113,8

* inkl. Heimtextilien, Glas / Porzellan / Keramik

** inkl. Farben, Lacke, Tapeten

GMA-Berechnungen 2015; Rundungsdifferenzen möglich

2. Position des Einzelhandelsstandortes Lorsch in der Region

Als wichtige Orientierung für die Bedeutung einer Kommune für das nähere Umland sowie deren Entwicklungspotenzial dient die **Zentralitätskennziffer**. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Umsatz und Kaufkraft. Dabei deuten Werte über 100 einen

¹⁴ Sortimentszuordnung vgl. Branchensystematik im Anhang

Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an.

Im gesamten Einzelhandel von Lorsch wurde 2014 eine Bruttoumsatzleistung von **ca. 62,6 Mio. €** erzielt. Von diesem Gesamtumsatz entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 35,0 Mio. € und auf den Nichtlebensmittelsektor ca. 27,6 Mio. €. ¹⁵

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 35,0 Mio. €	:	ca. 28,2 Mio. € =	ca. 124 %
(Umsatz in Lorsch-)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Lorsch)	(Zentralität)

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 27,6 Mio. €	:	ca. 49,4 Mio. € =	ca. 56 %
(Umsatz in Lorsch-)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Lorsch)	(Zentralität)

Für den **Einzelhandel insgesamt** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 62,6 Mio. €	:	ca. 77,5 Mio. € =	ca. 81 %
(Umsatz in Lorsch-)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Lorsch)	(Zentralität)

Die **Zentralität** bezogen auf den Einzelhandel insgesamt ist vor dem Hintergrund der Nähe zu den Mittelzentren Heppenheim und Bensheim sowie anderen Ober- und Mittelzentren und der zentralörtlichen Einstufung von Lorsch als Mittelzentrum als gut zu beurteilen. Im Lebensmittelbereich erfüllt Lorsch wesentliche Versorgungsfunktionen für das Umland. Im Nichtlebensmittelbereich nimmt Lorsch nur eine untergeordnete Funktion ein. Hier wird die Angebotssituation überwiegend durch Standorte im Umland (Heppenheim, Bensheim, Loop 5, Rhein-Neckar-Zentrum etc.) geprägt.

In den verschiedenen Warengruppen variieren die Zentralitätswerte (vgl. Kapitel Entwicklungsperspektiven) z. T. erheblich. Während in den Segmenten Nahrungs- und Genussmittel, Blumen, zoologischer Bedarf, Gesundheit, Optik, Uhren / Schmuck die höchsten Zentralitätswerte erreicht werden, stellt sich die Zentralität in anderen Bereichen (z. B. Bücher / Schreib- und Spielwaren, Bekleidung / Schuhe, Elektrowaren) deutlich schlechter dar.

¹⁵ Die Nonfood-Umsätze von Lebensmittelmärkten bzw. bei Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Sortimenten zugerechnet (= bereinigte Umsatzleistung).

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Lorsch

1. Standortrahmenbedingungen für den Einzelhandel in Lorsch

Zusammengefasst kann der Einzelhandel in Lorsch durch folgende positive und negative Standortrahmenbedingungen charakterisiert werden:

Positive Standortrahmenbedingungen

- + sehr gute Erreichbarkeit (Autobahn- und Bundesstraßenknotenpunkt)
- + überdurchschnittliches Kaufkraftniveau
- + Mischung aus filialisierendem und inhabergeführtem Einzelhandel
- + historische Bausubstanz mit hohem touristischen Potenzial (u. a. UNESCO Welterbe)
- + Einkaufsbereich „Innenstadt“ relativ kompakt und fußläufig gut erschließbar
- + Streukundenpotenziale durch Touristen
- + hohe Aufenthaltsqualität in der Innenstadt, insb. im Bereich Marktplatz / Benediktinerplatz
- + attraktive gastronomische Einheiten in der Innenstadt (u. a. Back- und Brauhaus, Wirtshaus zum Weißen Kreuz, Weinlokal Hexenhaus)
- + Besatz im Nahrungs- und Genussmittelsegment als Bedeutungsschwerpunkte für die Lorsch-Zentralität
- + positive Bevölkerungsentwicklung bisher sowie perspektivische Wohngebietsausweisung

Negative Standortrahmenbedingungen

- ausgeprägte Wettbewerbssituation zwischen den Mittelzentren Lorsch, Bensheim und Heppenheim sowie den Fachmarktlagen / Einkaufszentren
- begrenztes Bevölkerungspotenzial in der Stadt und im Umland
- wenig offensichtliche Potenzialflächen zur Stärkung der Innenstadt

2. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2020

Die zukünftige Entwicklung des Nachfragepotenzials steht v. a. in Abhängigkeit von der Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum. Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- / Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- / Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabeanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- / Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen nominal von derzeit ca. 5.410 € auf ca. 5.617 € im Jahr 2020.

Die Bevölkerungszahl in Lorsch wird auf Basis der **Bevölkerungsvorausschätzung der Hessen Agentur** bis zum Jahr 2020 um ca. 3 % auf rd. 14.000 Einwohner steigen¹⁶. Diese Prognose wird auch durch die geplanten Wohnstandorte (ca. 225 Wohneinheiten bzw. rund 450 Einwohner) in Lorsch unterstrichen, die nach Angaben der Stadt in den nächsten Jahren entwickelt werden sollen. Dies betrifft folgende Standorte:

Tabelle 8: Entwicklung von Wohnstandorten im Lorsch Stadtgebiet

Wohngebiet / Wohnstandort	geplante Wohneinheiten
Seehofstraße	100
Bahnhof	40
An der Bensheimer Straße	45
Gelände Hotel Sandhas (Kriemhildenstraße)	40
Summe	225

Quelle: Stadt Lorsch

Für den Mittelbereich Lorsch insgesamt wird ebenfalls eine leicht positive Situation (+ 2-3 %) prognostiziert. Insgesamt ist für von einem Bevölkerungsrichtwert im Jahr 2020 von **etwa 20.320 Einwohnern** auszugehen. Entsprechend ist ebenfalls ein weiterer leichter Anstieg (+ 7,4 Mio. €) der Kaufkraft auf **ca. 121,2 Mio. €** zu erwarten, wobei dann

¹⁶ Quelle: Hessen Agentur, kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung für alle hessischen Kommunen bis 2030.

- // ca. 44,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich (+ 2,7 Mio. €) und
 - // ca. 77,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (+ 4,7 Mio. €)
- entfallen.

Auf die Bedarfsbereiche entfallen dabei:

- // Kurzfristiger Bedarf ca. 55,6 Mio. € (ca. 46 %)
- // Mittelfristiger Bedarf ca. 21,3 Mio. € (ca. 17 %)
- // Langfristiger Bedarf ca. 44,3 Mio. € (ca. 37 %).

Tabelle 9: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet (Mittelbereich Lorsch) des Einzelhandels der Stadt Lorsch 2020

Hauptwarengruppen	Zone		Kaufkraft in Mio. €	
	Zone I	Zone II	Zonen I – II (Mittelbereich Lorsch)	
Nahrungs- und Genussmittel	30,2	13,8	44,0	
Gesundheit, Körperpflege	5,9	2,7	8,6	
Blumen, zool. Bedarf	2,1	0,9	3,0	
kurzfristiger Bedarf insgesamt	38,2	17,4	55,6	
Bücher, Papier, Schreib- / Spielwaren	3,9	1,8	5,7	
Bekleidung, Schuhe, Sport	10,7	4,9	15,6	
mittelfristiger Bedarf insgesamt	14,6	6,7	21,3	
Elektrowaren, Medien, Foto	8,2	3,7	11,9	
Hausrat*, Einrichtung, Möbel	8,9	4,1	13,0	
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf**	7,4	3,4	10,8	
Optik / Uhren, Schmuck	1,8	0,8	2,6	
Sonstige Sortimente	4,1	1,9	6,0	
langfristiger Bedarf insgesamt	30,4	13,9	44,3	
Nichtlebensmittel insgesamt	53,0	24,2	77,2	
Einzelhandel insgesamt	83,2	38,0	121,2	

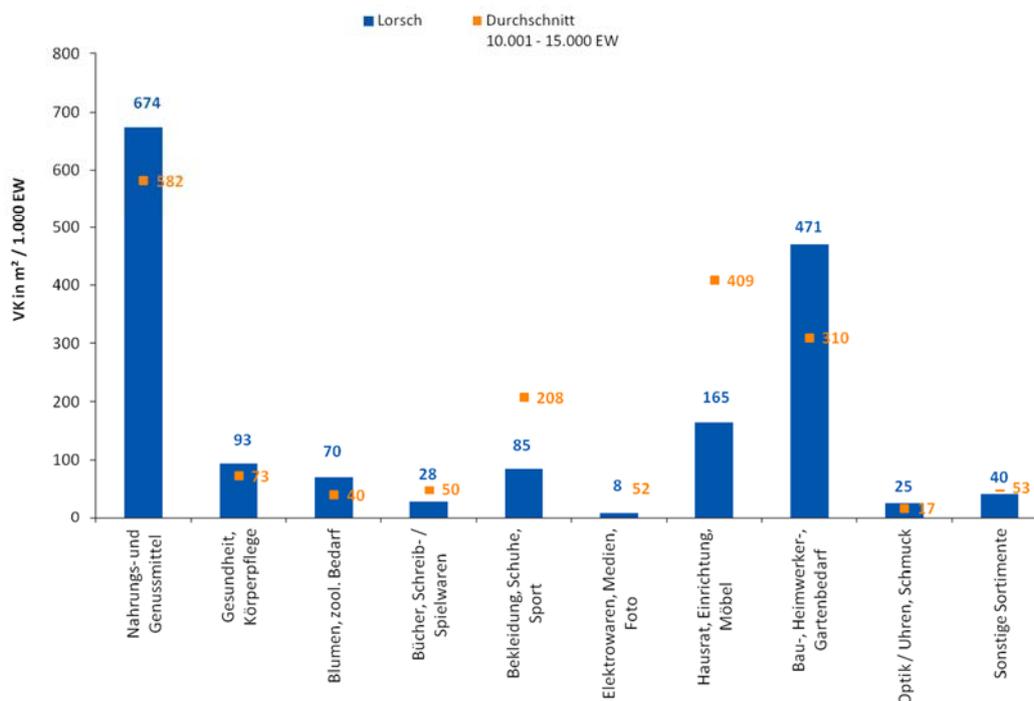
GMA-Berechnungen 2015

3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel Lorsch

Zur Einschätzung branchenbezogener Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel in Lorsch sind zunächst einige Prämissen festzuhalten:

- /// Die Stadt Lorsch sowie das Einzugsgebiet werden durch eine positive Bevölkerungsentwicklung bzw. -prognose geprägt.¹⁷
- /// Für die nominale Kaufkraftentwicklung in Deutschland wird eine leicht positive Steigerung um 3,8 % im Zeitraum 2014 – 2020 prognostiziert.
- /// Grundlage für die Betrachtung der branchenbezogenen Entwicklungspotenziale ist die Zentralität und Verkaufsflächenausstattung zum heutigen Zeitpunkt. Es werden lediglich Potenziale ausgewiesen, die eine versorgungsstrukturell sinnvolle und städtebaulich verträgliche Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Lorsch erlauben.

