

# Einzelhandelskonzept für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

- Endbericht -



**Auftragnehmer**

**Stadt + Handel**

**Stadt + Handel**

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR  
Huckarder Str. 12  
44147 Dortmund

Tel. 0 231. 8 62 68 90  
Fax. 0 231. 8 62 68 91  
info@stadt-handel.de  
www.stadt-handel.de

**Verfasser:**

Dipl.-Ing. Marc Föhler  
Dipl.-Geogr. Daniela Schulte

**Dortmund, November 2009**

Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

---

## Zusammenfassung

Die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld beabsichtigt, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentrenstruktur auf eine tragfähige und städtebaulich-funktional ausgewogene Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die „Leitfunktion Einzelhandel“ einerseits eine bestmögliche Vitalität und eine nachfragewirksame Attraktivität der Ortszentren gewährleisten. Andererseits wird es hierdurch möglich, konkrete Entwicklungsziele auch für die nachgeordneten Einzelhandelsstandorte in Clausthal-Zellerfeld zu definieren. Und nicht zuletzt soll durch die Gesamtkonzeption die alltägliche Lebensqualität in Clausthal-Zellerfeld durch eine funktionierende wohnortnahe Grundversorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs gesichert und ausgebaut werden.

Um eine solche ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu sichern und dauerhaft strategisch zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept umfangreiche Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung zur Verfügung. Zudem enthält dieses Einzelhandelskonzept Leistungsbausteine, die für weitere Adressaten von Interesse sein dürften: die Wirtschaftsförderung, die örtlichen Händlergemeinschaften, die Einzelhändler und Handelsunternehmen, Immobilieneigentümer und Ansiedlungsinteressierte.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelskonzept der aktuelle Zustand der Clausthal-Zellerfelder Einzelhandelsstruktur für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Ausgehend von dieser empirisch-analytisch abgeleiteten Bewertung wird der zukünftige absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen für alle Warengruppen aufgezeigt. In Verbindung mit dem empfohlenen räumlichen Entwicklungsleitbild sowie dem gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzept werden darauf aufbauend Ansiedlungsleitsätze entwickelt, die vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten. Hierzu wird zudem die Clausthal-Zellerfelder Liste zentrenrelevanter Sortimente definiert.

Zusammengefasst stellen sich die Angebots- und Nachfrageseite in Clausthal-Zellerfeld wie folgt dar:

- Clausthal-Zellerfeld verfügt über eine mehrpolige Zentrenstruktur mit den beiden Ortszentren in Clausthal und in Zellerfeld sowie dem Ergänzungsstandort ‚EKZ am Ostbahnhof‘.
- In Clausthal-Zellerfeld sind 101 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.500 m<sup>2</sup> vorhanden.

- Von den 101 Einzelhandelsbetrieben sind rund 55% in den Ortszentren Clausthal und Zellerfeld angesiedelt. Diese stellen rund 57% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dar.
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 93% ist angesichts der regionalen Wettbewerbssituation und geografischen Lage Clausthal-Zellerfelds als durchaus angemessen zu bewerten.
- Die punktuelle Erhöhung der sortimentspezifischen Zentralitätswerte erscheint gleichwohl möglich.
- Die Verkaufsflächenausstattung der Bergstadt mit 1,56 m<sup>2</sup>/ EW ist im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 1,4 m<sup>2</sup> VKF/ EW) und zu anderen Mittelzentren (vielfach < 2,0 m<sup>2</sup> VKF/ EW) insgesamt als unterdurchschnittlich zu bewerten.
- Vor dem Hintergrund des regionalen Wettbewerbs erreicht Clausthal-Zellerfeld insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich (umfasst die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken, Blumen, zoologischer Bedarf, Papier/ Schreibwaren/ Bürobedarf, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher) eine insgesamt gute strukturelle Ausstattung.
- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich aus den Ausstattungsdaten kein dringendes stadtplanerisches Optimierungserfordernis: es besteht eine gute Eigenbindung über 90% der vorhandenen Kaufkraft und eine kaum noch steigerbare Zentralität von 114%.
- Die flächendeckende Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich ist ebenfalls weitgehend gut gegeben. Allenfalls in kleineren Siedlungsbereichen sowie in Buntenbock sind räumliche Versorgungslücken erkennbar.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Nicht nur die Ortszentren, sondern auch die städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen über ein deutliches Standortgewicht: 12% der Einzelhandelsbetriebe verfügen dort über 29% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier ist besonders der nicht integrierte Standortbereich EKZ am Ostbahnhof zu nennen.
- Die Kundenzufriedenheit mit den Ortszentren ist deutlich ausbaufähig.
- Die innere räumlich-funktionale Struktur der Ortszentren ist nicht grundlegend kritisch zu bewerten, könnte allerdings hinsichtlich der Faktoren Aufenthaltsqualität und der Schaffung von Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen ausgebaut werden.

- Die Ortszentren sind durch eine kleinteilige Immobilienstruktur geprägt, welches eine Ansiedlung von Filialisten mit marktgängigen Ladengrößenklassen von 100 m<sup>2</sup> VKF und mehr erschwert.

Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt bereits daraus, dass die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Clausthal-Zellerfelds für die Zukunft gesichert und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund einer sehr aktiven überörtlichen Konkurrenz gerade in den benachbarten Mittelzentren, die ihr Angebot ständig fortentwickelt.

Hergeleitet aus der Bestandsanalyse sowie der Analyse des zusätzlichen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens, verbunden mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild, sollten in Clausthal-Zellerfeld die folgenden Ziele für eine Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur künftig zugrunde gelegt werden:

- der Schutz und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld unter Berücksichtigung der touristischen Funktion sowie der Versorgungsfunktion für die Studenten,
- die Sicherung und Ergänzung der wohnortbezogenen Nahversorgung,
- die ausgewogene Entwicklung von ergänzenden Sonderstandorten.

Aufgrund der Tragweite der strategischen Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt, sondern in einem breit besetzten begleitenden Arbeitskreis erörtert. Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen Belange der Clausthal-Zellerfelder Händlerschaft Berücksichtigung finden.

## Inhalt

Zusammenfassung	i
Inhalt	iv
Abkürzungsverzeichnis	vi
<b>1 Aufgabenstellung und Methodik</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung	4
1.3 Methodik	4
<b>2 Markt- und Standortanalyse</b>	<b>10</b>
2.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	10
2.2 Angebotsanalyse	14
2.3 Nachfrageanalyse	17
2.3.1 Kaufkraft und Einkaufsorientierung	18
2.3.2 Umsatzermittlung und Zentralität	21
2.3.3 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden und Händler	24
2.4 Analyse und Bewertung der Zentrenstruktur	33
2.4.1 Standortmerkmale des Ortszentrums Clausthal	34
2.4.2 Standortmerkmale des Ortszentrums Zellerfeld	44
2.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Clausthal-Zellerfeld	51
2.6 Analyse und Bewertung der Standortagglomeration Einkaufszentrum am Ostbahnhof	55
2.7 Zwischenfazit: Stadtplanerischer Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Clausthal-Zellerfeld	58
<b>3 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung</b>	<b>61</b>
3.1 Landes- und regionalplanerische Zielvorgaben für Clausthal-Zellerfeld	61
3.2 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	62
3.2.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen	62
3.2.2 Methodik und Berechnungsgrundlagen des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	63
3.2.3 Absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen für Clausthal- Zellerfeld	68
3.3 Räumliches Entwicklungsleitbild für Clausthal-Zellerfeld	73
<b>4 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept</b>	<b>76</b>
4.1 Das Zentrenkonzept	76

4.1.1	Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien	76
4.1.2	Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche in Clausthal-Zellerfeld	80
4.1.3	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Clausthal	81
4.1.4	Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Zellerfeld	87
4.1.5	Empfehlungen für aktivierende Zentrenentwicklung in Clausthal-Zellerfeld	92
4.2	Empfehlungen zur Nahversorgung	96
4.3	Empfehlungen für ergänzende Sonderstandorte	99
4.3.1	Übergeordnete Zielstellungen zu ergänzenden Sonderstandorten	99
4.3.2	Empfehlungen zum Sonderstandort EKZ Am Ostbahnhof	100
4.4	Die Sortimentsliste für Clausthal-Zellerfeld	102
4.5	Ansiedlungsleitsätze	107
<b>5</b>	<b>Empfehlungen zur Umsetzung und Verstetigung</b>	<b>114</b>
5.1	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen	114
5.2	Geeignete Kriterien für künftige Verträglichkeitsgutachten	119
5.3	Fortschreibung der Datenbasis	121
5.4	Verknüpfung mit dem Tourismus	122
<b>6</b>	<b>Schlusswort</b>	<b>124</b>
	Anhang	I
	Literatur und sonstige Quellen	I
	Orientierungswerte	III
	Flächenbewertungen im Rahmen des Konzeptes	V
	Glossar	X

## Abkürzungsverzeichnis

A.....	Autobahn
a.n.g. ....	anderweitig nicht genannt
Abb. ....	Abbildung
Abs. ....	Absatz
B .....	Bundesstraße
BauGB .....	Baugesetzbuch
BauNVO .....	Baunutzungsverordnung
BBE.....	BBE Retail Experts Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, Köln
BGF .....	Bruttogeschossfläche
Bsp. ....	Beispiel
BVerwG .....	Bundesverwaltungsgericht
bzw. ....	beziehungsweise
EAG Bau.....	Europarechtsanpassung Bau
EHK .....	Einzelhandelskonzept
EKZ.....	Einkaufszentrum
Ew.....	Einwohner
FNP .....	Flächennutzungsplan
FOC.....	Factory-Outlet-Center
GFZ.....	Geschossflächenzahl
ggf.....	gegebenenfalls
GPK .....	Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik
GZ .....	Grundzentrum
ha .....	Hektar
i. A. ....	im Auftrag
i. d. R. ....	in der Regel
i. e. S.....	im eigentlichen Sinne
inkl.....	inklusive
insb.....	insbesondere
i. S. v.....	im Sinne von
i. V. m. ....	in Verbindung mit
Kap.....	Kapitel
km .....	Kilometer
KK.....	Kaufkraft



KW.....	Kalenderwoche
LROP Niedersachsen .....	Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen
m <sup>2</sup> .....	Quadratmeter
max.....	maximal
min. ....	minimal
Mio. ....	Millionen
MIV .....	motorisierter Individualverkehr
MZ .....	Mittelzentrum
niL.....	städtebaulich nicht integrierte Lage
Nr. ....	Nummer
NuG.....	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
NV .....	Nahversorgung
NVK.....	Nahversorgungskonzept
NVZ .....	Nahversorgungszentrum
NZ .....	Nebenzentrum
ÖPNV .....	öffentlicher Personennahverkehr
OVG .....	Oberverwaltungsgericht
OZ .....	Oberzentrum
PBS.....	Warengruppe Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
QIN.....	Quartiersinitiative Niedersachsen
RBB.....	Regionalbus Braunschweig GmbH
rd.....	rund
ROG .....	Raumordnungsgesetz
RROP .....	Regionales Raumordnungsprogramm
REHK .....	Regionales Einzelhandelskonzept
SB (SB-Warenhaus.....)	Selbstbedienung (Selbstbedienungs-Warenhaus)
siL .....	sonstige städtebaulich integrierte Lage
SPNV .....	Schienenpersonennahverkehr
Tab. ....	Tabelle
U.....	Umsatz (als Brutto-Jahresumsatz)
u. a.....	unter anderem
UEC .....	Urban Entertainment Center
v. a. ....	vor allem
VGH.....	Verwaltungsgerichtshof
vgl.....	vergleiche
VKF.....	Verkaufsfläche

- WZ..... Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes  
ZGB ..... Zweckverband Großraum Braunschweig  
ZVB..... zentraler Versorgungsbereich  
z. B. .... zum Beispiel  
z. T. .... zum Teil  
z. Z. .... zurzeit

# 1 Aufgabenstellung und Methodik

## 1.1 Ausgangslage und Problemstellung

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandelsbestand der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik bei Einzelhandelsansiedlungen, -verlagerungen und Betriebsaufgaben sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmerseite, der Entwicklung neuer Betriebstypen und vor allem den stetig veränderten Standortanforderungen.

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind. Auch die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld möchte sich in den Stand versetzen, die vorhandenen Einzelhandelsstandorte und insbesondere die Ortszentren künftig vor unerwünschten städtebaulich-funktionalen Entwicklungen zu sichern, sie außerdem bedarfsgerecht fortzuentwickeln und Einzelhandelsvorhaben hierzu gezielt sortimentspezifisch, einheitlich und rechtssicher steuern zu können. Ein kommunales Einzelhandelskonzept bietet als Fachbeitrag zur städtischen Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung hierzu gezielte Lösungsempfehlungen an.

Mit diesem Bericht liegt der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld nunmehr ein solches Einzelhandelskonzept vor, das eine umfassende analytische Ebene – bezogen auf absatzwirtschaftliche Daten der Angebots- und Nachfrageseite wie auch städtebauliche und bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen – mit einer Herleitung der notwendigen räumlich-funktionalen Steuerungsinstrumente für einzelhandelsrelevante Nutzungen verknüpft. Es bezieht darüber hinaus auch die perspektivische Entwicklung sozioökonomischer Parameter in Analyse und Konzeption ein.

Dieser Bericht fasst den intensiven Diskussionsprozess zwischen der Verwaltung, den örtlichen und regionalen Akteuren sowie dem Gutachterbüro Stadt + Handel zusammen, der während der Erarbeitungsphase zwischen Juni 2009 und November 2009 gemeinsam geführt wurde.

Das kommunale Einzelhandelskonzept soll als politisch gestütztes Instrument<sup>1</sup> eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden.

---

<sup>1</sup> Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes ist die politische Bekräftigung des Konzeptes – verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfaltet das Konzept seine Potenziale als Instrument zur Sicherung und strategischen Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Clausthal-Zellerfeld.

## **Städtebauliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes**

Kein Zentrum gleicht dem anderem. Jedes verfügt über eine eigene Geschichte, über spezifische städtebauliche Erkennungsmerkmale, über besondere kulturelle Angebote und auch über einen speziellen Mix an Einzelhandelsangeboten. Aus diesem Grunde reisen Menschen so gerne in andere Städte; sie nehmen diese Unterschiede als Erlebnis wahr.

Auch für die ortsansässige Bevölkerung hat das Zentrum eine ganz besondere Funktion: es bietet Versorgungsmöglichkeiten, Bildungsangebote und Dienstleistungen in einer Dichte und in einem atmosphärischen Umfeld an, die in anderen Stadtbereichen in der Regel nicht zu finden sind. Diese Koppelungsattraktivität des Zentrums gibt ihr unter den Besuchsmotiven den Vorzug vor peripheren und weniger dicht genutzten Bereichen. Viele private und öffentliche Investitionen haben über Jahre dazu beigetragen, diese Attraktivität des Zentrums – funktionell wie städtebaulich – zu erhalten und zu steigern.

Es besteht insgesamt also ein großes öffentliches wie auch privates Interesse daran, die Funktionsfähigkeit und die lebendige Nutzungsdichte der Zentren zu erhalten. Umgekehrt formuliert bedeutet dies, so genannte Trading-down-Effekte, Leerstände und einen Attraktivitätsverlust zu vermeiden. Zugleich sollen auch weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte im Stadtgefüge, etwa Standortbereiche für großflächige nicht-zentrenschädigende Sortimente, einerseits anbieter- und kundengerecht sowie andererseits unter Berücksichtigung der allgemeinen stadtentwicklungspolitischen Ziele weiterentwickelt werden, sofern sie eine Ergänzung zu den zentralen Einzelhandelsstandorten darstellen.

Ein Einzelhandelskonzept beinhaltet die hierzu erforderlichen Abwägungsgrundlagen und Steuerungsempfehlungen, die durch die kommunale Bauleitplanung und im Rahmen der örtlichen Baugenehmigungsverfahren aufgegriffen werden.

## **Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes**

Für die Aufgabe, die relevanten Einzelhandelsstandorte zu sichern und fortzuentwickeln, tragen viele Schultern die Verantwortung: Immobilienbesitzer, Händler, Gastronomen, die Bürger. Insbesondere aber obliegt die Steuerung des Einzelhandels der Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessantesten Nutzungsmix der Zentren sowie an den Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da das Steuern im Einzelfall auch die Untersagung oder die Einschränkung eines Vorhabens bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. So ist zum Beispiel zur sortimentspezifischen

Handhabung von Vorhaben ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde sortimentspezifisch darzulegen, welche aktuellen und insbesondere örtlichen Gründe jeweils für oder gegen ein Einzelhandelsvorhaben sprechen.<sup>2</sup> Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (etwa der Ortszentren Clausthal und Zellerfeld) gehört.

Die empfohlenen Steuerungsinstrumente des Einzelhandelskonzeptes, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden. Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind schließlich die Anforderungen des BauGB, der BauNVO, des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen (LROP Niedersachsen) in der aktuellen Fassung sowie der aktuellen Rechtsprechung.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der Novelle des BauGB zu Beginn des Jahres 2007 den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie nun auch in § 9 Abs. 2a BauGB eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar.

Auch im Landesraumordnungsprogramm des Landes Niedersachsen ergeben sich detaillierte Ziele etwa in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente und den großflächigen Einzelhandel, um die zentralörtlichen Funktionen zu schützen und die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung zu sichern.

## **Wirtschaftliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes**

Die wirtschaftliche Bedeutung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes sollte nicht überschätzt werden; ein solches Konzept stellt ein im Kern stadtplanarisches Instrument dar. Dennoch können Einzelaspekte eine besondere Grundlage für die kommunale Wirtschafts- und Standortförderung bilden. Hierzu enthält ein Einzelhandelskonzept beispielsweise Aussagen zur Optimierung der Standortqualität und -vermarktung. Nicht zuletzt bieten die erarbeiteten Inhalte und ihre konsequente Anwendung eine Erhöhung der Investitionssicherheit – sowohl für bereits langjährig ansässige Einzelhändler als auch für ansiedlungsinteressierte Investoren.

Aufgrund der beschriebenen Bedeutung für die Standortentwicklung ist es ein Hauptanliegen eines jeden qualitativen umsetzungsbezogenen Einzelhandelskonzeptes, auch die

---

<sup>2</sup> Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z.B. OVG Münster, Urteil 7A D 92/99.NE vom 03.06.2002, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg, Urteil 8 S 1848/04 vom 02.05.2005.

relevanten Wirtschaftsakteure in den Erarbeitungsprozess frühzeitig einzubeziehen. Vertreter des Einzelhandels wurden daher in den ergänzend zur Analyse und Konzeption stattfindenden Diskussionsprozess zwischen Politik, Verwaltung und Fachgutachtern eingebunden.

## 1.2 Zielsetzung

Das Ziel des kommunalen Einzelhandelskonzeptes besteht darin, der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld eine aktuelle, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis sowie Empfehlungen zur planungsrechtlichen Beurteilung neuer Einzelhandelsvorhaben

- zur Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Ortszentrum Clausthal und Ortszentrum Zellerfeld,
- zur Sicherung und Ergänzung der wohnortnahen Grundversorgung,
- für künftige Bauleitplan-Aufstellungs- und Änderungsverfahren,
- zur Steuerung und Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente,
- und nicht zuletzt für die interkommunale Abstimmung und die kommunale Abwägung

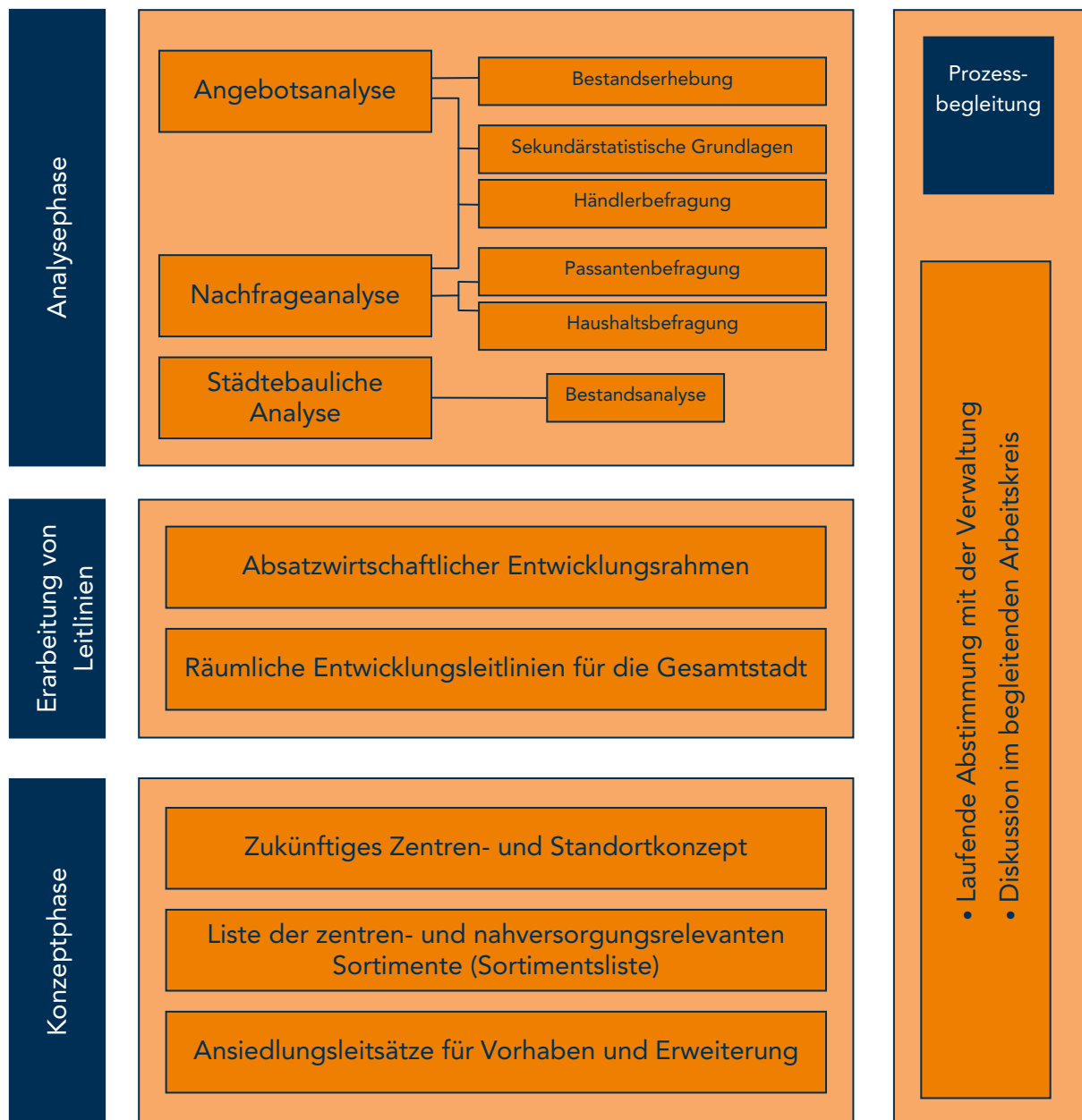
zur Verfügung zu stellen.

Hierzu ist es unter anderem notwendig, Leitlinien und Grundsätze der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten, mit relevanten Vertretern zu erörtern und abzustimmen. Ebenso ist eine Clausthal-Zellerfelder Sortimentsliste zu erstellen.

## 1.3 Methodik

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

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept



Quelle: eigene Darstellung

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Tabelle 1: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine

	Bestandserhebung	Haushaltsbefragung	Händlerbefragung	Passantenbefragung	Städtebauliche Analyse
Datengrundlage	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut i. A. von Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Analyse durch Stadt + Handel
Zeitraum	KW 35 (24. bis 29.08.2009)	KW 34 (17. bis 22.08.2009)	KW 35 + 36 (24.08. bis 05.09.2009)	KW 35 (24. bis 29.08.2009)	KW 35 (24. bis 29.08.2009)
Methode	flächen-deckende Vollerhebung	telefonische Befragung (n = 300; 200 in der Samtgemeinde Oberharz, 100 im Umland)	flächen-deckende Verteilung von Fragebögen (Rücklauf n = 11)	standardisierter Fragebogen (n = 403; 259 Befragungen in Clausthal, 144 Befragungen in Zellerfeld)	Begehung der Ortszentren
Inhalt	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortiment aller Einzelhandelsbetriebe	Einkaufsort nach Sortiment, Angebotslücken, Veränderung bei der Wahl der Einkaufsorte	Angebotslücken, Umsatzherkunft, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Einzugsbereiche	Kundenherkunft, gekaufte Sortimente, Angebotslücken, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort	Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, Stärken- und Schwächenanalyse

Quelle: eigene Darstellung

Die tatsächlichen Angebots- und Nachfrageverhältnisse der Einzelhandelsbetriebe sind auf diese Weise detailliert abgebildet und ermöglichen eine genaue, sortimentspezifische Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Clausthal-Zellerfeld. Weiterhin wird durch die Aufnahme der städtebaulichen Struktur und Zuordnung der Betriebe zu städtebaulichen Lagen ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine Lenkung der räumlichen Entwicklung von Einzelhandelsstandorten in Clausthal-Zellerfeld zulässt.



## **Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe**

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld sowie die weiteren Kommunen der Samtgemeinde Oberharz flächendeckend durchgeführt worden; es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Metzger, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen aufgenommen worden.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche ist differenziert nach innen und außen liegender Verkaufsfläche ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/ Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der Verkaufsfläche in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts<sup>3</sup> vom November 2005 findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen wegen Betriebsaufgaben).

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

## **Bestandsanalyse Städtebau**

Für die Ortszentren sowie die bedeutsamen sonstigen Standorte erfolgte eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen orientierte städtebauliche Analyse. Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einkaufsstandorte werden dabei herausgestellt. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung die räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis der Clausthal-Zellerfelder Sortimentsliste und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe im Zusammenhang mit einer städtebaulich-funktional begründeten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche bildet das Kern-

---

<sup>3</sup> Vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005.

stück zukünftiger sortimentspezifischer räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

## **Telefonische Haushaltsbefragung**

Im Rahmen der telefonischen Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit 300 Bürgern geführt, davon fanden 200 Befragungen innerhalb der Samtgemeinde Oberharz sowie 100 Befragungen in den Umlandgemeinden Lautenthal, Braunlage, St. Anderasberg, Hahnenklee/ Bockswiese und Bad Grund statt. Die Bevölkerungsverteilung innerhalb von Clausthal-Zellerfeld ist dabei für die Befragungsstreuung äquivalent berücksichtigt worden. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt.

Anhand der telefonischen Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimenten differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme und ggf. deren Veränderungen in den letzten Jahren gezogen werden. Durch die Haushaltsbefragung werden insbesondere Aussagen zu aktivierbaren Kaufkraftpotenzialen aus Clausthal-Zellerfeld selbst getroffen.

## **Einzelhändlerbefragung**

Die Befragung der Einzelhändler ist für das Einzelhandelskonzept der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld von besonderer Bedeutung. Anhand der Befragung werden Informationen gewonnen, die weder allein durch die Bestandsaufnahme noch durch die Passanten- und Haushaltsbefragung ermittelt werden können.

Die Befragungsbögen wurden flächendeckend in den Ortsteilen von Clausthal-Zellerfeld sowie den weiteren Kommunen der Samtgemeinde Oberharz verteilt. Die Fragebögen waren halbstandardisiert und fragten sowohl betriebsbezogene Daten als auch Einschätzungen zur Qualität der Einzelhandelsstruktur und Angebotsqualität in den Ortszentren Clausthal und Zellerfeld ab. Somit wurden neben statistischen Kenngrößen wie Gründungsjahr des Betriebs, Anzahl der Mitarbeiter oder Umsatzzahlen vorwiegend qualitative Bewertungen der Einzelhändler ermittelt. Die Informationen wurden vertraulich behandelt und für die weitere Verarbeitung im Hinblick auf die Betriebsnamen anonymisiert<sup>4</sup>.

## **Passantenbefragung**

Die Passantenbefragung fand in der 35. Kalenderwoche 2009 auf Basis eines standardisierten Fragebogens statt. An insgesamt drei Werktagen und zu unterschiedlichen Tageszeiten wurden insgesamt 403 Passanten befragt. Um die Repräsentativität der Umfrage zu ge-

---

<sup>4</sup> Es fand ein Rücklauf von elf Bögen statt, so dass die Aussagen der Einzelhändler lediglich als Tendenzangabe gelten können.

währleisten und ein auf alle Tage der Woche anwendbares Ergebnis wiederzugeben, befanden sich unter den Befragungstagen Markttag sowie gewöhnliche Wochentage. Die Befragung wurde in den Ortszentren Clausthal und Zellerfeld vorgenommen. Dabei wurden die Geschlechterverteilung sowie die Anteile der Altersgruppen der Befragten adäquat berücksichtigt.

### **Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis**

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitender Arbeitskreis während der Erstellungsphase des Einzelhandelskonzepts eingerichtet. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandelskonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Insgesamt hat der begleitende Arbeitskreis dreimal getagt. Vertreter folgender Institutionen wurden zur Teilnahme durch die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld eingeladen:

Für Politik und Verwaltung:

- Bürgermeister der Samtgemeinde Oberharz
- Bürgermeister der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld
- Mitglieder der Ratsfraktionen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld
- Fachbereich Bauleit- und Grünplanung der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld
- Wirtschaftsförderung Clausthal-Zellerfeld

Für die Region:

- Landkreis Goslar
- Zweckverband Großraum Braunschweig (ZGB)

Für den Einzelhandel:

- IHK Braunschweig
- Einzelhandelsverband Harz-Heide
- City-Gemeinschaft
- Pro Clausthal-Zellerfeld e.V.

An jeder Sitzung haben auch die zuständigen Vertreter des Gutachterbüros teilgenommen.

## 2 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus der flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte in Clausthal-Zellerfeld. Einführend werden zunächst die wesentlichen Standort-Rahmenbedingungen erörtert.

### 2.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt. Weitere angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen und Entwicklungstrends, wie etwa die Bevölkerungsprognose und die Entwicklung der Kaufkraftgrößen, werden in Kapitel 3.2.2 näher erläutert.

#### Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld ist der Verwaltungssitz der Samtgemeinde Oberharz<sup>5</sup> im Landkreis Goslar. Sie liegt im Südosten Niedersachsens, im Oberharz.

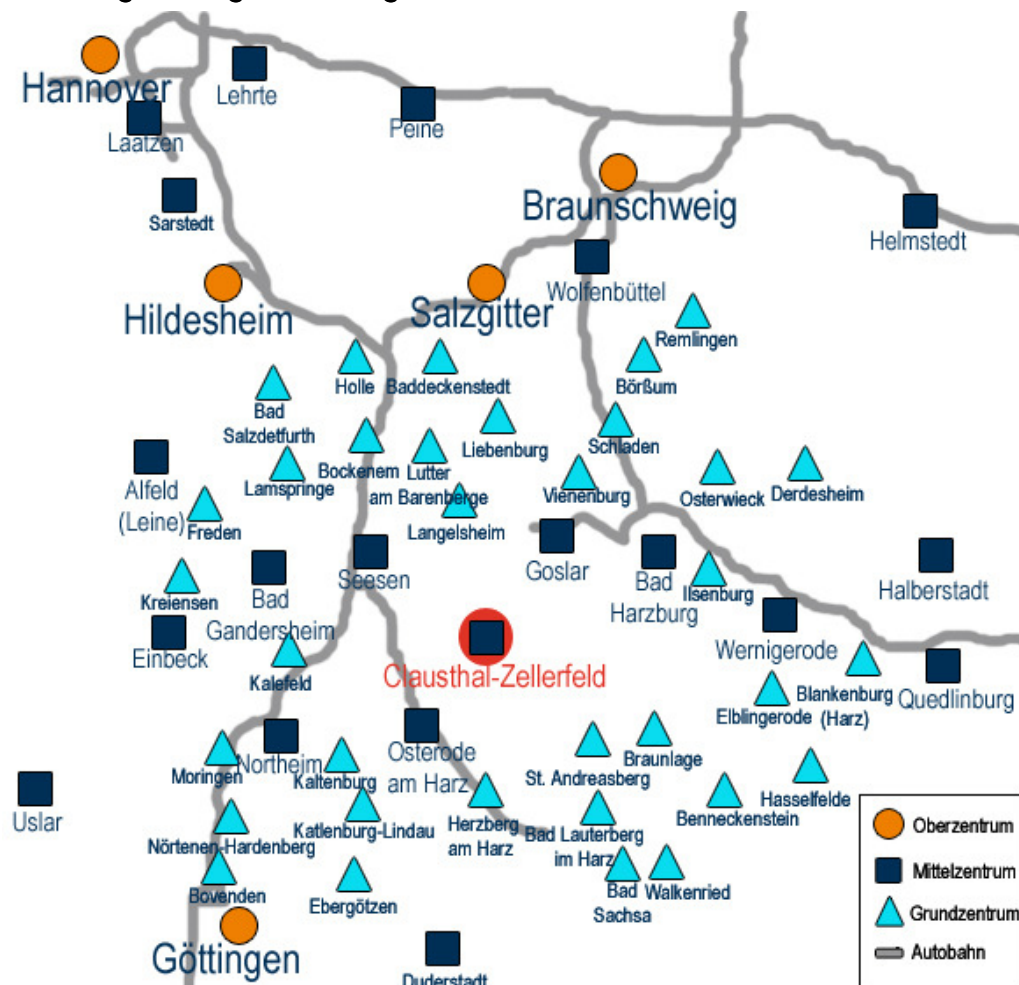
Clausthal-Zellerfeld wird im LROP Niedersachsen 2008 als Mittelzentrum ausgewiesen. Gemeinsam mit den Städten Goslar, Bad Harzburg und Seesen bildet die Bergstadt einen mittelzentralen Verbund mit oberzentralen Teilfunktionen für den gemeinsamen Verflechtungsraum. Diese oberzentralen Funktionen betreffen die Bereiche universitäre Bildung, Wissenschaft und Forschung sowie das Gesundheitswesen.

Insofern nimmt die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld eine Position in einem eher ländlich geprägten Umfeld, mit dennoch hoher Nähe zu weiteren Mittel- sowie Grundzentren, ein.

---

<sup>5</sup> Weiterhin gehören zur Samtgemeinde Oberharz die Gemeinde Schulenberg im Oberharz sowie die beiden Bergstädte Altenau und Wildemann.

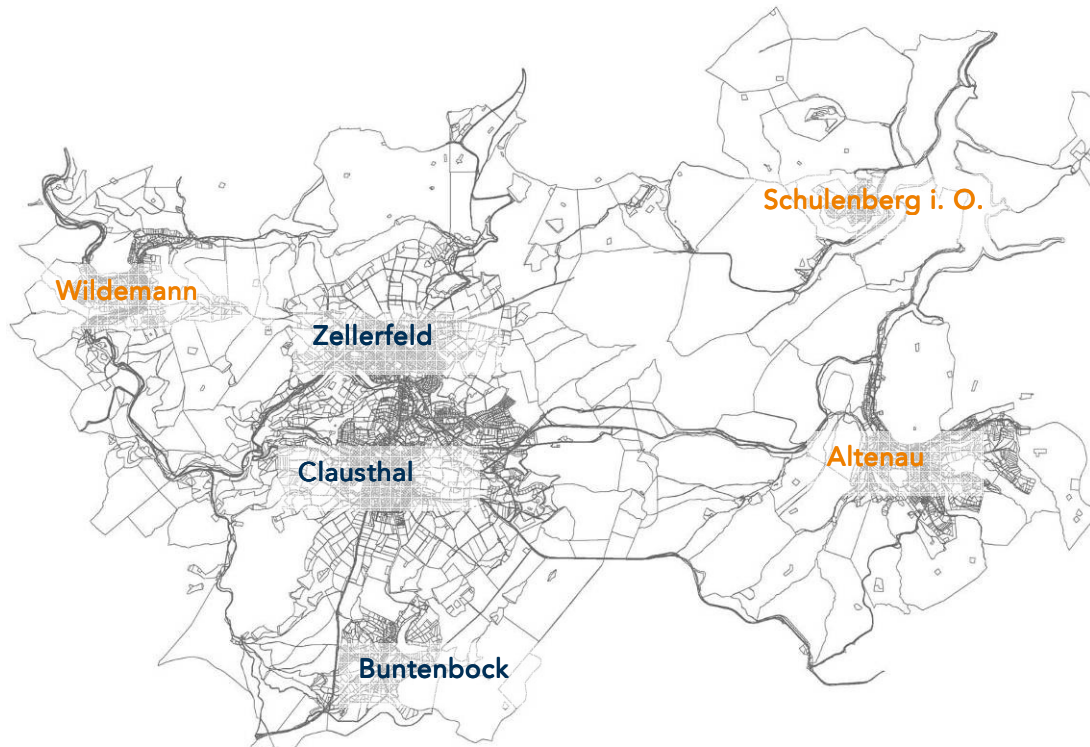
Abbildung 2: Lage in der Region



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von ©Google-Grafiken ©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teatlas; bearbeitet auf Basis LROP Niedersachsen 2008

Die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld setzt sich aus den Ortsteilen Clausthal, Zellerfeld sowie Buntenbock zusammen.