Abbildung 5: Verkaufsflächenausstattung* in Lorsch nach Hauptwarengruppen



* Zuordnung nach Sortimentsgruppen

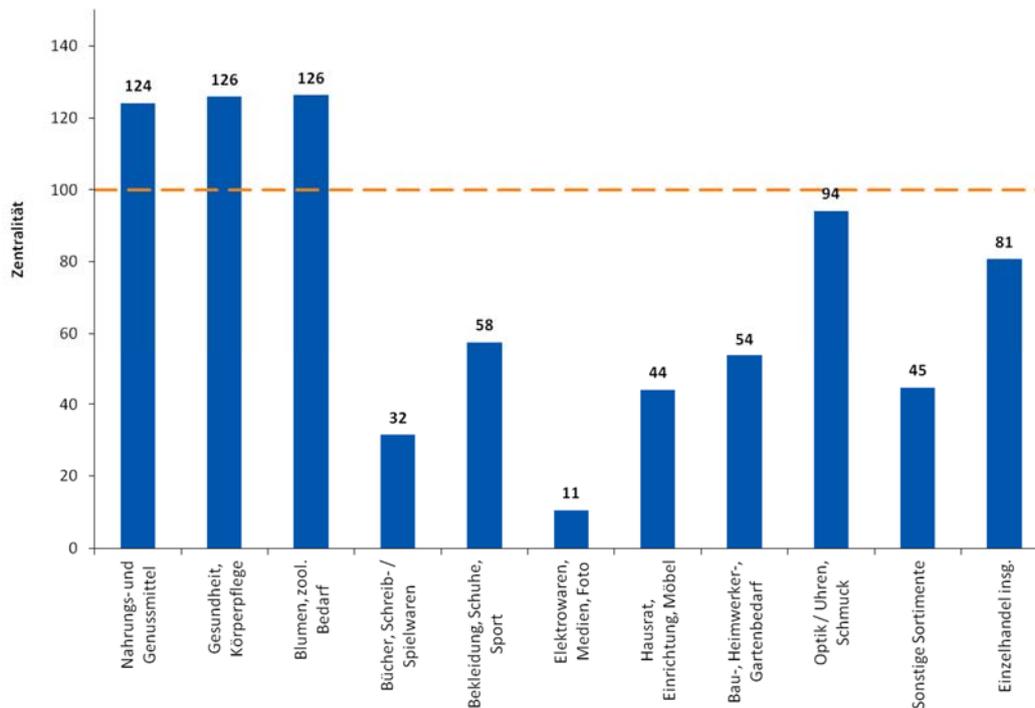
Quelle: Erhebung EGL 2015 sowie GMA-Kennzifferstudie

Wie bereits im Kapitel „Die Position des Einzelhandelsstandortes Lorsch in der Region“ für den Food- und den Non-Food-Sektor sowie den Einzelhandel in Lorsch insgesamt dargestellt, erfolgt an dieser Stelle eine differenzierte Übersicht über die Zentralitäten in den einzelnen Waren-

¹⁷ Quelle: Hessen Agentur, Bevölkerungsvorausschätzung

gruppen. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an.

Abbildung 6: Zentralität nach Warengruppen



GMA-Berechnungen 2015

Auf Basis der aktuellen Berechnungen (warengruppenbezogene Verkaufsflächenausstattung und Zentralitätswerte) und der Veränderung in den Branchen- und Bestandstrukturen lassen sich folgende sortimentspezifische Entwicklungspotenziale für den Standort Lorsch ableiten:

- Nahrungs- und Genussmittelbereich:** Im Lebensmittelbereich haben sich im Vergleich zu 2007 / 08 in den Einzelhandelsstrukturen von Lorsch einige Änderungen ergeben. Durch die Ansiedlung von tegut und Netto im Gewerbegebiet „Im Daubhart“, die Verlagerung und Erweiterung von Penny (inkl. Schließung der zweiten Penny-Filiale in der Nibelungenstraße) und Rewe hat sich die Verkaufsfläche im Stadtgebiet deutlich ausgeweitet. Betrachtet man die Flächengrößen der bestehenden Märkte, so lassen sich nur bedingt zusätzliche Flächenpotenziale bei einer Stadt mit 13.559 Einwohnern bzw. einem Marktgebiet von rd. 19.785 Einwohnern erkennen. Grundsätzlich ist im Lebensmittelsegment ein moderates Entwicklungspotenzial darstellbar, welches im Vergleich der Verkaufsflächen der bestehenden Lebensmittelmärkte hinsichtlich deren Wettbewerbsfähigkeit insbesondere beim innerstädtischen Treff 3000-Markt mit ca. 500 – 600 m² VK erkennbar, aber baulich nur bedingt umsetzbar ist.

Eine punktuelle Erweiterung einzelner Lebensmittelmärkte bzw. weitergehende Angebotsausweitungen sind in erster Linie über Umverteilungseffekte im Stadtgebiet und nur begrenzt über eine stärkere Kaufkraftbindung in Lorsch bzw. zusätzliche Kunden darstellbar.

- /// **Gesundheit / Körperpflege:** In Lorsch sind im Bereich Gesundheit / Körperpflege vier Apotheken im Stadtgebiet vorhanden, wobei drei Standorte auf die Innenstadt entfallen.

Durch die zwischenzeitliche Ansiedlung des dm-Drogeriefachmarktes bei gleichzeitiger Schließung zweier Schlecker-Filialen (teilweise in Zusammenhang mit der Schlecker-Pleite) ist nur bedingt weiteres Potenzial in diesem Segment erkennbar, da neben kleineren Spezialanbietern wie Kosmetikstudios insbesondere die Lebensmittelmärkte mit den Randsortimentsbereichen das Segment abdecken.

Die in den letzten Jahren vorhandene Branchenlücke im Segment Sanitätswaren wurde durch die Ansiedlung eines Sanitätshauses an einem innerstädtischen Standort in der jüngeren Vergangenheit geschlossen.

- /// **Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf:** Im Bereich Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf sind in Lorsch derzeit mehrere Anbieter aus dem Floristik- / Gärtnereibereich vorhanden. In diesem Marktsegment sind nur noch geringe Entwicklungsspielräume erkennbar. Ein Angebot im zoologischen Bedarfsbereich ist durch den in jüngerer Vergangenheit angesiedelten Fachmarktanbieter „Tieroase“ abgedeckt. Der Bedarf wird daneben auch durch die ansässigen Lebensmittelmärkte gedeckt. Mittelfristig ist hieraus kein Entwicklungsbedarf abzuleiten.

- /// **Bücher, Papier- / Schreib- / Spielwaren:** Im Bereich Bücher, Papier- / Schreib- / Spielwaren sind in Lorsch vereinzelt Anbieter vorhanden. Grundsätzlich sind in diesem Bereich zwar noch Entwicklungsspielräume denkbar, jedoch werden diese aufgrund der räumlichen Nähe zu (über)regionalen Handelsagglomerationen, den allgemeinen Konzentrations- und Marktbereinigungsprozessen (u. a. im Buchhandel siehe Weltbild) und dem sich verstärkenden Onlinehandel deutlich eingeschränkt. Eine Ausweitung dieses Angebotes ist jedoch grundsätzlich vor dem Hintergrund der geringen Verkaufsflächenausstattung und auch der niedrigen Kaufkraftbindung in diesem Bereich möglich.

- /// **Bekleidung / Schuhe / Sport:** Im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport ist eine differenzierte Bewertung des derzeit vorhandenen Einzelhandelsbestands in Lorsch notwendig. So verfügt Lorsch im **Bekleidungssegment** über die zwei Textilfachmärkte KiK und NKD, wobei sich lediglich der NKD-Fachmarkt in der Innenstadt befindet. Dar-

über hinaus ist auf Fachgeschäftsanbieter¹⁸ (u. a. Fashion Corner, Fashion & More / Home of Fashion) hinzuweisen, die bereits langjährig in Lorsch ansässig sind. Eine Ergänzung des Angebotes in Lorsch durch weitere markenorientierte Anbieter (u. a. neben S. Oliver) wäre insbesondere in der Innenstadt wünschenswert.

Das **Schuhsegment** wird in Lorsch seit der Schließung des Schuhhauses Katz nur als geringfügiges Randsortiment bei einem innerstädtischen Anbieter sowie ausschnittsweise auf geringer Fläche im tegut-Markt präsentiert. In diesem Segment sind somit noch Entwicklungsspielräume erkennbar, die sich jedoch marktseitig eher im Fachmarktsegment (u. a. Quick Schuh) umsetzen lassen.

Im **Sportsegment** ist mit dem Anbieter Sport Graf in der Innenstadt von Lorsch ein ansprechendes Angebot vorhanden. Das Angebot wird noch durch Spezialanbieter im Golfbereich, Kampfsport, Vereinsbedarf ergänzt. Positiv ist zwar das Vorhandensein eines Sportanbieters in einer Stadt der Größenordnung von 13.000 Einwohnern zu beurteilen, dennoch wären die Warenpräsentation auf einer größeren Verkaufsfläche (aktuell ca. 100 m²) sowie eine damit einhergehende möglichen Angebotsausweitung (Sortimentsbreite und -tiefe) wünschenswert und auch potenziell darstellbar.

/// **Elektrowaren:** Im Elektrowarenbereich sind in Lorsch vier kleinflächige Elektrofachgeschäfte vorhanden, wobei es sich dabei um zwei Anbieter im Segment Telekommunikation, einen Anbieter im Bereich Elektroinstallation / Elektrokleingeräte sowie einen Händler für Kaffeemaschinen handelt. Vor dem Hintergrund der vorhandenen Segmentierung in Lorsch sowie der starken Angebotssituation im Umland (Euronics in Bensheim, MediaMarkt in Heppenheim, Saturn im Loop5 etc.) ist auch bei einer Berücksichtigung der zunehmenden Bedeutung des Onlinehandels und des fortschreitenden Strukturwandels im Elektrobereich nur bedingt von einer Ausweitung des Angebots in diesem Sortimentsbereich auszugehen. Vielmehr sollte der Fokus hier auf eine Sicherung der bestehenden Anbieter ggf. mit Sortimentsausweitungen gelegt werden. Weitere Entwicklungen, v. a. aus Nischenbereichen heraus, sind allerdings auf zentrale Standorte zu lenken.

/// **Hausrat / Einrichtung / Möbel:** Im Bereich Hausrat / Einrichtung / Möbel ist im **Geschenkartikel- / Haushaltswarenbereich** auf zwei Anbieter in der Bahnhofstraße hinzuweisen. In diesem Bereich ist bereits eine vergleichsweise gute und qualitativ wertige Ausstattung im Mittelzentrum Lorsch festzuhalten. Größere Potenziale sind im Bereich Geschenkartikel / Haushaltswaren nicht zu sehen. Im Bereich **Möbel / Kleinformöbel / Antiquitäten** ist auf das Möbelhaus Gärtner hinzuweisen. Darüber hinaus ist ein kleinflächiger Anbieter mit eingeschränkten Ladenöffnungszeiten vorhanden. In

¹⁸ nachrichtlicher Hinweis auf die Schließung des Herrenausstatters Löffelholz im Januar 2016

jüngerer Vergangenheit wurde der am südlichen Stadtrand bestehende Möbel-Sonderpostenmarkt geschlossen. Deutliche Einschränkungen bilden auch in diesem Bereich die Umlandstandorte wie Weiterstadt, Mannheim-Sandhofen (IKEA), Mannheim-Käfertal / Vogelstang (XXXL Mann Mobilia) und Viernheim (Umfeld des Rhein-Neckar-Zentrums).

Im Segment **Raumausstattung / Heimtextilien** ist mit drei Anbietern im Bereich Raumausstattung und zwei Spezialanbietern für Stoffe ein sehr gutes Angebot in Lorsch vorhanden, so dass auch hier keine größeren Entwicklungsspielräume ableitbar sind. Im Rahmen der geplanten Verlagerung und Neupositionierung des Möbelhauses Gärtner sind jedoch gewisse Potenziale vor dem Hintergrund der Ergänzung des Möbelkernsortiments denkbar.

Im Segment **Lampen / Leuchten** sind nur geringfügige Verkaufsflächenanteile als Randsortimente in Lorsch (u. a. la cuisine naturelle, Raumausstatter) vorhanden. Grundsätzlich wäre hier eine Ergänzung wünschenswert, ggf. im Rahmen der avisierten Verlagerung des Möbelhauses Gärtner. Vor dem Hintergrund des Wegfalls des Anbieters Lampen Herschel sowie den Überlagerungen mit den Möbelhäusern und Bau- und Heimwerkermärkten in der Region sind die Entwicklungsspielräume jedoch sehr begrenzt (vgl. Vorhaben Möbel Gärtner).

- /// **Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf:** In diesem Bereich ist mit den Anbietern Schmitt & Graf, Raiffeisen, Krysmar eine gute Ausstattung vorhanden. Im Gartenmarktbedarf in auf den großflächigen Anbieter Pflanzenpoint Schuster hinzuweisen. Vor dem Hintergrund der Angebotssituation in Lorsch und der Wettbewerbssituation im Umland ist in diesem Bereich kaum Entwicklungspotenzial für Neuansiedlungen festzustellen.
- /// **Optik, Uhren / Schmuck:** In diesem Segment sind mehrere z. T. attraktive und moderne Anbieter, auch im Akustiksegment, vorhanden. In diesem Segment ergeben sich deshalb nur noch begrenzte Entwicklungspotenziale.
- /// **Sonstiger Einzelhandel:** Im Bereich der sonstigen Sortimente ist insbesondere auf drei Radsportfachgeschäfte sowie einen Anbieter für Musikalien hinzuweisen. Bei den Radsportanbietern fand in jüngerer Vergangenheit eine Verkaufsflächenerweiterung statt, so dass hier nur noch bedingt Entwicklungspotenziale erkennbar sind. Insgesamt ergeben sich bei den sonstigen Sortimenten lediglich im Einzelfall noch Möglichkeiten für Nischenanbieter.

Zusammenfassend betrachtet lässt sich festhalten, dass insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelsektor, welcher den flächenmäßig größten Anteil in Lorsch darstellt, auch ohne die aktuellen Planungen (Erweiterung des Rewe-Marktes, Ansiedlung eines weiteren Lebensmittel-

supermarktes) keine größeren zusätzlichen Entwicklungspotenziale mehr vorhanden sind. In diesem Zuge ist nochmals darauf hinzuweisen, dass mögliche Verkaufsflächenerweiterungen / Ansiedlungen nahezu vollständig gegenüber den bestehenden Lebensmittelanbietern umverteilungswirksam werden würden.

Vor dem Hintergrund der festgestellten Angebots- und Kaufkraftsituation sowie der Wettbewerbskonstellation im Umland sind dabei nur noch begrenzte Entwicklungspotenziale vorhanden. Dennoch ist im Hinblick auf eine weitere funktionale Entwicklung der Innenstadt auf die Stärkung insbesondere im Leitsegment Bekleidung / Schuhe / Sport hinzuwirken. Als mögliche Angebotsergänzungen sind ableitbar:

- /// Bereich Bekleidung und Schuhe (markenorientierte Fachgeschäfte, kleinerer Schuhfachmarkt)
- /// Sportsegment (Verkaufsflächenangebotsausweitung).

Diese Angebotsergänzungen tragen dazu bei, dass sich die Stadt Lorsch auch als Einkaufsstandort vor dem Hintergrund der Entwicklung im Bereich Loop5, Rhein-Neckar-Zentrum sowie den gut aufgestellten Mittelzentren Bensheim und Heppenheim besser positionieren und die Kaufkraft der eigenen Wohnbevölkerung stärker binden kann.

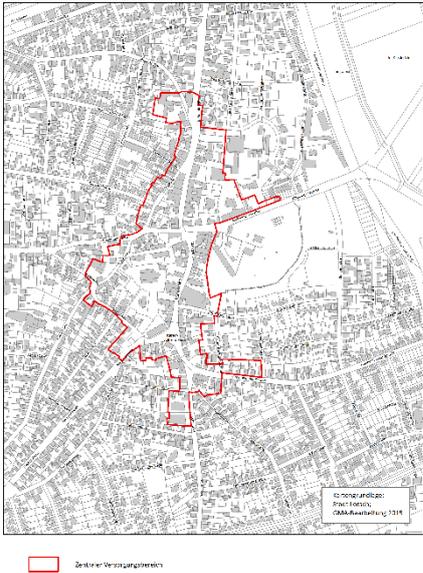
4. Standortbezogene Entwicklungsmöglichkeiten

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln die quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenziale von Lorsch dargestellt wurden, sind die Entwicklungspotenziale um die räumliche Komponente zu ergänzen. Dazu werden die bestehenden wesentlichen Einzelhandelslagen von Lorsch

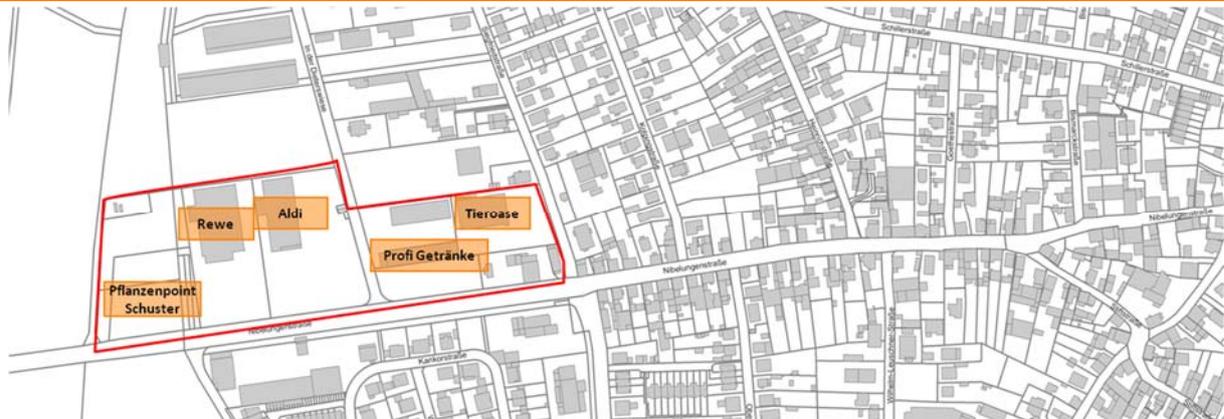
- /// Einkaufsinnenstadt
- /// Gewerbegebiet „In der Dieterswiese“
- /// Gewerbegebiet „Im Daubhart“
- /// Gewerbegebiet „Seehofstraße“
- /// Gewerbegebiet „Im Lagerfeld“

hinsichtlich ihrer Eignung für die Einzelhandelsentwicklung analysiert.

Einkaufsinnenstadt

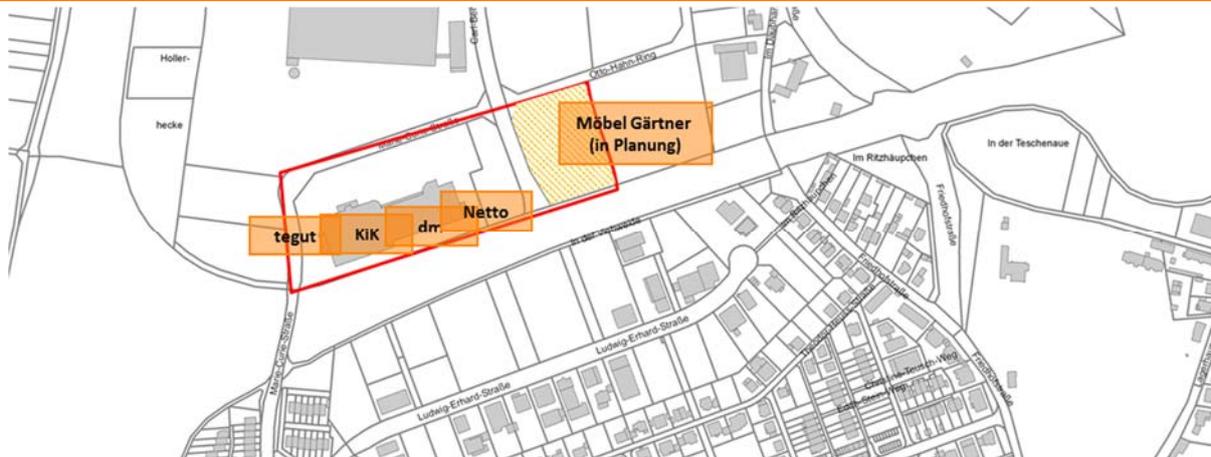
	Lage / Erreichbarkeit	zentral in Kernstadt, gute Erreichbarkeit aus allen Richtungen
	Charakterisierung	Zentraler Versorgungsbereich (gemäß Regionalplan)
	Prägende Handelsbetriebe	Keine Magnetbetriebe, aber Vielzahl von attraktiven Fachgeschäften
	Versorgungsfunktion	Überwiegend lokaler Versorgungsstandort für das Lorsch Marktgebiet
	VK gesamt / VK Food	3.760 m ² / 1.345 m ²
	VK-Anteil an Gesamtstadt	17 %
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> + gute Erreichbarkeit + überwiegend attraktiver Geschäftsbesatz + geringe Leerstandsquote + bereits heute: hohe Funktionsmischung + gute Aufenthaltsqualität + hohe gastronomische / touristische Attraktivität + Wochenmarkt 	
Mängel / Risiken	<ul style="list-style-type: none"> - teilweise immobilienseitige Defizite wie geringe Verkaufsflächengrößen, fehlende Barrierefreiheit sowie qualitative Defizite wie äußeres Erscheinungsbild, Warenpräsentation - teilweise sanierungsbedürftige Gebäude / Geschäftshäuser - wenig offensichtliche Potenzialflächen für größere Handlungen (u.a. „Alte Feuerwehr / Schulstraße) - keine ausgewiesenen Handelsmagneten 	
Entwicklungsperspektiven / -ansätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtentwicklungsplan: Stärkung des Innenstadtbereiches durch Erhalt bzw. die Erhöhung der Nutzungsdichte und Nutzerfrequenz ▪ Ausweitung des Angebots- und Branchenmix ▪ oberste Priorität für Einzelhandelsentwicklung, insb. bei zentrenrelevanten Sortimenten ▪ Nachnutzung der leerstehenden Ladenlokale 	