Abbildung 3: Siedlungsstruktur in der Samtgemeinde Oberharz



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl Clausthal-Zellerfelds 13.077 Einwohner<sup>6</sup>, in der Samtgemeinde rd. 16.120 Einwohner. Die Bevölkerung verteilt sich wie folgt:

---

<sup>6</sup> Vgl. Bergstadt Clausthal-Zellerfeld 2008 (Stand der Daten: 01.10.2008).

**Tabelle 2: Die Bevölkerungsverteilung in Clausthal-Zellerfeld**

Clausthal-Zellerfeld (Ortsteil)	Einwohner	Anteil
Clausthal	9.020	69%
Zellerfeld	3.460	26%
Buntenbock	597	5%
<b>Summe</b>	<b>13.077</b>	<b>100%</b>
<b>restliche Samtgemeinde Oberharz</b>	<b>Einwohner</b>	
Altenau	1.723	
Wildemann	1.044	
Schulenberg im Oberharz	275	
<b>Summe (inkl. Clausthal-Zellerfeld)</b>	<b>16.119</b>	

Quelle: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld, Bevölkerungsstatistik Stand 01.10.2008

Es zeigt sich, dass Clausthal-Zellerfeld durch einen zentralen Siedlungskörper, der aus den Ortsteilen Clausthal und Zellerfeld besteht, geprägt ist. Der Ortsteil Buntenbock liegt leicht abgesetzt im Süden des Stadtgebiets.

### Verkehrsinfrastruktur

Clausthal-Zellerfeld wird verkehrlich über verschiedene Bundesstraßen an die umliegenden Grund- und Mittelzentren angebunden. So kann Goslar in knapp einer halben Stunde, Osterode am Harz in knapp 15 Minuten erreicht werden. Über einen direkten Autobahnanschluss verfügt Clausthal-Zellerfeld nicht, die A7 liegt knapp 20 km entfernt.

Clausthal-Zellerfeld ist nicht direkt an den Fernverkehr der Deutschen Bahn angebunden. Zahlreiche Busverbindungen binden die Bergstadt jedoch über den Zentralen Omnibusbahnhof an Goslar, Osterode am Harz, Altenau sowie weitere Ziele in der Umgebung an. Auch unter den Ortsteilen besteht eine Verbindung mittels des Busunternehmens Regionalbus Braunschweig (RBB). Neben diesen öffentlichen Transportmöglichkeiten gibt es einen Bürgerbus, der viele verschiedene Wohngebiete und Einkaufsmöglichkeiten der gesamten Bergstadt Clausthal-Zellerfeld anfährt.

### Zwischenfazit: Die wesentlichen Rahmenbedingungen

Clausthal-Zellerfeld zeichnet sich vor allem durch seine eher ländlich geprägte Lage im Oberharz aus, wobei eine angemessene verkehrliche Anbindung (MIV und ÖPNV) zu den umgebenden Grund- und Mittelzentren besteht. Die Bergstadt steht vorwiegend in Konkurrenz zu den Mittelzentren Goslar und Osterode am Harz. Mit Goslar, Seesen und Bad Harzburg nimmt Clausthal-Zellerfeld jedoch gleichzeitig einen mittelzentralen Verbund mit oberzentralen Teilfunktionen für den gemeinsamen Verflechtungsraum ein.

Den Siedlungsschwerpunkt innerhalb des Stadtgebietes bilden die Ortsteile Clausthal und Zellerfeld; der überwiegende Anteil der Clausthal-Zellerfelder Bevölkerung ist dort ansässig. Daneben existiert der im Süden des Stadtgebiets, vom Hauptort abgetrennte, Ortsteil Buntenbock.

## 2.2 Angebotsanalyse

### Hinweise zur Einzelhandelsbestandserhebung

Der Einzelhandel unterliegt einem stetigen Wandel, der durch Neueröffnungen und Betriebschließungen gekennzeichnet ist. Dieser permanenten Fluktuation unterliegt auch die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld.

Die folgenden Daten zum Einzelhandelsbestand in der Samtgemeinde Oberharz wurden zwischen dem 26. und 28. August 2009 erfasst. Es handelt sich um das „Prinzip der Stichtagserhebung“, d. h. mögliche Änderungen im Einzelhandelsbesatz wurden nach der Beendigung des Erhebungszeitraumes nicht berücksichtigt. Ausnahme bildet der in der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld neu angesiedelte Lebensmitteldiscounter Lidl am Bauhof im Ortsteil Zellerfeld, der nachträglich in die Statistik eingepflegt wurde.

### Angebotsdaten

Insgesamt verfügen die 129 Einzelhandelsbetriebe in der Samtgemeinde Oberharz über eine Verkaufsfläche von rd. 22.300 m<sup>2</sup>. Auf Altenau entfallen davon 21 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.600 m<sup>2</sup> und auf Wildemann sechs Einzelhandelsbetriebe mit rd. 260 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. In Schulenberg ist lediglich ein Einzelhandelsbetrieb ansässig. In der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld sind insgesamt 101 Betriebe angesiedelt, die eine Verkaufsfläche von rd. 20.500 m<sup>2</sup> stellen.

Die Anzahl der erfassten Betriebe ist gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2008/ 2009 (CIMA 2008/ 2009) nahezu unverändert geblieben (vgl. folgende Tabelle).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Verkaufsflächenabweichungen gegenüber den vorausgegangenen Untersuchungen können aus Betriebsverlagerungen und -aufgaben, aber auch aus Betriebsverkleinerungen bzw. -vergrößerungen oder -zusammenschlüssen resultieren. Veränderungen lassen sich ebenso auf zwischenzeitlich geänderte höchstgerichtliche Anforderungen an die Verkaufsflächendefinition durch das Bundesverwaltungsgericht zurückführen (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005). Abweichungen gegenüber Drittgutachten können nach Einschätzung der Verfasser zudem durch methodische Erhebungsunterschiede begründet werden – so werden durch Stadt + Handel regelmäßig auch Apotheken und Tankstellenshops sowie im Rahmen der genannten höchstrichterlichen Anforderungen etwa die Vorkassenzonen voll erfasst.



**Tabelle 3: Einzelhandelsbestand**

	Regionales Einzelhandelskonzept Großraum Braunschweig	Einzelhandelskonzept 2009	
	CIMA Daten Samtgemeinde	Stadt + Handel Daten Samtgemeinde	Stadt + Handel Daten Clausthal-Zellerfeld
Anzahl der Betriebe*	134	129	101
Gesamtverkaufsfläche	~ 18.100 m <sup>2</sup> **	22.310 m <sup>2</sup>	20.440 m <sup>2</sup>
Verkaufsfläche je Einwohner	1,01 m <sup>2</sup> / EW	1,38 m <sup>2</sup> / EW	1,56 m <sup>2</sup> / EW

Quellen: CIMA 2008/ 2009; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Einwohnerdaten der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld, Verkaufsflächenangaben auf 10 m<sup>2</sup> gerundet; \*ohne Leerstand; \*\* eingeschränkte Vergleichbarkeit bei den Sortimentsverkaufsflächen aufgrund des Erhebereinsatzes und aufgrund gesonderter Verkaufsflächengewichtung durch die CIMA

### Hinweis

Im Folgenden beziehen sich sämtliche Auswertungen auf die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld und nicht auf die Gesamtheit der Betriebe in der Samtgemeinde Oberharz, da im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzepts diese Daten spezifisch von Bedeutung sind.

Der Einzelhandelsbestand in den Ortsteilen Clausthal-Zellerfelds nach Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächengrößen wird in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

Das vielfältigste Einzelhandelsangebot ist mit 65 Betrieben und zwei Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im Ortsteil Clausthal zu finden. Die restlichen Betriebe sind in Zellerfeld angesiedelt, wo sich auch knapp ein Drittel der Verkaufsfläche befindet. In Buntbock gibt es aktuell keinen Einzelhandelsbetrieb.

**Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen**

	Clausthal	Zellerfeld
Einwohner	9.020	3.460
Anzahl der Betriebe	65	36
Anteil	64%	36%
Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	14.900	5.500
Anteil	73%	27%

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Leerstände nicht enthalten; Werte der Verkaufsflächen auf 100 m<sup>2</sup> gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen; Buntenbock nicht enthalten, da dort keine Einzelhandelsbetriebe ansässig

Das Ortszentrum Clausthal vereint mit 43 Betrieben die meisten Einzelhandelsbetriebe (43%) sowie auch den größten Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (36%) auf sich. Im Ortszentrum Zellerfeld sind noch 22% aller Einzelhandelsbetriebe mit einem gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil von 21% angesiedelt. Mit einem höheren Verkaufsflächenanteil von 23%, jedoch nur 7% aller Einzelhandelsbetriebe stellt das Einkaufszentrum am Ostbahnhof eine starke Konkurrenz zu den Ortszentren dar.

**Tabelle 5: Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen**

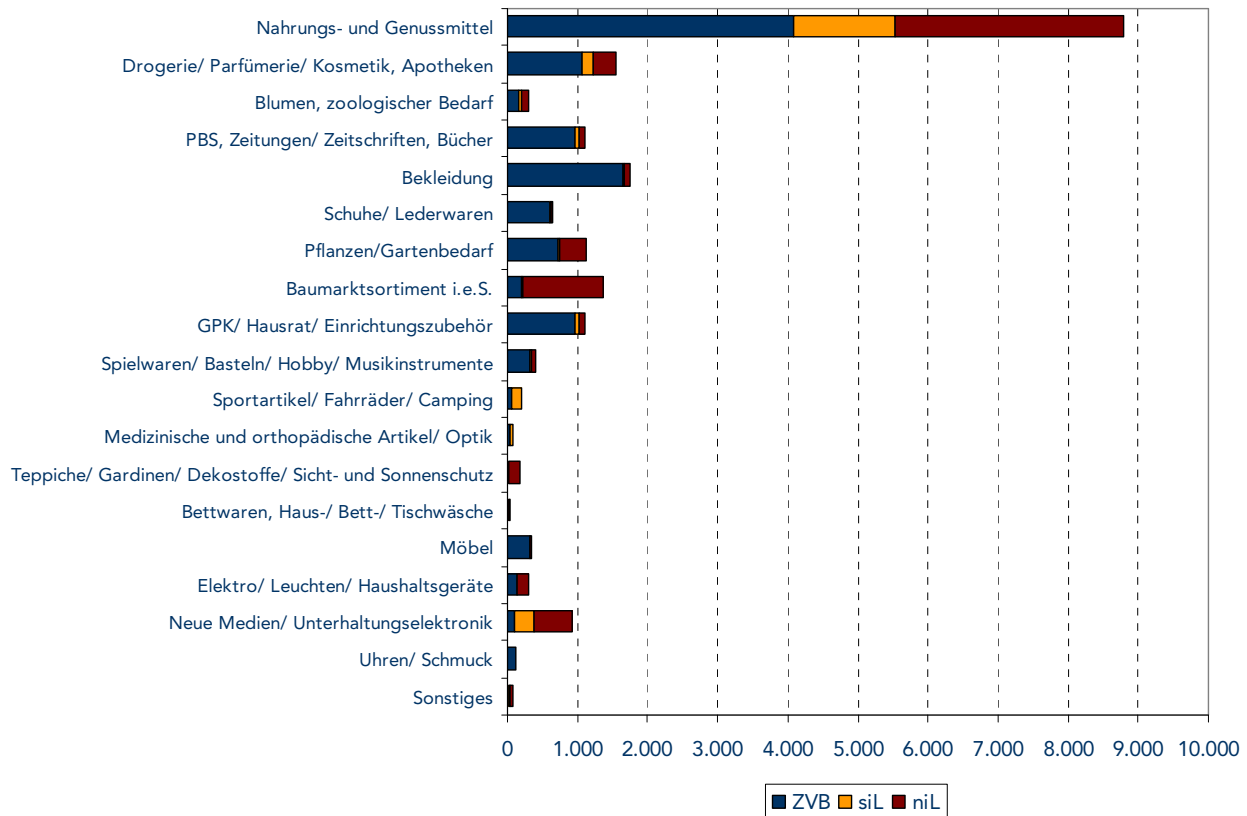
	Ortszentrum Clausthal	Ortszentrum Zellerfeld	Einkaufszentrum am Ostbahnhof	Sonstige Lagen
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	43	22	7	29
Anteil gesamtstädtisch	43%	22%	7%	29%
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> *	7.390	4.220	4.760	3.090
Anteil gesamtstädtisch	36%	21%	23%	15%

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; \* Leerstände nicht enthalten; Werte der Verkaufsflächen auf 10 m<sup>2</sup> gerundet; Abweichungen ergeben sich durch Rundungen

Somit wird ein leichtes Ungleichgewicht in der Verteilung der Verkaufsfläche deutlich. Die Standorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen, die im Idealfall das Angebot der Ortszentren durch Sortimentsgruppen ergänzen sollten, die dort nicht sinnvoll untergebracht werden können (z. B. Baumarktsortiment i. e. S., Möbel), weisen in Clausthal-Zellerfeld ei-

nen großen Teil der Verkaufsfläche auf (insgesamt 32%). An diesen nicht integrierten Standorten werden allerdings ebenfalls Sortimente angeboten, die wie Nahrungs- und Genussmittel, Neue Medien/ Unterhaltungselektronik oder Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik zu den üblicherweise Zentren prägenden Sortimenten zählen (vgl. nachfolgende Abbildung).

**Abbildung 4: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen**



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009

Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf gewisse Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Stadtgebietes, zwischen den Ortszentren und den Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen, hier v. a. dem Einkaufszentrum am Ostbahnhof, hin.

### 2.3 Nachfrageanalyse

Sowohl zur Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die örtlichen Merkmale der Nachfrageseite von Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten des Handelsforschungsinstituts BBE Retail Experts Unternehmensberatung GmbH & Co. KG aus Köln (BBE) zurückgegriffen.

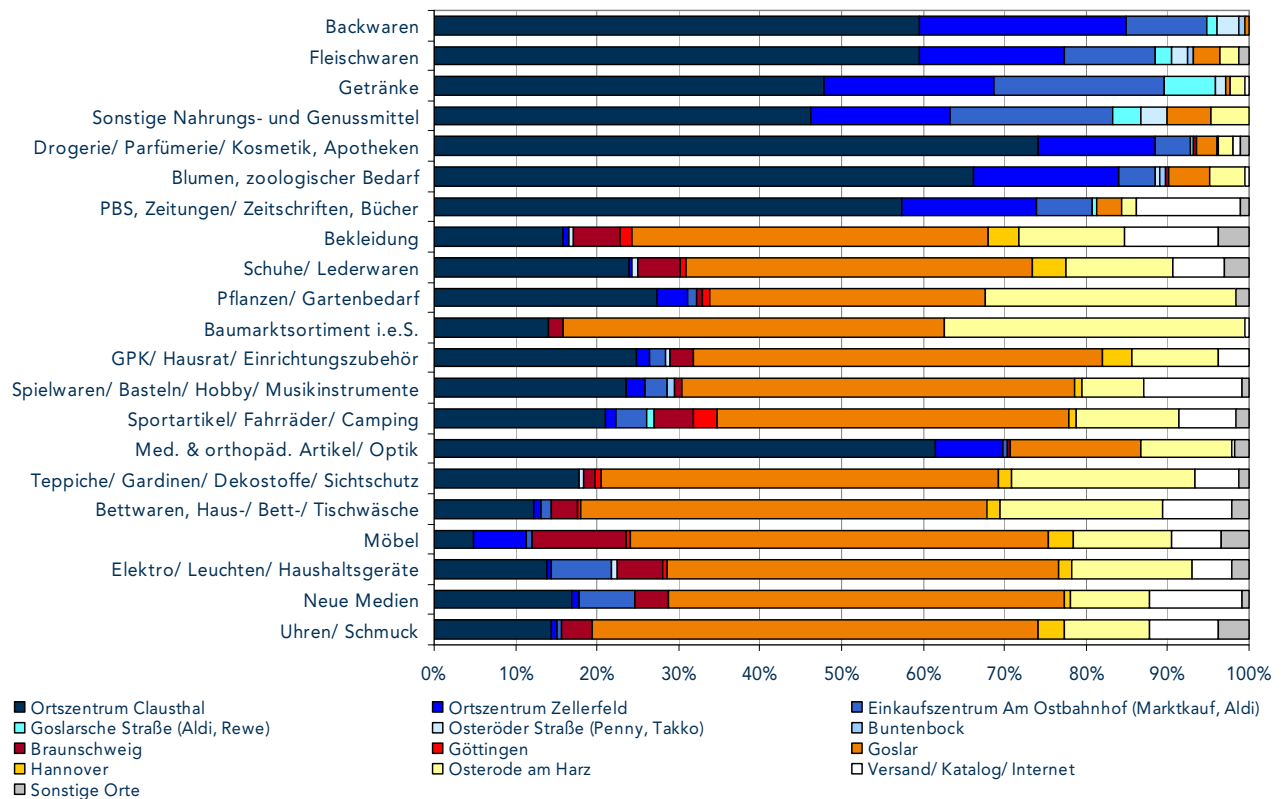
Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte aus der Haushaltsbefragung können zudem einzelhandelsrelevante Kaufkraftflüsse aus Clausthal-Zellerfeld heraus dargestellt werden, so dass die lokale Einkaufsorientierung branchenspezifisch angegeben werden kann. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Clausthal-Zellerfeld durch die Kunden (Haushalte, Passanten, Einzelhändler).

### **2.3.1 Kaufkraft und Einkaufsorientierung**

Die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld verfügt gemäß BBE über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 86,5. Gegenüber dem Bundesdurchschnitt von 100 weist Clausthal-Zellerfeld daher eine deutlich unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer auf.

Die Einkaufsorientierung (ermittelt im Rahmen der telefonischen Haushaltsbefragung) beschreibt den Anteil an lokal vorhandener Kaufkraft, die in Clausthal-Zellerfeld durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Der Kaufkraftabfluss stellt den Kaufkraftanteil der Clausthal-Zellerfelder Bevölkerung dar, der von anderen Einzelhandelsstandorten (z. B. umliegenden Kommunen) gebunden wird. Beide Größen lassen – zunächst unabhängig von konkreten Standortstrukturen – Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandorts zu. Zur Ermittlung dieser Kenngrößen dient die telefonische Haushaltsbefragung, die Ergebnisse sind in der folgenden Abbildung ablesbar.

Abbildung 5: Befragung der Haushalte in Clausthal-Zellerfeld: Lokale Einkaufsorientierung



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 08/2009; n = 160

Die Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung zeigen, dass ein großer Teil der Clausthal-Zellerfelder Kaufkraft in andere Gemeinden fließt, im Wesentlichen erwartungsgemäß in die benachbarten Mittelzentren Goslar und Osterode am Harz. Der Umfang der Kaufkraftabflüsse variiert zwischen den untersuchten Warengruppen.

Es wird deutlich, dass Clausthal-Zellerfeld bei kurzfristigen Bedarfsgütern<sup>8</sup> eine hohe lokale Einkaufsorientierung erzielen kann: Bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik und Apotheken sowie Blumen, zoologischer Bedarf liegt sie durchweg über 90%. Die Warengruppe Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher fällt durch den Internethandel mit Büchern auf leicht unter 90%.

Bei zahlreichen mittel- und langfristigen Bedarfsgütern führt vor allem das Angebot in den Mittelzentren Goslar und Osterode am Harz 2009 zu einem deutlichen Kaufkraftabfluss. Dabei liegt der Anteil Goslars durchgängig (bis auf die Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel/ Optik) bei rd. 40%. Dahingegen nimmt Osterode am Harz einen unterschiedlich starken Anteil ein, er variiert zwischen 7% (Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente) und 37% (Baumarktsortiment i. e. S.). Braunschweig und Hannover neh-

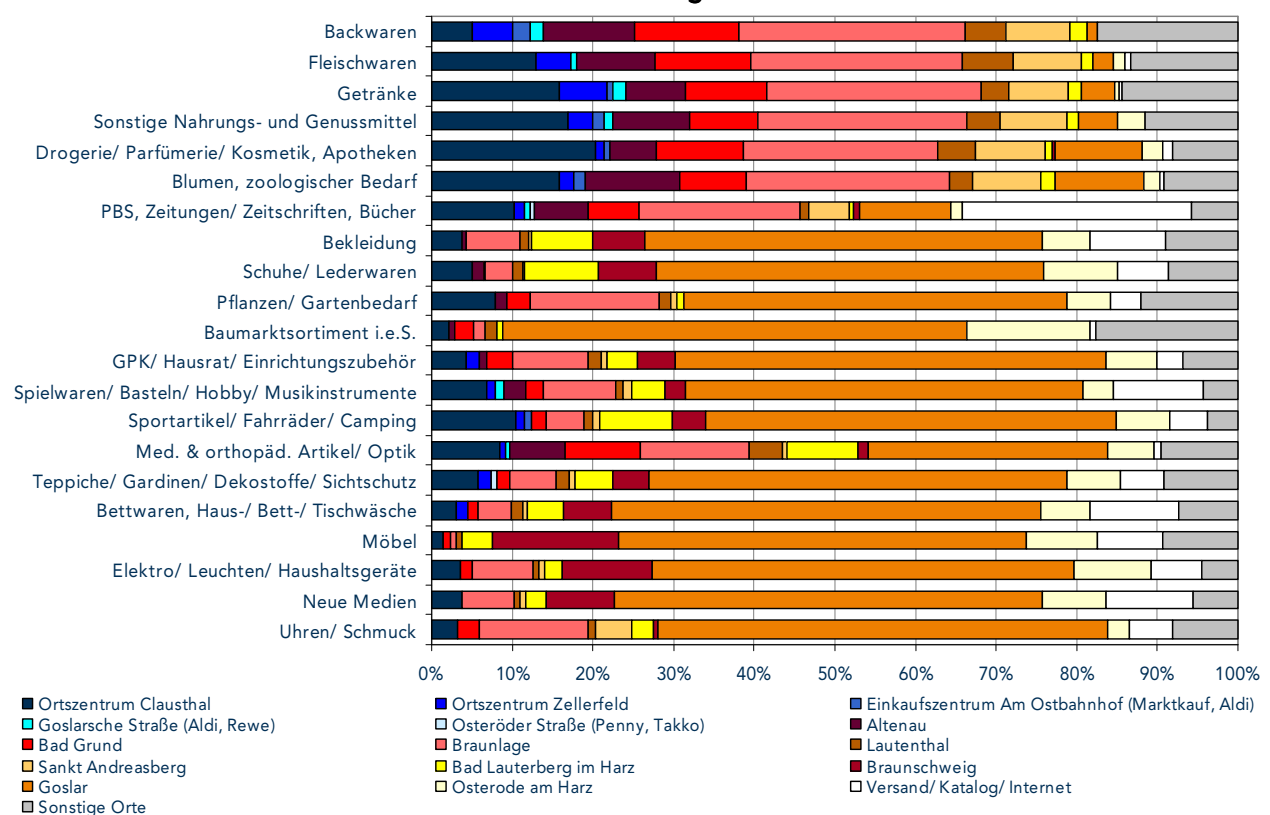
<sup>8</sup> Umfasst die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken, Blumen, zoologischer Bedarf, Papier/ Schreibwaren/ Bürobedarf, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher.

men als Konkurrenzstandorte für Clausthal-Zellerfeld nur eine untergeordnete Rolle ein, Braunschweig erreicht lediglich im Bereich Möbel einen Wert von 12%.

Der Verkauf via Internet oder Katalog fällt erfahrungsgemäß und so auch hier bei einzelnen Sortimenten wie etwa Büchern, Bekleidung oder Haus-/ Bett-/ Tischwäsche ins Gewicht, ist aber insgesamt im Rahmen dieses stadtplanerischen Konzeptes zu vernachlässigen.

Betrachtet man die Aussagen der Haushalte außerhalb Clausthal-Zellerfelds ergibt sich folgendes Bild:

**Abbildung 6: Befragung der Haushalte in den Umlandkommunen Altenau, Schulenberg i. O., Wildemann, Lautenthal, Braunlage, St. Andreasberg, Hahnenklee/ Bockswiese, Bad Grund: lokale Einkaufsorientierung**



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 08/2009; n = 140

Es wird deutlich, dass Clausthal-Zellerfeld lediglich im kurzfristigen Bedarfsbereich für die Haushalte der umliegenden Kommunen eine Bedeutung darstellt. Doch auch hier liegen die Kaufkraftzuflüsse bei lediglich rd. 20%.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich nimmt Clausthal-Zellerfeld nur in geringem Maße eine Versorgungsfunktion für die Umlandkommunen ein (Ausnahme: in den Bereichen Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente, Sportartikel/ Fahrräder/ Camping sowie medizinische und orthopädische Artikel/ Optik liegen die Kaufkraftzuflüsse nach Clausthal-Zellerfeld bei rd. 10%).

Insgesamt spiegelt sich hier die geringe Verkaufsflächenausstattung in einigen Warengruppen wider, so dass für Auswärtige kein attraktives und v. a. umfangreiches Angebot bereitgestellt wird. So wird beispielsweise das Sortiment Bekleidung nur auf rund 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche innerhalb Clausthal-Zellerfelds angeboten. Hier wird die Bergstadt ihrer mittelzentralen Funktion nicht gerecht.

## 2.3.2 Umsatzermittlung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze<sup>9</sup> im Clausthal-Zellerfelder Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für Clausthal-Zellerfeld spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Clausthal-Zellerfeld und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Clausthal-Zellerfelder Einzelhandel.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Einzelhandelsbestandsaufnahme konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikro-räumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein, wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs (Ortszentrum [Haupt-, Neben-, Ergänzungslage], Gewerbegebiet, Streulage etc.).

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rund 51,8 Mio. € brutto je Jahr ermitteln. Mehr als die Hälfte dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rund ein Fünftel des Umsatzes entfällt auf mittelfristige Bedarfsgüter und rund ein Siebtel auf die langfristigen Bedarfsgüter.

Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität von 93%.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

<sup>10</sup> Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100% beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100% beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.

**Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten für Clausthal-Zellerfeld in der Übersicht (Zentralität)**

Warengruppen	VKF (m <sup>2</sup> )	Umsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Zentralität	VKF (m <sup>2</sup> )/ Ew
Nahrungs- und Genussmittel	8.800	26,1	22,8	114%	0,67
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	1.540	3,9	3,4	115%	0,12
Blumen, zoologischer Bedarf	300	0,9	0,9	111%	0,02
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	1.100	2,5	2,1	120%	0,08
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>11.740</b>	<b>33,4</b>	<b>29,1</b>	<b>115%</b>	<b>0,90</b>
Bekleidung	1.750	3,4	4,9	70%	0,13
Schuhe/Lederwaren	640	1,0	1,2	89%	0,05
Pflanzen/Gartenbedarf	1.120	0,8	0,9	89%	0,09
Baumarktsortiment i.e.S.	1.370	2,6	5,8	45%	0,10
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1.110	1,7	0,7	230%	0,08
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	400	0,8	1,2	66%	0,03
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	200	0,4	0,8	45%	0,02
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>6.590</b>	<b>10,7</b>	<b>15,5</b>	<b>69%</b>	<b>0,50</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	90	0,8	0,8	100%	0,01
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	190	0,2	0,7	32%	0,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	40	0,1	0,6	19%	0,00
Möbel	340	0,5	3,0	15%	0,03
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	300	0,9	1,4	64%	0,02
Neue Medien	930	4,3	3,9	110%	0,07
Uhren/Schmuck	130	0,6	0,5	121%	0,01
Sonstiges	90	0,3	0,5	73%	0,01
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>2.110</b>	<b>7,7</b>	<b>11,3</b>	<b>68%</b>	<b>0,16</b>
<b>Gesamt</b>	<b>20.440</b>	<b>51,8</b>	<b>56,0</b>	<b>93%</b>	<b>1,56</b>

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009, eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2008, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2008, BBE 2008; Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

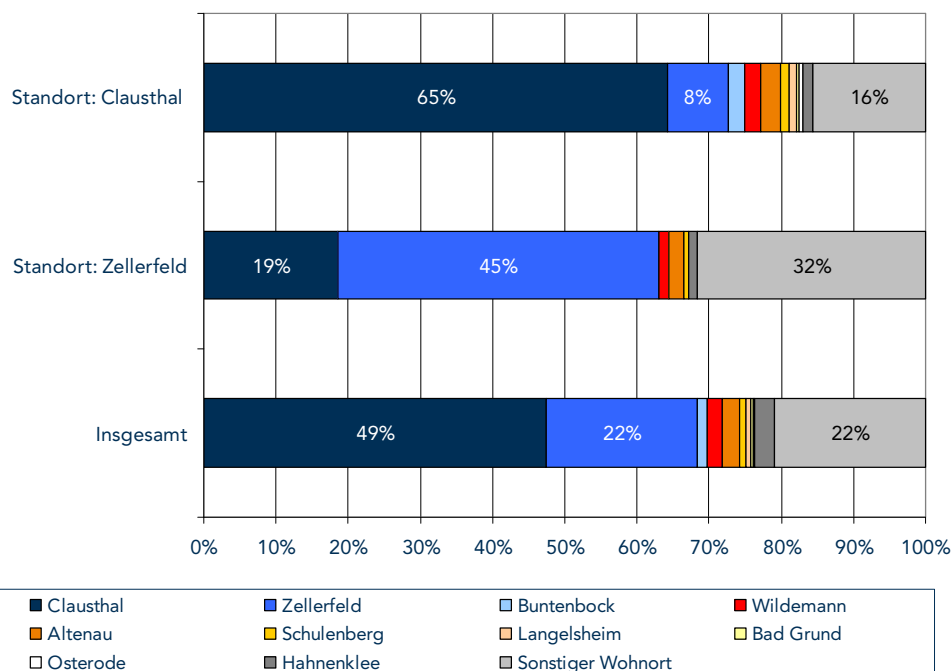
Clausthal-Zellerfeld erreicht im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von weit über 100% (115%), dies spiegelt auch die Aussage der Haushaltsbefragung wider, da dort eine hohe lokale Einkaufsorientierung der Clausthal-Zellerfelder Bevölkerung sowie auch eine Einkaufsorientierung der Umlandkommunen feststellbar war. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich werden Zentralitäten von 69% bzw. 68% erzielt. Innerhalb dieser Bedarfsgruppen schwankt das Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis jedoch. So erreicht die dem mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnende Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik, Haus-



rat, Einrichtungszubehör eine überdurchschnittliche Zentralität von 230%, während im Baumarktsortiment i. e. S. sowie bei Sportartikeln/ Fahrrädern/ Camping nur 45% erzielt werden. Auch im langfristigen Bedarfsbereich ist keine Konstanz innerhalb der Warengruppen festzustellen.

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die Herkunft der Kunden in Clausthal-Zellerfeld basierend auf der durchgeführten Passantenbefragung und geben Aufschluss über das vorhandene Einzugsgebiet. Die Passantenbefragung wurde sowohl im Ortszentrum Clausthal als auch im Ortszentrum Zellerfeld durchgeführt. Insgesamt hielten sich 12% der befragten Passanten als Touristen in Clausthal-Zellerfeld auf und 8% studieren in Clausthal-Zellerfeld.

Abbildung 7: Herkunft der befragten Passanten



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009, n = 403

Als Ergebnis der Passantenbefragung ist festzuhalten, dass mit rd. 70% ein Großteil der befragten Passanten aus Clausthal-Zellerfeld selbst kommt. Die Anteile der Passanten, die aus den umliegenden Orten der Samtgemeinde, also aus Altenau, Wildemann und Schulenberg kommen sind insgesamt mit rd. 5% relativ gering. Einen bedeutenden Anteil machen allerdings diejenigen Passanten aus, die aus sonstigen Orten kommen. Dieser Anteil ist am Standort Zellerfeld mit 32% deutlich höher als am Standort Clausthal (16%). Dies ist sicherlich auf den zum Zeitpunkt der Passantenbefragungszeitpunkt stattfindenden Bergbauernmarkt zurückzuführen, der ein relativ großes überörtliches Einzugsgebiet umfasst.

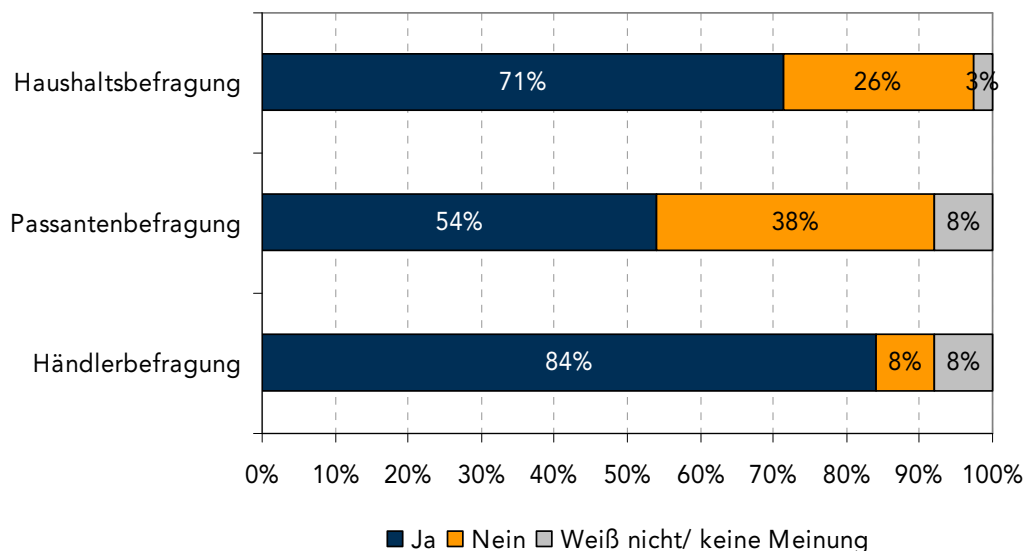
## 2.3.3 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden und Händler

In der telefonischen Haushaltsbefragung und in der Passanten- sowie Händlerbefragung wurden neben den o. g. Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art abgefragt. Diese qualitativen Einschätzungen der befragten Haushalte, Passanten und Händler runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich vermisser Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Clausthal-Zellerfeld ab.

### Bewertung des (Waren-) Angebotes in Clausthal-Zellerfeld

Bei der Haushaltsbefragung gibt der überwiegende Teil der Befragungsteilnehmer an in Clausthal-Zellerfeld Artikel oder Angebote zu vermissen (71%). Die Befragungsteilnehmer der Passantenbefragung hingegen zeigen eine etwas stärkere Zufriedenheit. Hiernach vermissen 54% der Befragten Artikel oder Angebot in Clausthal-Zellerfeld, im gleichen Zuge sind 38% der Befragten mit dem Angebot zufrieden. Die Einzelhändler beurteilen den Angebotsmix in Clausthal-Zellerfeld im Vergleich zu den Kunden noch weitaus kritischer. Einem Anteil von 84% fehlen bestimmte Artikel oder Angebote und nur 8% empfinden das Angebot als ausreichend.