Gewerbegebiet „In der Dieterswiese“



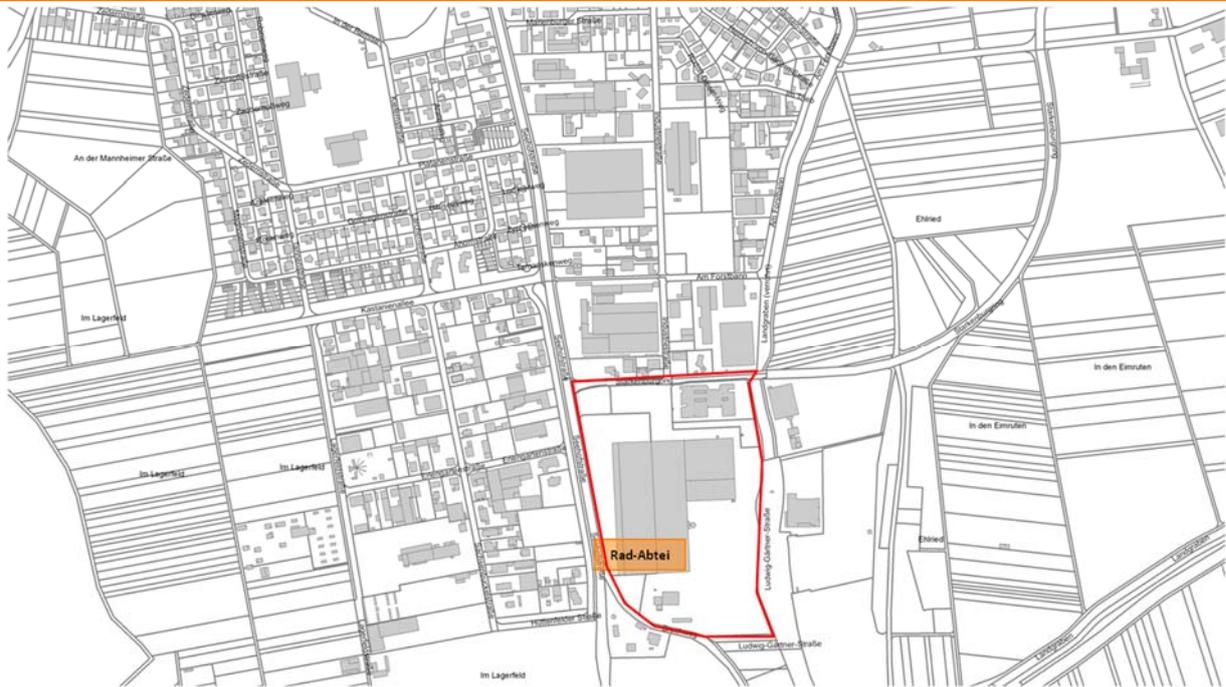
Lage / Erreichbarkeit	Westliche Kernstadt an der Verbindung zur B 47 nach Bürstadt
Charakterisierung	Fachmarktzentrum Im Regionalplan als „sonstiger großflächiger Einzelhandelsstandort (Bestand)“ eingestuft
Prägende Handelsbetriebe	Rewe, Aldi, Profi Getränkemarkt, Tieroase
Versorgungsfunktion	Versorgungsstandort für das Lorsch Marktgebiet; tlw. darüber hinaus gehende Verflechtungen durch Anbieter wie „Tieroase“
VK gesamt / VK Food	6.410 m ² / 3.195 m ²
VK-Anteil an Gesamtstadt	29 %
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> + gute (über-)örtliche Erreichbarkeit + Anbindung an Wohnbebauung östlich der Siegfriedstraße bzw. südlich der Nibelungenstraße + Nahversorgungsstandort für Lorsch und den Mittelbereich + teilweise überörtliche Versorgungsfunktion (insb. Tieroase) + Potenzialflächen im nördlichen sowie westlichen Anschluss an bestehende Märkte + im Vergleich der dezentralen Standorte relative Nähe zur Innenstadt
Mängel / Risiken	- eingeschränktes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet
Entwicklungsperspektiven / -ansätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ moderate Entwicklungsmöglichkeiten im nahversorgungsrelevanten Bereich darstellbar ▪ Zulässigkeit von nicht zentrenrelevanten Sortimenten ▪ Seitens der Regionalplanung ist die „Umwandlung“ in einen Standort der Kategorie „Ergänzungsstandort“ vorstellbar

Gewerbegebiet „Im Daubhart“



Lage / Erreichbarkeit	Nördliche Kernstadt, nördlich der Trasse der B 47
Charakterisierung	Fachmarktzentrum Im Regionalplan als „Ergänzungsstandort“ eingestuft
Prägende Handelsbetriebe	tegut, Netto, dm, KIK
Versorgungsfunktion	Überwiegend lokaler Versorgungsstandort für das Lorsch Marktgebiet
VK gesamt / VK Food	4.310 m ² / 3.210 m ²
VK-Anteil an Gesamtstadt	19 %
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> + gute (über-)örtliche Erreichbarkeit, insb. nach Einhausen (L 3111) + Versorgungsstandort für Lorsch und den Mittelbereich + Entwicklungsfläche für Verlagerung Möbelhaus Gärtner bereits gesichert + weitere Potenzialflächen vorhanden
Mängel / Risiken	<ul style="list-style-type: none"> - ohne funktionale Anbindung zur zentralen Lage „Innenstadt“ - gewisse Trennwirkung zur Kernstadt durch Bundesstraßen-trasse vorhanden, trotz Anbindung über Einhäuser Landstraße sowie Friedhofstraße
Entwicklungsperspektiven / -ansätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Begrenzung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Entwicklungen auf Bestandssicherung und bereits genehmigte Sortimente ▪ Zulässigkeit von nicht zentrenrelevanten Entwicklungen ▪ Gewerbeflächenentwicklung außerhalb des Einzelhandels (SO-Gebiete)

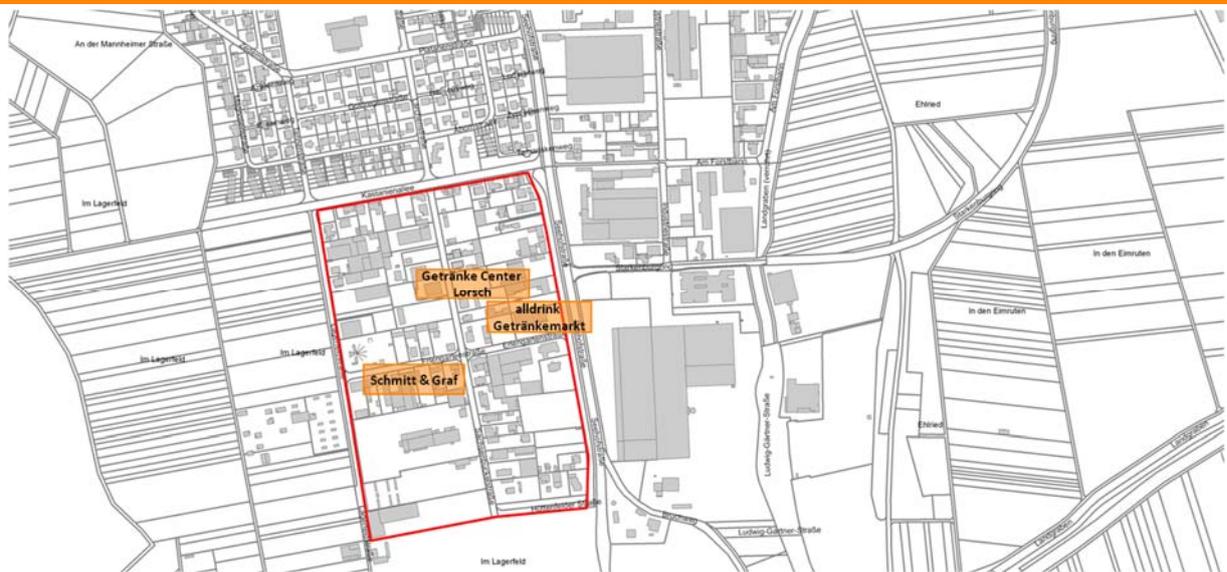
Gewerbegebiet „Seehofstraße“



Lage / Erreichbarkeit	südliche Kernstadt Richtung Lampertheim / Viernheim
Charakterisierung	Gewerbegebiet mit punktuellen Handelsbesatz Keine Kategorie im Regionalplan zugewiesen
Prägende Handelsbetriebe	Rad-Abtei
Versorgungsfunktion	Überwiegend lokaler Versorgungsstandort für das Lorsch Marktgebiet
VK gesamt / VK Food	360 m ² / *
VK-Anteil an Gesamtstadt	< 5 %
Chancen	+ gute (über-) örtliche Erreichbarkeit + Weiterentwicklung als Wohn- und nicht handelsrelevanter Gewerbestandort im nördlich des Starkenburgrings gelegenen Teilbereiches
Mängel / Risiken	- in die Jahre gekommene Handelsimmobilien - Leerstände bei den Gewerbeimmobilien - Vergnügungsstätte an der Seehofstraße
Entwicklungsperspektiven / -ansätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bestehender Bauvorbescheid für den Standortbereich Seehofstraße / Starkenburgring für einen Lebensmittelmarkt mit 800 m² VK i. S. eines nicht großflächigen Einzelhandels ▪ Aufgrund der geplanten Wohngebietsentwicklungen im Bereich nördlich des Starkenburgrings bestehen Flächenverfügbarkeiten für Handelsentwicklungen grundsätzlich nur südlich der L 3111 (Starkenburgring). Eine Eignung besteht dabei jedoch ausschließlich für nicht zentrenrelevante und nicht großflächige Nutzungen. ▪ Bei Aufgabe bestehender Einzelhandelsbetriebe: genauere Prüfung der Nachnutzung der Flächen

* aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

Gewerbegebiet „Im Lagerfeld“



Lage / Erreichbarkeit	südliche Kernstadt Richtung Lampertheim / Viernheim
Charakterisierung	Gewerbegebiet mit punktuellm Handelsbesatz Keine Kategorie im Regionalplan zugewiesen
Prägende Handelsbetriebe	Schmitt & Graf Baumarkt, alldrink Getränkemarkt, Getränke Center Lorsch
Versorgungsfunktion	Überwiegend lokaler Versorgungsstandort für das Lorsch Marktgebiet
VK gesamt / VK Food	3.640 m ² / 575 m ²
VK-Anteil an Gesamtstadt	16 %
Chancen	+ gute (über-) örtliche Erreichbarkeit
Mängel / Risiken	- punktuell vorhandene Handelsbetriebe - Vergnügungsstätte in der Sachsenbuckelstraße
Entwicklungsperspektiven / -ansätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unzulässigkeit von zentrenrelevanten Sortimenten ▪ Begrenzung einzelhandelsbezogener Entwicklungen auf nicht zentrenrelevante Entwicklungen bzw. genereller Ausschluss von weiteren Handelsentwicklungen ▪ Bestandsicherung bestehender Betriebe sowie Möglichkeit der moderaten Weiterentwicklung dieser Betriebe bei erforderlicher Prüfung des Einzelfalls ▪ Bei Aufgabe bestehender Einzelhandelsbetriebe: genauere Prüfung der Nachnutzung der Flächen

V. Einzelhandelskonzept für die Stadt Lorsch

1. Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes Lorsch

Für das Einzelhandelskonzept Lorsch werden folgende Ziele als Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung festgelegt:

- /// Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Lorsch als Mittelzentrum
- /// Stabilisierung bzw. Stärkung der Innenstadt als zentrale Einkaufslage der Stadt Lorsch, auch mit dem Ziel einer Sicherung bzw. Erhaltung der privaten und öffentlichen Investitionsbereitschaft sowie nachhaltige Sicherung der Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand
- /// Sicherung und punktueller Ausbau der wohnortnahen Versorgung
- /// geregelte Entwicklung in den Gewerbegebieten.

Die Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes umfassen folgende Bausteine:

Sortimentskonzept: Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.

Standortkonzept: Im Rahmen des Standortkonzeptes wird die Zentren- und Standortstruktur Lorsch überprüft, anhand der im nächsten Schritt eine Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt.

Mit dem vorgeschlagenen Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Entwicklung der Stadt Lorsch geschaffen werden. Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die entsprechenden Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von weiteren aktiven Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen an städtebaulich gewünschten Standorten (v. a. in den zentralen Lagen).

Abbildung 7 Ziele und Aufbau des Einzelhandelskonzeptes



GMA 2015

Diese Kernpunkte bilden die Grundlage für das in der folgenden Übersicht dargestellte Steuerungsschema zur Einzelhandelsentwicklung in Lorsch.

Übersicht 1: Steuerungsschema zur Einzelhandelsentwicklung in Lorsch

		zentraler Versorgungsbereich	dezentrale Standortlagen
Zielsetzung gemäß EHK Lorsch			
Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	○
	nicht großflächig	✓	○
Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	⚡
	nicht großflächig	✓	○
Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	○
	nicht großflächig	✓	✓
Schutzfunktion als zentraler Versorgungsbereich		ja	Nein

✓ Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht zu empfehlen

○ Einzelfallprüfung erforderlich

⚡ Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen

* großflächiger Einzelhandel ab 800 m² VK: unabhängig von der Lage immer Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

GMA-Empfehlungen 2015

2. Sortimentskonzept

2.1 Zur Methodik der Sortimentsdifferenzierung

Für das Sortimentskonzept für Lorsch ist zunächst zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen. Da sich auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft auch das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (u. a. durch Verbundkäufe) gründet, werden diese Sortimente als **zentrenrelevant** bezeichnet. Im Allgemeinen sind zentrenrelevante Sortimente Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, sobald diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Zentrenrelevante Sortimente sind i. d. R. kleinteilig und können ohne Pkw transportiert werden.

Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen (v. a. Lebensmittel, Lebensmittelhandwerk, Drogeriewaren, Apotheke, Schnittblumen, Schreibwaren). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmä-

ßig (täglich bzw. mehrmals in der Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten befinden; diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Da diese Sortimente auch Zentrenrelevanz besitzen, werden sie im Folgenden den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten** Sortimenten stellt hingegen auch an Standorten außerhalb der Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Eine **Ergänzung zum Einzelhandelserlass Hessen** enthält in Anlage 1 „schematische beispielhafte Angaben“ für eine Auflistung zentren- bzw. innenstadtrelevanter Sortimente (Sortimentsliste), deren Zuordnung „in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren (z. B. Elektrogroßgeräte/„weiße Ware“, Teppiche, Campingartikel, Fahrräder, großformatige Sportgeräte, die i. d. R. zentrenrelevant sind) [kann]“.¹⁹ Auch der Regionalplan Südhessen gibt eine Sortimentsliste, die auf dem Einzelhandelserlass Hessen basiert, vor.

Zur differenzierten Bewertung der Einzelsortimente für die „**Lorscher Liste**“ werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt.

Tabelle 10: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstabe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in der Innenstadt	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden, besondere touristische Relevanz
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt

GMA-Darstellung 2014

Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtrans-

¹⁹ Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht - Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005)“, Mai 2005, veröffentlicht im Staatsanzeiger für das Land Hessen Nr. 5/2003 S.453 mit Ergänzung im Staatsanzeiger Nr. 18/2005 S. 1596

port der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.

- /// Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächenausstattung unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- /// Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- /// Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Retail Stores“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei, indem diese gezielt Kunden anziehen. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet.
- /// Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- /// Als sechstes Bewertungskriterium sind die **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Lorsch bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen in Bezug auf die Lorschener Innenstadt näher zu bewerten.

2.2 „Lorscher Sortimentsliste 2015“

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Der Regionalplan Südhessen formuliert die zentren- bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente über alle Städte und Gemeinden Südhessens hinweg. Dabei wird auf eine einheitliche Bewertung von großflächigen Einzelhandelsprojekten in der Region abgezielt²⁰. Somit definiert die Region Einzelhandelssortimente, die stets als zentrenrelevant oder eben als nicht zentrenrelevant einzustufen sind.

Letztlich bleibt die Frage offen, inwieweit es grundsätzlich zulässig ist, mit sog. regionalen Sortimentslisten zu arbeiten. Dennoch werden die dort vorgenommenen Einordnungen in der weiteren Betrachtung aufgenommen und fließen somit auch in die Begründung der Sortimentsliste ein. Die Ergebnisse sind der folgenden Übersicht zu entnehmen.

²⁰ Da die Zentrenrelevanz „in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren“ kann, wurde diese Sortimentsliste anhand der Erkenntnisse des Gutachtens zum Regionalen Einzelhandelskonzept für den Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main an die regionalen Gegebenheiten angepasst, konkretisiert und weiter entwickelt.

Tabelle 11: Einordnung der Sortimente – Ergebnisse im Überblick

Status-quo		Bewertungskriterien						Lorscher Sortimentsliste 2015
Sortiment	Derzeitiger Verkaufsflächenanteil der zentralen Lagen* in %	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Städtebauliche Zielsetzung	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	14 %	● / ⊙	● / ⊙	● / ⊙	●	●	● / ⊙	● / ⊙
Drogerie, Kosmetik, Parfümerie	5 %	●	●	● / ⊙	●	●	● / ⊙	● / ⊙
Apothekerwaren	69 %	●	●	● / ⊙	●	●	● / ⊙	● / ⊙
Sanitäts- und Orthopädiewaren	100 %	●	●	●	●	●	●	●
Schnittblumen	14 %	●	●	●	●	●	● / ⊙	● / ⊙
Tiernahrung, zoologischer Bedarf, Lebewesen	< 1 %	○	○	●/○	●/○	●/○	○	○
Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	23 %	●	●	●	●	●	● / ⊙	● / ⊙
Spielwaren, Bastelartikel	40 %	●	●	●	●	●	●	●
Bekleidung, Baby- / Kinderartikel	53 %	●	●	●	●	●	●	●
Schuhe, Lederwaren	45 %	●	●	●	●	●	●	●
Sportartikel	52 %	●	●	●	●	●	●	●
Elektrohaushaltsgeräte, weiße Ware	0 %	○	○	○	○	○	○	○

* zentrale Lagen = Innenstadt
 ● = i. d. R. zentrenrelevante Eigenschaft
 ⊙ = i. d. R. nahversorgungsrelevante Eigenschaft
 ○ = i. d. R. nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Quelle: GMA-Bewertung 2015 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Lorsch

Status-quo		Bewertungskriterien						Lorscher Sortimentliste 2015
Sortiment	Derzeitiger Verkaufsflächenanteil der zentralen Lagen* in %	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadt-sortimenten	Städtebauliche Zielsetzung	
Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Fotowaren, Computer	58 %	●/○	●/○	●	●	●	●	●
Haushaltswaren (GPK, Geschenkartikel)	75 %	●	●	●	●	●	●	●
Möbel, Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Sanitär- / Badeinrichtung, Matratzen, Antiquitäten	11 %	○	○	○	○	○	○	○
Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör	19 %	●	●	●	●	●	●	●
Leuchten, Elektroinstallation	38 %	○	●/○	○	○	○	○	○
Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf, Pflanzen und Zubehör, Gartenwerkzeuge, Gartenbaustoffe, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzgefäße, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer, Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke	<1 %	○	○	○	○	○	○	○
Optik, Hörgeräte	100 %	●	●	●	●	●	●	●
Uhren, Schmuck	100 %	●	●	●	●	●	●	●
Autozubehör	0 %	○	○	○	○	○	○	○
Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung)	16 %	○	●/○	●/○	●/○	●/○	●	●
Sportgroßgeräte wie Surfboards, Boote, Angelbedarf etc.	0 %	○	●/○	○	●/○	●/○	○	○
Weitere Sortimente wie Musikalien	100 %	●/○	●/○	●	●	●	●	●

- * zentrale Lagen = Innenstadt
- = i. d. R. zentrenrelevante Eigenschaft
- ◎ = i. d. R. nahversorgungsrelevante Eigenschaft
- = i. d. R. nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Quelle: GMA-Bewertung 2015 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Lorsch

Grundsätzlich orientieren sich die einzelnen Sortimentszuordnungen der „Lorscher Liste“ an den vorgenannten Angaben, in Einzelfällen wurden jedoch Anpassungen aufgrund der Vor-Ort-Gegebenheiten vorgenommen. Zur Einordnung der Sortimente ist auf folgende Punkte gesondert hinzuweisen:

- /// **Nahrungs- und Genussmittel** werden grundsätzlich als zentren- und nahversorgungsrelevant eingestuft. Allerdings werden Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränken) üblicherweise in Betriebstypen angeboten, die hinsichtlich ihres Flächenbedarfs sowie sonstiger Standortanforderungen (u. a. verkehrliche Erreichbarkeit für den Kunden- und Lieferverkehr) häufig nur schwer in zentrale Versorgungsbereiche zu integrieren sind (z. B. großer Supermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt). Im Hinblick auf die Sicherstellung einer ausgewogenen und wohnungsnahen Versorgungsstruktur innerhalb einer Stadt ist die Zulassung von Neuansiedlungen und Erweiterungen (ab einer Verkaufsfläche von 200 m²) außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Einzelfall zu prüfen.
- /// Die Warengruppen **Reformwaren, Apothekenwaren, Schnittblumen, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften** sind als ergänzende Angebote der Nahversorgung von Bedeutung, weshalb sie als zusätzlich nahversorgungsrelevant eingestuft werden.
- /// **Drogeriewaren:** In der Innenstadt von Lorsch wurden in den letzten Jahren zwei Filialen geschlossen. Der Wegfall wurde durch ein adäquates neues Angebot im Gewerbegebiet „Im Daubhart“ kompensiert. Trotz der vorhandenen Standortverteilung wird aufgrund der städtebaulichen Zielsetzung eine Einordnung dieses Sortimentes als nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant vorgenommen.
- /// Im Bereich **lebende Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung** ist allgemein zu erkennen, dass diese Sortimente zukünftig in mittel- und großflächigen Betriebseinheiten (u. a. Fachmarkt, Bau- und Gartenmärkte mit Zooabteilungen) außerhalb der Innenstadt (außer Treff 3000 als Randsortiment) angeboten werden. Damit spielt die Warengruppe für die Besucherfrequenz bzw. Prägung der Lorscher Innenstadt keine entscheidende Rolle. Vor diesem Hintergrund und der Tatsache, dass mit dem Anbieter „Tieroase“ sowie den Lebensmittelanbietern der Bedarf in adäquater Form gedeckt ist, ist aus Sicht der GMA eine Zuordnung von Tieren, Zooartikeln, Tierpflegemitteln und Tiernahrung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zu empfehlen. Dabei steht die „Lorscher Liste“ nicht im Einklang mit dem Regionalplan Südhessen, der eine Zentrenrelevanz ausweist.
- /// Das Sortiment **„Schuhe“** wird in Lorsch jeweils als Randsortimentsfläche in einem innerstädtischen Bekleidungsfachgeschäft sowie im tegut-Markt im Gewerbegebiet

„Im Daubhart“ angeboten. Das Sortiment wird, insbesondere vor dem Hintergrund der städtebaulichen Zielsetzung, als zentrenrelevant eingestuft.