Abbildung 8: Vermisste Artikel oder Angebote in Clausthal-Zellerfeld



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009; n=403; Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 08/2009; n= 160; Händlerbefragung Stadt + Handel 08/ 2009; n=11; Frage: „Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie beim Einkauf in Clausthal-Zellerfeld vermissen?“

Welche Angebote im Detail vermisst werden veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

**Tabelle 7: Vermisste Angebote in Clausthal-Zellerfeld im Detail**

Haushaltsbefragung		Passantenbefragung		Einzelhändlerbefragung	
Vermisste Angebote	Antworten (in %)	Vermisste Angebote	Antworten (in %)	Vermisste Angebote	Antworten (Anzahl der Nennungen)
Bekleidung	33%	Bekleidung davon Bekleidung für Kinder und Jugendliche, Herrenbekleidung	38% 7% 6%	Bekleidung davon Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Damenbekleidung, Übergrößen	7 3 2 1 1
Schuhe/ Lederwaren	11%	Schuhe/ Lederwaren	8%	Nahrungs- und Genussmittel, Küchen, Sportartikel, Uhren/ Schmuck, Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	je 1
Nahrungs- und Genussmittel	7%	Nahrungs- und Genussmittel	7%		
Baumarktsortiment i.e.S.	6%	Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	5%		
Möbel	5%	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	4%		

Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 06/2008; Passanten- und Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 08/2008; Frage: „Welche Artikel oder Angebote vermissen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich, Prozentwerte bezogen auf die Anzahl der Nennungen

Zu den vermissten Artikeln zählt in erster Linie die Sortimentsgruppe Bekleidung. Mit Abstand folgt der Wunsch nach weiteren Angeboten in den Bereichen Schuhe/ Lederwaren, Nahrungs- und Genussmittel, Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte, Baumarktsortiment i.e.S., Möbeln und der Sortimentsgruppe Neue Medien, Unterhaltungselektronik.

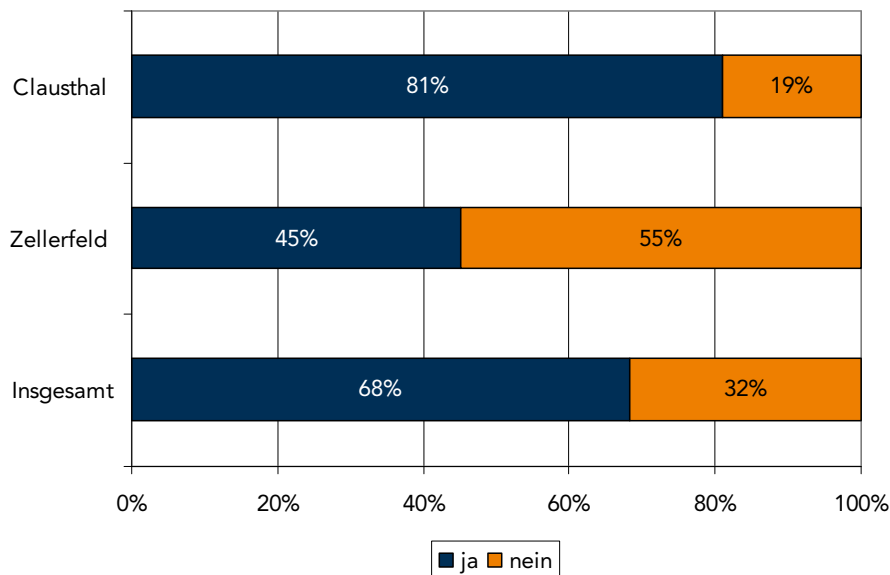
Bei einer näheren Bewertung der vermissten Artikel oder Angebote ist zu berücksichtigen, dass in den Nennungen weitere Kundenanforderungen enthalten sind, die aber durch diese Abfrage nicht offen gelegt werden können (z. B. bestimmte Teilsortimente innerhalb der als vermisst genannten Sortimente, sowie bestimmte Ansprüche an Warenqualität, Bedienung, Service und Shopperlebnis). Aus den Nennungen zu vermissten Angeboten ergeben sich daher nicht unmittelbar Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungsrahmen (solche Ansiedlungsrahmen werden erst in Kapitel 3.2 näher untersucht). Die Aussagen zu vermissten Angeboten stellen somit einen ersten Hinweis auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungsrahmen dar, die im Weiteren näher überprüft werden müssen.

### Einkaufsverhalten und Besuchsmotive der Passanten in Clausthal-Zellerfeld

Die folgende Abbildung gibt das Einkaufsverhalten der Passanten an den beiden Befragungsstandorten Clausthal und Zellerfeld wieder. Insgesamt hat in Clausthal-Zellerfeld mit 68% der Großteil der Passanten einen Einkauf getätigt oder beabsichtigt dies zu tun. Am

Standort Clausthal haben sogar 81% der Passanten beim Besuch des Ortszentrums eine konkrete Einkaufsabsicht, in Zellerfeld hingegen sind dies nur 45%. Hier haben 55% der befragten Passanten keine direkten Einkaufspläne. Diese Ergebnisse spiegeln die unterschiedliche Angebotsstruktur in den beiden Ortszentren wieder, da in Clausthal ein vielfältigeres und quantitativ größeres Warenangebot vorhanden ist als in Zellerfeld.

**Abbildung 9: Einkaufsverhalten der Passanten in den Ortszentren von Clausthal-Zellerfeld**



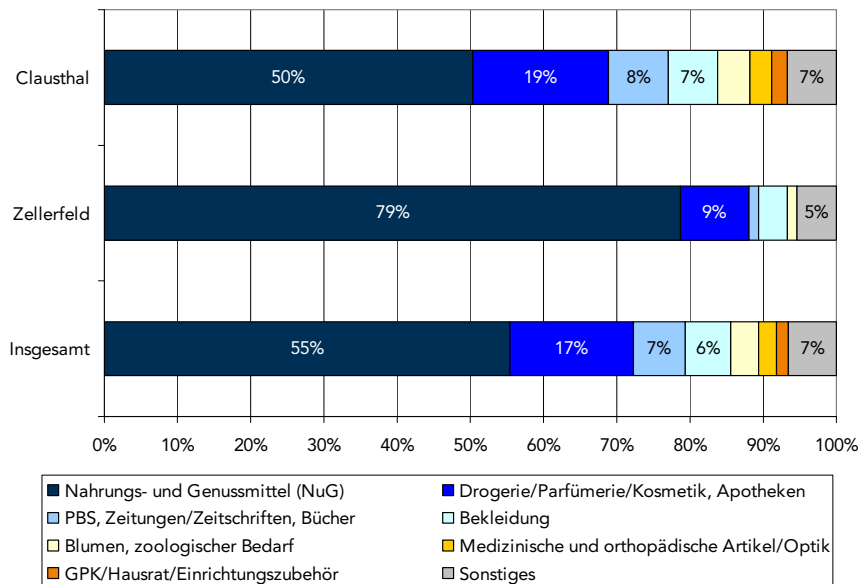
Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009; n=403; Frage: „Haben Sie heute hier in Clausthal/ Zellerfeld eingekauft oder beabsichtigen Sie dies noch zu tun?“

Abbildung 10 gibt das Einkaufsverhalten der befragten Passanten in Clausthal-Zellerfeld auf die einzelnen Sortimente verteilt wieder. Insgesamt konzentriert sich der Einkauf der Besucher auf den kurzfristigen Bedarfsbereich. Den größten Anteil verbucht das Sortiment ‚Nahrungs- und Genussmittel‘ (55%), gefolgt von den Sortimentsgruppen ‚Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken‘ (17%) und ‚Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren (PBS), Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher‘(7%). 6% aller befragten Passanten geben als gekauftes Sortiment ‚Bekleidung‘ an. Weitere genannte Sortimente sind ‚Blumen, zoologischer Bedarf‘, ‚Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik‘ und ‚GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör‘. Der Anteil sonstiger Sortimente beträgt insgesamt 7%.

Nach den beiden Befragungsstandorten differenziert nimmt die Bedeutung des Sortimentes ‚Nahrungs- und Genussmittel‘ am Standort Zellerfeld eine deutlich höhere Bedeutung ein, als in Clausthal. Im Ortszentrum Zellerfeld geben 79% der befragten Passanten an ‚Nahrungs- und Genussmittel‘ gekauft zu haben, im Ortszentrum Clausthal sind dies hingegen nur 50%. Ebenso sieht es bei Sortiment ‚Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken‘ aus. Die weiteren schon etwas spezialisierteren Güter, wie ‚Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher‘, ‚Bekleidung‘ etc. werden hingegen wieder verstärkt im Ortszentrum Clausthal eingekauft.

Es wird deutlich, dass Nahrungs- und Genussmittel in Clausthal-Zellerfeld ein wichtiges Leitsortiment für die Ortszentren darstellen. Die künftige Entwicklung der Ortszentren von Clausthal-Zellerfeld sollte dieser Bedeutung Rechnung tragen.

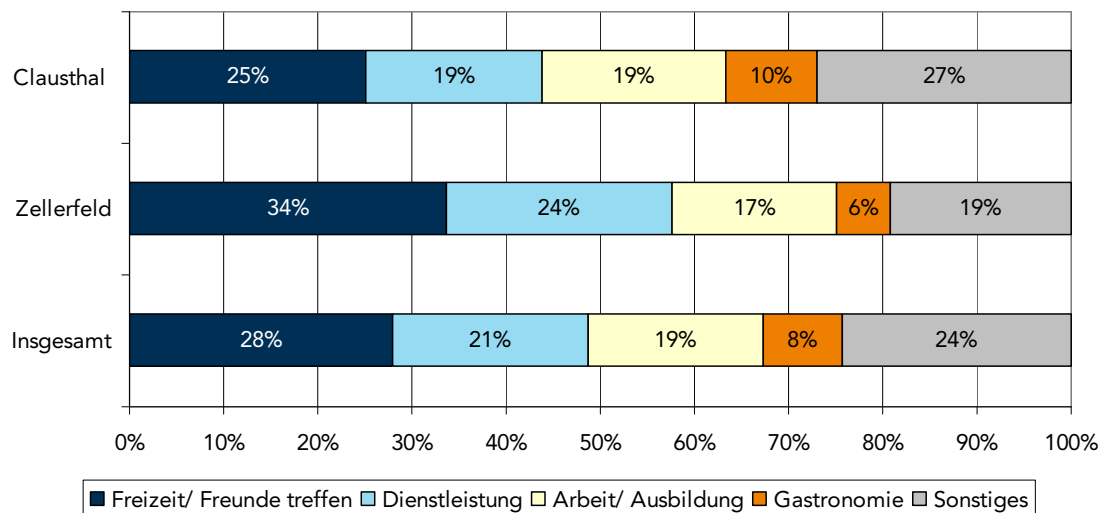
Abbildung 10: Gekaufte Sortimente in den Ortszentren von Clausthal-Zellerfeld



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009; Mehrfachnennungen möglich; Frage: „Welche Sortimente haben Sie gekauft/ wollen Sie noch kaufen?“

Die folgende Abbildung führt weitere Besuchsgründe der befragten Passanten für den Besuch im jeweiligen Ortszentrum von Clausthal-Zellerfeld auf. Die meist genannten Gründe für den Aufenthalt in den Ortszentren sind insgesamt die Freizeitgestaltung (28%), die Nutzung von Dienstleistungsangeboten (21%) und Arbeit/ Ausbildung (19%). Mit insgesamt nur 8% der genannten Gründe tauchen gastronomische Angebote auf. Dieser Wert ist vergleichsweise gering und impliziert auch in diesem Bereich ein Verbesserungspotenzial für die Ortszentren.

**Abbildung 11: Weitere Besuchsgründe für den Besuch in den Ortszentren von Clausthal-Zellerfeld**

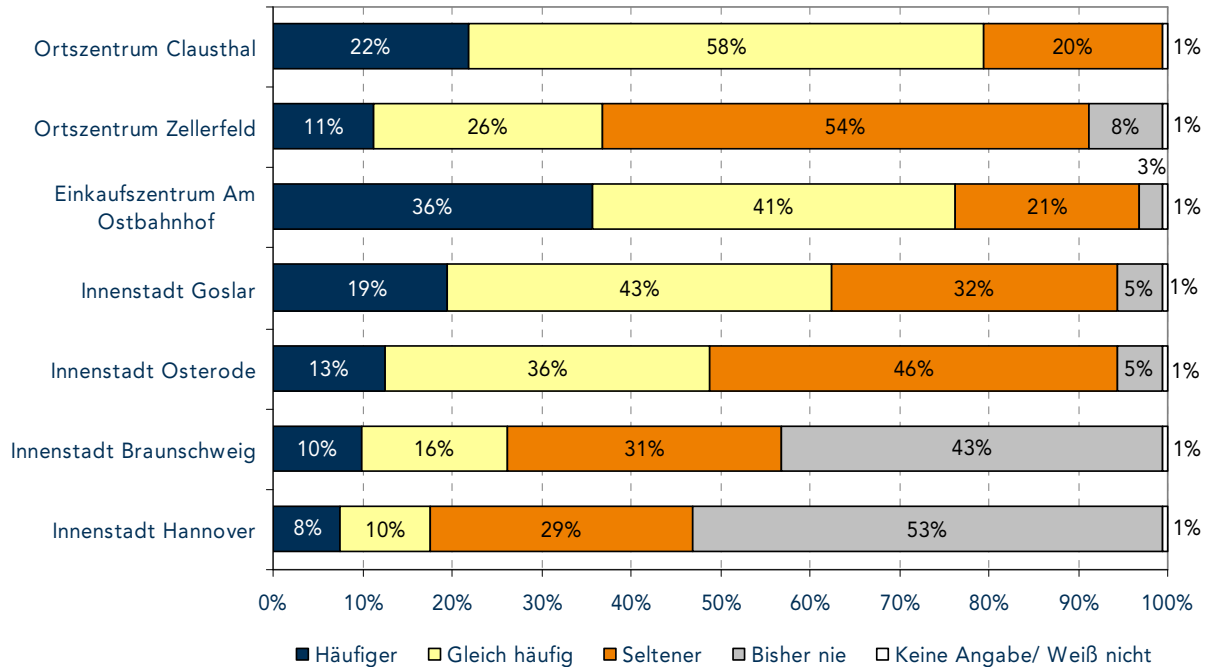


Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009; n=403; Frage: „Weswegen sind Sie heute (außer zum Einkaufen) in das Zentrum von Clausthal/ Zellerfeld gekommen?“

## Einkaufshäufigkeit

Auch Angaben zur Veränderung der Einkaufshäufigkeit in den letzten drei Jahren geben Hinweise auf die Kundenzufriedenheit mit bestimmten Standorten. Bei Betrachtung der folgenden Abbildung fällt auf, dass ein Großteil der Kunden (58%) beständig im Ortszentrum von Clausthal einkauft, 22% kaufen dort aktuell sogar häufiger ein. Allerdings geben ebenso 20% der Befragten an, in den letzten drei Jahren seltener im Ortszentrum von Clausthal einzukaufen. Das Ortszentrum von Zellerfeld schneidet in diesem Zusammenhang deutlich schlechter ab. Hier geben nur 11% einen häufigeren Besuch im Ortszentrum von Zellerfeld an, bei 26% der Befragten hat sich die Besuchshäufigkeit nicht verändert, bei ganzen 54% hingegen findet ein Besuch in Zellerfeld in den letzten drei Jahren seltener statt. Einen deutlichen Zugewinn kann in Clausthal-Zellerfeld der Einkaufsstandort ‚Einkaufszentrum Am Ostbahnhof‘ verzeichnen: 36% der Befragten kaufen hier in den letzten drei Jahren häufiger ein. Die Innenstädte von den umliegenden Städten Goslar und Osterode werden von den befragten Haushalten im Saldo gleich häufig bzw. eher seltener besucht. Die Innenstädte von Braunschweig und Hannover werden nach Angabe der Befragungsteilnehmer sogar zu 31% bzw. 29% seltener und zum größten Teil bisher nie besucht.

Abbildung 12: Veränderung der Einkaufshäufigkeit in den letzten drei Jahren an bestimmten Einkaufsstandorten



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i.A. Stadt + Handel 08/2009; Frage: „Kaufen Sie im Vergleich zu den letzten drei Jahren häufiger/ gleich häufig/ seltener/ bisher nie ein in...?“

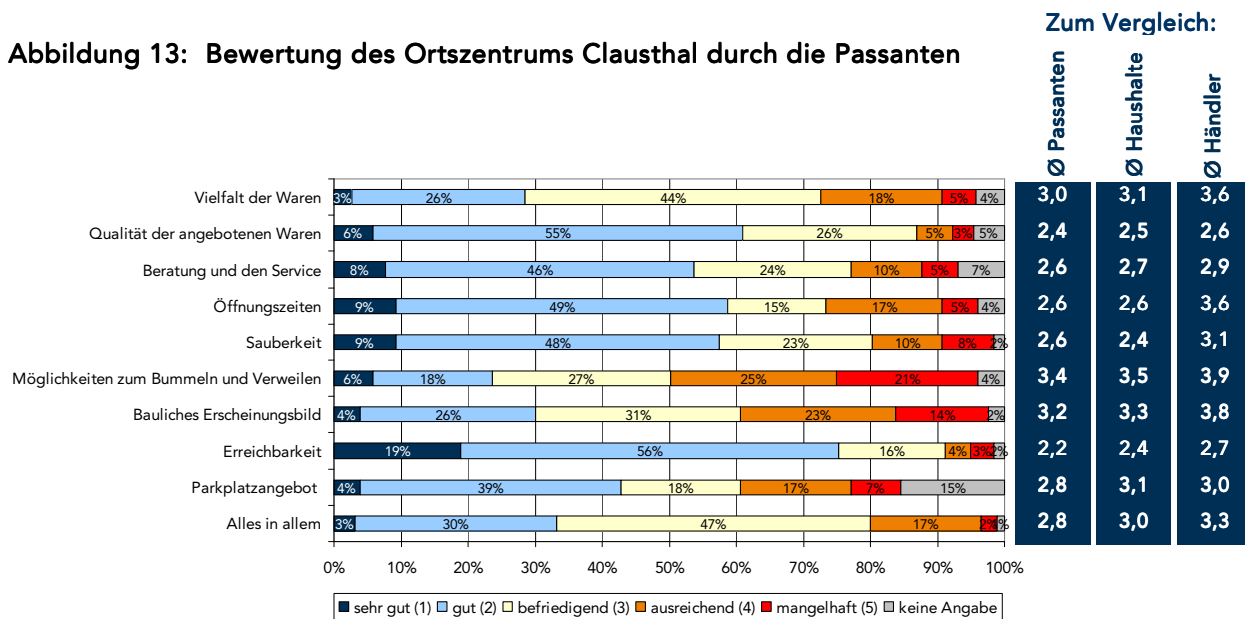
### Qualitative Bewertung der Ortszentren von Clausthal-Zellerfeld aus Sicht der Kunden und der Einzelhändler

Im Folgenden wird ein genauerer Blick auf die beiden Ortszentren von Clausthal-Zellerfeld geworfen werden. Die Attraktivität der Ortszentren wird unter anderem durch folgende Faktoren aus Kundensicht mitbestimmt:

- die Zufriedenheit mit dem Warenangebot
- der „Bummelfaktor“
- das Parkplatzangebot

In folgender Abbildung wird zunächst die qualitative Bewertung des Ortszentrums Clausthal dargestellt.

Abbildung 13: Bewertung des Ortszentrums Clausthal durch die Passanten



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009; n=403; Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 08/2009; n= 160; Händlerbefragung Stadt + Handel 08/ 2009; n=10; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Die Zufriedenheit der Kunden mit dem Warenangebot setzt sich aus der Bewertung der Warenvielfalt und der Warenqualität zusammen. Die Warenvielfalt wird von den Passanten und befragten Haushalten mit einer Durchschnittsnote von 3,0 bzw. 3,1 bewertet, die Durchschnittsnote der Einzelhändler beträgt sogar nur 3,6. Die Warenvielfalt wird demnach – insbesondere im Vergleich mit den übrigen bewerteten Aspekten – unterdurchschnittlich bewertet und zeigt einen deutlichen Verbesserungsbedarf auf.

Bei der Warenqualität sind die Noten deutlich besser: Passanten geben hier durchschnittlich eine 2,4, die befragten Haushalte eine 2,5 und die Einzelhändler eine 2,6. Auch der Aspekt Beratung und Service wird von allen drei Befragungsgruppen mit einer schlechteren zwei bewertet.

Die Öffnungszeiten in Clausthal werden von den Einzelhändlern deutlich kritischer betrachtet als von den Kunden, Passanten und Haushalte bewerten diese mit einer 2,6, die Einzelhändler hingegen mit einer 3,6.

Die Attraktivität eines Ortszentrums wird insbesondere auch durch das vorhandene Erscheinungsbild in Bezug auf die Sauberkeit ausgemacht. In Clausthal empfinden die meisten Befragten die Sauberkeit als gut bis befriedigend. Die Beibehaltung der positiv bewerteten Sauberkeit des Innenstadtzentrums ist somit auch zukünftig anzustreben.

Als weiterer Attraktivitätsfaktor wird für das Ortszentrum der „Bummelfaktor“ angeführt. Nur ein ansprechend gestaltetes und freundliches Ortszentrum lädt Kunden ein, dort über eine längere Zeit zu verweilen. Auch der Aspekt einer hinreichenden Nutzungsmischung aus Einzelhandel und beispielsweise Gastronomie kann indirekt über diese Frage erfasst werden. Bei diesem Aspekt fällt die Bewertung der Einzelhändler mit einer Durchschnitts-



note von 3,9 schlechter aus als die der befragten Passanten (3,4) und Haushalte (3,5). Für die negativen Beurteilungen des „Bummelfaktors“ kann es vielfältige Gründe geben, ggf. ist ein Zusammenhang mit der mittelmäßig bewerteten Warenvielfalt vorhanden. Ein weiterer Grund mag jedoch auch das bauliche Erscheinungsbild des Ortszentrums Clausthal sein. Dieses wird von den Befragten mit Durchschnittsnoten von 3,2 (Passanten), 3,3 (Haushalte) und 3,8 (Einzelhändler) bewertet.

Das Ortszentrum als wichtigster gesamtörtlicher Einzelhandelsstandort sollte über eine gute Erreichbarkeit verfügen. Die Erreichbarkeit wird sowohl von den Passanten (2,2), Haushalten (2,4), als auch Einzelhändlern (2,7) als relativ positiv bewertet.

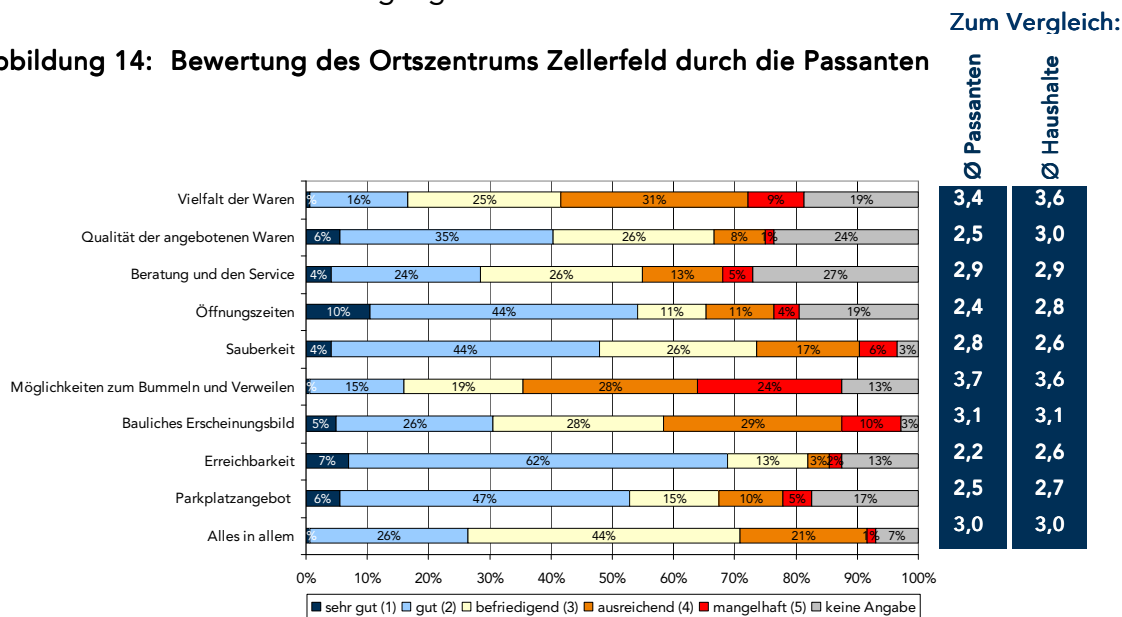
Als weiterer Aspekt der Bewertung des Ortszentrums folgt die Bewertung des Parkplatzangebotes. Dieses ist nach allen drei Befragungsgruppen im Durchschnitt befriedigend. Insgesamt ist aus diesen Beurteilungen in Bezug auf das Parkplatzangebot in der Innenstadt festzuhalten, dass das tatsächliche quantitative Stellplatzangebot als ausreichend zu bezeichnen ist und der Aspekt Parken für Kunden häufig ein verbesserungswürdiger Faktor (Lage möglichst nah an den Geschäften, kostenlos parken) darstellt und der Standort eines Ortszentrums in diesem Kontext mit autoorientierten Standorten mit einer Vielzahl ebenerdiger Parkplätze (z. B. Fachmarktzentren) konkurriert.

Abschließend wurden die Kunden und Einzelhändler nach der Gesamtzufriedenheit mit dem Clausthaler Ortszentrum befragt. Auch bei dieser zusammenfassenden Frage streut die Bewertung ebenso wie bei den vorangegangenen Aspekten um die Note 3.

Abschließend ist zu bemerken, dass die Einzelhändler konstant eine kritischere Bewertung ihres Standortes vornehmen als die Kunden. Es kristallisiert sich insgesamt eine mittelmäßige Kundenzufriedenheit heraus, die in insbesondere in den Teilaspekten Vielfalt der Waren, Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen, bauliches Erscheinungsbild sowie Parkplatzangebot noch erhöht werden könnte.

Abbildung 14 zeigt die Bewertungen für das Ortszentrum von Zellerfeld auf Grundlage der Passanten- und Haushaltsbefragung.

**Abbildung 14: Bewertung des Ortszentrums Zellerfeld durch die Passanten**



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009; n=403; Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 08/2009; n= 160; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Die Warenvielfalt wird von den Passanten und befragten Haushalten mit einer Durchschnittsnote von 3,4 bzw. 3,6 bewertet. Die Warenvielfalt wird hier demnach – insbesondere im Vergleich mit den übrigen bewerteten Aspekten – ebenso wie in Clausthal unterdurchschnittlich bewertet und zeigt einen deutlichen Verbesserungsbedarf auf.

Bei der Warenqualität sind die Noten auch im Ortszentrum von Zellerfeld besser: Passanten geben hier durchschnittlich eine 2,5 und die befragten Haushalte eine 3,0. Der Aspekt Beratung und Service wird von beiden Befragungsgruppen mit einer 2,9 bewertet.

Die Öffnungszeiten erhalten in Zellerfeld eine relativ gute Bewertung mit einer Durchschnittsnote von 2,4 der Passanten und 2,8 der Haushalte.

In Zellerfeld empfinden die meisten Befragten die Sauberkeit als gut bis befriedigend. Die Beibehaltung der positiv bewerteten Sauberkeit des Innenstadtzentrums ist somit auch zukünftig anzustreben.

Als weiterer Attraktivitätsfaktor wird für das Ortszentrum der „Bummelfaktor“ bewertet. Bei diesem Aspekt fällt die Bewertung der befragten Passanten mit einer Durchschnittsnote von 3,7 und der Haushalte mit 3,6 relativ negativ aus. Für die negativen Beurteilungen des „Bummelfaktors“ kann es vielfältige Gründe geben, ggf. ist ein Zusammenhang mit der mittelmäßig bewerteten Warenvielfalt vorhanden. Ein weiterer Grund mag jedoch auch hier das bauliche Erscheinungsbild des Ortszentrums Zellerfeld sein. Dieses wird von den Passanten und den Haushalten mit der Durchschnittsnote von 3,1 bewertet.

Auch das Ortszentrum als wichtiger gesamtörtlicher Einzelhandels- und auch Tourismusstandort sollte über eine gute Erreichbarkeit verfügen. Die Erreichbarkeit wird sowohl von den Passanten (2,2), als auch den Haushalten (2,6) als relativ positiv bewertet.

Als weiterer Aspekt der Bewertung des Ortszentrums folgt die Bewertung des Parkplatzangebotes. Dieses wird von den Passanten mit einer Durchschnittsnote von 2,5 und von den befragten Haushalten mit 2,7 bewertet. Das Ortszentrum von Zellerfeld erhält hier also eine bessere Bewertung als Clausthal.

Abschließend wurden die Kunden nach der Gesamtzufriedenheit mit dem Zellerfelder Ortszentrum befragt, diese Frage wird einstimmig mit einer Durchschnittsnote von 3,0 bewertet. Es kristallisiert sich insgesamt auch für dieses Zentrum eine mittelmäßige Kundenzufriedenheit heraus, insbesondere für die Bereiche Vielfalt und Qualität der Waren, Beratung und Service, Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen sowie bauliches Erscheinungsbild ergibt sich Optimierungsbedarf.

## **2.4 Analyse und Bewertung der Zentrenstruktur**

In der nachfolgenden städtebaulichen Analyse werden die relevanten Einzelhandelsstandorte hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien analysiert und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in Clausthal-Zellerfeld einbezogen. Wichtiger Bestandteil ist die städtebauliche Analyse der Ortszentren Clausthal und Zellerfeld – und zwar zunächst bezogen auf den *vorhandenen* Bestand.

**Tabelle 8: Anzahl der Betriebe nach Hauptbranche**

	Ortszentrum Clausthal	Ortszentrum Zellerfeld
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	14	12
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	4	2
Blumen, zoologischer Bedarf	3	1
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	5	1
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>26</b>	<b>16</b>
Bekleidung	8	0
Schuhe/Lederwaren	3	0
Pflanzen/Gartenbedarf	0	1
Baumarktsortiment i.e.S.	0	0
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	0	2
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	0	1
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	0	0
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>11</b>	<b>4</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	2	0
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	0	0
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	0	0
Möbel	0	1
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	1	0
Medien	1	0
Uhren/ Schmuck	1	1
Sonstiges	0	0
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
gemischtes Warensortiment	1	0
<b>Gesamt</b>	<b>43</b>	<b>22</b>

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009

An späterer Stelle werden – nach der Erörterung der übergeordneten Entwicklungsziele für den Einzelhandel – zusätzlich zielorientierte Empfehlungen für die künftige Weiterentwicklung der Ortszentren wie auch der sonstigen Standorte vorgestellt (vgl. Kapitel 4).

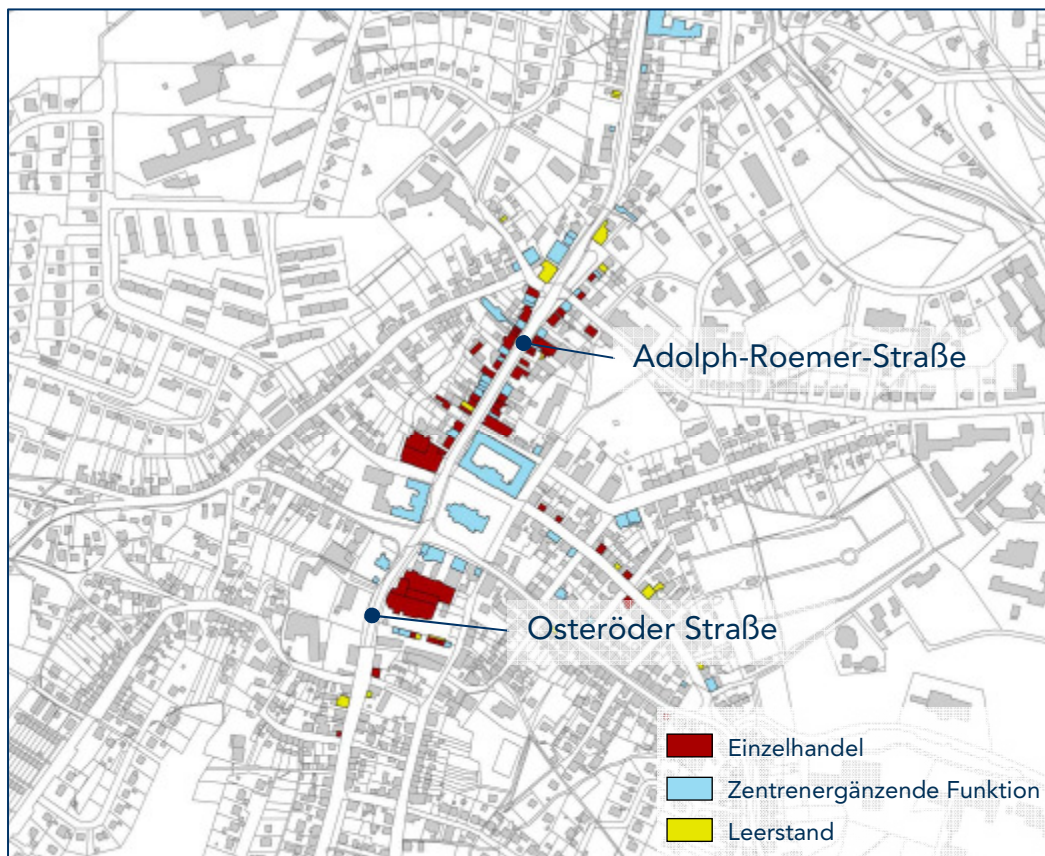
## 2.4.1 Standortmerkmale des Ortszentrums Clausthal

Das Ortszentrum, zentral im Ortsteil Clausthal gelegen, ist mit einem Anteil von rund 43% aller Einzelhandelsbetriebe und 36% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Einkaufschwerpunkt im Stadtgebiet (vgl. Tabelle 5). Städtebaulich weist es Zentrenmerkmale wie städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf.

### Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung des Ortszentrums Clausthal

Das Ortszentrum Clausthal liegt im gleichnamigen Ortsteil der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld. Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen erstreckt es sich hauptsächlich entlang der Adolph-Roemer-Straße sowie im nördlichen Teil der Osteröder Straße. Es wird im Norden begrenzt durch den Kronenplatz, auf dem auch der Wochenmarkt stattfindet, sowie im Süden durch das Einkaufszentrum am Rathaus.