- Bei der Warengruppe **Lampen / Leuchten** sind aktuell nur geringfügige Verkaufsflächen als Randsortimente in Lorsch vorhanden. Üblicherweise werden diese Sortimente als Randsortiment in Großvertriebsformen (z. B. Baumärkte, Möbelhäusern) in dezentralen Lagen angeboten. Das Sortiment zeichnet sich zudem dadurch aus, dass es i. d. R. gezielt und daher bevorzugt mit dem Auto eingekauft wird sowie Kopplungseffekte mit zentrenrelevantem Sortiment meist gering sind. Mit Blick auf die Marktentwicklung ist festzustellen, dass Beleuchtungskörper sowohl heute als auch zukünftig weniger von inhabergeführten Betrieben, sondern stärker von mittel- und großflächigen Betriebsformen angeboten werden, für die unter verkehrlichen Gesichtspunkten ein Standort außerhalb zentraler Versorgungsbereiche standortgerecht ist. Daher werden diese Sortimente in der „Lorscher Liste“ entgegen dem Regionalplan Südhessen als nicht zentrenrelevant eingestuft.
- **Einrichtungszubehör und Raumausstattung** wurde in der „Lorscher Liste“ näher differenziert und auf Grundlage der bestehenden Einzelhandelssituation in Lorsch sowie aufgrund der allgemeinen Warenbeschaffenheit in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente aufgeteilt. So gehören beispielsweise **Heimtextilien, Gardinen und Bettwäsche** zu den zentrenrelevanten Sortimenten, jedoch **Bettwaren, Matratzen, Teppiche, Einrichtung wie z. B. Küchen und Badeinrichtung und Möbel** wurden als nicht zentrenrelevante Sortimente eingestuft.

Auf Basis der im vorstehenden Kapitel bewerteten Kriterien und städtebaulichen Zielsetzungen wurde eine „Lorscher Liste“ der zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente erstellt, die als Basis für die künftigen Festsetzungen in den Bebauungsplänen dienen soll. Die Aufzählung nicht zentrenrelevanter Sortimente ist nicht abschließend.

Tabelle 12: Lorsch Sortimentsliste 2015 („Lorsch Liste“)

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<p>zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel* inkl. Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren ▪ Getränke* ▪ Reformwaren ▪ Drogerieartikel (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetik ▪ Apothekenwaren ▪ Schnittblumen ▪ Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften <p>zentrenrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bücher ▪ Bürobedarf ▪ Spielwaren und Bastelartikel ▪ Sanitätswaren, Orthopädie ▪ Oberbekleidung ▪ Wäsche, Wolle, Kurzwaren / Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien ▪ Baby- / Kinderartikel ▪ Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren inkl. Hüte, Accessoires und Schirme ▪ Sportartikel (inkl. Bekleidung) ▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche ▪ Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel, Antiquitäten ▪ Uhren, Schmuck ▪ Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren u.ä. ▪ Optische und feinmechanische Erzeugnisse ▪ Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger ▪ Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)** ▪ Computer, Geräte der Telekommunikation ▪ Musikinstrumente und Musikalienhandel ▪ Fahrräder, Fahrradzubehör 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebende Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung ▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel ▪ Lampen / Leuchten, Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf ▪ Elektrogroß(-Haushalts)geräte (nur weiße Ware) ▪ Möbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel ▪ Matratzen, Bettwaren ▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ Teppiche, Bodenbeläge ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf ▪ Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen ▪ Sportgroßgeräte wie Surfboards, Campingartikel, Angelbedarf, Golfbedarf, Pferdesportbedarf ▪ Kfz- / Motorradzubehör

¹ Aufzählung nicht abschließend

* Lebensmittel und Getränke sind grundsätzlich zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente, aufgrund des Betriebstypencharakters ist hier jedoch Abwägungsspielraum gegeben.

** weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, TV-, Videogeräte

Quelle: GMA-Empfehlungen 2015

3. Standortkonzept

3.1 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche übernehmen die Funktion eines Zentrums zur Versorgung der Gemeinde bzw. eines Teilbereichs der Gemeinde mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich um schutzwürdige Bereiche im Sinne des Baugesetzbuches (BauGB), d. h. diese Bereiche dürfen durch Einzelhandelsneuansiedlungen bzw. Erweiterungen in der Kommune und in Nachbarkommunen nicht geschädigt werden.

Bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Als Maßstab kann hier die fußläufige Erreichbarkeit und ein Geschäftsbesatz ohne bzw. nur mit kleineren Lücken angesetzt werden. Eine ausreichend hohe Kundenfrequenz wird häufig maßgeblich von größeren „Magnetbetrieben“ gewährleistet. Jedoch kann sich die Attraktivität eines zentralen Versorgungsbereiches auch aus einer bestimmten Anzahl kleinerer Betriebe begründen, sofern eine hohe Funktionsdichte gegeben ist. Ergänzend werden bei der Abgrenzung die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Ringstraße, Topographie, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen, öffentlicher und kultureller Einrichtungen (z. B. Stadthaus, Altes Rathaus, Bibliotheken, Theater Sapperlot, Rex Kulturhaus etc.) zum Tragen. Zudem spielen insbesondere am Standort Lorsch touristische Gegebenheiten (u. a. Tourist-Info, Museumszentrum etc.) eine prägende Rolle.

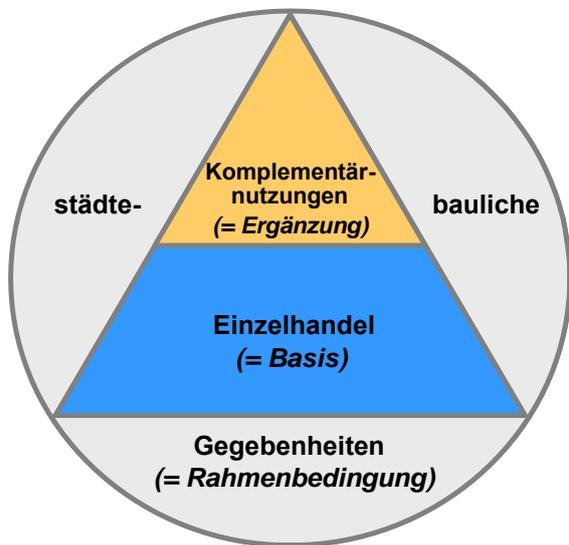
Für die **Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches** gelten nach einschlägigen Planungsgrundlagen folgende **Kriterien**:

- /// Angebotsdichte / -vielfalt
- /// Nutzungsmix öffentlicher / privater Versorgungseinrichtungen (Multifunktionalität)
- /// Kompaktheit der Bebauung
- /// städtebauliche Prägung des Zentrums (Zentrencharakter)
- /// Aufenthaltsqualität
- /// Erreichbarkeit für alle Verkehrsarten (Fußgänger, Radfahrer, Pkw, ÖPNV)
- /// fußläufige Erlebbarkeit sowie Erreichbarkeit.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist demnach die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei der Einzelhandel als konstituierendes Element zu sehen ist, welcher durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingungen sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen.

Bei der **kartografischen Abgrenzung** werden außerdem die folgenden Leit- und Detailkriterien berücksichtigt:

- /// Gewinnung räumlich abgerundeter und möglichst kompakter Bereiche: Berücksichtigung von Lage und Dichte der Nutzungen
- /// Ausläufer mit Dienstleistungen und Gastronomie bei sonst vorhandener Wohnnutzung werden i. d. R. gekappt. Berücksichtigt wird in diesem Zusammenhang auch die räumliche (Längen-)Ausdehnung der Zentren.
- /// Auflagen und räumlich-funktionale Bezüge in den Zentren
- /// Entwicklungsmöglichkeiten des Zentrums: In die Abgrenzung werden mögliche Potenzialflächen aufgenommen, die für eine städtebaulich sinnvolle Erweiterung des Zentrums bzw. des Angebotes in Frage kommen (idealerweise im Kern des Zentrums, nur in Einzelfällen am Rand).
- /// Parzellenorientierte Abgrenzung: grundsätzlich parzellenscharfe Abgrenzung; im Einzelfall wird von der Parzellengrenze abgewichen (z. B. bei tiefen Wohngrundstücken).

Abbildung 8: Wesentliche Aspekte bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Einzelhandel / Komplementärnutzungen:

- quantitative Aspekte (z.B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z.B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

städtebauliche Gegebenheiten:

- Bebauungsstruktur, stadträumliche Zäsuren (z.B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bushaltestellen, Rathaus, Stadthalle, Kirche)

GMA-Darstellung 2014

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Lorsch sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgte – in Abstimmung mit der Stadt Lorsch – auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme. Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und ist weitgehend parzellenscharf. Es ist anzumerken, dass die Begrenzung nicht als absolut starr zu verstehen ist. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben in räumlicher Nähe zum jeweiligen zentralen Versorgungsbereich ist zu prüfen, ob ggf. im Rahmen einer Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes die Abgrenzung anzupassen ist.

3.2 Zentraler Versorgungsbereich gemäß Regionalplan Südhessen

Im Regionalplan Südhessen 2010²¹ werden für das Mittelzentrum Lorsch Standortlagen für den „Großflächigen Einzelhandel“ definiert. Dabei wird zwischen folgenden Kategorien unterschieden:

- /// Zentraler Versorgungsbereich
- /// Versorgungskern
- /// Ergänzungsstandort
- /// sonstiger großflächiger Einzelhandelsstandort (Bestand)

²¹ Quelle: Regionalplan Südhessen 2010, Abb. 5-7

Die einzelnen Standortlagen sind im Regionalplan Südhessen in der Begründung zu den Zielen und Grundsätzen wie folgt definiert:

„Ein **zentraler Versorgungsbereich** ist ein zusammenhängender, städtebaulich integrierter Siedlungsbereich, in dem neben dem Einzelhandel auch weitere zentralörtliche Funktionen konzentriert sind. Regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zulässig.