Abbildung 15: Ortszentrum Clausthal (Nutzungsbestand)



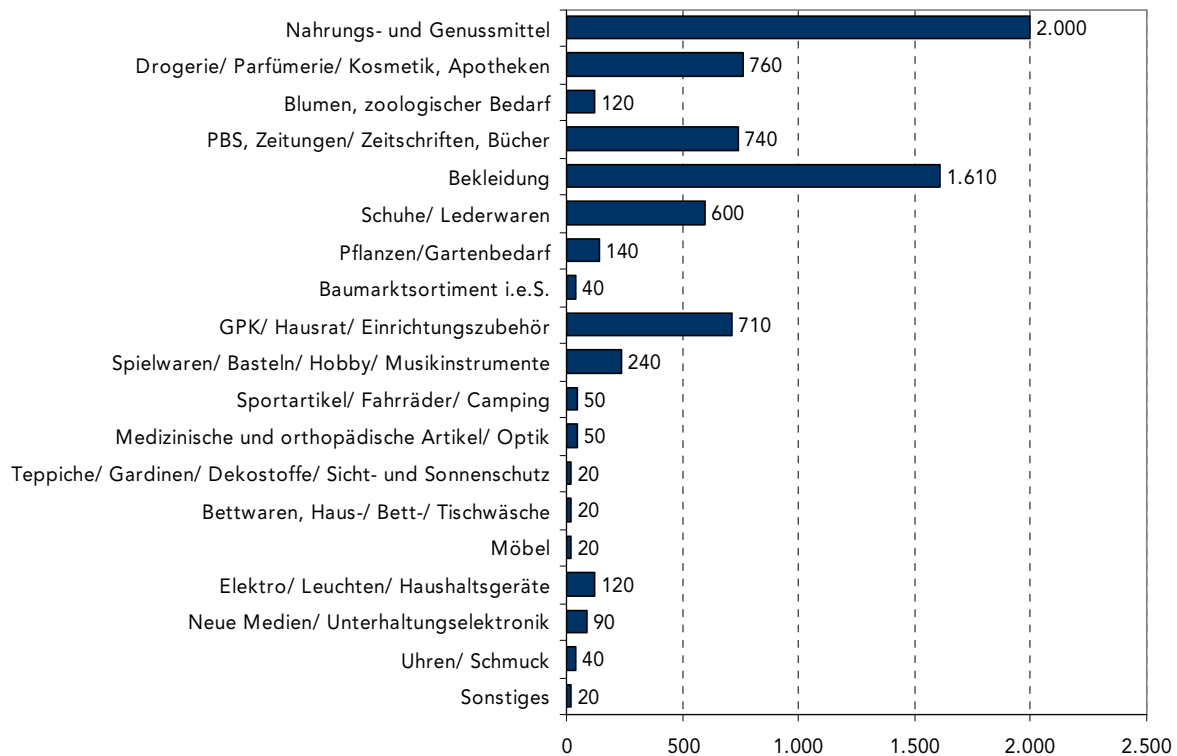
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Für den motorisierten Individualverkehr besteht eine gute Anbindung: Das Zentrum ist sowohl im Norden als auch im Süden direkt an die überörtlich B241 angeschlossen. Zum anderen tragen weitere überörtliche Verbindungsstraßen zu der guten verkehrlichen Anbindung des Ortszentrums bei. Das Zentrum wird im Bereich des ÖPNV durch die Haltepunkte Kronenplatz sowie Adolph-Roemer-Straße an den zentralen Omnibusbahnhof in Zellerfeld sowie die umliegenden Gemeinden leistungsfähig angeschlossen.

## Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes im Innenstadtzentrum liegt gemessen an der Verkaufsfläche mit rund 2.000 m<sup>2</sup> im Bereich Nahrungs- und Genussmitteln. Nachfolgend verzeichnet die Sortimentsgruppe Bekleidung im Ortszentrum eine Verkaufsfläche von rd. 1.600 m<sup>2</sup>.

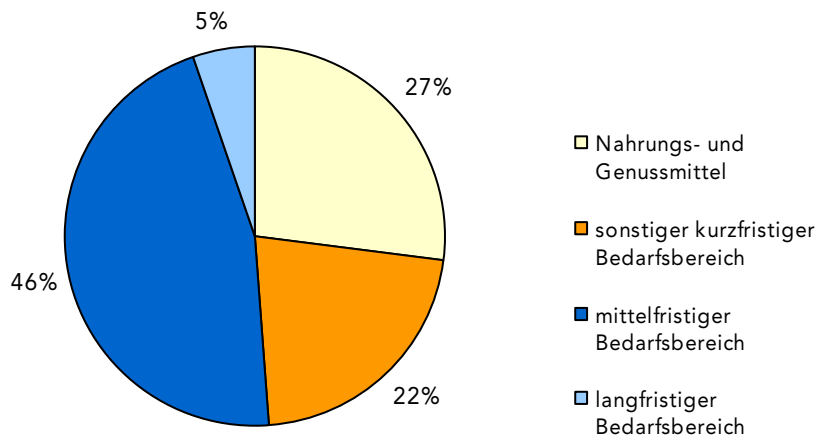
**Abbildung 16: Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im Ortszentrum Clausthal**



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Verkaufsflächen auf 10 m<sup>2</sup> gerundet, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

Das Angebot generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs (vgl. folgende Abbildung). Dieses Angebot wird neben Nahrungs- und Genussmitteln bzw. Bekleidung besonders durch die Warengruppen Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken, PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher, Schuhe/ Lederwaren und GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör gebildet. Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs werden lediglich zu rund 5% der Gesamtverkaufsfläche angeboten.

Abbildung 17: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Ortszentrum Clausthal



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009

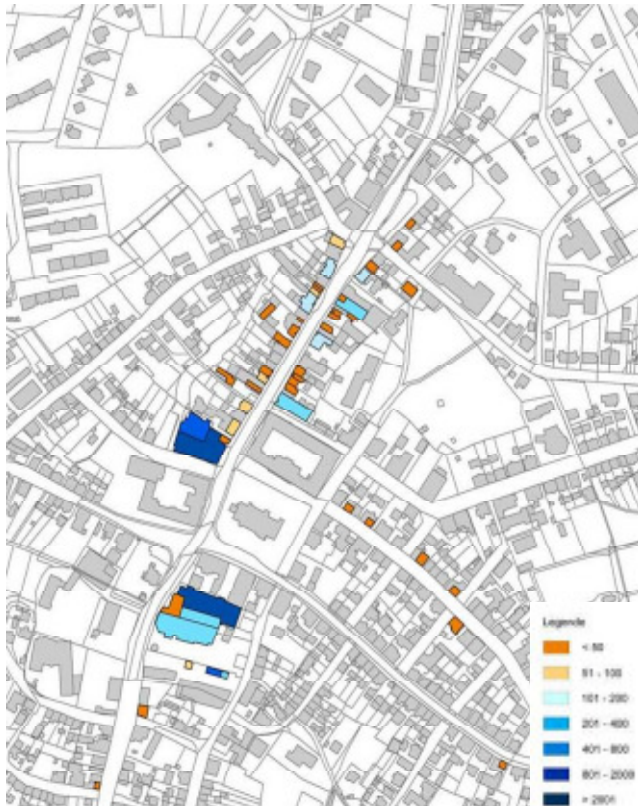
Die Ausstattung nach Fristigkeitsstufen ist gemessen an der landesplanerischen Zentralitätsstufe des Mittelzentrums insgesamt als der Funktion ausbaufähig zu bewerten. Besonders im mittel- und langfristigen Bereich könnte das Ortszentrum Clausthal sein Angebot noch ausbauen und die mittelzentrale Funktion der Bergstadt stärken.

### Ankerbetriebe und Kundenläufe

Ein Kundenlauf ergibt sich im Wesentlichen zwischen den zwei Enden des Ortszentrums, dem Kronenplatz einerseits und dem Einkaufszentrum am Rathaus.

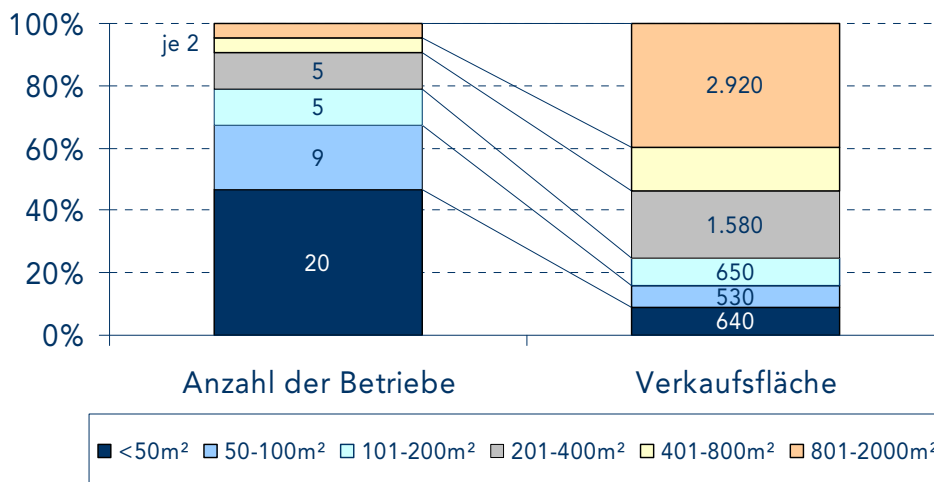
Zum Großteil sind im Ortszentrum Clausthal Betriebe mit Verkaufsflächen unter 100 m<sup>2</sup> angesiedelt. Lediglich zehn Betriebe weisen Verkaufsflächen zwischen 101 und 200 bzw. 201 und 400 m<sup>2</sup> VKF auf, weitere vier Betriebe sind größer als 400 m<sup>2</sup>. Die folgenden Abbildungen verdeutlicht die Kleinteiligkeit im Ortszentrum Clausthal.

Abbildung 18: Ladenlokalgrößenklassen im Ortszentrum Clausthal



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Abbildung 19: Betriebsgrößen im Ortszentrum Clausthal



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009, Verkaufsflächen auf 10 m² gerundet, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

Die größten Betriebe Kaufhaus Harthun, Penny Markt, Edeka City-Markt und der Takko Modemarkt sind alle im Süden des Innenstadtzentrums angesiedelt. Dabei befinden sich



der Lebensmitteldiscounter Penny und der Modefachmarkt Takko im Einkaufszentrum am Rathaus, so dass sie nicht unmittelbar Bestandteil der Haupteinkaufslage sind. Dennoch bilden diese Betriebe einen wichtigen Anlaufpunkt für die Clausthal-Zellerfelder Kunden. Die lineare Struktur des Hauptlaufs hat demnach aktuell einen deutlichen Angebotsschwerpunkt im Süden, wobei der Norden stark durch den Marktplatz geprägt ist. Dazwischen bewegen sich die Kundenläufe auf der Adolph-Roemer-Straße und der Osteröder Straße, entlang derer vorwiegend kleine Fachgeschäfte ansässig sind.

Die großen Betriebe sind teils auch wesentliche Frequenzbringer für das Ortszentrum als Ganzes. Ihnen kommt im Einzelnen als auch im Verbund eine besonders hohe städtebaulich-funktionale Bedeutung zu, wenngleich die Ausstattung des Innenstadtzentrums mit Ankerbetrieben, v. a. im Norden des Ortszentrums, verbessert werden könnte.

### **Zentrenergänzende Funktionen**

Trotz der unstreitig erkennbaren Leitfunktion des Einzelhandels ist der analytische Blick ergänzend auf die weiteren zentrenergänzenden Funktionen im Ortszentrum zu richten, wenn die Struktur und die Funktionsweise des Zentrums vollständig dargestellt und bewertet werden soll: die großen wie auch kleineren Verwaltungs- und Dienstleistungseinrichtungen, Banken, Kultur- und Bildungseinrichtungen sowie die Gastronomieangebote übernehmen neben dem Einzelhandel selbst – wie oben bereits dargestellt – zusätzlich Magnetfunktionen. Im Ortszentrum Clausthal wurden neben 43 Einzelhandelsbetrieben ferner 45 Betriebe mit ergänzenden Funktionen allein in Erdgeschosslage im Innenstadtzentrum kartiert. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken und Reisebüros sowie öffentlichen Einrichtungen wie dem Oberbergamt zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote.

Nicht zuletzt fungieren auch die größeren Stellplatzanlagen als Frequenzbringer, die Kunden in das Ortszentrum leiten oder wieder abreisen lassen.

### **Innere Organisation des Ortszentrums Clausthal: Einzelhandelshauptlage sowie Ergänzungsbereiche**

Zur inneren Differenzierung des Ortszentrum Clausthal wird v. a. die Einzelhandelshauptlage näher betrachtet. Daneben fällt ein Fokus auf weitere Ergänzungsbereiche mit verschiedenen Leitfunktionen.

Innerhalb des Ortszentrums bilden die Einzelhandelsbetriebe und die ergänzenden Zentrenfunktionen (z. B. Gastronomiebetriebe und einzelhandelsnahe Dienstleistungen) eine deutliche Hauptlage entlang der Adolph-Roemer-Straße aus. Diese wird im Südwesten durch die Baderstraße, im Südosten durch die Graupenstraße und im Norden durch die Erzstraße begrenzt.

Die Haupteinkaufslage ist linear und verkehrsberuhigt gestaltet, jedoch nicht als Fußgängerzone ausgewiesen. Zahlreiche straßenbegleitende Parkplatzmöglichkeiten befinden sich entlang der Haupteinkaufslage.

In Hauptgeschäftsbereich des Ortszentrums Clausthal befinden sich vorwiegend kleinteilige Einzelhandelsbetriebe, lediglich im Süden sind die zwei Ankerbetriebe Kaufhaus Harthun sowie der Edeka City-Markt angesiedelt (vgl. Abbildung 19).

**Abbildung 20: Haupteinkaufslage im Ortszentrum Clausthal**



Quelle: Aufnahmen Stadt + Handel

Neben dieser Haupteinkaufslage wird das Ortszentrum Clausthal durch verschiedene Bereiche mit unterschiedlichen Leitfunktionen ergänzt.

## **Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion Marktplatz und Dienstleistungen**

Nördlich an die Hauptlage angrenzend befindet sich der Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion Marktplatz und Dienstleistungen. Der Bereich erstreckt sich vorwiegend entlang des Kronenplatzes und wird durch die an den Platz angrenzende Bebauung begrenzt. Neben der Beherbergung einiger Einzelhandels- sowie Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe (z. B. Hotel-Restaurant Goldene Krone) bietet der Bereich durch seine Platzgestaltung eine hohe Aufenthaltsqualität. Auch die zentrale Haltestelle des RBB liegt am Kronenplatz und bindet das Ortszentrum an Zellerfeld sowie die Umlandgemeinden an. Dieser Bereich wird in die Bestandsabgrenzung integriert, da dort zudem der Wochenmarkt stattfindet.

**Abbildung 21: Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion Marktplatz und Dienstleistungen**



Quelle: Aufnahme Stadt + Handel

## Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion öffentliche und private Dienstleistungen

Südlich an die Einzelhandelshauptlage schließt sich ein Bereich an, der das Ortszentrum vorwiegend durch den Bestand an öffentlichen und privaten Dienstleistungen ergänzt. Dieser Bereich umfasst die Fläche bis zum Kreuzungspunkt Silberstraße/ Rollstraße sowie der angrenzenden Bebauung. Er wird geprägt durch die Technische Universität Clausthal-Zellerfeld, das Oberbergamt, die Marktkirche zum heiligen Geist, das Rathaus sowie Gastronomie und soziale Einrichtungen. Dieser Bereich trägt wesentlich dazu bei, dass das Ortszentrum Clausthal funktional ergänzt wird und das Besucheraufkommen des Zentrums gesteigert wird.

**Abbildung 22: Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion öffentliche und private Dienstleistungen**



Quelle: Aufnahme Stadt + Handel

## Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion Fachmarktstandort

Südlich angrenzend an den soeben beschriebenen Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion öffentliche und private Dienstleistungen schließt sich der der Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion eines Fachmarktstandortes an. Dieser beinhaltet weitere wichtige Ankerbetriebe des Ortszentrums sowie einen zentralen Stellplatz. Er trägt im Wesentlichen dazu bei, das Besucheraufkommen im Zentrum zu steigern.

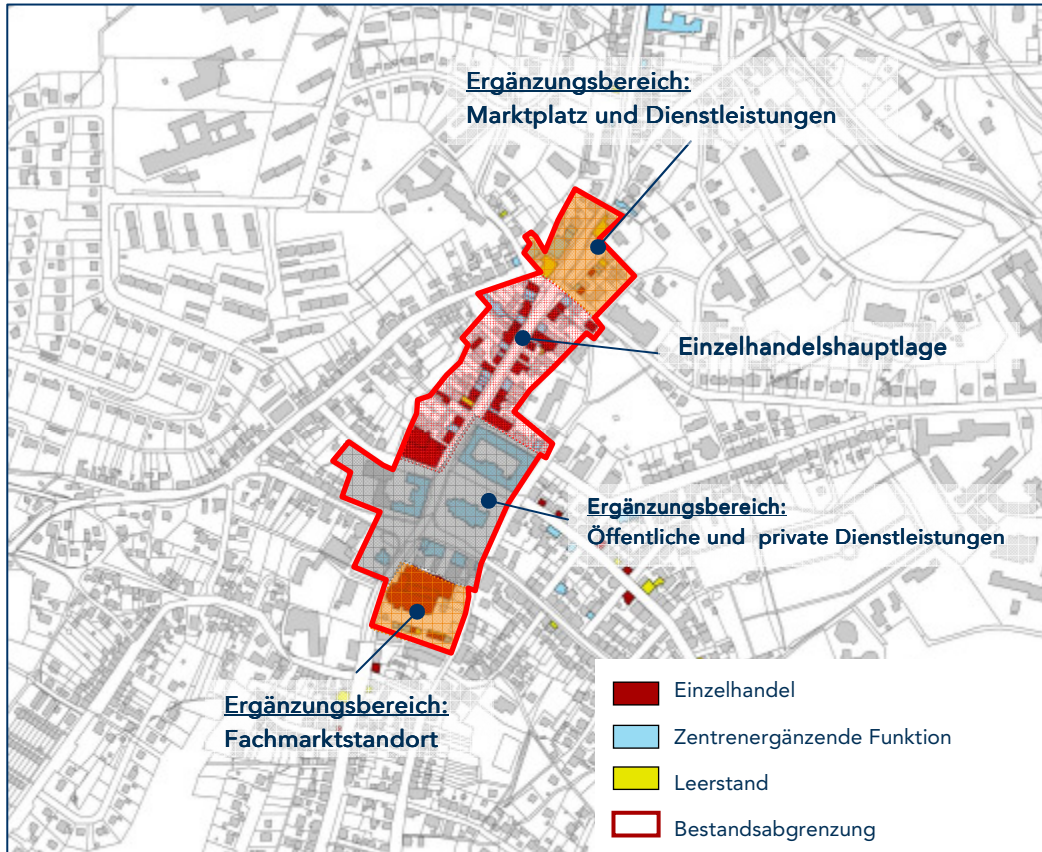
**Abbildung 23: Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion öffentliche und private Dienstleistungen**



Quelle: Aufnahme Stadt + Handel

All diese Bereiche ergeben zusammen das aus dem Bestand abgegrenzte Ortszentrum Clausthal.

**Abbildung 24: Innere Organisation des Ortszentrums Clausthal**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

## Ladenleerstand und Trading-down-Effekte

Im Ortszentrum Clausthal standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme insgesamt sieben Ladenlokale leer. Die durchschnittliche Größe der leer stehenden Ladenlokale beträgt rd. 200 m<sup>2</sup>.<sup>11</sup> Bezogen auf das Ortszentrum Clausthal ergibt sich hier eine Leerstandsquote von rd. 14% an allen verfügbaren Ladenlokalen.

Rund die Hälfte der Leerstände befindet sich am Kronenplatz, je weitere zwei befinden sich im Einkaufszentrum am Rathaus sowie entlang der Adolph-Roemer-Straße. Dementsprechend sind Trading-Down-Prozesse in den Randbereichen des Ortszentrums zu erkennen. Die Leerstände an der Adolph-Roemer-Straße sind vereinzelt und fallen daher aus Kundensicht kaum ins Auge.

<sup>11</sup> Die Größenermittlung ist bei leer stehenden und daher nicht begehbaren Ladenlokalen nur durch Inaugenscheinnahme von außen möglich. Daher sind die Größenangaben als Annäherungswerte zu verstehen.

### **Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Ortszentrums Clausthal**

Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung der vorgestellten Ausstattungskriterien lassen sich für das Ortszentrum Clausthal folgende Stärken festhalten:

- ein deutliches Standortgewicht gemessen an der Zahl der Einzelhandelsbetriebe und am gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil und somit eine Versorgungsfunktion für die gesamte Bergstadt und die größte Angebotsvielfalt im Stadtgebiet,
- eine hohe Einzelhandelsdichte in der Einzelhandelshauptlage und eine noch deutliche Einzelhandelsdichte im Ergänzungsbereich mit der Leitfunktion Fachmarktstandort,
- eine für den Kunden attraktive Knochenstruktur mit dem historisch gewachsenen Kronenplatz und am südlichen Ende der Fußgängerzone einer Konzentration von Fachmärkten,
- zahlreiche bedeutende zentrenergänzende Funktionen in der Einzelhandelshauptlage oder in unmittelbarer Nähe,
- aus Kundensicht eine gute verkehrliche Erreichbarkeit des Ortszentrums Clausthal.

Gleichzeitig lassen sich einige Schwachpunkte erkennen:

- es herrscht eine kleinteilige Ladenflächenstruktur vor, rd. die Hälfte aller vorhandenen Betriebe haben eine Verkaufsfläche von unter 50 m<sup>2</sup>,
- leichte Trading-down-Effekte an den Enden des Ortszentrums (Häufung der Leerstände am Kronenplatz sowie am Einkaufszentrum an Rathaus), die das Innenstadtzentrum für den Kunden in Teilbereichen unattraktiv erscheinen lassen,
- eine ausbaufähige Aufenthaltsqualität aufgrund schmaler Fußgängerwege und der Befahrbarkeit des Zentrums mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV),
- fehlende große Magnetbetriebe sowie eine räumliche Ungleichverteilung der vorhandenen Magnetbetriebe, die sich vorwiegend im Süden des Ortszentrums konzentrieren,
- eine kritische Bewertung des Ortszentrums aus Sicht der Befragten, die Durchschnittsbewertung liegt insgesamt bei Schulnoten zwischen 2,8 und 3,3.

Aufgrund der überwiegend befriedigenden Gesamtbewertung aus Kundensicht wie aus fachgutachterlicher Sicht ergibt sich Handlungsbedarf aufgrund der Tatsache, dass die Konkurrenz (Nachbarstädte, Standorte in nicht integrierter Lage) aktiv ihre Standorte weiterentwickelt. Stillstand würde daher für das Ortszentrum Rückschritt bedeuten. Im Einzelnen sollte z. B. überprüft werden,

- welche Ansiedlungsmöglichkeiten erkennbar sind und wo diese mikroräumlich mit den größtmöglichen Synergieeffekten für das Gesamtzentrum angesiedelt werden könnten,

- wie die Struktur der Magnetbetriebe und Auflagen für die Zukunft weiterzuentwickeln ist, ohne die kompakte Dichte des Einzelhandelsbesatzes in der Einzelhandelshauptlage zu gefährden,
- wie mikroräumliche Lagen in ihrer Attraktivität gesichert oder auch gesteigert werden können.

Detaillierte Entwicklungsempfehlungen für das Ortszentrum Clausthal erfolgen in Kapitel 4.1.3.

## **2.4.2 Standortmerkmale des Ortszentrums Zellerfeld**

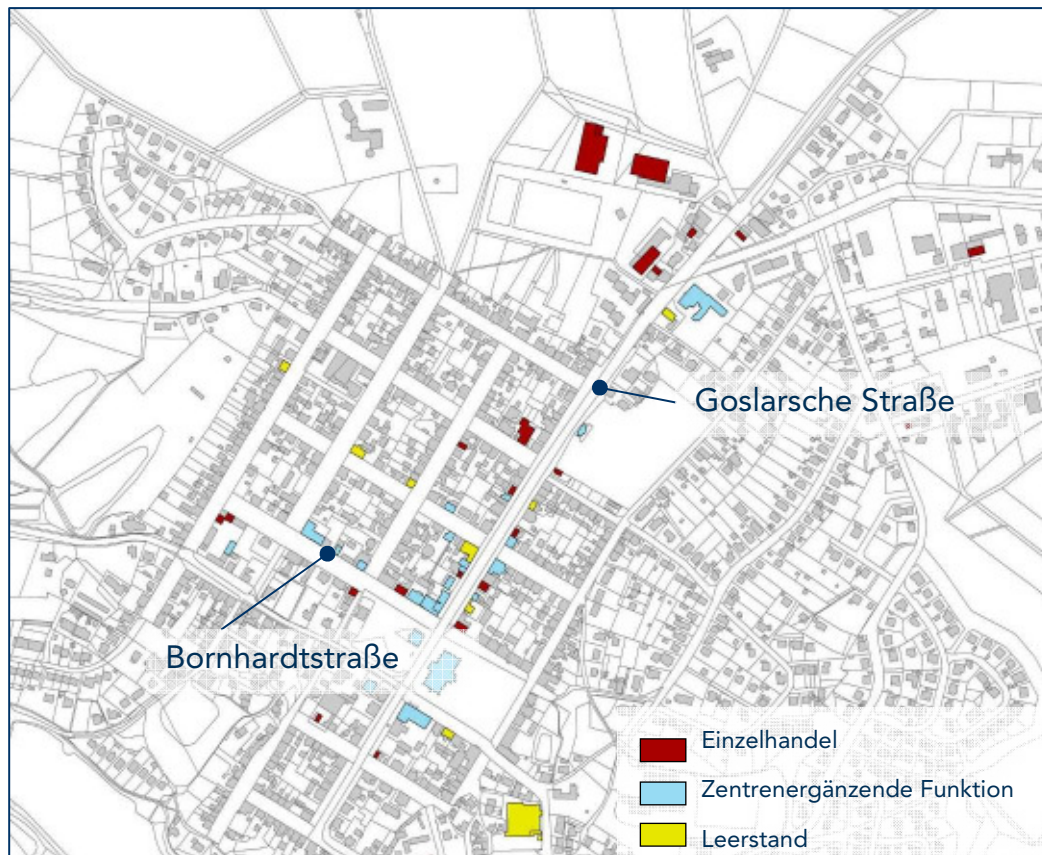
Das Ortszentrum Zellerfeld liegt zentral im Ortsteil Zellerfeld. Das Zentrum ist über die Goslarsche Straße (B241) sowie die L571 sowohl an das Ortszentrum Clausthal als auch an die Umlandgemeinden angebunden.

### **Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung**

Die Betriebe entlang der Goslarschen Straße sowie der Bornhardtstraße bilden den Kern des Ortszentrums Zellerfeld. Nördlich endet das Zentrum auf Höhe der Nahversorgungsagglomeration Rewe/ Aldi, südlich stellt die Marktstraße inklusive der südwestlich angrenzenden Bebauung den Endpunkt dar.

Es finden sich mehrere Einzelhandelsbetriebe mit Sortimenten verschiedener Fristigkeitsstufen im Ortszentrum, die in einem deutlichen fußläufigen Zusammenhang stehen.

Abbildung 25: Ortszentrum Zellerfeld (Bestandsstruktur)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

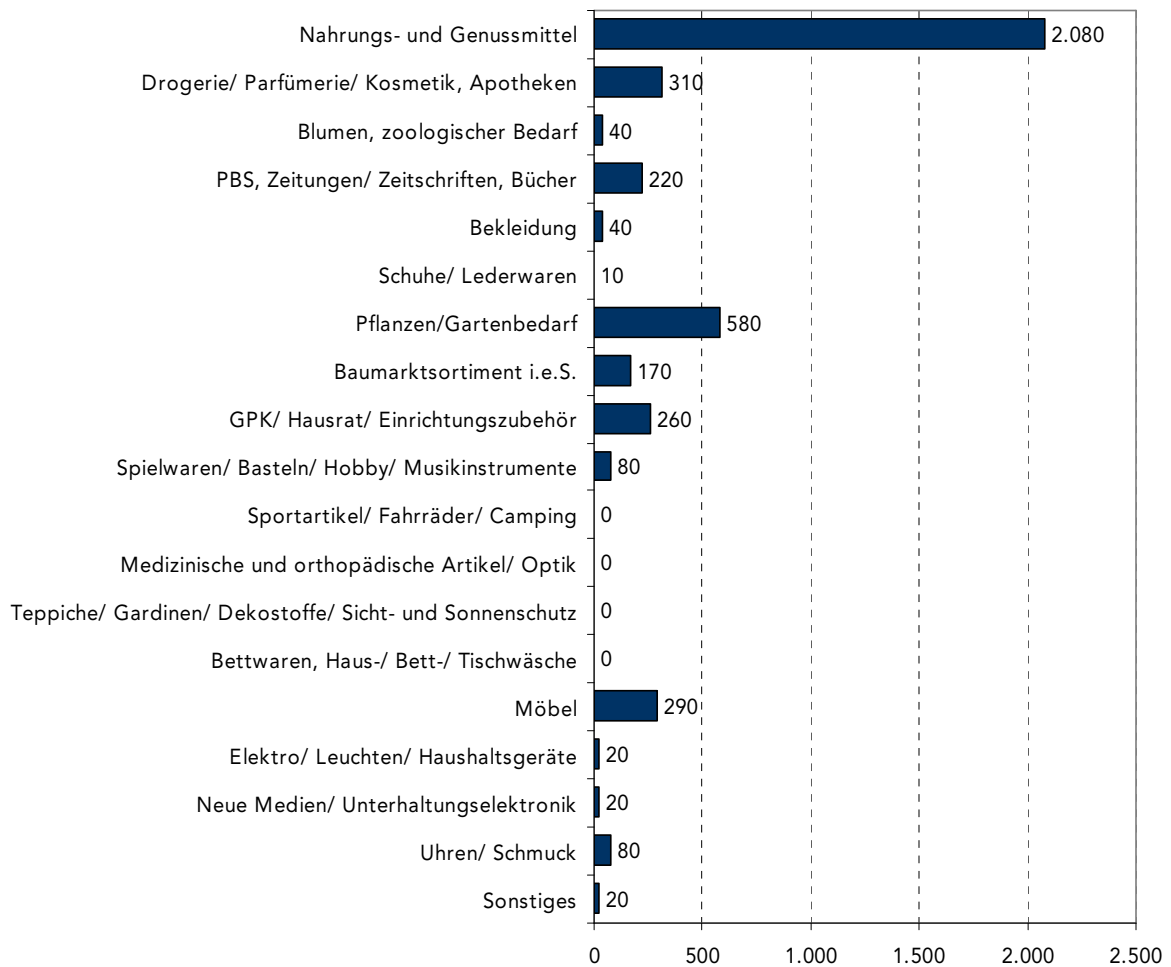
Die verkehrliche Anbindung ist für den motorisierten Individualverkehr direkt über die durchgehende B241 (Goslarsche Straße) gegeben. Die Anbindung über den ÖPNV wird durch die Haltepunkte Thomas-Merten-Platz sowie Wolfs Hotel gewährleistet, die eine direkte Busverbindung zum Ortszentrum Clausthal und auch nach Goslar sowie die restlichen Kommunen der Samtgemeinde Oberharz darstellen.

### Angebotschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Das Ortszentrum Zellerfeld verfügt über einen Anteil von rund 22% an allen Einzelhandelsbetrieben Clausthal-Zellerfelds, sowie – proportional dazu - rund 21% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (vgl. Tabelle 5). Im Zentrum befinden sich insgesamt 22 Einzelhandelsbetriebe, ergänzt durch 20 einzelhandelsnahe Dienstleistungs- sowie Gastronomieangebote in den Erdgeschosszonen.

Das Angebot wird hauptsächlich geprägt durch Nahrungs- und Genussmittel sowie Pflanzen/ Gartenbedarf. Folgende Abbildung verdeutlicht die sortimentspezifischen Verkaufsflächenbestände im Ortszentrum Zellerfeld.

Abbildung 26: Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im Ortszentrum Zellerfeld

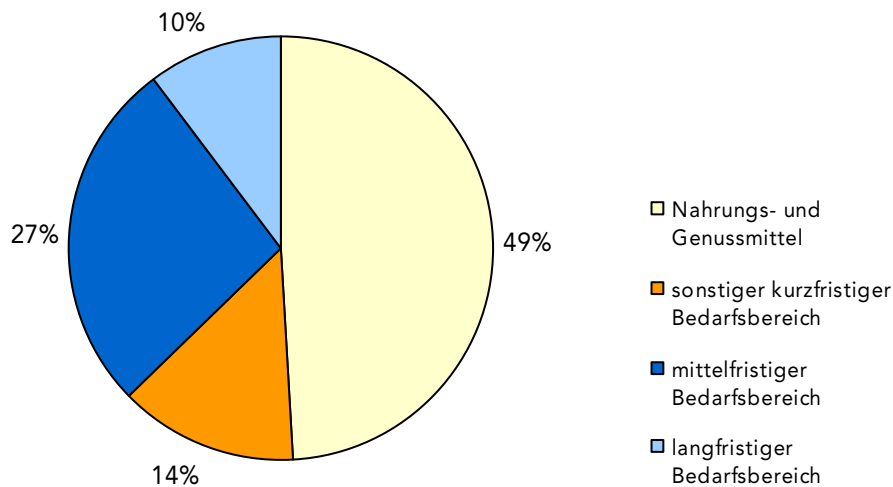


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Verkaufsflächen auf 10 m² gerundet, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

Die drei größten Einzelhandelsbetriebe sind der Lebensmittelsupermarkt Rewe, der Lebensmitteldiscounter Aldi und der Fachmarkt Börger Motorgeräte. Sie werden durch vorhandene Einrichtungen (wie z. B. die Sparkasse) ergänzt.



Abbildung 27: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Ortszentrum Zellerfeld



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009

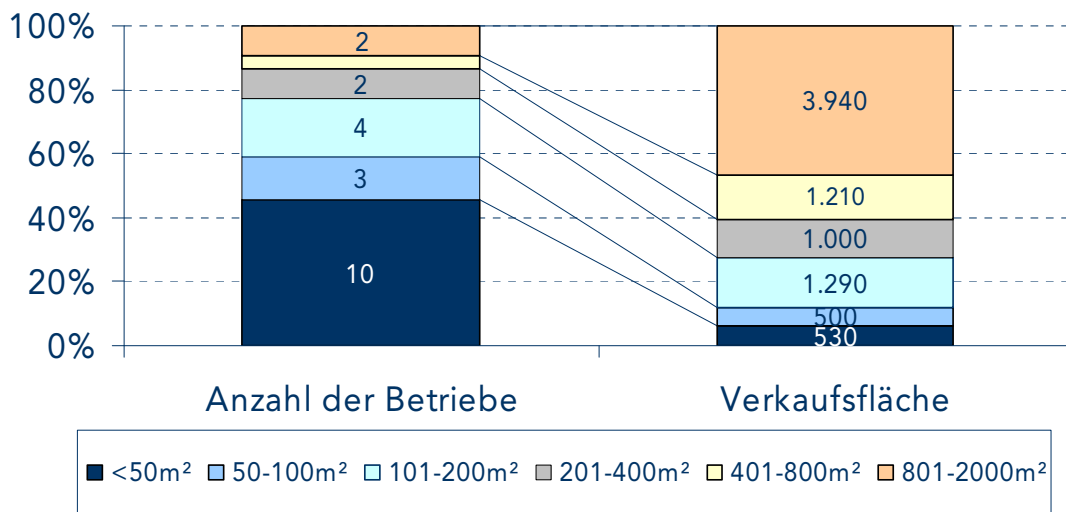
Das Angebot im Ortszentrum Zellerfeld ist mit über 60% der Verkaufsfläche stark auf den kurzfristigen Bedarfsbereich fokussiert. Rd. ein Viertel der Verkaufsfläche entfällt auf mittelfristig nachgefragte Sortimentsbereich (vgl. obige Abbildung). Der langfristige Bedarfsbereich nimmt im Zentrum nur eine untergeordnete Bedeutung ein (rund 10% der Verkaufsfläche). In 4 von 20 Warengruppen gibt es im Ortszentrum kein Geschäft mit einem entsprechenden Hauptsortiment (vgl. Tabelle 8).

Neben dem Anteil an Nahrungs- und Genussmitteln wird das stationäre Angebot in Zellerfeld durch den überregional bekannten Bauernmarkt, der donnerstagabends in der Bornhardtstraße stattfindet, ergänzt.