Der **Versorgungskern** ist i. d. R. Teil eines zentralen Versorgungsbereiches. Es handelt sich um die Innenstadt, das Stadt-/Ortszentrum oder den Siedlungskern mit den Hauptgeschäftsstraßen/Fußgängerzonen, also den vorhandenen Einzelhandelsbestand in integrierter Lage. Zum Schutz dieser integrierten Lagen dürfen von Einzelhandelsvorhaben an anderer Stelle keine schädlichen Auswirkungen auf den Versorgungskern in der Standortgemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

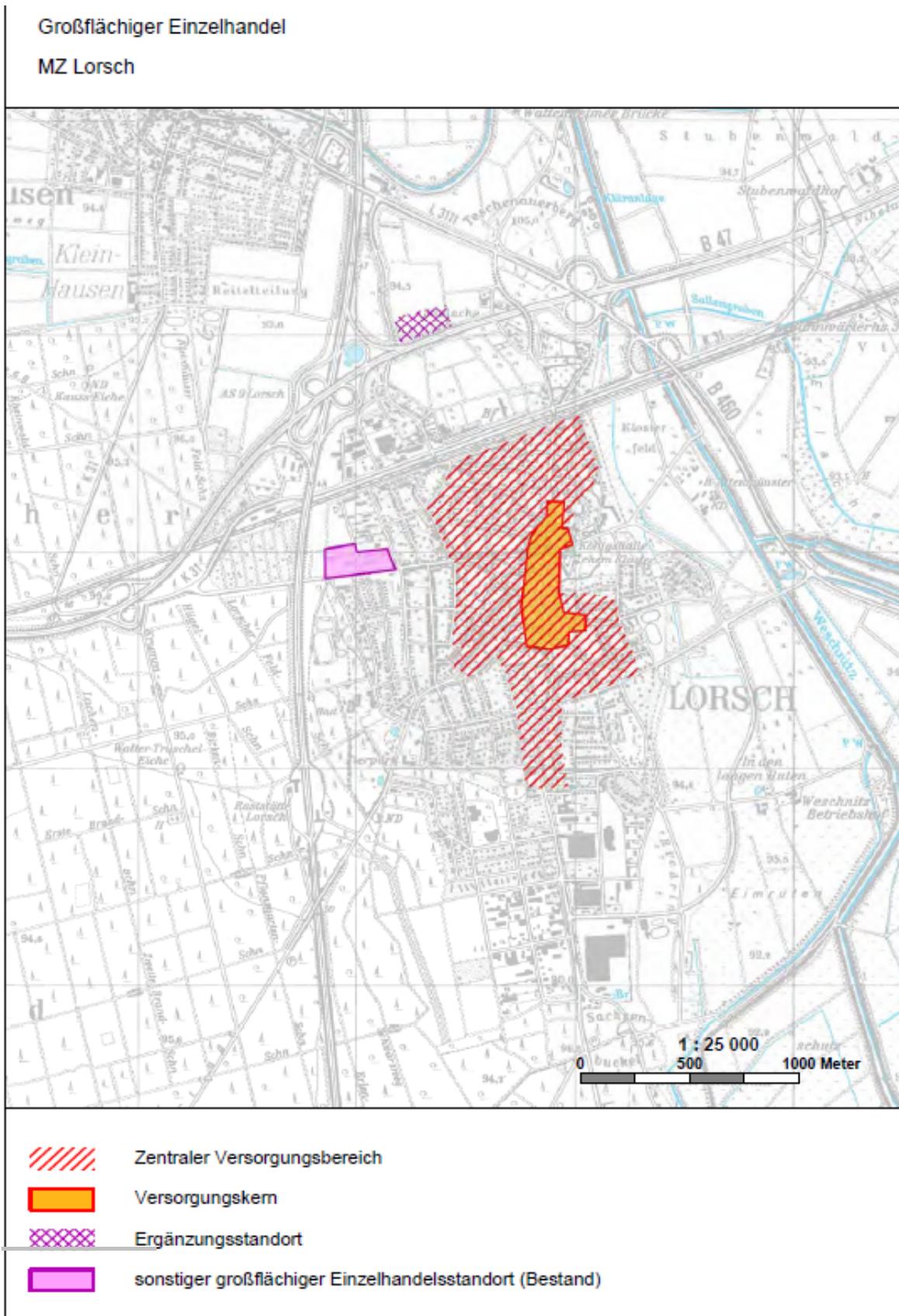
Ergänzungsstandorte sind Bereiche, in denen bereits ein hoher Einzelhandelsbestand außerhalb der zentralen Lagen vorhanden ist. Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten [...] sollen sie innerhalb der dargestellten Ergänzungsstandorte verwirklicht werden.

Bereits vorhandene Einzelhandelsagglomerationen sind als **sonstiger Einzelhandelsstandort, Bestand** dargestellt. Rechtmäßig errichtete vorhandene Einzelhandelsbetriebe genießen Bestandsschutz.“

Im Grundsatz 3.4.3-9 wird weiterhin angemerkt, dass Städte und Gemeinden in der Region zur Entwicklung kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte aufgefordert sind, die mit der Regionalplanung und der vorbereitenden Bauleitplanung abgestimmt sind.

In der folgenden Karte sind die Abgrenzungen des Regionalplans Südhessen dargestellt.

Karte 5: Abgrenzung von Standortlagen gemäß Regionalplan Südhessen



3.3 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Lorsch“

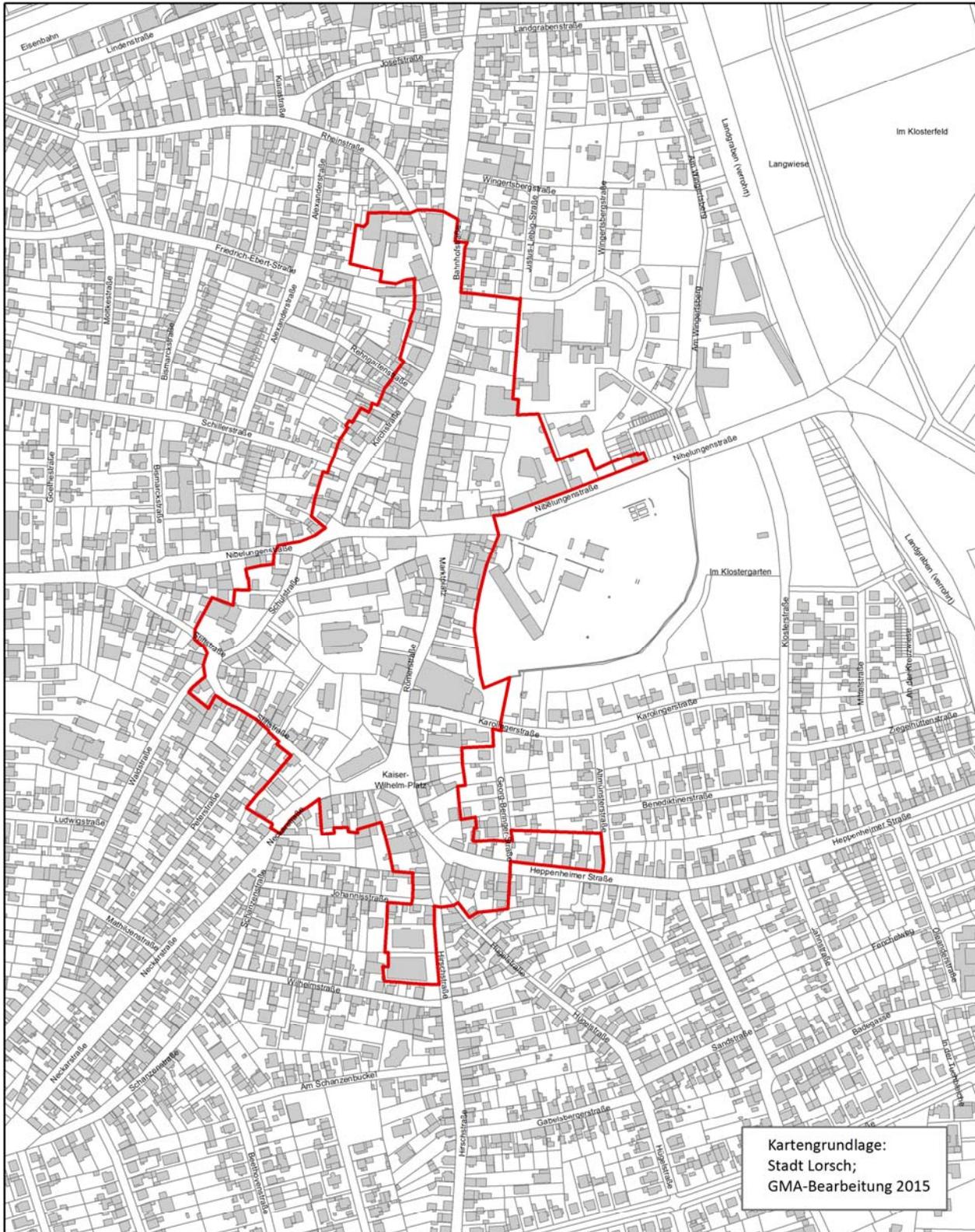
Auf Basis der aktuellen Bestandserhebung und der vorstehend aufgeführten Abgrenzungskriterien kann in Lorsch ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Der **„zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Lorsch“** übernimmt wesentliche Versorgungsaufgaben für das gesamte Stadtgebiet und teilweise auch darüber hinaus. Neben Einzelhandelsnutzungen konzentrieren sich hier auch Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie etc.).

Im Abgleich mit den **Vorgaben des Regionalplans Südhessen** entspricht der im Einzelhandelskonzept definierte „zentrale Versorgungsbereich“ in etwa dem regionalplanerisch abgegrenzten Versorgungskern. Der „regionalplanerische zentrale Versorgungsbereich“ geht jedoch deutlich darüber hinaus. Gegenüber der im Einzelhandelskonzept 2007/2008 vorgenommenen räumlich deutlich weiteren Abgrenzung (im Norden bis zum Bereich Bahnhof, im Süden bis in die Hirschstraße) wird der Zentrale Versorgungsbereich nunmehr enger gefasst. Die bisherige Unterscheidung zwischen Zentralem Versorgungsbereich und Versorgungskern wird aufgehoben – beide Bereiche sind nunmehr deckungsgleich bzw. wird lediglich der Begriff Zentraler Versorgungsbereich weiter verwendet. Auch die Unterteilung in eine Kernzone und eine Erweiterungszone entfällt. Diese engere Abgrenzung entspricht in weiten Teilen dem aus städtebaulicher Sicht sensiblen Innenstadtbereich, für den auch an anderer Stelle besondere Gestaltungsvorgaben wie Gestaltungssatzung, Sondernutzungssatzung etc. festgelegt wurden.

Nach Rücksprache mit der Stadt Lorsch ist unter dem Aspekt des Schutzes der Innenstadt der Fokus auf den „Versorgungskern“ zu legen und weitere Ansiedlungen bei zentrenrelevanten Sortimenten auf diesen Bereich zu konzentrieren. Großflächige Ansiedlungen im darüber hinausgehenden „regionalplanerischen zentralen Versorgungsbereich“ sollten nur bei mangelnder Flächenverfügbarkeit in der Innenstadt (Nachweis erforderlich) sowie städtebaulicher Verträglichkeit gegenüber den schützenswerten Lagen möglich sein.

Im Ergebnis kann das in der folgenden Karte dargestellte Gebiet als zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 Abs. 3 BauGB dargestellt werden.

Karte 6: „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Lorsch“



 Zentraler Versorgungsbereich

3.4 Gewerbegebiete

Aufbauend auf bereits ausgeführten standortbezogene Entwicklungsmöglichkeiten soll an dieser Stelle nochmals der Umgang mit Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Abhängigkeit der Zentrenrelevanz des jeweiligen Sortimentes (vgl. Sortimentskonzept) dargestellt werden. Dabei stellt der Standort „In der Dieterswiese“ aufgrund der im Vergleich der Standortlagen günstigeren städtebaulichen Faktoren wie städtebauliche Integration, Nähe zur Wohnbebauung, gute Erreichbarkeit und MIV, im Vergleich geringe Entfernung zum ZVB und der bereits heute etablierten Funktion als Einzelhandelsstandort mit Nahversorgungsfunktion für Lorsch den aus Sicht der Stadt Lorsch priorisierten Entwicklungsstandort dar.