### Ankerbetriebe und Kundenläufe

Während im Süden des Ortszentrums kleinflächige Betriebe sowie zahlreiche touristische Angebote angesiedelt sind, die vor allem eine hohe Attraktivität für Touristen einnehmen, sind im Norden des Ortszentrums Ankerbetriebe angesiedelt, die die Versorgung der in Zellerfeld lebenden Einwohner sicherstellen. So befinden sich auch die größten Betriebe des Ortszentrums im Norden (u. a. der Lebensmittelsupermarkt Rewe oder der Lebensmitteldiscounter Aldi). Das Ortszentrum gliedert sich demnach in einen Bereich zur Stadtteilversorgung und in einen touristisch geprägten Lagebereich.

Abbildung 28: Betriebsgrößen im Ortszentrum Zellerfeld



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009, Verkaufsflächen auf 10 m² gerundet, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

Das Ortszentrum ist abgesehen vom nördlichen Standortbereich (Lebensmittelanbieter) sehr kleinteilig strukturiert.

### Zentrenergänzende Funktionen

Neben den 22 Einzelhandelsbetrieben im Ortszentrum Zellerfeld, wurden ferner 19 Betriebe mit ergänzenden Funktionen allein in Erdgeschosslage kartiert. Neben Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sind in Zellerfeld vorwiegend öffentliche, soziale, kulturelle und kirchliche Einrichtungen ansässig. Auch hier zeigt sich die Trennung zwischen der touristischen Bedeutung im Süden und der Versorgungsfunktion im Norden des Ortszentrums.

### Innere Organisation des Ortszentrums Zellerfeld

Wie bereits angedeutet, können im Ortszentrum Zellerfeld zwei Pole mit unterschiedlichen Funktionen definiert werden. Diese Pole liegen im Ortsteil Zellerfeld leicht abgetrennt voneinander, bilden aber im Zusammenspiel das Zentrum des Ortsteils. Insofern kann hier im Ortszentrum nicht von einer konkreten Hauptlage gesprochen werden, da beide Bereiche hinsichtlich ihrer Struktur eine wesentliche Bedeutung für die Einwohner bzw. Besucher Zellerfelds einnehmen.

### Pol: „Tourismus“

Im Süden des Ortszentrums nimmt der Einzelhandel eine untergeordnete Rolle ein. Leitfunktion übernehmen hier die ergänzenden Funktionen, die vorwiegend eine touristische Bedeutung ausüben. Neben dem Bergwerksmuseum und der Glashütte sind hier besonders die St.-Salvatoris-Kirche sowie die zahlreichen gastronomischen Angebote zu nennen. Der Pol Tourismus erstreckt sich zwischen dem Amtsgericht im Süden sowie dem Friedhof im

Norden und schließt den Bereich der westlichen Bornhardtstraße mit ein. Dieser Bereich ist besonders durch den donnerstagabends stattfindenden, überörtlich bekannten, ‚Bergbauernmarkt‘ von wesentlicher Bedeutung, da dieser das Besucheraufkommen im Ortszentrum Zellerfeld massiv steigert.

**Abbildung 29: Pol „Tourismus“ im Ortszentrum Zellerfeld**



Quelle: Aufnahmen Stadt + Handel

### **Pol: „Stadtteilversorgung“**

Im Gegensatz zum Pol „Tourismus“ übernimmt im Pol „Stadtteilversorgung“ der Einzelhandel die Leitfunktion. Hier sind vorwiegend Anbieter des kurzfristigen Bedarfsbereichs ansässig, so dass die Grundversorgung des Ortsteils gesichert ist. Ergänzt wird dieser Bereich durch das Hotel „Wolfs-Hotel“. Der Pol erstreckt sich entlang der nördlichen Goslarschen Straße und schließt die Grundstücke der Lebensmittelanbieter entlang der Zufahrt zum Sportplatz mit ein.

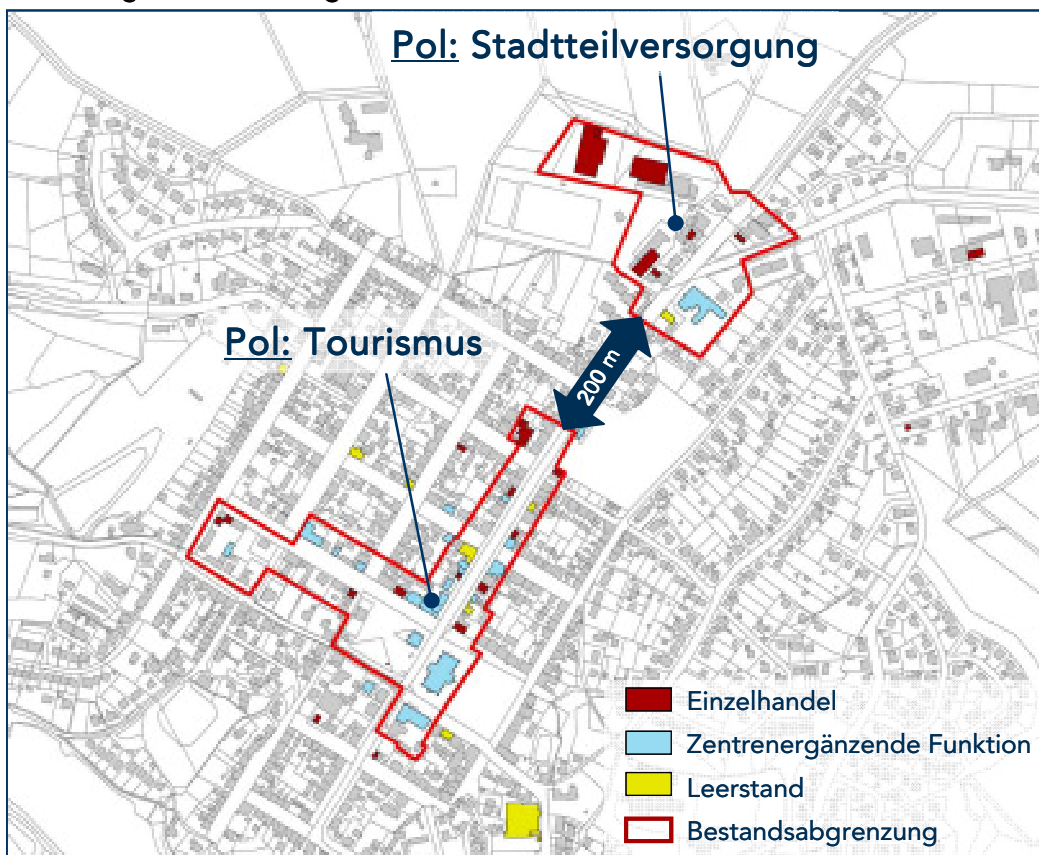
**Abbildung 30: Pol „Stadtteilversorgung“ im Ortszentrum Zellerfeld**



Quelle: Aufnahmen Stadt + Handel

Diese beiden Pole ergeben zusammen das aus dem Bestand abgegrenzte Ortszentrum Zellerfeld.

Abbildung 31: Innere Organisation des Ortszentrums Zellerfeld



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

## Ladenleerstand

Während der Bestandserfassung konnten vier Ladenlokale als Leerstand verzeichnet werden. Somit kann ein leichtes strukturelles Standortdefizit festgestellt werden, wobei die vorhandenen Leerstände aus Kundensicht kaum ins Gewicht fallen.

## Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Ortszentrums Zellerfeld

Folgende Aspekte fallen bei der Bewertung des Ortszentrums Zellerfeld ins Gewicht:

- Das Zentrum ist bipolar angelegt, so besteht es einerseits aus dem Versorgungspol im Norden (Lebensmittelanbieter), andererseits aus dem touristischen Pol im Süden (Bergbauernmarkt, Museen, Gastronomie),
- das Angebot generiert sich zu großen Teilen aus Nahrungs- und Genussmitteln sowie dem kurzfristigen Bedarf, wird aber auch durch Güter aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich ergänzt,
- das Ortszentrum erfüllt dadurch eine Versorgungsfunktion für den Ortsteil, da die Standortgemeinschaft Rewe/ Aldi die Grundversorgung im Ortsteil sicherstellt,

- das handelsseitig bereitgestellte Angebot wird durch eine gewisse Anzahl zentrenergänzender Funktionen ergänzt, so dass im Ansatz Funktionsmischung und -vielfalt vorliegt,
- der Bauernmarkt ist überörtlich bekannt und steigert das Besucheraufkommen im Ortszentrum an Donnerstagen.

Eher ungünstig ist allerdings zu bewerten:

- Die Aufenthaltsqualität wird durch die Verkehrsfunktion der durchgehenden B241 beeinträchtigt; außer dem Thomas-Merten-Platz fehlen Platzsituationen,
- die Bewertung durch die Passanten ist kritisch, es wird lediglich eine Durchschnittsnote von 3 vergeben.

Aufgrund der Konkurrenz in den Nachbarstädten sowie der als eher ungünstig zu bewertenden Punkte ist Handlungsbedarf im Ortszentrum Zellerfeld erkennbar. Konkrete Entwicklungsempfehlungen für das Ortszentrum Zellerfeld erfolgen in Kapitel 4.1.4).

## 2.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Clausthal-Zellerfeld

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Clausthal-Zellerfeld vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere flächendeckend in den Wohngebieten gewährleistet wird.

Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse auf weniger Standorte reduziert sich allerdings gleichzeitig die flächendeckende Angebotsdichte. Neue, strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine stadtentwicklungspolitisch unerwünschte Auswirkung – und dies nicht nur in ländlich strukturierten Räumen, sondern auch in Ballungsräumen und Großstädten.

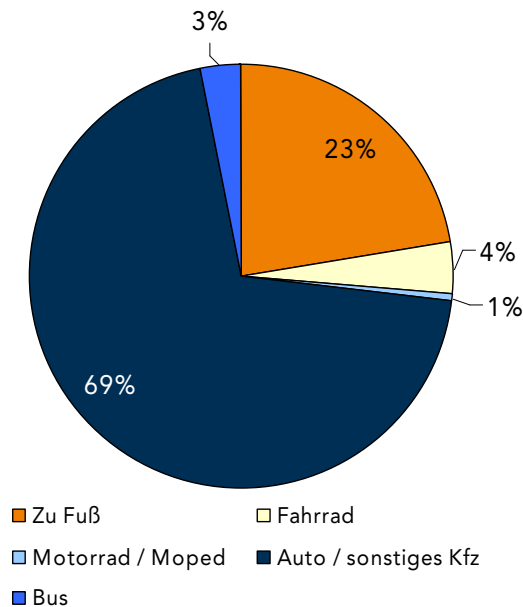
In diesem Leistungsbaustein wird insbesondere die Frage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig wegbrechen könnten. Im instrumentellen, umsetzungsbezogenen Teil dieses Einzelhandelskonzeptes werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Clausthal-Zellerfeld zusammengefasst (vgl. Kapitel 4.2).

### Verkehrsmittelwahl bezogen auf die Nahversorgung

Für den regelmäßigen Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren nutzen rund 69% der befragten Haushalte das Auto. Knapp ein Viertel (23%) der Befragten erledigt seinen Ein-

kauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren zu Fuß. Auf die Verkehrsmittel Bus, Motorrad/ Moped sowie Fahrrad entfallen je unter 5%.

**Abbildung 32: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren**



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 08/2009; Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie in der Regel für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren?; Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen; n = 160

Es wird deutlich, dass immerhin noch rund 30% aller Befragten Ihren Einkauf nicht motorisiert erledigen. Gerade der Anteil der Einwohner, der Ihren Einkauf zu Fuß erledigt ist vergleichsweise hoch. Insofern wird hier das Erfordernis nach einer wohnortnahen Grundversorgung bekräftigt.

## Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung

Clausthal-Zellerfeld verfügt gesamtstädtisch über eine sehr gute quantitative Ausstattung im Bereich Nahversorgung. So liegt z. B. die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,67 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rund 0,35 m<sup>2</sup> (vgl. folgende Tabelle). Die erreichte lokale Einkaufsorientierung für Nahrungs- und Genussmittel (rund 92%) weist darauf hin, dass kaum Kaufkraft für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in umliegende Kommunen abfließt. Andersherum formuliert: das Warenangebot ist quantitativ und qualitativ derart gut, dass die Clausthal-Zellerfelder Bürger sich nicht im Umland versorgen müssen.

Die Zentralitätskennziffer von 114% für Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht zudem, dass Clausthal-Zellerfeld über das Bergstadtgebiet hinaus auch eine weitere Versorgungsfunktion für das Umland einnimmt.

**Tabelle 9: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Clausthal-Zellerfeld gesamt**

<b>Einwohner</b>	13.077
<b>Verkaufsflächenausstattung NuG</b>	rund 8.800 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsflächenanteil</b>	rund 46% in zentralen Versorgungsbereichen rund 17% in integrierten Lagen rund 37% in nicht integrierten Lagen
<b>VKF-Ausstattung je Einwohner</b>	0,67 m <sup>2</sup> (im Bundesschnitt 0,35 m <sup>2</sup> )
<b>Betriebstypenmix</b>	4 x Lebensmitteldiscounter 2 x Supermarkt 1 x Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus 3 x Getränkemarkt Ergänzt um 30 weitere Lebensmittelfachgeschäfte (inkl. Tankstellen und Kioske)
<b>Jahresumsatz NuG</b>	rund 26 Mio. €
<b>lokale Einkaufsorientierung NuG</b>	rund 92%
<b>Zentralitätskennziffer NuG</b>	114%

Quelle: Einwohnerzahlen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld, Stand 01.10.2008; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2008, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2008, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Trotz der sehr guten quantitativen Ausstattungsdaten wird nachfolgend ein genauerer Blick auf die räumliche Versorgung geworfen, um Versorgungslücken im Nahbereich zu identifizieren.

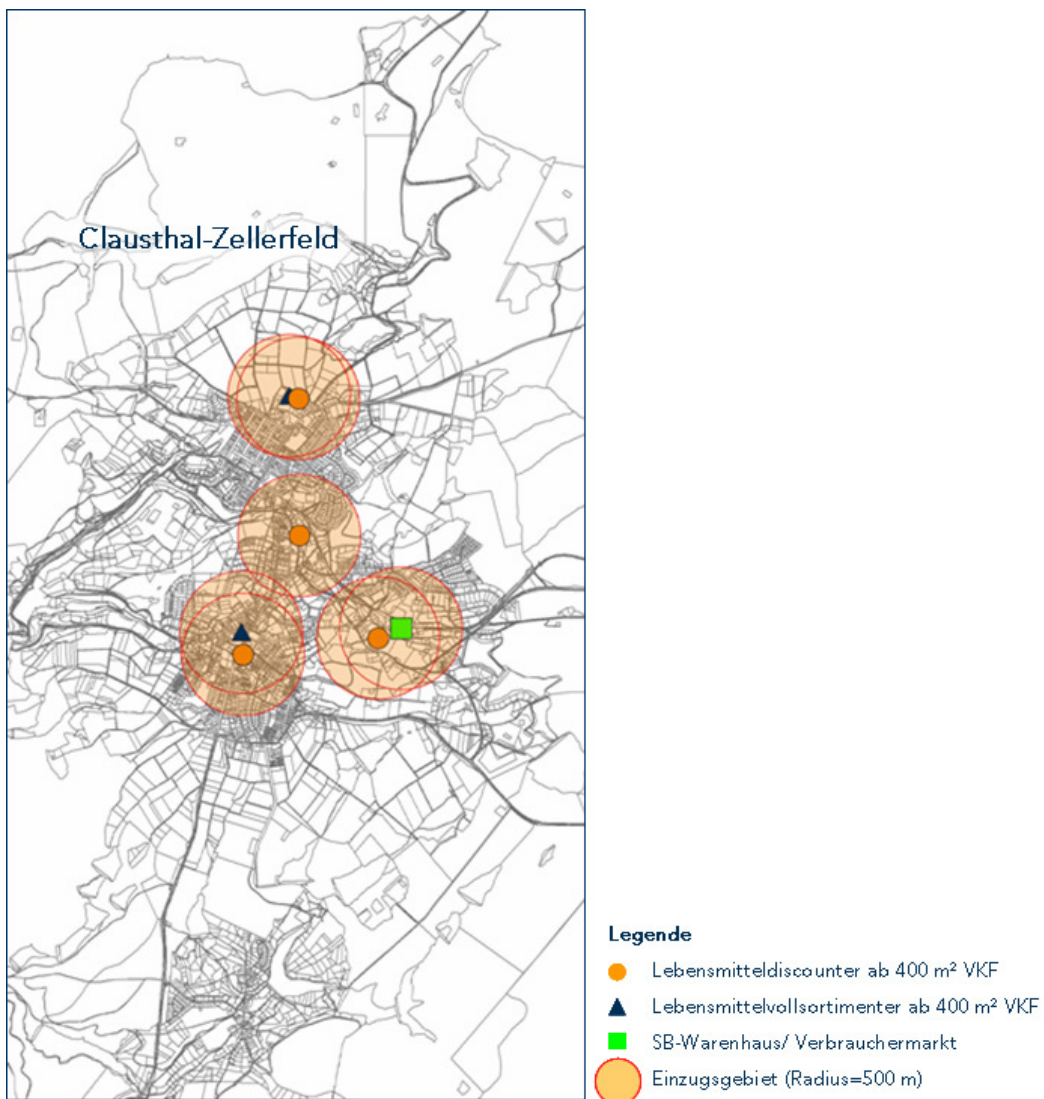
### Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht das derzeitige Grundgerüst der Lebensmittel-Nahversorgung für das Bergstadtgebiet von Clausthal-Zellerfeld.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden

Nahversorgung ausgegangen werden.<sup>12</sup> In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Die nachstehende Abbildung gibt einen Überblick über die gesamtstädtische Nahversorgungsstruktur in Clausthal-Zellerfeld.

**Abbildung 33: Die Nahversorgungsstruktur in Clausthal-Zellerfeld im Überblick**



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Es wird deutlich, dass im Kernbereich Clausthal-Zellerfelds nahezu alle Wohngebiete ausreichend mit Angeboten des nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereichs versorgt sind.

<sup>12</sup> Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von rund 700 m bis zu 1.000 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 Gehminuten entspricht.



Lediglich in den Randbereichen nimmt die Versorgungsqualität ab. Der Stadtteil Buntentbock verfügt über kein fußläufig erreichbares Nahversorgungsangebot.

Positiv zu erwähnen ist die Ausstattung mit Lebensmittelbetrieben in den Ortszentren, die ansässigen Betriebe entwickeln hier eine besondere Frequenzfunktion und stärken die Zentren somit in ihrer Gesamtheit.

Ein genauerer Blick auf die Betriebstypen der Lebensmittelanbieter macht deutlich, dass das Angebot eher discountlastig geprägt ist, es sind (neben dem eher discountlastigen Angebots im Verbrauchermarkt) lediglich zwei Lebensmittelvollsortimenter im gesamten Stadtgebiet vorhanden.

Insgesamt kann die Nahversorgungssituation in der Bergstadt Clausthal- Zellerfeld als positiv und ausreichend bewertet werden.

## **2.6 Analyse und Bewertung der Standortagglomeration Einkaufszentrum am Ostbahnhof**

Neben den beschriebenen Ortszentren ist im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes ein weiterer Einzelhandelsstandort zu berücksichtigen, der in der gesamtstädtischen Perspektive eine Bedeutung als Ergänzungsstandort zu den Zentren aufweist.

Ein Einzelhandelskonzept sollte klarstellen, welche Versorgungsfunktion dieser Standort *aktuell* übernimmt (dieses geschieht im folgenden Kapitel), und welche Aufgabenzuweisung und Aufgabenteilung im Rahmen eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts *künftig* sinnvoll erscheint (dieses ist Teil der konzeptionellen Bausteine, vgl. Kapitel 4.3).

Das Einkaufszentrum am Ostbahnhof befindet sich im östlichen Bereich des Ortsteils Clausthal innerhalb eines ansonsten eher gewerblich geprägten Gebiets. Es bildet mit den Ortszentren Clausthal und Zellerfeld ein Versorgungsdreieck über das gesamte zentrale Stadtgebiet. Die Entfernung zum Ortszentrum Clausthal beträgt rd. 1 km, zum Ortszentrum Zellerfeld rd. 2 km.

### **Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung**

Die Standortagglomeration befindet sich vorwiegend am nördlichen Ende der Straße Am Ostbahnhof, lediglich der Lebensmitteldiscounter Aldi ist im östlichen Bereich dieser Straße angesiedelt. Die Anbindung an die Altenauer Straße (B241) bindet den Standort an das gesamte Bergstadtgebiet sowie die umliegenden Kommunen an.

Die Anbindung an den ÖPNV wird durch Buslinien gewährleistet, der Haltepunkt Ostbahnhof liegt am Kreuzungsbereich Altenauer Straße/ Am Ostbahnhof.

Abbildung 34: Einkaufszentrum Am Ostbahnhof



Quelle: Aufnahmen Stadt + Handel

## Angebotsmerkmale, Angebotsschwerpunkte und Magnetbetriebe

Die insgesamt sieben Einzelhandelsbetriebe machen eine Gesamtverkaufsfläche von rund 4.800 m<sup>2</sup> aus. Neben großflächigen Betrieben runden Angebote kleinerer, z. B. in den Verbrauchermarkt Marktkauf integrierte Geschäfte das Angebot ab.

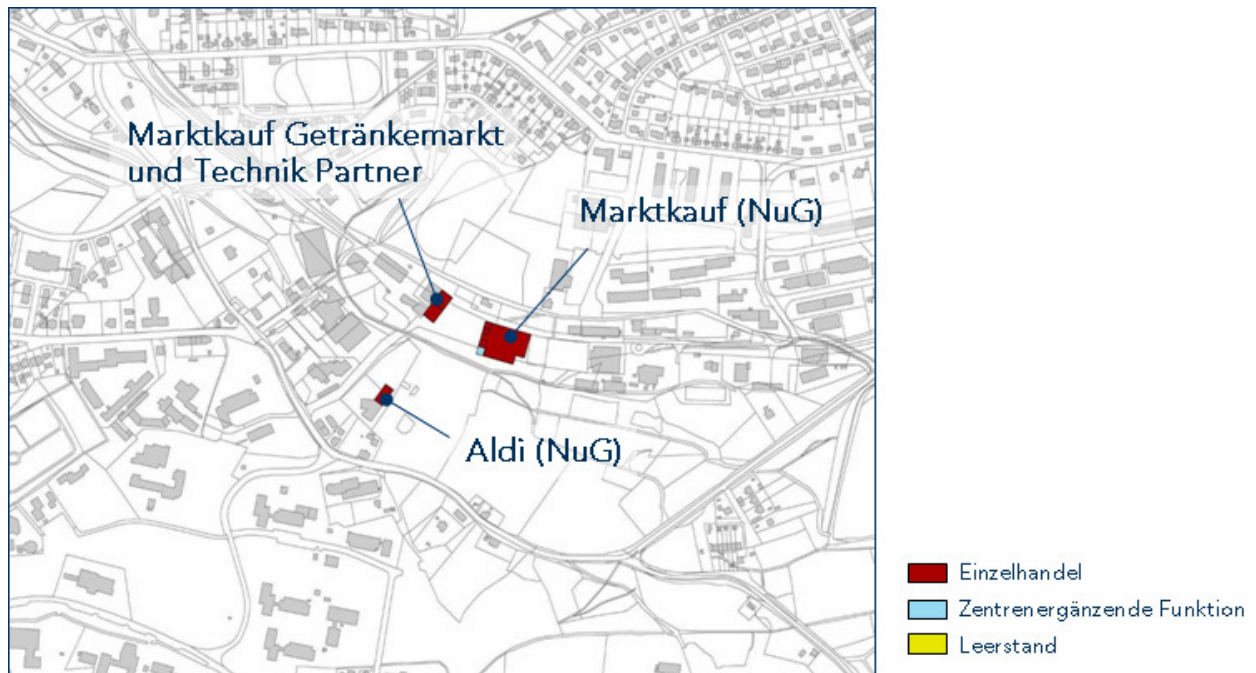
Tabelle 10: Einzelhandelsrelevante Daten Einkaufszentrum Am Ostbahnhof

	Einkaufszentrum Am Ostbahnhof
Anzahl Einzelhandelsbetriebe	7
Anteil gesamtstädtisch	rund 7%
Verkaufsfläche [m <sup>2</sup> ]	rund 4.760
Anteil gesamtstädtisch	rund 23%

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009, Verkaufsflächen auf 10 m<sup>2</sup> gerundet, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

Das Einzelhandelsangebot am Standort ist mit rund 23% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein wichtiger Angebotsschwerpunkt im gesamten Standortgefüge. Mit dieser Größenordnung ist das Einzelhandelsangebot größer als jenes des Ortszentrum Zellerfeld, obwohl am EKZ Am Ostbahnhof nur rund 7% aller gesamtstädtischen Betriebe angesiedelt sind.

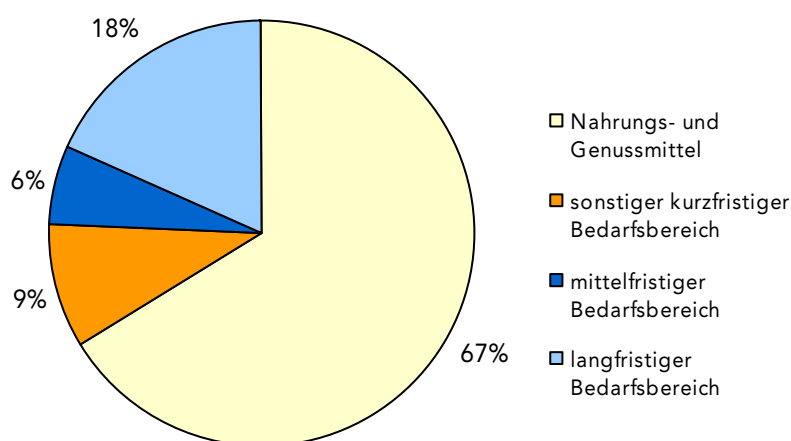
Abbildung 35: Einzelhandelsbestand Einkaufszentrum Am Ostbahnhof



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Das Warenangebot generiert sich am Standort überwiegend aus Nahrungs- und Genussmitteln sowie dem sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereich (76%). Güter des mittelfristigen Bedarfsbereichs sind zu 6% am Standort vertreten, rund ein Fünftel der gesamten Verkaufsfläche am Standort entfällt auf Güter des langfristigen Bedarfs.

Abbildung 36: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche Einkaufszentrum Am Ostbahnhof



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009

## Städtebaulich-funktionale Bewertung des Einkaufszentrums Am Ostbahnhof

Allein aufgrund seiner Verkaufsflächengröße ist das EKZ Am Ostbahnhof der zweitwichtigste Einzelhandelsstandort im gesamten Stadtgebiet. Durch die starke Agglomerationswirkung durch den vorhandenen Besitz sowie die sehr gute Erreichbarkeit verfügt der Standort über eine hohe Standortattraktivität. Aus Kundensicht ergibt sich des Weiteren eine erhebliche Attraktivität – neben der guten Verkehrserschließung für Pkw-Nutzer – durch die möglichen Koppelungseinkäufe.

Kritisch zu beurteilen ist, dass durch das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an weiteren zentrentypischen Sortimenten in nicht geringer Größenordnung der Standort als Konkurrenz für die beiden Ortszentren gewertet werden kann. Allerdings ergibt sich durch den Standort auch ein Versorgungsdreieck in Clausthal-Zellerfeld, so dass das gesamte zentrale Stadtgebiet über ein ausreichendes, fußläufig zu erreichendes, Nahversorgungsangebot verfügt.

In der Zielperspektive zur weiteren Entwicklung dieses Standorts (hierzu näheres in Kapitel 4.3) ist zu erörtern, welche räumlichen Entwicklungspotenziale dieser Standort aufweist und wie die Sortimentsstruktur im Sinne eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts gewinnbringender aufgestellt werden könnte.

## 2.7 Zwischenfazit: Stadtplanerischer Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Clausthal-Zellerfeld

Die derzeitige Einzelhandelssituation in Clausthal-Zellerfeld kann je nach Sortimentsbereich und je nach Standort unterschiedlich bewertet werden. Daher fällt auch der erkennbare Handlungsbedarf entsprechend differenziert aus. Zu den für den Einzelhandel in Clausthal-Zellerfeld wesentlichen Rahmenbedingungen zählen:

- Die Kaufkraft in Clausthal-Zellerfeld liegt unter dem Bundesdurchschnitt.
- Das Wettbewerbsumfeld von Clausthal-Zellerfeld ist geprägt durch die umliegenden starken Mittelzentren (insbesondere Osterode und Goslar).
- Clausthal-Zellerfeld ist geprägt durch ein kompaktes Siedlungsgebiet, in dem rund 96% der Einwohner in den Ortsteilen Clausthal und Zellerfeld wohnen, lediglich die restlichen 4% sind im abgelegenen Ortsteil Buntenbock wohnhaft.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 101 Einzelhandelsbetrieben sind rund 65% in den Ortszentren Clausthal und Zellerfeld angesiedelt, wodurch sich eine vielfältige Einzelhandelsausstattung in den Zentren ergibt.
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 93% ist angesichts der regionalen Wettbewerbssituation als grundsätzlich angemessen, jedoch punktuell steigerungsfähig, zu bewerten.

- Auch die gute lokale Einkaufsorientierung in vielen Warengruppen kann punktuell noch gesteigert werden. Dies gilt vor allem für den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich bei Schaffung entsprechender attraktiver Angebote in diesen Sortimentsbereichen.
- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich rein aus den quantitativen Ausstattungsdaten kein stadtplanerisches Optimierungserfordernis: es besteht eine gute lokale Einkaufsorientierung auf Clausthal-Zellerfeld über 90% und eine kaum noch steigerbare Zentralität von 114%.
- Die flächendeckende Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich (umfasst die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken, Blumen, zoologischer Bedarf, Papier/ Schreibwaren/ Bürobedarf, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher) ist ebenfalls weitgehend gut gegeben. Allenfalls in kleineren Siedlungsbereichen sowie in Buntenbock sind räumliche Versorgungslücken erkennbar.
- Die Bergstadt verfügt über ein bedeutendes touristischen Potenzial, vor allem im Ortsteil Zellerfeld sind, beispielsweise mit dem Bergbauernmarkt und der Glashütte, eine Vielzahl von touristischen Attraktionen vorhanden.
- Die ansässige Universität liefert mit den Studenten und Mitarbeitern ein weiteres Kundenpotenzial für die Bergstadt.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Nicht nur die Zentren sondern auch das Einkaufszentrum Am Ostbahnhof in nicht integrierter Lage verfügt gemessen an der Verkaufsfläche über ein deutliches Standortgewicht.
- Auch üblicherweise zentrenprägende Sortimente erreichen am EKZ am Ostbahnhof durchaus gewisse Verkaufsflächenanteile, was sich in einigen Branchen teils hemmend auf die Entwicklungschancen der Ortszentren auswirkt.
- Die innere räumlich-funktionale Struktur der Ortszentren ist nicht grundlegend kritisch zu bewerten, könnte allerdings hinsichtlich der Ausstattung mit starken Magneten und ihrer mikroräumlichen Lage ebenso ausgebaut werden wie hinsichtlich der stark linearen Kundenläufe, die bislang Rundläufe nur begrenzt zulassen.
- Die kleinteilige Struktur der Ladenlokale in den Zentren entspricht nicht den aktuellen Marktanforderungen gängiger Filialisten.
- Durch die in der Strukturanalyse ermittelten geringen Ausstattungsgrade im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich nimmt die Bergstadt ihre mittelzentrale Versorgungsfunktion aktuell nicht im vollen Umfang wahr.
- Die Kundenzufriedenheit mit den Ortszentren ist deutlich steigerbar.

Handlungsbedarf ergibt sich daraus, dass die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Clausthal-Zellerfelds für die Zukunft gesichert und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen.

### 3 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld zu definieren. Hierzu werden sowohl der absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungsrahmen für Clausthal-Zellerfeld identifiziert als auch räumliche Entwicklungsleitbild skizziert.

#### 3.1 Landes- und regionalplanerische Zielvorgaben für Clausthal-Zellerfeld

Eine nicht unbedeutende Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Clausthal-Zellerfeld wesentlichen Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

##### Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008

Im Raumordnungsprogramm des Bundeslandes Niedersachsen finden sich zahlreiche Festlegungen zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für Clausthal-Zellerfeld Beachtung finden müssen:

- (3) „Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen (Kongruenzgebot). Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich auch aus den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur.“
- (3) „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot).“
- Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot).
- Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,
  - wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m<sup>2</sup> beträgt oder

- wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“
- (3) „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen (Abstimmungsgebot).“
- (3) „Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).“<sup>13</sup>

## 3.2 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In dem Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht. Mit Blick auf die der Kommune zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen in Form von sortimentspezifischen Verkaufsflächenangaben für Clausthal-Zellerfeld aufbereitet.

### 3.2.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen stellt eine von insgesamt mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels dar.
- Er kann und soll auch auf Grund seines naturgegebenen, mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenzen der Entwicklung“ (etwa als oberer oder als unterer Grenzwert) darstellen.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Clausthal-Zellerfeld korrespondieren (vgl. Kapitel 3.3) und wenn sie an stadtentwick-

---

<sup>13</sup> LROP Niedersachsen 2008.



lungspolitisch gewünschten Standorten (vgl. Kapitel 4.1 bis 4.3) angesiedelt werden sollen.

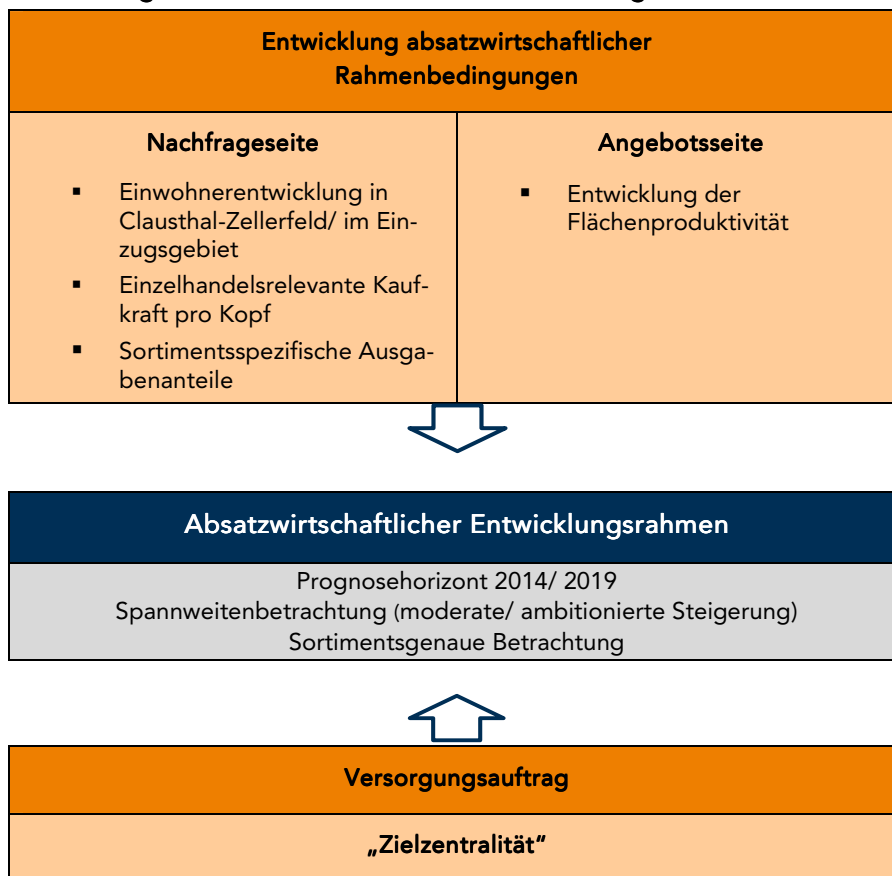
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem Standortkonzept jedoch nicht entsprechen und die sich auf Grund ihrer Dimensionierung nicht in den Rahmen des ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens einfügen, können die städtebaulich präferierten Zentren und Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen ist. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbildes kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungen auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb Clausthal-Zellerfelds gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

### **3.2.2 Methodik und Berechnungsgrundlagen des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens**

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs der gegenwärtige Stand, die vergangenen Entwicklungen sowie die angebots- und nachfrageseitige Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Clausthal-Zellerfeld werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt (vgl. auch Abbildung 37):

Abbildung 37: Methodik der Potenzialermittlung



Quelle: eigene Darstellung

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens ebenfalls von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag ist bei der Darstellung des Entwicklungsrahmens aufzugreifen, wobei sich die fundierte und realistische Ableitung zu erreichender Zielzentralitäten als wesentliche Kernaufgabe dieses methodischen Schrittes darstellt.

Durch die Darstellung von inhaltlichen angebots- und nachfrageseitigen Spannweiten (moderate und ambitionierte Steigerung) wird eine Richtung aufgezeigt, die es der Bergstadt Clauthal-Zellerfeld ermöglicht, auf eine Daten- und Berechnungsbasis zurückgreifen zu können, die ein breites Spektrum an möglichen Entwicklungen aufzeigt. Somit können Politik und Verwaltung sowohl fachlich abgesichert als auch mit der notwendigen Flexibilität –

unter Berücksichtigung sich im Zeitverlauf verändernder, teilweise auch konkretisierender angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen – auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen reagieren.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens einzeln erörtert und beschrieben.

### **Zukünftige Bevölkerungsentwicklung**

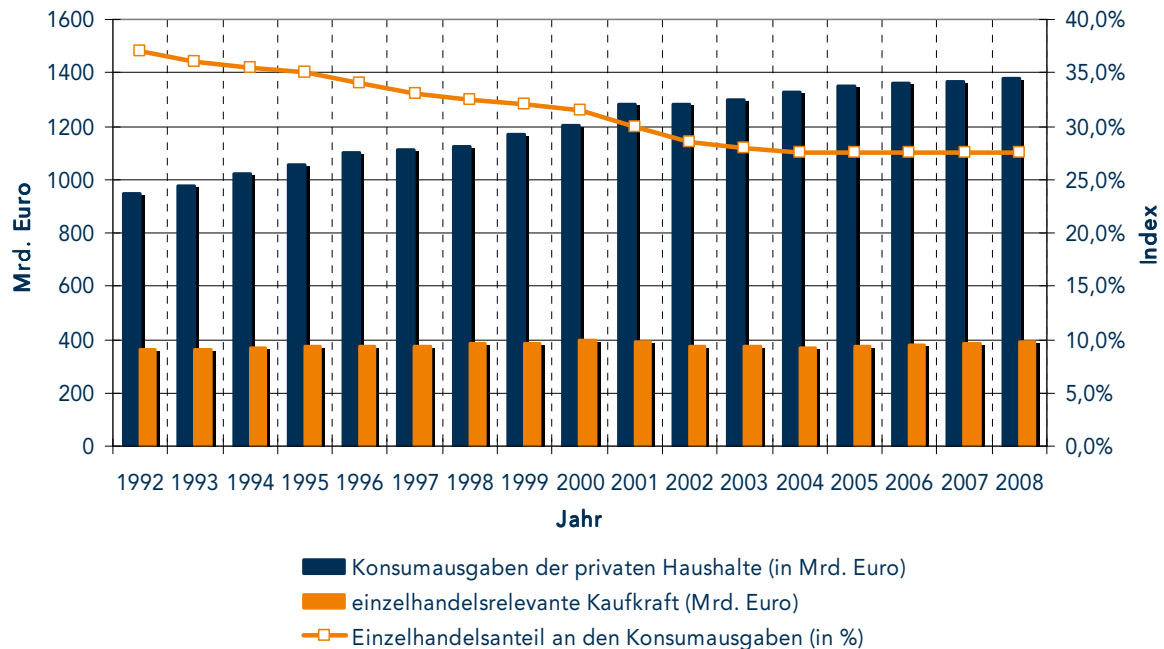
Zur Untersuchung der künftigen Kaufkraft in Clausthal-Zellerfeld wird eine vorhandene Bevölkerungsvorausberechnung der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld zugrunde gelegt, die für die Zwecke der absatzwirtschaftlichen Potenzialermittlung übernommen werden: im Ergebnis wird sich die Bevölkerungszahl in Clausthal-Zellerfeld bis 2019 um rund 3,3% verringern.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind daher insgesamt keine Impulse für die künftige Kaufkraft zu erwarten. Besonders ist bei der rückläufigen Entwicklung die Altersstrukturverschiebung zu einem höheren Anteil älterer Menschen zu beachten.

### **Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung**

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt knapp 45% (425 Mrd. Euro) auf rund 1.375 Mrd. Euro gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dagegen stagniert im gleichen Zeitraum bei etwa 350 bis 390 Mrd. Euro je Jahr. So lag der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben 1992 noch bei 37%, während er 2008 nach stetigem Rückgang in den vergangenen Jahren nur noch rd. 27% ausmacht.

Abbildung 38: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft



Quelle: Hahn-Immobilien: Real Estate Report Germany 08/09; WABE-Institut: Einzelhandel Branchen­daten 07

In der Summe stagnieren somit die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben<sup>14</sup> seit Jahren. Dieser Trend kann allerdings für die nächsten Jahre nicht fortgeschrieben werden. So verdeutlicht z. B. die positive einzelhandelsrelevante Kaufkraftentwicklung Ende der 1990er Jahre bis 2001, dass in Phasen des Wirtschaftswachstums auch die realen Einzelhandelsausgaben ansteigen. Auf Grund der aktuell unsicheren konjunkturellen Lage ist nicht von einem anhaltenden positiven Trend auszugehen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf daher voraussichtlich stagnieren und sich sortimentsbezogen unterschiedlich weiterentwickeln.

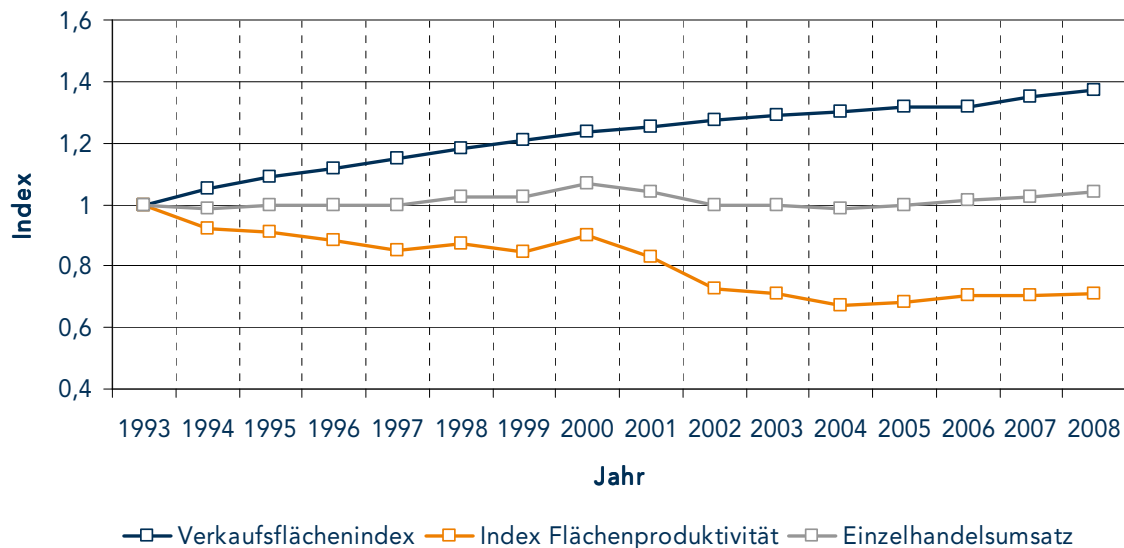
## Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 1993 bis 2008 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig

<sup>14</sup> Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

**Abbildung 39: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 1993 bis 2008**



Quelle: Hahn-Immobilien: Real Estate Report Germany 08/09; WABE-Institut: Einzelhandel Branchendaten 07

Die lineare Fortsetzung dieses Trends ist unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und zum Teil abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig auch in Clausthal-Zellerfeld mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter gibt die folgende Tabelle:

Tabelle 11: Eingangsparmeter zur Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

	Entwicklungsperspektive für Clausthal-Zellerfeld bis 2014/ 2019
Bevölkerungsentwicklung	Abnahme um ~ 3,3 %
Altersstruktur	Tendenz zu höherem Anteil älterer Menschen
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf	Stagnation, ggf. mit sortimentsbezogenen Unterschieden
Flächenproduktivitäten	leichte Abnahme bzw. Stagnation
Verkaufsflächenansprüche der Anbieter	Leichte Impulse, da tendenziell steigend
[Versorgungsauftrag („Zielzentralitäten“)]	Punktuelle Impulse in einige Warengruppen]

Quellen: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld; eigene Berechnung

### 3.2.3 Absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen für Clausthal-Zellerfeld

Die nachstehende Tabelle zeigt den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen differenziert nach Warengruppen. Die Prognose ergibt sich aus den Annahmen der vorstehend dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.

Nachfrageseitig wird die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in Clausthal-Zellerfeld bestimmt durch das Sinken der Bevölkerungszahl und der damit einhergehenden Entwicklung der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Verbrauchsausgabenentwicklung / Anteil der einzelhandelsrelevanten Ausgaben an Verbrauchsausgaben). Die Prognose der Eingangswerte verdeutlicht eine Stagnation bzw. einen Rückgang dieser Eingangsgrößen in den nächsten Jahren, weshalb ein Entwicklungsimpuls im Bereich der Nachfrage nicht zu erwarten ist.

Angebotsseitig eröffnet sich nur in begrenztem Maße ein zusätzlicher absatzwirtschaftlich tragfähiger Verkaufsflächenrahmen durch weiter rückläufige Flächenproduktivitäten.

**Rein auf Basis der vorgestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen ergibt sich in Clausthal-Zellerfeld kein absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für eine zusätzliche Verkaufsflächenentwicklung in der Perspektive bis 2014 bzw. 2019.**

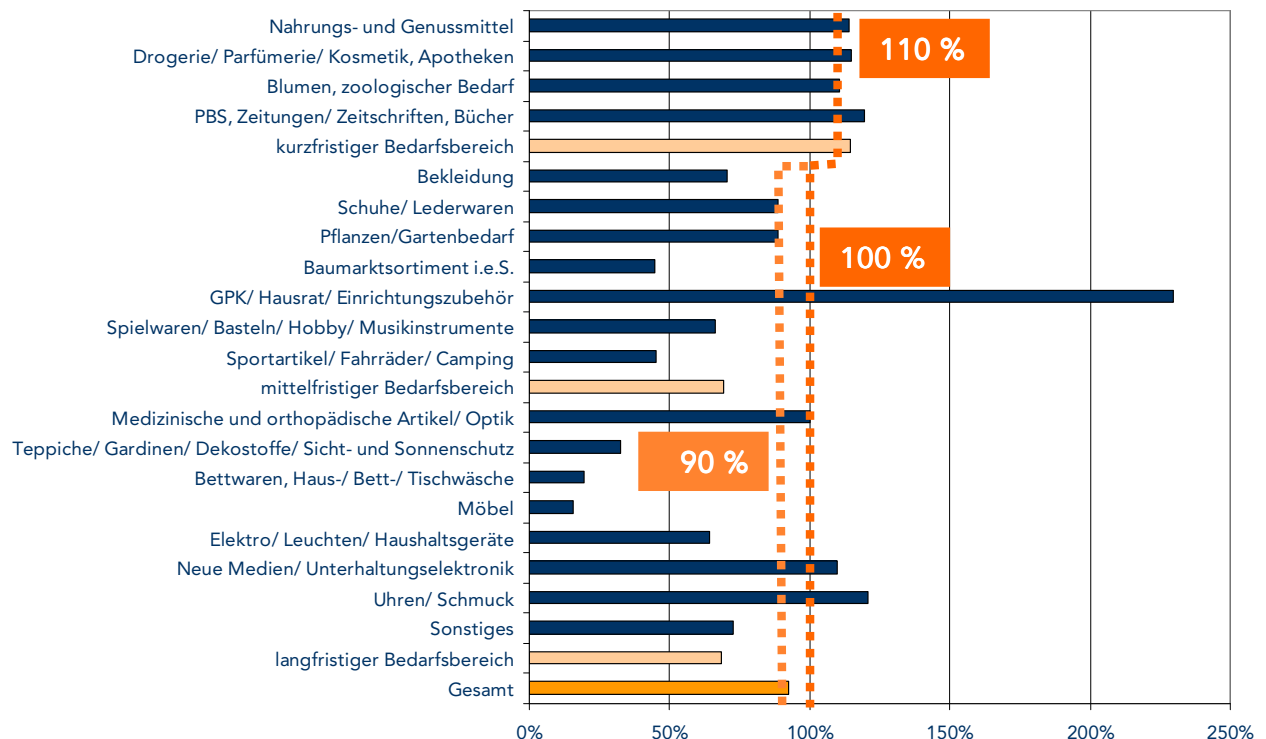
### **Versorgungsauftrag: Zielzentralitäten**

Die Herangehensweise zur Steigerung der vorhandenen Zentralität auf eine höhere Zielzentralität beinhaltet die Annahme, dass durch die Schaffung neuer Verkaufsflächen die Angebotsattraktivität erhöht werden kann. Dies kann durch gezielte komplementäre Betriebsansiedlungen und -erweiterungen schrittweise geschehen.

Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs ist dauerhaft eine Zielzentralität von 110% plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen (und so auch denen im Einzugsbereich) gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren Kaufkraft vollständig zur Verfügung gestellt werden sollen, jedoch Clausthal-Zellerfeld gerade für die umliegenden Ortschaften der Samtgemeinde und angrenzenden Ortschaften im Harz auch in diesen Sortimentsbereichen eine erweiterte Grundversorgungsfunktion einnimmt (vgl. Kapitel 2.3.1).

Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs sollte in Clausthal-Zellerfeld künftig eine Zielzentralität von 90 bis 100% angestrebt werden. Die Zielzentralität von 100% ist ambitioniert und dürfte nicht in allen Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche übergreifend zu erreichen sein. Der Zielwert von 90% kann angesichts der bereits heute bestehenden Zentralitätswerte als moderater Zielwert angewandt werden. Im Rahmen dieser Zielzentralität resultieren Entwicklungsperspektiven für acht Warengruppen, wie in der folgenden Abbildung aufgezeigt wird, um die angestrebte Zielzentralität zu erreichen.

Abbildung 40: Zentralitäten nach Sortimentsgruppen und die Zielzentralität



Quelle: Kaufkraft: BBE 2008; Verkaufsfläche: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009 - Werte basieren auf Stichtagerhebung 08/2009 (inkl. Lidl an der Bauhofstraße); Umsatz: Berechnung Stadt + Handel 2009; PBS: Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Der in nachstehender Tabelle aufgezeigte Entwicklungsrahmen bezieht die versorgungsstrukturellen Aspekte der angesetzten Zielzentralitäten mit ein. Ein zusätzliches Ansiedlungspotenzial (ergänzende zu den bestehenden Ausstattungsgraden) ist hinsichtlich der Zentralitätsdifferenz, insbesondere in den üblicherweise nicht zentrentypischen Branchen, wie z. B. Möbel und Baumarktsortiment i. e. S., aber auch im Bereich der üblicherweise zentrentypischen Sortimente zu sehen. Diese Werte sind als Orientierungswerte zur Erhöhung der Angebotsattraktivität und Verbesserung der Kundenbindung in Clausthal-Zellerfeld zu sehen. Ein punktueller Verkaufsflächenausbau in diesem Rahmen würde zu einer Steigerung der gesamtstädtischen Angebotsqualität und -ausstrahlung führen und wäre im Sinne der Versorgungsfunktion Clausthal-Zellerfelds wünschenswert.



**Tabelle 12: Entwicklungsrahmen für Clausthal-Zellerfeld unter Einbezug der Zielzentralitäten**

Warengruppe	Grundversorgung vor Ort + in Teilen umliegende Gemeinden (Zielzentralität ~110%)		
	Status Quo	moderate Steigerung (Zentralität 90%)	ambitionierte Steigerung (Zentralität 100%)
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	-	-	-
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	-	-	-
Blumen, zoologischer Bedarf	-	-	-
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	-	-	-
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	-	-	-
Bekleidung	-	400	600
Schuhe/Lederwaren	-	-	100
Pflanzen/Gartenbedarf	-	-	100
Baummarktsortiment i.e.S.	-	1.600	1.900
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	-	-	-
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	-	100	200
Sportartikel/Fahrräder/Camping	-	200	200
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	-	<b>2.300</b>	<b>3.200</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	-	-	-
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz	-	300	400
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	-	200	200
Möbel	-	1.900	2.100
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	-	100	200
Medien	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Sonstiges	-	-	-
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	-	<b>2.500</b>	<b>2.900</b>
<b>Gesamt</b>	-	<b>4.800</b>	<b>6.000</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009 - Werte basieren auf Stichtagserhebung 08/2009 (inkl. Lidl an der Bauhofstraße); Kaufkraft: BBE 2008; Werte in m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 10 m<sup>2</sup> gerundet; Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen; PBS: Papier, Bürobbedarf, Schreibwaren; GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Unter Berücksichtigung der angestrebten Zielzentralitäten ergibt sich somit ein Entwicklungsrahmen von rd. 4.800 m<sup>2</sup> bis 6.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis 2014 bzw. 2019.

An dieser Stelle soll explizit hervorgehoben werden, dass die vorgestellten Orientierungswerte gerade dann, wenn der Standort stadtentwicklungspolitisch optimal ist<sup>15</sup>, zugunsten einer positiven Gesamtentwicklung des Standortes überschritten werden können. Grenzen ergeben sich in solchen Fällen allenfalls aus landesplanerischen und planungsrechtlichen Zielvorgaben, namentlich dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen.

<sup>15</sup> Dies trifft hinsichtlich des Ortszentrums Clausthal uneingeschränkt zu, wenngleich dort zwischen einzelnen mikroräumlichen Lagemerkmalen deutlich unterschieden und die Entwicklung an die bestehenden Strukturen angepasst werden sollte.

Aus dem vorgestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen wird deutlich, dass für den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel – auf Grund der bereits aufgezeigten gesamtstädtisch sehr guten Ausstattungssituation – keine weiteren Betriebserweiterungen und -ansiedelungen stadtplanerisch angestrebt werden sollten, da andernfalls Umsatzumverteilungseffekte mit ggf. negativen Folgen für die flächendeckende Nahversorgungsstruktur resultieren können.

Für den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich der Möbel-, Bau- und Gartenmarktsortimente ergibt sich aus den vorgestellten Werten ein moderater Erweiterungsspielraum für bestehende Angebote und/ oder zusätzliche Neuansiedlungen. Die entsprechenden Marktgrößen sollten dabei angebotsorientiert umgesetzt werden (vgl. dazu Kap. 4.3).

Für alle zentrenrelevanten Sortimente wird empfohlen, den vorhandenen qualifizierten Ansiedlungsspielraum zur Weiterentwicklung der Ortszentren Clausthal und Zellerfeld zu nutzen. Hierzu ist eine gezielte und aktive Wirtschaftsförderung nötig.

Einen besonderen Fokus gilt es in Clausthal-Zellerfeld auf die Bedarfe von Touristen und Studierende im Einzelhandelsangebot zu legen, die mit 12 bzw. 8% aller befragten Besucher<sup>16</sup> in den Zentren von Clausthal und Zellerfeld einen bedeutenden Anteil der Passanten ausmachen. Mit 3.200 Studierenden und 1.100 Mitarbeitern der Technischen Universität Clausthal<sup>17</sup> sind zielgruppenorientierte Angebote wie (Fach-) Bücher oder Schreibwaren gekoppelt mit Dienstleistungsangeboten wie Kopierservice relevant. Im Tourismussegment sind insbesondere auch Angebote der Grundversorgung wichtig, da die durchschnittliche touristische Aufenthaltsdauer bei über sechs Tagen liegt (vgl. Tabelle 13).

**Tabelle 13: Strukturdaten zum Tourismus in Clausthal-Zellerfeld**

	2005	2006
Anzahl der Übernachtungen	282.020	296.758
Gästezahl	44.121	46.431
Tage Aufenthaltsdauer	6,44	6,49

Quelle: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Neben den üblichen Angeboten (z. B. Souvenirs) sind insbesondere die eigentlichen Besuchsmotive und unterschiedlichen Ausgabenstrukturen der Touristen in Clausthal-Zellerfeld zu beachten. Speziell für Touristen können insbesondere folgende Sortimente relevant sein:

<sup>16</sup> Passantenbefragung Stadt + Handel 08/2009

<sup>17</sup> Quelle: TU Clausthal

- Bücher, Zeitschriften
- Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren
- Sportartikel, Freizeit- und Campingzubehör
- Souvenirs, Handwerkskunst, Schmuck
- Regionaltypische Lebensmittel, Spirituosen, Weine
- Spielwaren.

Die Verschiebung der Altersstruktur schafft einen Bedarf für zielgruppenorientierte Angebote für ältere Menschen. Diese sollen sich in erster Linie nicht in einem zusätzlichen quantitativen Warenangebot äußern, sondern speziell den Fokus auf verbesserten Service, Qualität und eine attraktive Präsentation des vorhandenen (Waren-) Angebots richten.

Bei den Verkaufsflächengrößenklassen handelt es sich in diesem Kontext weitestgehend um Arrondierungsspielräume. Generell muss dieser Entwicklungsrahmen stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotenzial entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt. Umgekehrt können manche Warengruppen gleichwohl in der Addition der Sortimente zu einem für Anbieter attraktiven Gesamtbetrieb mit entsprechenden Haupt- und Nebensortimenten führen.

### 3.3 Räumliches Entwicklungsleitbild für Clausthal-Zellerfeld

Aus den Ergebnissen der Strukturanalyse in Bezug auf die bestehende Zentren- und Standortstruktur mit den Ortszentren Clausthal und Zellerfeld und dem Ergänzungsstandort EKZ am Ostbahnhof in Verknüpfung mit dem geringen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen resultierten die Festlegung eines möglichen Entwicklungsleitbildes zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur in der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld. Dabei wurden die Bedeutung der Stadt als Tourismusstandort und Universitätsstandort berücksichtigt und die Versorgungsfunktion für die Einwohner der Samtgemeinde und weiteren Umlandkommunen berücksichtigt.

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollte zukünftig folgende übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Kombination untereinander, verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden:

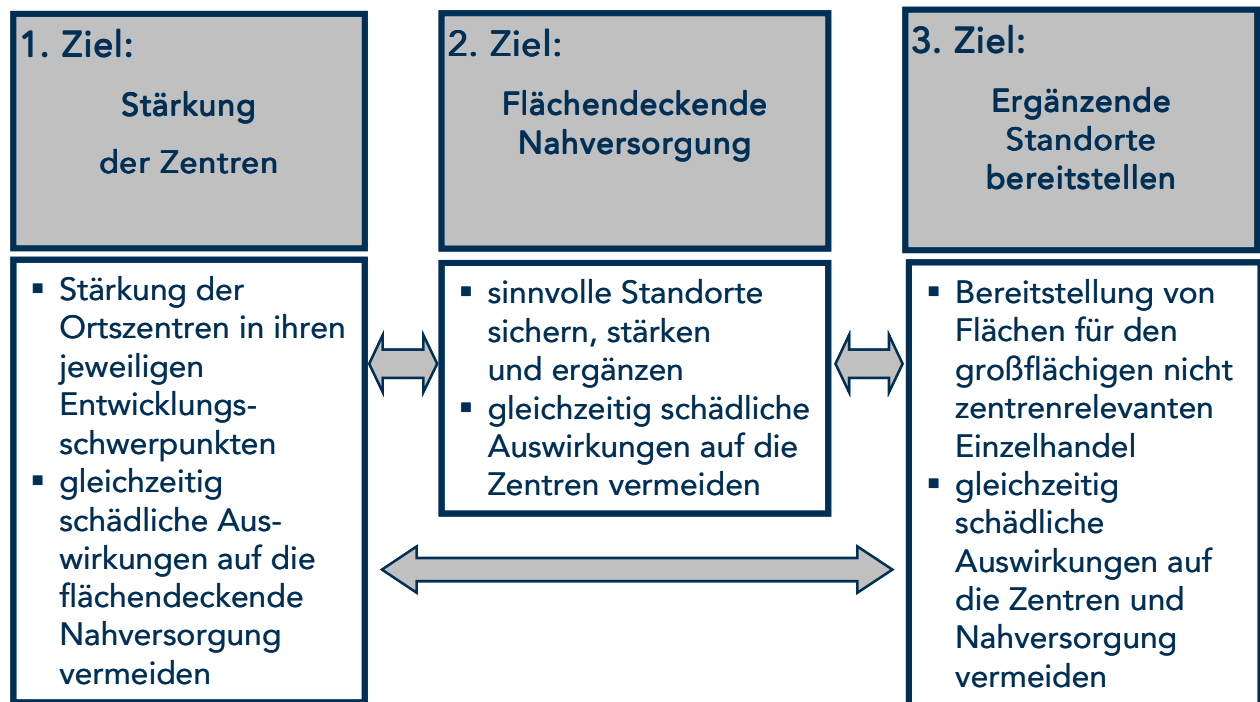
1. Stärkung der Zentren: Erhaltung, Stärkung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Ortszentrum Clausthal und Ortszentrum Zellerfeld in ihren jeweiligen Entwicklungsschwerpunkten und gleichzeitig Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgung,

2. Nahversorgung: die flächendeckende Nahversorgung in den Wohngebieten bestmöglich sichern, stärken und ergänzen, gleichzeitig Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die Ortszentren,
3. Sonderstandorte: ergänzend und im Rahmen eindeutiger Regelungen Standorte für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bereitstellen, ohne hierbei die Entwicklung der Ortszentren oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Zwischen diesen je nach Sortimentsbereich (zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet.

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (vgl. Kap. 4.4). Des Weiteren muss auch das Zentren- und Standortkonzept sowie die Empfehlungen zur Nahversorgung auf diese parallele Zielstellung näher eingehen und sie räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diese Sortimentsgruppen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 4.5 erfolgt. Die nachstehende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Zielsetzung für Clausthal-Zellerfeld. Die drei übergeordneten Entwicklungsleitlinien fanden Zustimmung im begleitenden Arbeitskreis.

Abbildung 41: Übergeordnete Entwicklungsleitlinien für die Einzelhandelsentwicklung in Clausthal-Zellerfeld



Quelle: eigene Darstellung

Vor allem die Entwicklung der Ortszentren steht im Fokus der Betrachtung, wobei sich in Clausthal und in Zellerfeld unterschiedliche Entwicklungsschwerpunkte aufgrund der Vorprägung der Zentren ergeben.

Das Entwicklungsziel für das Ortszentrum Clausthal liegt in der Sicherung und im Ausbau der Einzelhandelsfunktion. Die beinhaltet die Sicherung, die Stärkung und den Ausbau der Nahversorgungsfunktion, der Vielfalt der kleinen Fachgeschäfte und Spezialangebote sowie der Magnetbetriebe.

Für das Ortszentrum Zellerfeld wird neben der Sicherung der Nahversorgung vor allem der Fokus auf die touristische Funktion empfohlen. Dies sollte durch den Ausbau und die Stärkung touristischer Nutzungen und Angebote wie Gastronomie, Sehenswürdigkeiten und Events geschehen. Auch eine Verknüpfung von Tourismus und Einzelhandel kann zur Gesamtattraktivität des Zentrums beitragen (Näheres dazu siehe Kapitel 5.4).

## 4 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Leitlinien erörtert werden, können im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente darauf aufbauend vorgestellt werden. Dieses sind neben dem Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 4.1 bis 4.3), der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Clausthal-Zellerfelder Liste“, Kapitel 4.4) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze (Kapitel 4.5). In Kapitel 5 erfolgen weitere Empfehlungen zur Umsetzung und Verstetigung des Einzelhandelskonzeptes.

### 4.1 Das Zentrenkonzept

Das Zentrenkonzept definiert für die zukünftige Entwicklung des Clausthal-Zellerfelder Einzelhandels die empfohlene Standortgesamtstruktur unter Berücksichtigung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens (vgl. Kapitel 3.2) und der übergeordneten Entwicklungsziele (vgl. Kapitel 3.1). Es baut zugleich auf der städtebaulichen Bestandsbewertung der relevanten Einzelhandelsstandorte auf (vgl. Kapitel 2.4).

#### 4.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien

Die Innenstädte, die städtischen Nebenzentren und die Nahversorgungszentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LROP Niedersachsen. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und der aktuellen Rechtsprechung ergeben.

#### Neue Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die letzte Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB), und das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Die im Mai 2008 beschlossene Fassung des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen (LROP Niedersachsen) sieht ergänzend als Ziel der Landesplanung vor, dass bestimmte großflächige Einzelhandelsbetriebe nur noch in städtebaulich integrierten Lagen (Haupt-

und Nebenzentren) angesiedelt werden dürfen (entsprechend der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB); zugleich werden verschiedene Voraussetzungen an diese städtebaulich integrierten Lagen formuliert (vgl. 2.3 Ziffer 3 Satz 6 LROP Niedersachsen). Ebenso wie im Städtebaurecht zählt der Schutz zentraler Versorgungsbereiche zu den Zielen der Landesplanung (vgl. 2.3 Ziffer 3 Satz 19 LROP Niedersachsen).

Einerseits zeichnet sich durch die Gesetzesnovellen ein erheblicher Bedeutungszuwachs des Schutzes zentraler Versorgungsbereiche im Bundes- wie auch im Landesrecht ab. Andererseits waren viele mit diesen Rechtsnormen verbundene – insbesondere unbestimmte – Rechtsbegriffe noch durch Auslegungsunsicherheiten in der Praxis und der täglichen Anwendung geprägt<sup>18</sup>, die erst durch relevante Urteile thematisiert und damit in Teilen deutlich konkretisiert wurden.<sup>19</sup>

### **Kurzübersicht über die Festlegungskriterien**

Das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen regelt die Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels zum Schutz der Versorgungsstruktur in den Zentralen Orten. Entsprechend des Bundesrechts verlangt 2.3 Ziffer 3 Satz 6 LROP Niedersachsen von den Kommunen eine räumliche und funktionale Festlegung der Haupt- und Nebenzentren als städtebaulich integrierte Lage (entsprechend der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB) und legt Kriterien zur Abgrenzung fest. Städtebaulich integrierte Lagen verfügen über „ein vielfältiges und dichtes Angebot an Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen, haben einen wesentlichen fußläufigen Einzugsbereich und sind in das ÖPNV-Netz eingebunden“.<sup>20</sup>

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich in der Regel ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren und Grund- bzw. Nahversorgungszentren (vgl. folgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden zentrale Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortssystem.

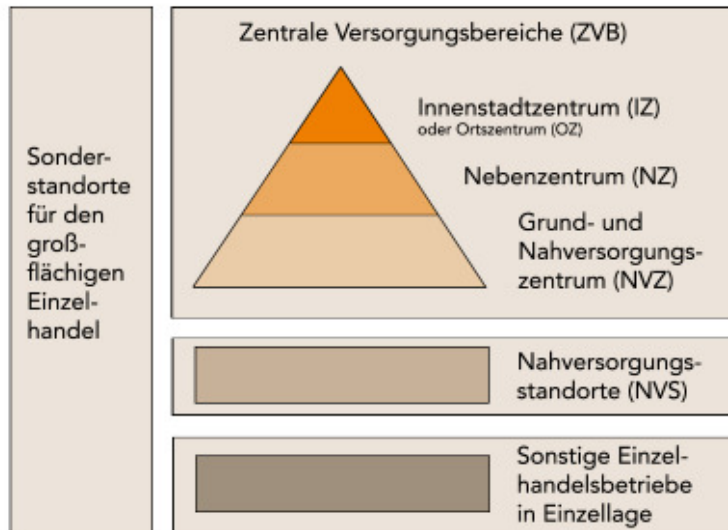
---

<sup>18</sup> Stadt + Handel 2005 und 2006.

<sup>19</sup> Z.B. OVG Lüneburg, Urteil 1 ME 172/05 vom 30.11.2005; OVG Münster, Urteil 7 A 964/05 vom 11.12.2006; VG Gelsenkirchen, Urteil 10 K 6950/04 vom 03.05.2006; BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007.

<sup>20</sup> Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2.3 Ziffer 3 Satz 6 LROP Niedersachsen.

Abbildung 42: Das hierarchisch abgestufte System der örtlichen zentralen Versorgungsbereiche (modellhaft)



Quelle: eigene Darstellung

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu den zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.<sup>21</sup>

In der städtebaulich-funktionalen Analyse dieses Konzeptes werden insgesamt folgende Aspekte berücksichtigt:

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte, Funktion und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Zentren- und Versorgungsfunktionen wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur,
- städtebauliche Dichte sowie stadthistorische Aspekte,
- Lage innerhalb des Siedlungsgebietes, die verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, die verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen für das Zentrum wie etwa Busbahnhöfe,
- sowie die Gestaltung und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes.

<sup>21</sup> Deutscher Bundestag 2004: S. 54 (Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004).



Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte werden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes ergänzend abgebildet bzw. bewertet. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche werden Leerstände von Ladenlokalen ebenfalls erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.<sup>22</sup>

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche kann zudem potenzielle und städtebaulich-funktional vertretbare Erweiterungsbereiche berücksichtigen<sup>23</sup>. Eine sinnvolle und notwendige Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche allerdings stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren städtebaulich-funktionalen, fußläufigen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen stehen und deren Entwicklungsoptionen nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in einen zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden sollten.

Größere zentrale Versorgungsbereiche sollten in innere Lagekategorien unterteilt werden, um die Zielgenauigkeit der Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes zu erhöhen (vgl. folgende Abbildung).

Wie in der Einleitung bereits angedeutet, kommt dem Schutz der zentralen Versorgungsbereiche städtebaurechtlich, landesplanerisch und auch aus Gründen der Stadtentwicklungsziele eine hohe Bedeutung zu. Der räumlich abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld bildet daher die notwendige Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzungsempfehlungen in diesem Konzept.

---

<sup>22</sup> Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung von Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen sei oder „wenn der außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs anzusiedelnde Einzelhandelsbetrieb gerade auf solche Sortimente abziele, die im zentralen Versorgungsbereich von einem ‚Magnetbetrieb‘ angeboten würden, dessen unbeeinträchtigter Fortbestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit eben dieses zentralen Versorgungsbereichs habe.“ BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007.

<sup>23</sup> Die zukünftigen Entwicklungsoptionen und -empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche Ortszentrum Clausthal und Ortszentrum Zellerfeld werden im Zentren- und Standortkonzept (vgl. Kap. 4.1.3 und 4.1.4) erörtert.