Gewerbegebiet „In der Dieterswiese“

Im Regionalplan Südhessen als „sonstiger großflächiger Einzelhandelsstandort (Bestand)“ ausgewiesen.

nahversorgungsrelevante Sortimenten	Moderate Erweiterung zulässig
zentrenrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben nicht zulässig
nicht zentrenrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Großflächige Vorhaben: Einzelfallprüfung ▪ Nicht großflächige Vorhaben: zulässig

Gewerbegebiet „Im Daubhart“

Im Regionalplan Südhessen als „Ergänzungsstandort“ für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ausgewiesen

nahversorgungsrelevante Sortimenten	Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben nicht zulässig
zentrenrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kernsortiment: Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben nicht zulässig ▪ Randsortiment: Erweiterung nur unter Ausschluss von städtebaulichen Auswirkungen; Beschränkung auf max. 10 % der Verkaufsfläche
nicht zentrenrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Großflächige Vorhaben: Einzelfallprüfung ▪ Nicht großflächige Vorhaben: zulässig

Gewerbegebiet „Seehofstraße“

nahversorgungsrelevante Sortimenten	Ansiedlung ausschließlich im Bereich der Kreuzung Seehofstraße / südlich des Starkenburgrings zulässig, da bereits hier ein Bauvorbescheid für den Neubau eines Lebensmittelmarkt bis 800 m ² VK besteht. ²² Darüber hinaus sind keine weiteren Ansiedlungsvorhaben zulässig.
zentrenrelevante Sortimente	Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben nicht zulässig
nicht zentrenrelevante Sortimente	Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben nicht zulässig

- Der Bereich zwischen „Am Forstbann“, Industriestraße und Seehofstraße soll perspektivisch durch Wohnbebauung entwickelt werden; hier ist Einzelhandel folglich ausgeschlossen.
- Für den Bereich westlich der Industriestraße ist eine Weiterentwicklung durch nicht einzelhandelsrelevantes Gewerbe vorgesehen; hier erfolgt ein genereller Ausschluss von Einzelhandel.

Gewerbegebiet „Im Lagerfeld“

- Perspektivische Ausrichtung des Gewerbegebietes für nicht einzelhandelsrelevantes Gewerbe; hier erfolgt ein genereller Ausschluss von Einzelhandel.
- Bestandsicherung bestehender Betriebe sowie Möglichkeit der moderaten Weiterentwicklung dieser Betriebe bei erforderlicher Prüfung des Einzelfalls

Für perspektivisch ausgewiesene handelsrelevante Gewerbe- und Mischgebiete ist eine Einzelfallprüfung bzgl. des Umganges mit Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Abhängigkeit der Zentrenrelevanz vorzunehmen.

3.5 Weitere Regelungen

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben eine Möglichkeit zu einer moderaten Erweiterung einzuräumen. Voraussetzung hierfür sowie für eine Verlagerungsmöglichkeit bestehender Betriebe ist jedoch eine Einzelfallprüfung, die negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in Lorsch sowie in benachbarten Orten ausschließt.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen / Erweiterungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B.

²² Für diese Planung liegt keine genaue Sortimentsbeschreibung vor.

Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente²³ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche. Darüber hinaus wird unter Berücksichtigung der „200 m²-Regelung“²⁴ empfohlen, einzelne Sortimente auf maximal 200 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Lorsch führen.

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in enger Abstimmung mit der Stadt Lorsch und in inhaltlicher Abstimmung mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sind folgende Punkte zu beachten:

/// **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes** durch den Magistrat der Stadt von Lorsch als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- Städtebauliche Ziele der Stadt Lorsch für die Einzelhandelsentwicklung
- Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
- Zentren- und Standortstruktur
- Definition und Abgrenzung des „zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Lorsch“
- Sortimentsliste der Stadt Lorsch.

/// **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es ist zu prüfen, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die

²³ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Wichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

²⁴ Legt die bestehende Geschäftsstruktur in Lorsch zugrunde

den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Magistrat beschlossen worden ist.²⁵ Mittelfristig sind die Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts bei einer Fortschreibung des Flächennutzungsplans zu berücksichtigen.

/// Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen / Bestandspflege

Die Untersuchung unterstützt die bereits bestehende Bestandspflege der Stadt Lorsch. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Einzelhandel von Lorsch und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit bezüglich einer Ansiedlung im „zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Lorsch“. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung innerhalb dieses Bereichs aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept ist als aktuelle Grundlagenuntersuchung der Einzelhandelsentwicklung in Lorsch zu verstehen, welche insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (ca. 5 - 8 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

²⁵ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

VI. Zusammenfassung

Die Untersuchungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lorsch kommen zu folgenden wesentlichen Ergebnissen:

- /// Die Stadt Lorsch liegt im Kreis Bergstraße und zählt derzeit 13.559 Einwohner. Regionalplanerisch ist die Stadt Lorsch als **Mittelzentrum** eingestuft und weist derzeit ein kontinuierliches **Bevölkerungswachstum** auf hohem Niveau auf. Die Wirtschaft wird dominiert von Beschäftigten in den Bereichen „Handel / Gastgewerbe / Verkehr“ und „Sonstige Dienstleistungen“.
- /// Das Kaufkraftniveau in Lorsch liegt mit 105,8 deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Das **Marktgebiet** des Lorscher Einzelhandels beschränkt sich auf das Stadtgebiet sowie die nördlich angrenzende Gemeinde Einhausen und stellt damit den Mittelbereich des Mittelzentrums Lorsch dar. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen beträgt ca. 113,8 Mio. €. Im Vergleich zur CIMA-Untersuchung 2007 / 2008 haben sich hinsichtlich des Marktgebiets keine wesentlichen Veränderungen ergeben.
- /// Der **Einzelhandelsbestand** in Lorsch umfasst ca. 104 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von etwa 22.135 m². 38 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 8.990 m² können dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zugeordnet werden. Auf dem Nichtlebensmittelsektor entfallen 66 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 13.145 m². Die rechnerische Durchschnittsgröße der Betriebe liegt bei 211 m² Verkaufsfläche und damit unter dem Bundesdurchschnitt (240 m² VK je Betrieb). Bezüglich der Einzelhandelsstrukturen ist festzuhalten, dass sich ein Großteil der Geschäfte in der Lorschener Innenstadt befindet. Hinsichtlich der Verkaufsflächen ist jedoch mit ca. 17 % lediglich ein geringer Anteil der Verkaufsflächen in der Innenstadt festzustellen. Ein Großteil (ca. 69 %) der Verkaufsflächen entfällt auf die Gewerbegebietslagen. Im Vergleich zu 2007 / 08 kam es insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelsektor zu einem Verkaufsflächenwachstum (Ansiedlung von Tegut und Netto sowie Verlagerungen mit Verkaufsflächenerweiterungen von Rewe und Penny).
- /// Die Auswertung von Kennziffern zeigt für Lorsch mit 1.660 m² je 1.000 Einwohner eine leicht unterdurchschnittliche **Verkaufsflächenausstattung**. Im Vergleich weist die Stadt Lorsch insbesondere im Lebensmittelbereich eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf. Im Nonfood-Bereich dagegen sind deutliche quantitative Defizite festzustellen, die sich überwiegend durch die ausgeprägte Wettbewerbssituation im Umland und die Stadtgröße begründen lassen.
- /// Im Geschäftsjahr 2014 erzielte der Einzelhandel in der Stadt Lorsch eine **Umsatzleistung** von ca. 62,6 Mio. €. Bezogen auf die Kaufkraft der Wohnbevölkerung i. H. v. ca.

77,6 Mio. € ergibt sich eine **Zentralitätskennziffer** von 81 %. Durch die Nähe zu den weiteren Mittelzentren (z. B. Bensheim, Heppenheim) erreicht Lorsch aber nur unterdurchschnittliche Zentralitätswerte, v. a. was den Nonfoodsektor betrifft (ca. 54 %). Im Lebensmittelbereich erfüllt Lorsch hingegen seine Versorgungsaufgabe für seinen Verflechtungsraum.

- Für die Stadt Lorsch wird **bis 2020** von einer weiteren positiven Einwohnerentwicklung (+ 2 bis 3 %) ausgegangen. Für das abgegrenzte Marktgebiet errechnet sich im Prognosejahr 2020 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 121,2 Mill. €. Gegenüber 2015 entspricht dies einem Kaufkraftzuwachs von ca. 6 - 7 %.
- Insgesamt sind für den Einzelhandelsstandort Lorsch nur noch begrenzte Potenziale vorhanden. **Entwicklungspotenziale** sind insbesondere bei den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung / Schuhe / Sport sowie im Segment Schreib- und Spielwaren vorhanden. In den anderen Sortimentsbereichen sind aufgrund der Angebotssituation im Umland grundsätzlich nur noch geringe Entwicklungschancen, insb. für Nischenangebote, vorhanden.
- Zur planungsrechtlichen Umsetzung wurde in der Stadt Lorsch der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** (gemäß § 34 BauGB und § 11 BauNVO) identifiziert. Unter Berücksichtigung des Einzelhandelsbestandes im zentralen Versorgungsbereich wurde eine Liste mit zentren- / nahversorgungs- / und nicht zentrenrelevanten Sortimenten („**Lorscher Liste**“) erstellt. Es wird empfohlen, die Ansiedlung und Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig nur innerhalb des ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches zuzulassen. Bei der Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten (im Kernsortiment sowie bei den Randsortimenten) in dezentralen Gewerbegebietslagen sind die Beschränkungen auf die genannten Standortbereiche sowie die Verkaufsflächenobergrenzen zu beachten und im Zweifelsfall eine Prüfung des spezifischen Einzelfalls vorzunehmen.
- Insgesamt ist das Einzelhandelskonzept i. S. einer verbindlichen städtebaulichen Zielsetzung vom Magistrat zu beschließen und über die Bauleitplanung umzusetzen. Dabei sollten die Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts mittelfristig in den Flächennutzungsplan aufgenommen und betroffene Bebauungspläne (insb. in den Gewerbegebieten) gemäß den Empfehlungen des Einzelhandelskonzepts geändert werden.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	16
Karte 2: Standortgefüge im Einzelhandel in Lorsch	18
Karte 3: Nahversorgungssituation in Lorsch	26
Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Lorsch	28
Karte 5: Abgrenzung von Standortlagen gemäß Regionalplan Südhessen	61
Karte 6: „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Lorsch“	63
 Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich	14
Tabelle 3: Makrostandortprofil Lorsch im Überblick	15
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in der Stadt Lorsch nach Hauptwarengruppen 2015	19
Tabelle 5: Einzelhandelsbestand der Stadt Lorsch nach Lagen	20
Tabelle 6: Nahversorgungsstandort im Lorscher Stadtgebiet	24
Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet (Mittelbereich Lorsch) des Einzelhandels der Stadt Lorsch 2015	30
Tabelle 8: Entwicklung von Wohnstandorten im Lorscher Stadtgebiet	33
Tabelle 9: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet (Mittelbereich Lorsch) des Einzelhandels der Stadt Lorsch 2020	34
Tabelle 10: Kriterien der Zentrenrelevanz	49
Tabelle 11: Einordnung der Sortimente – Ergebnisse im Überblick	52
Tabelle 12: Lorscher Sortimentsliste 2015 („Lorscher Liste“)	56
 Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau Einzelhandelskonzept Lorsch	7
Abbildung 2: Einzelhandelsbestand in Lorsch nach Hauptwarengruppen und Lagen (bezogen auf Verkaufsflächen)	20
Abbildung 3: Vergleich der Umsatzanteile nach Betriebstyp im Lebensmittelbereich mit den Durchschnittswerten	21
Abbildung 4: Einzelhandelsbestand in Lorsch nach Größenklassen	22

Abbildung 5:	Verkausflächenausstattung* in Lorsch nach Hauptwarengruppen	35
Abbildung 6:	Zentralität nach Warengruppen	36
Abbildung 7	Ziele und Aufbau des Einzelhandelskonzeptes	47
Abbildung 8:	Wesentliche Aspekte bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	59