**Abbildung 43: Modellhaftes Schema einer inneren Differenzierung von räumlich-funktional geprägten Lagen innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs**



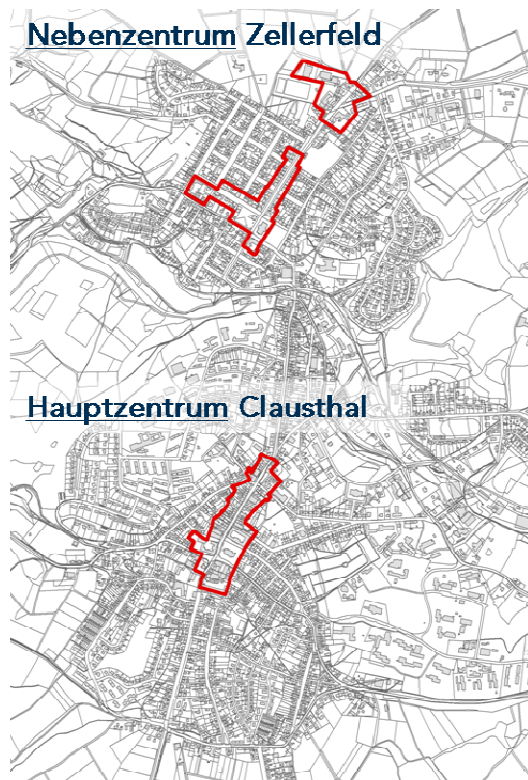
Quelle: eigene Darstellung

## 4.1.2 Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche in Clausthal-Zellerfeld

Für den Aspekt der Zentrenstärkung beinhaltet der erste Schritt der Zentrenfestlegung bei gleichzeitiger Festlegung der Zentrenhierarchie. In Clausthal-Zellerfeld werden insgesamt zwei Einzelhandelsagglomerationen als zentrale Versorgungsbereiche für die Zukunft empfohlen. Hierarchisch kommt dem Hauptzentrum Clausthal die größte Bedeutung zu, gefolgt von dem Nebenzentrum Zellerfeld (vgl. nachstehende Abbildung).

Die Hierarchisierung der Zentren wird als Grundprinzip einer funktionalen Aufgabenzuweisung bzw. einer ausgewogenen Aufgabenteilung zu Grunde gelegt, so dass es dauerhaft nicht zu einer wechselseitigen Beeinträchtigung der Entwicklungsoptionen der einzelnen Zentren kommt. Aus den vorangegangenen Arbeitsschritten werden in den folgenden Kapiteln einzelne Handlungsempfehlungen abgeleitet, die das Ziel „Zentrenstärkung“ näher konkretisieren.

Abbildung 44: Zentrale Versorgungsbereiche in Clausthal-Zellerfeld



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Neben den beiden genannten zentralen Versorgungsbereichen werden keine weiteren Einzelhandelsstandorte als zentrale Versorgungsbereiche definiert. Von dieser Einstufung bleibt unberührt, dass auch andere Standorte als die zentralen Versorgungsbereiche Versorgungsfunktionen für einen unmittelbaren Nahbereich oder die Funktion als Sonderstandorte für bestimmte großflächige Einzelhandelsvorhaben übernehmen können und sollten (vgl. Kapitel 4.2 und 4.3).

#### 4.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Clausthal

##### Übergeordnete Entwicklungsziele und -empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Clausthal

Das Ortszentrum Clausthal ist der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet von Clausthal-Zellerfeld und dem ausgewiesenen Einzugsbereich. Als städtebauliches Zentrum einer regionalplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesenen Kommune soll es (wie bisher) auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität bereithalten, ergänzt auch um langfristig nachgefragte Bedarfsgüter.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen; er trägt somit erheblich zu einer vitalen kulturellen,

dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt bei, unterstützt auch durch das Wohnen, durch die angemessene Verkehrsstruktur sowie nicht zuletzt Bildungseinrichtungen. Als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt der Bergstadt soll das Hauptzentrum Clausthal somit nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Bergstadt fördern.

Zur Gewährleistung dieser Leitfunktion sollte die beschriebene und bewertete Einzelhandelsbestandsstruktur (vgl. Kap. 2.4.1) erhalten und fortentwickelt werden. Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Hauptzentrum in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld, die einen Bezug zum Hauptzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

**Tabelle 14: Übergeordnete Entwicklungsziele für das Hauptzentrum Clausthal**

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch...
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Sicherung und Ausbau der Nahversorgungsfunktion</b></li><li>▪ <b>Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften</b></li><li>▪ <b>Sicherung der Magnetbetriebe</b></li><li>▪ <b>Ansiedlung neuer Magneten/ bisher fehlender Angebotsformen</b></li></ul>

Quelle: eigene Darstellung

Der für Clausthal-Zellerfeld ermittelte absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen sollte gezielt zur Umsetzung der o. g. Erhaltungs- und Entwicklungsziele eingesetzt werden.

Hierzu können folgende Empfehlungen im Detail formuliert werden:

1. Sicherung der vorhandenen Magnetbetriebe und der vorhandenen Branchen- und Betriebsvielfalt auch der kleineren Einzelhandelsbetriebe durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des Hauptzentrums resultieren könnten.<sup>24</sup>
2. Ausbau der Angebotsvielfalt im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich zur Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, da das Ortszentrum aktuell primär durch Angebote aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich geprägt ist (vgl. nachstehende Abbildung).

---

<sup>24</sup> Hierbei – wie bei allen Empfehlungen im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts – stehen nicht einzelne Anbieter im Fokus, sondern im Mittelpunkt der Ziele steht die unternehmens- und wettbewerbsneutrale *Funktion* der genannten Objekte für den Standort als Ganzes. Insofern ist es für die Empfehlungen und Ziele im Rahmen dieses Konzeptes irrelevant, ob bestimmte Anbieter im Einzelfall ihren Betrieb schließen, sofern sich funktionsgleiche oder -ähnliche Betriebe als Funktionsersatz oder -verbesserung ansiedeln.

Abbildung 45: Einzelhandelsbetriebe nach Fristigkeitsstufen im Hauptzentrum Clausthal



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Vor allem in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Sportartikel sollte das Angebot erweitert werden. Folgende Anbieter bieten sich dazu an:

Tabelle 15: Potenzielle Anbieter zur Arrondierung des Warenangebotes

Bekleidung	Schuhe	Sportartikel
Wissmach	ABC Schuhcenter	Intersport
Liberty Woman	Deichmann	Vosswinkel
Street One		
C&A Kids Store		
Bonita		
Engbers		

Quelle: eigene Darstellung

3. Stärkung der vorhandenen Magnetbetriebe durch einen zeit- und nachfragegemäßen Ausbau der Ladenflächen (sofern die Angebotsstruktur dieser Magnetbetriebe nicht mehr den marktüblichen Anforderungen entspricht), und zwar unmittelbar am

Objekt selbst oder – sofern die verfügbaren Flächen hierzu nicht ausreichen sollten – in unmittelbarer räumlicher Nähe in der Hauptlage oder den funktionalen Ergänzungsbereichen des Hauptzentrums.

4. Anpassung der zumeist kleinteiligen Ladenstrukturen an gängige Flächenanforderungen (Zielgröße für Filialisten variabel, aber mindestens rd. 100 m<sup>2</sup>); dabei besondere Berücksichtigung von Filialisten. Hierzu sollten Flächenzusammenlegungen als Option unter Einbeziehung der betroffenen Eigentümer erfolgen und die Wirtschaftsförderung lenkende Angebotsplanung betreiben. Dieses gilt vor allem für den die kleinteilige Immobilienstruktur in der Hauptlage (vgl. nachstehende Abbildung).

Abbildung 46: Ladenflächengrößenklassen im Hauptzentrum Clausthal



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

5. Erweiterung und Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben aller Art und Größe im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze I und II
  - insbesondere Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment zur Steigerung der Zentralität der Gesamtstadt
6. Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt durch bislang unterrepräsentierte Betriebstypen und Angebote auch in Warengruppen, in dem die Ansiedlungspotenziale nur begrenzt sind.

Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungsziele für Clausthal-Zellerfeld zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche und/oder die flächendeckende Nahversorgung führen. Dieses ist ggf. durch Einzelgutachten nachzuweisen. Die Ansiedlungsleitsätze für Clausthal-Zellerfeld berücksichtigen diese zu Grunde liegende ausgewogene Zielstellung.

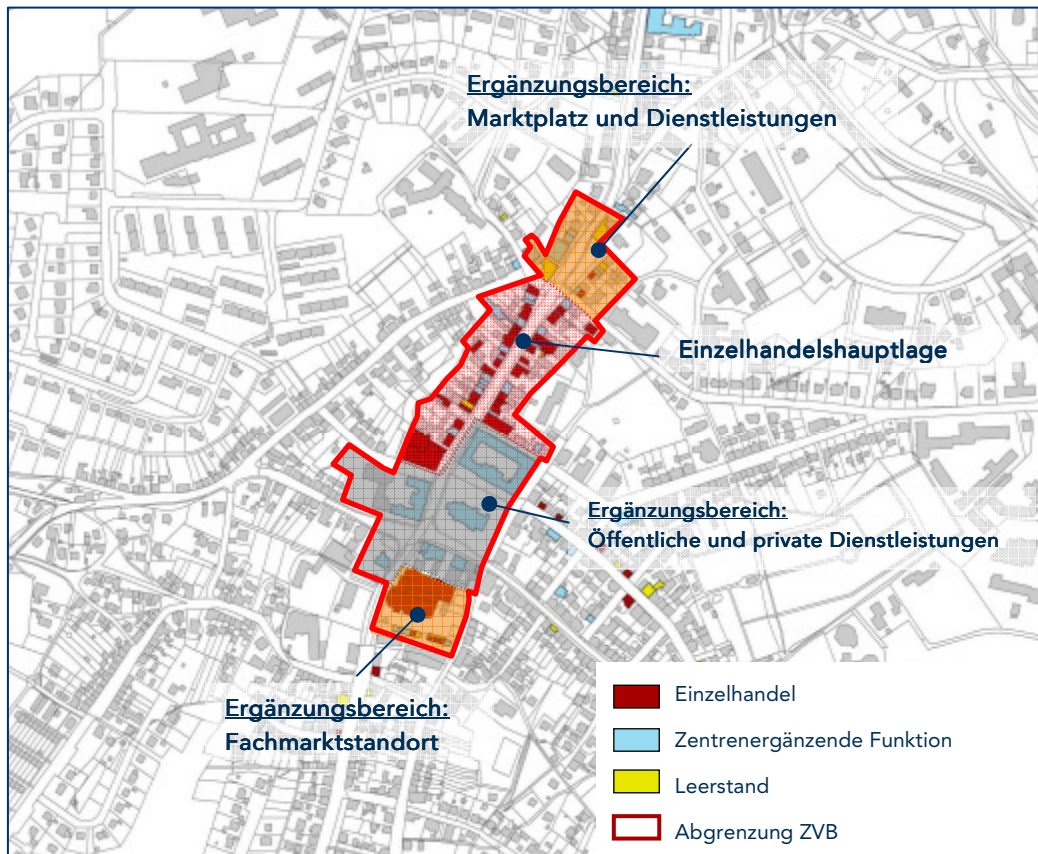
### **Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Clausthal**

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Hauptzentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich.<sup>25</sup> Diese wird wie in der folgenden Abbildung dargestellt empfohlen und umfasst die in der Bestandsanalyse bereits als Hauptlage beschriebenen Bereiche sowie weitere funktionale Ergänzungsbereiche.

---

<sup>25</sup> Die dargestellte Abgrenzung ist als gebietscharfe, nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Eine parzellenscharfe Konkretisierung kann nachfolgend im Bauleitplanverfahren vorgenommen werden. Die in der Abbildung verdeutlichte Begrenzung bezieht sich auf städtebauliche Barrieren sowie auf die in der Realität ablesbare Gebäude- und Nutzungsstruktur.

Abbildung 47: Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Clausthal als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Clausthal umfasst somit nicht nur die Hauptlage des Einzelhandels, sondern auch die in Kap. 2.4.1 bereits näher beschriebenen funktionalen Ergänzungsbereiche. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also die Adolph-Roemer-Straße mit ihren relevanten Kundenläufen und Magnetbetrieben sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen.

Eine Begrenzung erfährt der zentrale Versorgungsbereich einerseits entweder durch städtebauliche Barrieren, durch Bereiche ohne eine hohe Nutzungsvielfalt, oder durch Bereiche, die einen eindeutigen funktionalen und fußläufig angemessen erreichbaren Zusammenhang zum Kern des Hauptzentrums, der Hauptlage, vermissen lassen.

Es ergeben sich im Einzelnen folgende anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kap. 4.1.1) begründete Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs:

- Im Norden bildet der Abschluss des Kronenplatzes am Beginn der Straße Zellbach die Grenze des zentralen Versorgungsbereiches. Die südlich dieser Grenze gelege-



nen Bereiche um den Kronenplatz herum zeichnen sich durch den Bestand von Dienstleistungseinrichtungen aus. Auf dem Kronenplatz findet zudem freitagmorgens ein kleiner Wochenmarkt statt. Auf Grund ihrer frequenzerzeugenden und zentrumsbildenden Funktion wird dieser Bereich in die Abgrenzung einbezogen.

- Von Norden in Richtung Osten verläuft die Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zunächst entlang der Adolph-Roemer-Straße mit der angrenzenden Bebauung. Südlich davon setzt sich die Abgrenzung entlang der Graupenstraße bis zur Einmündung der Schulstraße fort und verläuft dann einschließlich der westlichen Bebauung der Schul- und Sägemüllerstraße bis zum südlichen Ende des Fachmarktstandortes. Dieser Bereich schließt sowohl die kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebsstruktur sowie den strukturprägenden Bereich um das Hauptgebäude der Technischen Universität Clausthal und die Marktkirche mit ein.
- Der Fachmarktstandort stellt die südliche Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches dar, die hinter der südlichen Gebäudereihe verläuft. Die zum größten Teil filialisierten Betriebe in diesem Bereich stellen eine wichtige Ergänzung zur Einzelhandelshauptlage dar und bilden einen frequenzstarken Pol am südlichen Ende des Hauptzentrums Clausthal. Eine Trennwirkung zur Hauptlage besteht durch die Rollstraße, eine fußläufige Querung ist jedoch an der Ampelkreuzung möglich.
- Im Westen führt die Abgrenzung ab dem Fachmarktstandort entlang der Osteröder Straße und schließt dann die westliche Bebauungsreihe an der Adolph-Roemer-Straße bis zum Kronenplatz ein. Der Großteil dieses Bereiches ist geprägt durch kleinteiligen Einzelhandelsbesatz sowie dem Kaufhaus Harthun und dem Landesbergamt Clausthal-Zellerfeld im südwestlichen Bereich.

Innerhalb dieser Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist näher zwischen der Einzelhandelshauptlage und spezifischen funktionalen Ergänzungsbereichen differenziert (vgl. dazu Kap. 2.4.1), die zu einer sichtbaren Funktionstrennung im Hauptzentrum Clausthal beitragen.

#### **4.1.4 Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Zellerfeld**

##### **Übergeordnete Entwicklungsziele und -empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Zellerfeld**

Das Ortszentrum Zellerfeld ist der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für den Stadtteil Zellerfeld. Das Nebenzentrum Zellerfeld weist einen Angebotsschwerpunkt bei kurzfristigen Bedarfsgütern auf, der zukünftig gesichert werden soll.

Das Nebenzentrum Zellerfeld gliedert sich in die beiden Pole Stadtteilversorgung und Tourismus. Während im Pol Stadtteilversorgung der Einzelhandel die Leitfunktion darstellt und den Nahversorgungsaspekt für Zellerfeld bedient, stehen im Pol Tourismus neben kleinteili-

ligem Einzelhandel vor allem die kulturellen sowie gastronomischen Nutzungen im Vordergrund. Die Wohnfunktion und eine gute Erreichbarkeit tragen hier wesentlich zu einer Belebung bei.

Die jeweiligen Leitfunktionen der beiden Zentrenpole sollten weiterhin gesichert und ausgebaut werden. Ein besonderes Augenmerk gilt der Stärkung der touristischen Nutzungen, insbesondere in Verbindung mit der bestehenden Einzelhandelsfunktion (vgl. Kap. 2.4.2). Folgende Entwicklungsziele sollten für das Nebenzentrum Zellerfeld in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld, die einen Bezug zum Nebenzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

**Tabelle 16: Übergeordnete Entwicklungsziele für das Nebenzentrum Zellerfeld**

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch...
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Sicherung der Nahversorgungsfunktion im Ortszentrum</b></li><li>▪ <b>Ausbau/ Stärkung der touristischen Nutzungen</b></li><li>▪ <b>Verknüpfung von Tourismus und Einzelhandel</b></li></ul>

Quelle: eigene Darstellung

Folgende Empfehlungen können im Detail formuliert werden, die sich jeweils auf die beiden unterschiedlichen Pole des Nebenzentrums beziehen:

### **Pol Stadtteilversorgung**

1. Sicherung der Nahversorgungsfunktion im Nebenzentrum für die Einwohner des Stadtteils Zellerfeld.
2. Sicherung der bestehenden Lebensmittelanbieter durch eine Optimierung der Standortrahmenbedingungen. Diese bietet sich vor allem im Bereich der Verkaufsfläche, einer Anpassung des Parkraums und einer Verbesserung von Andienung und Gestaltung an.
3. Ausbau weiterer Nahversorgungsangebote im Fachmarktsegment arrondierend zu den vorhandenen Magnetbetrieben (z. B. Drogeriewaren).

### **Pol Tourismus**

1. Ausbau der touristischen Angebote vorwiegend im Bereich Gastronomie
2. Ausbau eines zielgruppenorientierten kleinteiligen, spezialisierten Einzelhandels (z. B. Anbieter aus dem Bereich des spezialisierten Lebensmitteleinzelhandels wie arko, Barrique oder Vom Fass sowie aus dem Sortimentsbereich Bücher/ Zeitungen/ Zeitschriften wie Weltbild Plus).
3. Etablierung weiterer wiederkehrender Events neben dem Bauernmarkt

4. Verzahnung von Tourismus und Einzelhandel für die Weiterentwicklung des Zentrums Zellerfeld vor dem Hintergrund der besonderen Bedeutung des Tourismus für den Stadtteil Zellerfeld und damit auch für das Nebenzentrum. Einzelhandelsangebote sind entsprechend der touristischen Bedarfe anzupassen, gleichzeitig zeigt sich die Notwendigkeit einer Marketingstrategie zur Steigerung der Bekanntheit und Attraktivität.

Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungsziele für Clusathal-Zellerfeld auch hier zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche und/oder die flächendeckende Nahversorgung führen.

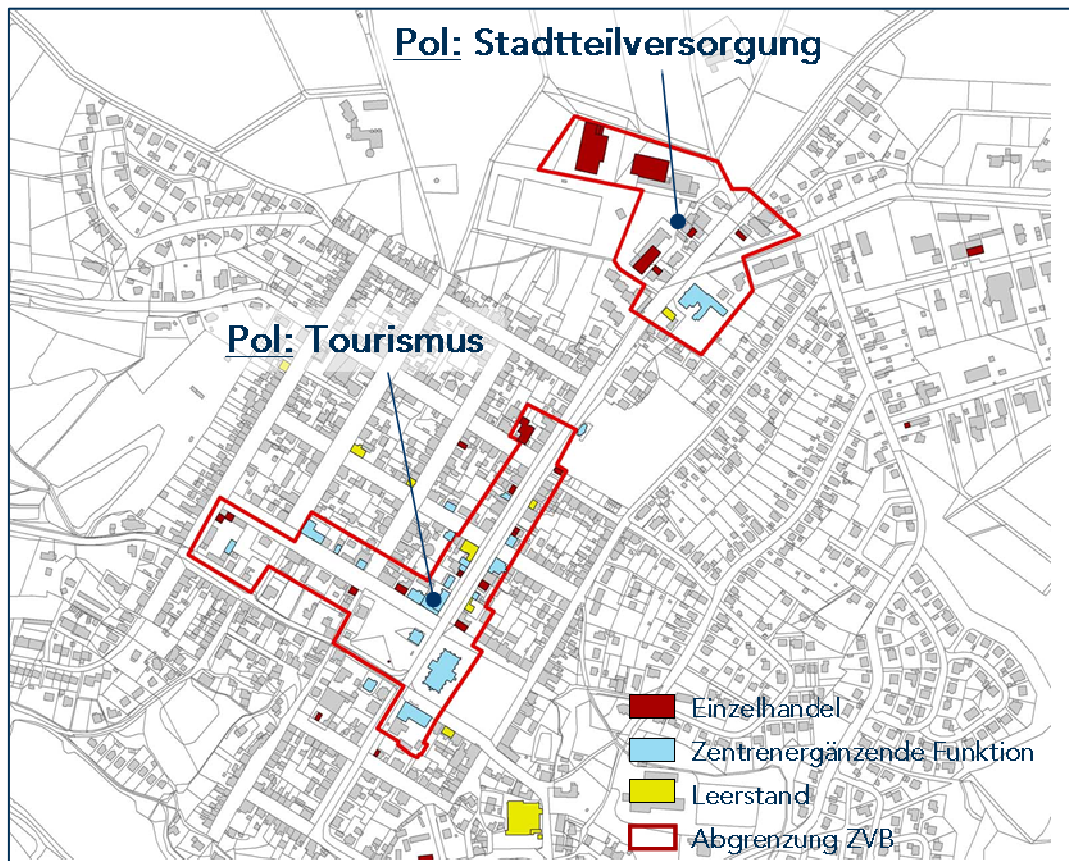
### **Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Nebenzentrum Zellerfeld**

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Nebenzentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich.<sup>26</sup> Diese wird wie in der folgenden Abbildung dargestellt empfohlen und umfasst die in der Bestandsanalyse bereits beschriebenen Bereiche.

---

<sup>26</sup> Die dargestellte Abgrenzung ist als gebietscharfe, nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Eine parzellenscharfe Konkretisierung kann nachfolgend im Bauleitplanverfahren vorgenommen werden. Die in der Abbildung verdeutlichte Begrenzung bezieht sich auf städtebauliche Barrieren sowie auf die in der Realität ablesbare Gebäude- und Nutzungsstruktur.

Abbildung 48: Räumliche Festlegung des Nebenzentrums Zellerfeld als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Der zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Zellerfeld umfasst wie in Kap. 2.4.2 und in den vorstehenden Abschnitten näher beschrieben zwei Pole Stadtteilversorgung und Tourismus mit einer etwa zweihundert Meter langen Zwischendistanz an der Goslarschen Straße. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also die Goslarsche Straße und Bornhardtstraße mit ihren relevanten Magnetbetrieben sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen.

Eine Begrenzung erfährt der zentrale Versorgungsbereich auch hier einerseits entweder durch städtebauliche Barrieren, durch Bereiche ohne eine hohe Nutzungsvielfalt, oder durch Bereiche, die einen eindeutigen funktionalen und fußläufig angemessen erreichbaren Zusammenhang zum Kern des Nebenzentrums vermischen lassen.

Es ergeben sich im Einzelnen folgende anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kap. 4.1.1) begründete Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs:

### **Pol Stadtteilversorgung**

- Im Norden bildet der Abschluss der Bebauung westlich der Goslarschen Straße die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, die sich auf Höhe dieser Linie auch östlich der Goslarschen Straße fortsetzt. In diesem Bereich befinden sich die Magnetbetriebe der Nahversorgung für Zellerfeld. Geprägt ist der Bereich bereits durch den Übergang zum unbebauten Ortsrand von Zellerfeld sowie einen größtenteils autoorientierten Kundenverkehr.
- Im östlichen Bereich verläuft die Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches entlang der Goslarschen Straße mit der angrenzenden Bebauung bis etwa hundert Meter südlich der Einmündung der Schulenberger Straße. Strukturprägende Betriebe sind eine Tankstelle und ein Hotel.
- Im Westen führt die Abgrenzung ebenfalls entlang der Goslarschen Straße bis hinter die Lebensmittelbetriebe am nördlichen Ende. Der Großteil dieses Bereiches ist geprägt durch kleinteiligen Einzelhandelsbesatz sowie umgebender Wohnfunktion.

### **Pol Tourismus**

- Im Norden beginnt der zentrale Versorgungsbereich auf Höhe des Friedhofs an der Goslarschen Straße, der in diesem Bereich stark durch die Wohnfunktion geprägt ist.
- Im östlichen Bereich verläuft die Grenze entlang der Goslarschen Straße mit der angrenzenden Bebauung bis einschließlich des Amtsgerichts an der Marktstraße. Im nördlichen Teil dieses Bereiches sind kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen vorhanden, der südliche Teil wird von öffentlichen und teilöffentlichen Einrichtungen (Amtsgericht, St. Salvatoris-Kirche) bestimmt.
- Der südliche Bereich des zentralen Versorgungsbereichs schließt die Fläche zwischen der Markt- und der Bornhardtstraße bis zur Schützenstraße ein, exklusiv des Bereiches an der Marktstraße zwischen Treuerstraße und Bergstraße. Ab der Treuerstraße fällt auch die Bebauung nördlich der Bornhardtstraße in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches. Bedeutendstes Merkmal dieses Bereiches ist der in den Sommermonaten wöchentlich stattfindende Bergbauernmarkt, der ein sehr hohes Besucheraufkommen für Zellerfeld sichert und insgesamt einen großen Einzugsbereich im Umland besitzt. Weiterhin sind touristische Angebote und Gastronomie vorhanden.
- Im Westen führt die Abgrenzung wieder entlang der Goslarschen Straße. Auch hier ist der Großteil des Gebiets geprägt durch kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie, vor allem im nördlichen Bereich, umgebender Wohnfunktion.

## 4.1.5 Empfehlungen für aktivierende Zentrenentwicklung in Clausthal-Zellerfeld

### Ausbau des Wochenmarktes in Clausthal

Der Wochenmarkt auf dem Kronenplatz im Hauptzentrum Clausthal kann sowohl quantitativ als auch qualitativ deutlich ausgebaut werden. Als Zusatzangebot zum besonders herausragenden Bergbauernmarkt in Zellerfeld (vgl. nachstehende Abbildung) sollte die Versorgungsfunktion und die Attraktivität des Wochenmarktes insbesondere für die Clausthaler Bevölkerung gesteigert werden. Zusätzlich kann ein attraktiver Wochenmarkt mit einem erweiterten Angebot an frischen und regionalen Waren zu einer Passantenfrequenzsteigerung im nördlichen Bereich des Hauptzentrums beitragen und somit das Zentrum als Ganzes stärken.

Abbildung 49: Bergbauernmarkt in Zellerfeld



Quelle: eigene Aufnahmen

### Sicherung und Qualifizierung der bestehenden Betriebe in den Zentren

Die Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften ist erklärtes Ziel für die zentralen Versorgungsbereiche in Clausthal-Zellerfeld. Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer und ggf. weiteren Akteuren können unter Zuhilfenahme von professionellen Coaching-Maßnahmen insbesondere folgende Aspekte bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben thematisiert und optimiert werden:

- Warenpräsentation/ Schaufenstergestaltung/ Marketing
- Inhabernachfolge
- Zwischenfinanzierung
- Bautechnische/ architektonische Beratung der Eigentümer zum Umbau bzw. Zusammenlegung von Ladenlokalen

Diese qualifizierenden Maßnahmen dienen der mittel- bis langfristigen Bestandsicherung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe und somit der Sicherung der Angebotsvielfalt in den zentralen Versorgungsbereichen.

## Verbesserung der Aufenthaltsqualität in den Zentren

Die Aufenthaltsqualität ist ein wichtiger Faktor für die Attraktivität von Zentren. Aktuell wird diese in beiden Zentren Clausthal-Zellerfelds eher mittelmäßig bewertet und liefert somit ein weiteres Potenzial zur Attraktivierung der Zentren (vgl. Kapitel 2.3.3). Insbesondere folgende Maßnahmen sind für eine Steigerung der Aufenthaltsqualität empfehlenswert und sollten seitens der Stadt und der Immobilieneigentümer ergriffen werden:

- Verbesserung der Sauberkeit im öffentlichen Raum
- Attraktive Gestaltung der Fassaden
- Anbringung eines einheitlichen Bodenbelages
- Errichtung von ausreichend Verweilmöglichkeiten in quantitativer und standörtlicher Hinsicht
- Einheitliche Bepflanzung und Möblierung des öffentlichen Raumes

**Abbildung 50: Beispielhafte positive Beispiele für Gestaltungsmöglichkeiten**



Quelle: eigene Aufnahmen

All diese Maßnahmen zielen darauf ab, dass allein anhand der einheitlichen gestalterischen Elemente (z. B. Bänke, Laternen, Bodenbelag) der Zentrumscharakter für die Besucher ablesbar ist. Mit diesen Maßnahmen können weitere kleinteilige Optimierungsmaßnahmen seitens der Einzelhändler und Immobilieneigentümer einhergehen, die ebenfalls zu einer besseren Aufenthaltsqualität führen:

- Attraktive und turnusmäßig wechselnde Schaufenstergestaltung
- Verbesserung der Beschilderung in den Zentren
- Verbesserung der Ladeneingangssituation, z. B. in den Punkten Barrierefreiheit, Beleuchtung, Sauberkeit
- Einheitliche Aufsteller und Schauwerbeanlagen sowie Außenbestuhlung

Es bietet sich an, vorstehende Maßnahmen im Rahmen einer Gestaltungssatzung für die Zentren für alle Gewerbetreibenden einheitlich und verbindlich zu regeln.

## Ladenflächenmanagement

Für die Weiterentwicklung der Zentren bietet sich in Clausthal-Zellerfeld die Etablierung eines Ladenflächenmanagements an, um Einzelhandelsbetriebe gezielt in den beiden zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln. Ein Ladenflächenmanagement ist die zentrale Kümmerung um die Vermittlung verfügbarer Geschäftsflächen. Dabei steht die gleichzeitige Anstrengung eines gewünschten Branchenmixes im Vordergrund, d. h. neben dem Quantitätsziel zur Verringerung der Leerstandsquote spielt auch das Qualitätsziel zur Steuerung des Branchenmixes eine große Rolle. Nachstehende Abbildung zeigt den idealtypischen Ablauf eines Ladenflächenmanagements. Ein Ladenflächenmanagement gliedert sich in vier Stufen. Die erste Stufe besteht in der Schaffung einer Datengrundlage indem alle Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie Leerstände erfasst werden (Anschrift, Verkaufsfläche) und wenn möglich auch durch Eigentümerdaten sowie Vertragslaufzeiten und weiteren Daten zu Schaufensterlänge und Nebenräumen ergänzt werden. Zusätzlich können Passanten- und Kundenbefragungen zu vermissten Sortimenten durchgeführt werden. Im zweiten Schritt werden die erhobenen Daten analysiert und in einer umfassenden Flächendatenbank zusammengeführt. Diese Flächendatenbank und weitere Auswertungen zur räumlichen Umsetzung von Einzelhandelsansiedlungen und zu Fehlbranchen bilden das zukünftige Handwerkszeug, um auf Betreiberanfragen zielgerichtet reagieren zu können. In der dritten Stufe geht es um die Prophylaxe und aktive Beseitigung von Leerständen, indem Vermarktungsinstrumente entwickelt werden und gezielt potenzielle Betreiber und Immobilieneigentümer angesprochen werden sowie Zwischennutzungen akquiriert werden.

**Abbildung 51: Gestaltungsmöglichkeiten von Leerständen/ Zwischennutzungen**



1. Schlechtes Beispiel

2. Gutes Beispiel: Kunst im Schaufenster

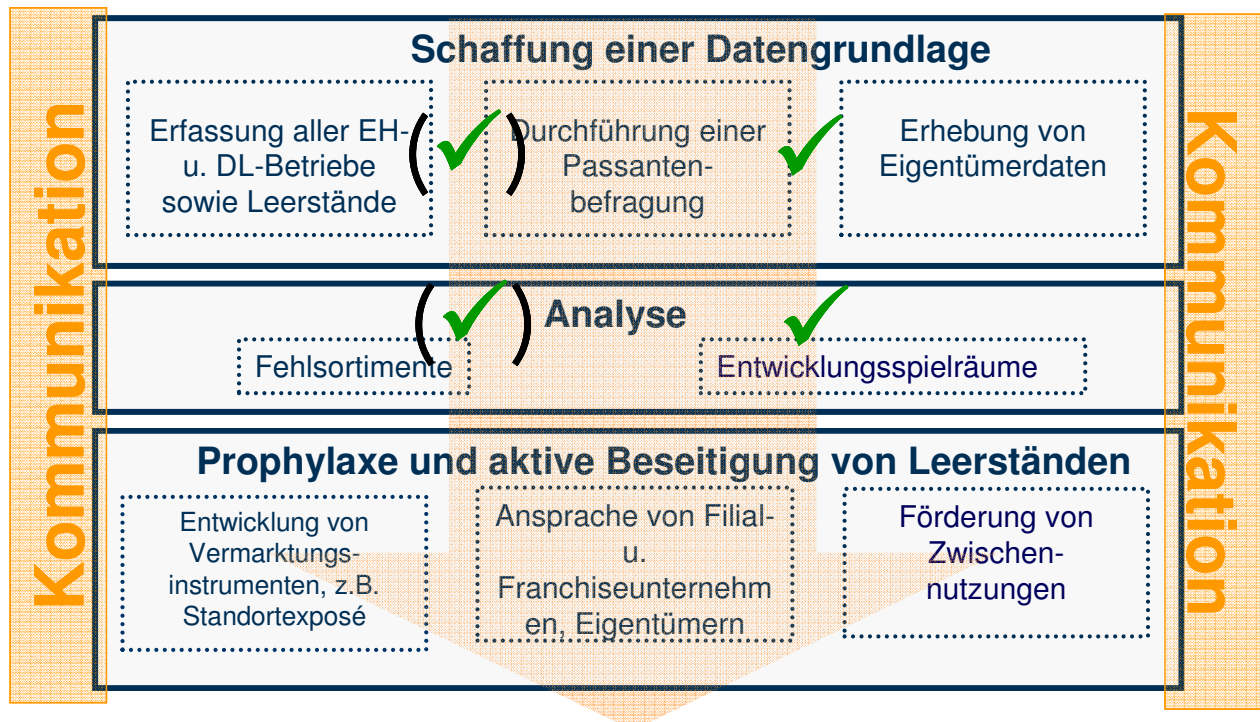
Quelle: eigene Aufnahmen

Der vierte Baustein der Kommunikation sollte begleitend stattfinden. Zum einen sollte eine gezielte Pressearbeit nach Außen praktiziert werden und zum anderen sollte nach Innen die Kooperation und Kommunikation am Standort durch regelmäßige Treffen gestärkt werden. Ein weiterer Schwerpunkt bildet auch hier die Beratung von Immobilieneigentümern zur



Vermarktung Ihrer Ladenlokale bzw. zur Sensibilisierung für mögliche Flächenzusammenlegungen.

Abbildung 52: Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements



Quelle: eigene Darstellung, ✓ = bereits im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erfolgt

Durch das nun vorliegende Einzelhandelskonzept und die in diesem Rahmen durchgeführten empirischen Bausteine (Einzelhandelsbestandserhebung, Passantenbefragung) und Analysen (absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen) liegen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld wichtige Daten für die Einrichtung eines Ladenflächenmanagements bereits vor.

Ein solches Ladenflächenmanagement kann z. B. auch in ein umfassendes City-Management eingegliedert werden, welches die Interessen aller aktiven Akteure in den Zentren bündelt und nach Außen vertritt. Neben dem Ladenflächenmanagement ist die Vorbereitung von Veranstaltungen ein weiteres wichtiges Aufgabenfeld im City-Management.

Auch im Rahmen der Quartiersinitiative Niedersachsen (QIN), die seit 2007 Quartiersinitiativen in der eigenverantwortlichen Umsetzung von Ideen und Maßnahmen zur Standortentwicklung fördert, können ein Ladenflächenmanagement oder andere Maßnahmen der aktivierenden Standortentwicklung umgesetzt werden.

## 4.2 Empfehlungen zur Nahversorgung

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wird in Kapitel 2.5 beschrieben und analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in Clausthal-Zellerfeld ausgesprochen. Diese Empfehlungen stehen im engen Zusammenhang mit

- dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen (Kapitel 3.2),
- den übergeordneten Zielen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (Kapitel 3.1),
- dem empfohlenen Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 4.1 bis 4.3),
- sowie den Ansiedlungsleitsätzen (Kapitel 4.5).

Die Ausgangslage ist, wie beschrieben, gekennzeichnet durch eine quantitativ gute gesamtstädtische Ausstattung mit Lebensmittel-Verkaufsflächen. Dies zeigt sich in einer überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung und einer räumlich nahezu flächendeckenden Versorgung. Der Betriebstypenmix ist mit aktuell fünf Lebensmitteldiscountern und lediglich zwei klassischen Vollsortimentern eher discountlastig einzustufen. Es gilt insgesamt primär die bestehende Ausstattung zu sichern und zu stabilisieren.

### Handlungsprioritäten

Da aktuell kein absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für weitere Verkaufsflächen im Lebensmittelbereich vorhanden ist, und da mit weiteren (großflächigen) Betriebsansiedlungen im Lebensmittelbereich die gesamtstädtischen oder kleinräumigen Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld aus einer nach folgenden Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

- 1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf die Ortszentren, da die Nahversorgungsbetriebe dort wichtige Frequenzbringer sind und stabilisierend auf das Zentrum als Ganzes einwirken (Optimierung der Standortrahmenbedingungen für die großflächigen Lebensmittelanbieter, gezielte Angebotsergänzung des Lebensmittelhandwerkes oder Spezialangebote):
  - Hauptzentrum Clausthal
  - Nebenzentrum Zellerfeld
- 2. Priorität: Sicherung der Nahversorgung in den Wohngebieten:
  - Sicherung der bestehenden Anbieter in integrierten Lagen durch Optimierung der Standortrahmenbedingungen (z. B. Parkraum, Andienung, marktgängige Verkaufsflächenausstattungen).

- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung (Betriebstypenmix, Service).
- Aktuell wird kein Potenzial für einen weiteren Betrieb in üblich marktgängiger Größenordnung ( $\geq 800 \text{ m}^2$  VKF) gesehen. Im Rahmen des Strukturwandels im Einzelhandel wird es jedoch auch künftig Anfragen zur Ansiedlung/ Verlagerung von Nahversorgungsbetrieben geben. Diese sollten zur Versorgung des Gebietes und ohne negative Auswirkungen auf die Nahversorgung und die Ortszentren bleiben und gemäß den in Kapitel 5.2 genannten Kriterienkatalog geprüft werden.
  - Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel.

Im Ortsteil Buntenbock (rd. 600 EW) ist aktuell kein marktgängiges Nahversorgungsangebot vorhanden. Grundsätzlich ist dort ein kleinflächiger Nahversorgungsladen (siehe Exkurs) empfehlenswert, jedoch sind solche Nahversorgungsäden wirtschaftlich meist kaum tragfähig. Für dezentral gelegene Siedlungsbereiche wie Buntenbock stellen daher alternative Vertriebskonzepte und Versorgungsangebote eine sinnvolle Ergänzung dar und sollten weiter geprüft werden:

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

Des Weiteren übernimmt die Kernstadt von Clausthal-Zellerfeld für Buntenbock eine wichtige Mitversorgungsfunktion.

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap. 4.5); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der beiden Ortszentren als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

### **Exkurs: Nahversorgungsäden als Alternative zu Supermarkt und Discounter**

Die Nahversorgungsanalyse zeigt, dass nicht alle Siedlungsbereiche über eine wohnortnahe Grundversorgung mit Lebensmitteln und anderen Waren des kurzfristigen Bedarfs verfügen. Schon ab einer Mantelbevölkerung von 1.000 Einwohnern<sup>27</sup> kann die Betriebsform „Nahversorgungsäden“ eine Alternative zu den klassischen Betriebsformen des Lebens-

---

<sup>27</sup> Verschiedene Anbieter sehen erst ab einer Einwohnerzahl von bis zu 2.500 Einwohnern im unmittelbaren Einzugsbereich die Grenze für einen wirtschaftlichen Betrieb. In jedem Fall ist neben der vorhandenen Einwohnerzahl auch die Stärke des Konkurrenzangebotes im Umfeld des geplanten Standortes zu berücksichtigen.

mitteleinzelhandels (Supermärkte oder Discounter) darstellen und zur Schließung von Versorgungslücken beitragen.

Nahversorgungsläden sind i. d .R. kleinflächige Lebensmittelanbieter mit einer Verkaufsflächenausstattung im Schwerpunkt zwischen 150 m<sup>2</sup> und 400 m<sup>2</sup>, bei Franchisekonzepten auch bis zu 800 m<sup>2</sup>, die häufig folgende weitere Charakteristika und Funktionen aufweisen:

- Nutzungskopplungen mit verschiedenen einzelhandelsnahen Dienstleistungen, sozialen, kulturellen und gastronomischen Einrichtungen (z.B. Bank- oder Postdienstleistungen, Reinigungsannahme, soziale Beratungsstelle, Café etc.)
- hohe Servicequalität, hoher Anteil regionaler Produkte und hohe Flexibilität in Bezug auf die Kundenwünsche
- meist höheres Preisniveau als in Supermärkten und Discountern
- überdurchschnittliche Einsatzbereitschaft und Engagement des Betreibers

Es existieren verschiedene Betreibermodelle für Nahversorgungsläden:

- standardisierte Nahversorgungsläden, wie z. B. Kleinflächenkonzepte nach dem Franchiseprinzip (Franchisegeber: Handels- und Großhandelsunternehmen)
- selbstständige, unabhängig von Großhandelsunternehmen und Franchisegebern geführte Kleinläden
- Integrationsmärkte, deren Hauptzweck neben der Nahversorgung die Integration verschiedener benachteiligter Bevölkerungsgruppen in den Arbeitsmarkt und in die Gesellschaft ist. Träger sind hier karitative und soziale Einrichtungen

Bei Nahversorgungsläden besteht eine enge Verwandtschaft mit Convenience-Geschäften wie Kiosken und Tankstellenshops, welche sich ebenfalls durch einen hohen Anteil von vorgefertigten und verbrauchsfertigen Gütern sowie durch flexible Öffnungszeiten auszeichnen.<sup>28</sup>

## Steuerungsmöglichkeiten der Nahversorgung

Für die räumliche Steuerung der Nahversorgung bestehen je nach Gebietstypus verschiedenen planungsrechtliche Steuerungsmöglichkeiten. Zur Weiterentwicklung der flächendeckenden Nahversorgung und zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche werden folgende Maßnahmen empfohlen:

- Anpassung bestehender Bebauungspläne an das Konzept
  - Anpassen/ konkretisieren/ ausdifferenzieren der dortigen Sortimentsangaben

---

<sup>28</sup> Weitergehende Informationen zu Nahversorgungsläden und anderen auch nicht stationären Versorgungsmöglichkeiten bietet der Leitfaden des Deutschen Seminars für Städtebau und Wirtschaft (Hrsg.): DSSW-Leitfaden Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung – Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen, Berlin 2007.

- Überprüfen von VKF-Kontingentierungen
- Überprüfen von VKF-Obergrenzen in GE/ MI
- Überprüfen der festgesetzten Anlagentypen
- Berücksichtigung des Konzeptes bei der Neuaufstellung von Bebauungsplänen
- Einfacher Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB zum Ausschluss bestimmter Anlagentypen
- Auswirkungsprüfung nach § 34 Abs. 3 BauGB

### 4.3 Empfehlungen für ergänzende Sonderstandorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld besteht in Clausthal-Zellerfeld wie andernorts auch eine weitere Einzelhandelsagglomeration mit einem deutlichen Standortgewicht (vgl. zur Bestandsanalyse und -bewertung dieses Standortes Kap. 2.6). Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für weitere Standortbereiche grundsätzlich sowie für den Standort EKZ Am Ostbahnhof im Einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind.

#### 4.3.1 Übergeordnete Zielstellungen zu ergänzenden Sonderstandorten

Im Sinne dieser gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Zielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Clausthal-Zellerfeld (vgl. Kap. 3.1) sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung von Sonderstandorten verbunden.

Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich primär als Ansiedlungsbereiche für den (*großflächigen*) Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Einzelhandels in den Ortszentren, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen und die in den Ortszentren daher räumlich schlecht anzusiedeln wären und
- die Sortimente führen, die die Zentren in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Trotz dieser Ergänzungsfunktion der Sonderstandorte sollte dennoch zunächst der Stärkung der Ortszentren selbst die höchste Priorität städtischer Entwicklungsmaßnahmen und Planungen beigemessen werden. Insgesamt sollen Sonderstandorte zu einer funktional gesamtstädtisch gewinnbringenden Aufgabenteilung der Einzelhandelsstandorte beitragen.

Die gezielte Ausweisung solcher Sonderstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- leistungsfähige Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden

und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,

- sie eine attraktive örtliche bzw. auch überörtliche Magnetwirkung aufweisen und dass ihre regionale und landesplanerische Konsensfähigkeit bereits im Vorfeld gesichert ist,
- sie aktuellen Ansiedlungsanforderungen entsprechen,
- ihre Leistungsfähigkeit optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der *überörtlichen* Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft.

Für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld wird aufgrund der vorgenannten Aspekte der Standortbereich ‚EKZ am Ostbahnhof‘ als Sonderstandort empfohlen.

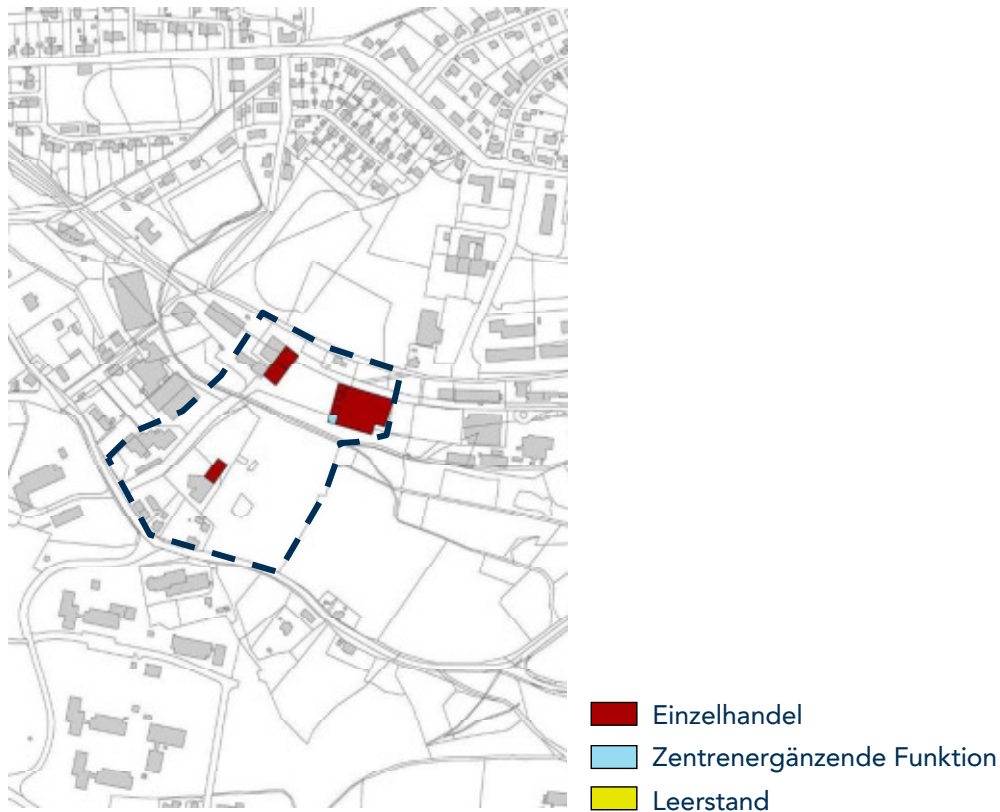
### 4.3.2 Empfehlungen zum Sonderstandort EKZ Am Ostbahnhof

Der Sonderstandort EKZ Am Ostbahnhof ist gemessen an der Verkaufsfläche nach dem Hauptzentrum Clausthal die größte Einzelhandelsagglomeration in Clausthal-Zellerfeld, wengleich die Anzahl der Betriebe (7) überschaubar ist. Durch das Angebot von Nahrungs- und Genussmitteln sowie übrigen zentrentypischen Sortimenten in nicht geringer Größenordnung ist der Standort im gewissen Rahmen als funktionale Konkurrenz für sowohl beide Ortszentren als auch für die Nahversorgung zu werten (vgl. Kap. 2.4 und 2.5). Jedoch ist dieser Standortbereich durch großflächigen Einzelhandel vorgeprägt und verkehrlich gut angebunden, so dass er als autokundenorientierter Standort im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze (vgl. dazu Kapitel 4.5) zur Erweiterung oder Neuansiedlung von klein- und großflächigem Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortiment weitergenutzt werden sollte. Nachstehend werden Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung des Standortes zusammengefasst.

- Bestandsschutz bestehender Betriebe
- Positivraum für großflächige und kleinflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten
- Klare räumliche Definition des Sonderstandorts
- Keine weiteren Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten

- Restriktiver Umgang mit Randsortimenten
- Bauplanungsrechtliche Absicherung

Abbildung 53: Sonderstandort EKZ am Ostbahnhof



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Kartengrundlage: Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

In Clausthal-Zellerfeld existieren neben diesem Sonderstandort keine weiteren Standortagglomerationen mit großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben. Der Bestand und die marktgerechte Fortentwicklung aller weiteren Betriebe in Einzellagen soll gewährleistet werden.

## 4.4 Die Sortimentsliste für Clausthal-Zellerfeld

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Clausthal-Zellerfeld als zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente (Sortimentsliste) erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen „Clausthal-Zellerfelder Liste“ kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzeptes über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist die Einzelhandels-Bestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen im Zusammenhang mit der Zielperspektive zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Daher können auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.<sup>29</sup> Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich alleine genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Koppelung mit anderen Sortimenten begründet.

Als rechtliche Vorgabe ist das Landes-Raumordnungsprogramm heranzuziehen. Das Landes-Raumordnungsprogramm unterscheidet zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen. Das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen weist darauf hin, dass eine landesweit dauerhaft gültige Sortimentsliste nicht zu erstellen ist und es einer Betrachtung im Einzelfall bedarf, um zu bewerten, ob in einer Kommune Sortimente als zentrenrelevant oder nicht eingestuft werden. Das Landes-Raumordnungsprogramm macht also Vorgaben für Sortimente, die in der Regel zentrenrelevant sind. Diese sind von der Gemeinde zu berücksichtigen, können aber begründet auch anders eingestuft werden.

---

<sup>29</sup> Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.



**Tabelle 17: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten**

**Zentrenrelevant** sind in der Regel Sortimente, die...

- prägend für die Innenstadt und die nachgeordneten Zentren sind (Einzelhandelsstruktur)
- Besucher anziehen oder die selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind und Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen (Besuchersfrequenz)
- überwiegend einen geringen Flächenanspruch haben (Integrationsfähigkeit)
- für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind (Kopplungsaffinität)
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können („Handtaschensortiment“/ Transportfähigkeit)

**Nicht-zentrenrelevant** sind in der Regel Sortimente, die...

- zentrale Lagen nicht prägen
- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit auch in nicht-integrierten Lagen angeboten werden (z. B. Baustoffe) bzw. aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z. B. Möbel)

Quelle: eigene Darstellung

Über die Benennung zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Wenngleich diese aufgrund ihrer Charakteristik nahezu immer auch zentrenrelevant sind, kommt diesen Sortimentsgruppen eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versorgungsziels werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

Im Ergebnis der Sortimentsanalyse ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Clausthal-Zellerfeld als sog. „Clausthal-Zellerfelder Liste“.

Tabelle 18: Sortimentsliste für die Stadt Clausthal-Zellerfeld („Clausthal-Zellerfelder Liste“)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 <sup>30</sup>	Bezeichnung nach WZ 2008
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Computer (PC-Hardware und - Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und –zubehör
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/ Porzellan/ Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (darunter NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen a. n. g.)
Heimtextilien/ Gardinen	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. Ä.)
Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)

<sup>30</sup> WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 <sup>31</sup>	Bezeichnung nach WZ 2008
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		
Medizinische und orthopädische Geräte	47.74	<i>Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln</i>
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	<i>Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien</i>
Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	<i>Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln</i>
Schuhe, Lederwaren	47.72	<i>Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren</i>
Spielwaren	47.65	<i>Einzelhandel mit Spielwaren</i>
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel und Anglerbedarf; inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	<i>Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel, Anglerbedarf und Boote)</i>
Telekommunikationsartikel	47.42	<i>Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten</i>
Uhren/ Schmuck	47.77	<i>Einzelhandel mit Uhren und Schmuck</i>
Unterhaltungselektronik	47.43 47.63	<i>Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern</i>
Waffen/ Jagdbedarf/ Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	<i>Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf)</i>
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände	47.78.3 aus 47.59.9	<i>Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)</i>
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	47.76.2	<i>Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren</i>

<sup>31</sup> WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 <sup>32</sup>	Bezeichnung nach WZ 2008
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>		
Blumen	Aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (NUR: Blumen)
Drogerie, Kosmetik/ Parfümerie	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/ Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>		
Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne	47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel)
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)

<sup>32</sup> WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 <sup>33</sup>	Bezeichnung nach WZ 2008
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>		
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren a. n. g. (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)
Kfz-Zubehör	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträder)
Leuchten/ Lampen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
Pflanzen/ Samen	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründung) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.<sup>34</sup> Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

#### 4.5 Ansiedlungsleitsätze

Im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze sollen die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 3.1) konkretisiert und so eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft für Clausthal-Zellerfeld sichergestellt werden. Die Ansiedlungsleitsätze enthalten Regelungen zu einem ausgewogenen Verhältnis der folgenden Ziele untereinander:

<sup>33</sup> WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008

<sup>34</sup> Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

- Zentrenstärkung: Erhaltung, Stärkung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld und gleichzeitig Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgung,
- Nahversorgung: die flächendeckende Nahversorgung in den Wohngebieten bestmöglich sichern und stärken, ohne hierbei die Entwicklung der Zentren zu beeinträchtigen,
- Sonderstandorte: ergänzend und im Rahmen eindeutiger Regelungen Standorte für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bereitstellen, ohne hierbei die Entwicklung der Zentren oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Zwar wurden bisher Entwicklungsleitlinien, der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen, das künftige Zentren-, Nahversorgungs- und Standortkonzept sowie nicht zuletzt die Spezifizierung zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Leistungsbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Clausthal-Zellerfelder Einzelhandels insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

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

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

- zentrenrelevanten, zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur),
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen,
- Verkaufsflächenumfang,
- Haupt- und Randsortimenten.

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Clausthal-Zellerfeld empfohlen:

## **Ansiedlungsleitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ...**

**... ist zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.**

- Im Hauptzentrum Clausthal unbegrenzt,<sup>35</sup>
- im Nebenzentrum Zellerfeld keine großflächigen Betriebe – Steuerung/ Angebotsplanung durch aktive Wirtschaftsförderung.

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollten grundsätzlich in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld angesiedelt werden. Damit können die Ortszentren in ihrer heutigen Attraktivität gesichert bzw. weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig werden eine Streuung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber den Ortszentren sowie die potenzielle Gefährdung der Zentren eingeschränkt.

Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen dient in den zentralen Versorgungsbereichen nur als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Der Entwicklungsrahmen stellt somit in den zentralen Versorgungsbereichen daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es um stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsame Einzelhandelsstandorte handelt.

## **Ansiedlungsleitsatz II: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment ...**

**... ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur in einer Größenordnung von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche bezogen auf die Gesamtheit der zentrenrelevanten Randsortimente anzusiedeln.**

- Obergrenzen für die jeweiligen zentrenrelevanten Randsortimente an der Struktur im Hauptzentrum Clausthal orientieren,
- Deutliche Zuordnung vom Randsortiment zum Hauptsortiment.

Zur Steigerung ihrer Attraktivität aus Kundensicht ergänzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen.

Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche in Clausthal-Zellerfeld, sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung dieser. Um die zentralen Versorgungsbereiche vor diesen gemäß der übergeordneten Entwicklungsziele für Clausthal-Zellerfeld unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspoten-

---

<sup>35</sup> Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) entgegenstehen.

ziale für die Ortszentren nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollten zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits der zentralen Versorgungsbereiche in begrenztem Umfang zugelassen werden.

Diese Begrenzung sollte bei 10% der Gesamtverkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen.<sup>36</sup>

Da dieser Schwellenwert die unterschiedliche Sensitivität der zentrenrelevanten Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, die sich aus ihrer jeweils unterschiedlichen sortimentspezifischen Angebotsstruktur in einem zentralen Versorgungsbereich ergibt, sollten Verkaufsflächenbegrenzungen für Randsortimente *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung im Einzelfall<sup>37</sup> auch unterhalb der genannten Grenzen vorgenommen werden. Orientierungswerte zur Bewertung der Randsortimentgrößen sind im Anhang dieses Konzeptes dargestellt und erläutert.

Zudem sollte stets eine deutliche *Zuordnung* des Randsortiments zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungsgegenstände als Randsortiment zu Möbeln, Zooartikel als Randsortiment im Gartenmarkt, nicht jedoch z. B. Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld vermieden.

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben *im Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld* sollten regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern Grundsatz I gewahrt bleibt.

*Nicht* zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment sollten ebenfalls regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern die übrigen Empfehlungen dieses Einzelhandelskonzeptes eingehalten werden (u. a. Vermeidung einer Angebotsdiversität außerhalb der Ortszentren).

---

<sup>36</sup> Vgl. auch LROP Niedersachsen.

<sup>37</sup> Ein Einzelfallnachweis der Unschädlichkeit gerade der zentrenrelevanten Randsortimente ist bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen der erforderlichen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsbewertung nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB zu leisten.



## **Ansiedlungsleitsatz III:**

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** wird aktuell kein Potenzial für weitere Betriebsansiedlungen in üblich marktgängiger Größenordnung ( $\geq 800 \text{ m}^2 \text{ VKF}$ ) gesehen. Daher ist die Sicherung der bestehenden Nahversorgungsstruktur wichtigstes Ziel für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld (vgl. Kapitel 4.2.).

Im Rahmen des Strukturwandels im Einzelhandel wird es jedoch auch künftig Anfragen zur Ansiedlung/ Verlagerung von Nahversorgungsbetrieben geben. Diese sollten zukünftig gemäß dem nachstehenden Ansiedlungsleitsatz sowie unter Einbezug des Prüfschemas in Abbildung 54 gehandhabt werden.

## **Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ...**

**... ist primär in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.**

Aufgrund der hohen Bedeutung nahversorgungsrelevanter Sortimente als Frequenzbringer Ansiedlung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandel primär in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld.

**... ist nachgeordnet zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes anzusiedeln (gemäß dem Prüfschema in Abbildung 54).**

- wenn es zur Sicherung und Weiterentwicklung der flächendeckenden Nahversorgung dient und keine negativen Auswirkungen auf die bestehende Nahversorgungsstruktur und die Ortszentren entstehen,
- korrespondierend zu den konzeptionellen Aussagen zur Entwicklung der Nahversorgung (primäres Ziel: Bestandssicherung der bestehenden Betriebe durch Verbesserung der Standortrahmenbedingungen),
- üblicher VKF-Anhaltswert:  $800 \text{ m}^2 \text{ VKF}$  (ggf. mehr; hierfür Anwendung der Kriterien der AG Strukturwandel<sup>38</sup>).

In allen integrierten Siedlungsbereichen sollte ein Nahversorgungsangebot zugunsten der engeren Gebietsversorgung zugelassen werden. Hierdurch kann (gemäß der übergeordneten Entwicklungsziele) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei die zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen oder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

---

<sup>38</sup> Bericht der „Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ beim Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) 2002.

## **Ansiedlungsleitsatz IV: Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ...**

... ist primär am Sonderstandort ‚EKZ am Ostbahnhof‘ anzusiedeln.

- ergänzend dazu in den zentralen Versorgungsbereichen,
- generell: Bündelung an wenigen Standorten sinnvoll (auch kleinflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten).

*Großflächige* Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollten sich primär auf den Sonderstandort ‚EKZ am Ostbahnhof‘ konzentrieren, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges auch im Interesse der Standortsicherung für produzierende und Handwerksbetriebe entgegenzuwirken.

*Nicht großflächige* Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollten aus den oben genannten Gründen ebenfalls primär an dem ausgewiesenen Sonderstandort gebündelt werden. Nachrangig können kleinflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment auch an weiteren Standorten im Stadtgebiet zugelassen werden, sofern sie dort planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig sind und sofern Konflikte gegenüber sonstigen standortsuchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben minimiert werden können.

Entwicklungsempfehlungen zum Sonderstandort ‚EKZ am Ostbahnhof‘ werden zudem in Kap. 4.3 formuliert.

## **Ansiedlungsleitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben.**

Ausnahmsweise sollten Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zugelassen werden („Handwerkerprivileg“), wenn

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb,
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- sich die Verkaufsflächenobergrenzen an den Strukturen in den zentralen Versorgungsbereichen orientieren.

Die Zulässigkeit von Verkaufsstellen an landwirtschaftlichen Betrieben bemisst sich im Übrigen nach §§ 35 bzw. 201 BauGB.

## **Zwischenfazit**

In der Zusammenschau der aus den übergeordneten Entwicklungszielen für Clausthal-Zellerfeld abgeleiteten Differenzierung innerhalb der Leitsätze ergibt sich ein Bewertungsinstrument für spezifizierte Einzelhandelsvorhaben sowie ein Anwendungsrahmen für die

Bauleitplanung, und zwar bezogen auch auf die im Zentren- und Standortkonzept gekennzeichneten Standortziele. In der konsequenten Anwendung ergeben sich für geplante Einzelhandelsvorhaben je nach Sortiments- und Größenstruktur empfohlene oder abzulehnende Standorte sowie innerhalb möglicher Standorte eine teils mit Prioritäten versehene Empfehlungen.

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

## 5 Empfehlungen zur Umsetzung und Verstetigung

### 5.1 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in Clausthal-Zellerfeld werden in diesem Leistungsbaustein Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

#### Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für entsprechende Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „unerwünschte“ Standorte bzw. Sortimente<sup>39</sup> frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich folgende kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben z. B. in den Ortszentren oder – für die Nahversorgung – auch wohngebietsnah gemäß den im Konzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen Entwicklungsempfehlungen je Standort.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen.
- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür sofort in Frage kommen.
- Planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten, die nicht für Einzelhandelsentwicklungen vorgesehen sind, in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen, ggf. können handwerks- und produktionsbedingter Verkauf ausnahmsweise zugelassen werden (vgl. Leitsatz V).
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen

---

<sup>39</sup> „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ im Sinne der Zielsetzungen und Empfehlungen dieses Einzelhandelskonzeptes.

Versorgungsbereiche funktional zu schädigen drohen und die gewünschte zusätzliche Ansiedlungspotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Clausthal-Zellerfelder Liste zentrenrelevanter Sortimente.

- Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen, sofern diese nicht mehr den aktuellen rechtlichen Anforderungen entsprechen (etwa bezogen auf die Vermeidung des sog. „Windhundprinzip“, s. u.).

### Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies sollte jedoch nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit

- dem jeweils individuellen Planerfordernis,
- den Stärken- und Schwächen-Analysen der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa prägende Sortimente und Betriebsgrößen),
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, der Nahversorgungsstruktur bzw. des ergänzenden Sonderstandorts sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll<sup>40</sup> (hierzu hält dieses Einzelhandelskonzept umfassende Einzelaspekte standortbezogen vor),
- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Sonderstandortkonzeptes dieses Gesamtkonzeptes,
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zu den o. g. „übergeordneten Entwicklungsempfehlungen“,
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

---

<sup>40</sup> Diese Empfehlung wird u.a. durch die Begründung zur BauGB-Novelle 2007 bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nahe gelegt (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11).

Die Ansiedlungsleitsätze, die in diesem Einzelhandelskonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelskonzeptes<sup>41</sup> – bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen.<sup>42</sup>

Die Clausthal-Zellerfelder Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen (bzw. der Begründung) des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.<sup>43</sup>

Sofern Bebauungspläne Standorte im zentralen Versorgungsbereich überplanen, so sollte in der Begründung zum Bebauungsplan dieser entsprechende zentrale Versorgungsbereich namentlich und ergänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich aufgrund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld können zudem durch ein sinngemäß aus der Planzeichenverordnung abgeleitetes Zeichen im Flächennutzungsplan dargestellt werden.

---

<sup>41</sup> Das Einzelhandelskonzept selbst stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

<sup>42</sup> Etwa die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebietes, vgl. hierzu u.a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 C 77.84 vom 22.05.1987 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

<sup>43</sup> Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

## Empfohlene Musterfestsetzungen

### a) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet \*Name\* wird festgesetzt als \*Gebietstyp nach BauNVO\*<sup>44</sup>. In diesem Baugebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb \*Betriebstyp\* (z. B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter, Kiosk usw.)\* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von \*xy\* m<sup>2</sup> und dem Hauptsortiment \*xy\* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Clausthal-Zellerfelder Sortimentsliste).“

### Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz II:

„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Clausthal-Zellerfelder Sortimentsliste) \*(entweder)\* auf insgesamt \*xy\* % der Gesamtverkaufsfläche \*(oder)\* maximal \*xy\* m<sup>2</sup> begrenzt.

- Sortiment oder Sortimentsgruppe \*xy\* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Clausthal-Zellerfelder Sortimentsliste): maximal \*xy\* m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall und ggf. aus einer Verträglichkeitsuntersuchung abgeleiteter Wert einzufügen)
- \*weitere Sortimente analog\*“

Aus Gründen der im Einzelhandelskonzept empfohlenen Angebotsbündelung, zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche sowie zur Wahrung ihrer Entwicklungschancen sollen die zulässigen Randsortimente sich jeweils erkennbar auf das Hauptsortiment beziehen (vgl. Leitsatz II).

---

<sup>44</sup> Dieser Gebietstyp sollte i. d. R. ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden; vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

## b) Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet \*Name\* wird festgesetzt als \*Gebietstyp nach BauNVO\*. In diesem Gebiet sind zulässig \*Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe\* [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe aller Art zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld sowie basierend auf den städtebaulichen Zielen zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels (\*in der Begründung näher zu benennen\*) nicht zulässig.“<sup>45</sup>

Ggf. Anwendung des „Handwerkerprivilegs“ in gewerblichen genutzten Gebieten gemäß Ansiedlungsleitsatz V:

„Ausnahmsweise sind Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zulässig, wenn eine unmittelbare räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb und die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang gegeben ist, wenn zudem eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist, sowie wenn die Grenze der Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Clausthal und Nebenzentrum Zellerfeld erkennbar sind.“

## Textbebauungsplan

Das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte vom 21.12.2006 stärkt die kommunale Steuerungsmöglichkeit der räumlichen Einzelhandelsentwicklung. Insbesondere die Festsetzungsmöglichkeiten der Städte und Gemeinden für den Bebauungsplan nach § 9 BauGB wurden durch die Einführung eines Abs. 2a mit dem Ziel ergänzt, die zentralen Versorgungsbereiche zu schützen und zu entwickeln und somit die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung zu sichern. Für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld kann die Nutzung dieses ‚abwehrenden‘ Instrumentes mit dem Ziel des Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche von Nutzen sein. In diesem Kontext können für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile (§ 34 BauGB) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche von Clausthal-Zellerfeld in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zulässig sein sollen. Diese Festsetzungen können auch für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Wesentliche Grundvoraussetzung für die

---

<sup>45</sup> Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre städtebauliche Bedeutung jedoch ist, hinsichtlich des Schutzes von zentralen Versorgungsbereichen, eher marginal. Angesichts dessen kommt regelmäßig in Betracht für die Ansiedlung eines Kiosks in einem Bereich, in dem Einzelhandel durch Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen ist, eine Befreiung nach § 31 Abs. 2 BauGB zu erteilen. Dies ist in der Begründung zum generellen Ausschluss von Einzelhandel ausdrücklich zu verlautbaren (vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 109 ff und 460).



planungsrechtliche Absicherung der Bebauungspläne ist der inhaltliche Bezug auf das Einzelhandelskonzept, welches Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält.

## **5.2 Geeignete Kriterien für künftige Verträglichkeitsgutachten**

Grundsätzlich sollte zukünftig jede Anfrage zur Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes in der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes gemäß den Ansiedlungsleitsätzen (vgl. Kapitel 4.5) bewertet werden. Dies ist beispielhaft für drei Flächen bereits vorgenommen worden (vgl. Flächenbewertungen im Anhang). Prinzipiell ist so bereits eine grundlegende Aussage zur Bewertung eines Vorhabens zu treffen, die durch eine weitere Detailanalyse abgerundet werden sollte.

Die häufigsten Anfragen dürften auch künftig auf den Bereich der Nahversorgung entfallen. Die Größenordnung eines anzusiedelnden Lebensmittelmarktes kann im Einzelfall darüber entscheiden, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche auftreten oder ob das Vorhaben unschädlich ist und der näheren Versorgung dient. Das folgende Schema stellt ein einfaches Verfahren zur Erstprüfung dar, ob und wiefern ein Vorhaben der Nahbereichsversorgung dienen kann. Dem Prüfschema liegt zugrunde, dass durch einen Lebensmittelmarkt üblicherweise rd. 35% der Kaufkraft im fußläufigen Einzugsbereich abgeschöpft werden kann. Tradiertere Einkaufsbindungen oder der Einkauf in einem anderen Betriebstyp führen üblicherweise zu Kaufkraftabflüssen von rd. 2/3.

Abbildung 54: Prüfschema für Lebensmittelmärkte



Quelle: eigene Darstellung, Prüfschema nach Bezirksregierung Köln 2008; \*Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Back- und Fleischwaren sowie Drogeriewaren; Werte angepasst an die örtlichen Verhältnisse

Durch das Prüfschema ergeben sich Spannweiten für die Gesamtverkaufsfläche geplanter Vorhaben, die unter Berücksichtigung der Ziele des Einzelhandelskonzeptes sowie der Vermutungsregel nach BauNVO noch als tragfähig gelten können. Ggf. ist jedoch eine detaillierte Einzelfallsanalyse für eine abschließende Beurteilung und Folgeeinschätzung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens nötig und vom Vorhabenträger beizubringen. Die transparente Darstellung folgende Eingangswerte ist dafür notwendig:

- Aktuelle Verkaufsflächen
- Spezifische Flächenproduktivitäten
- Umsatzzahlen nach Sortimentsgruppen, Umsatzzahlen nach Standorten
- Distanz und Raumwiderstände zwischen Nachfrage- und Angebotsstandorten
- Der zu erwartende Umsatz eines Planvorhabens in realistischen Spannweiten, darunter auch betreiberunabhängige
- Sortimentsspezifische Kaufkraftdaten/ -entwicklung

Im Einzelfall muss eine vertiefende Analyse auch die weiteren städtebaulich relevanten Umstände berücksichtigen. Ein kritischer Schwellenwert der Umsatzumverteilung ist im Kontext der allgemeinen und lokalen sozioökonomischen Rahmenbedingungen zu suchen. Die Wettbewerbsensibilität der Anbieter im Umfeld eines Planvorhabens ist darüber hinaus an

ihrer Branchenzugehörigkeit, den mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und absatzwirtschaftlichen Vorbelastungen zu bemessen. Die Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex zeigt, dass Analyseergebnisse in ihrer Bewertung in den Kontext der konkreten örtlichen und städtebaulichen Situation zu rücken sind. Verschiedene Urteile verdeutlichen, dass sowohl Umsatzumverteilungen über 10% als landesplanerisch und städtebaulich verträglich bewertet werden können (vgl. u. a. OHG Koblenz, Urteil 8 B 12650/98 vom 08.01.1999; OVG Weimar, Urteil 1 N 1096/03 vom 20.12.2004), gleichzeitig aber auch bei Umsatzumverteilungen unterhalb der 10%-Schwelle eine Unverträglichkeit vorliegen kann (u. a. OVG Mecklenburg Vorpommern, Urteil 3 K 09/04 vom 03.02.2006; VG Arnsberg, Urteil 4 K 572/ 04). Ein alleiniger Rückgriff auf den Schwellenwert von 10% ist somit nicht zielführend. Vielmehr ist eine städtebauliche Analyse der zentralen Versorgungsbereiche ein integraler Bestandteil einer Verträglichkeitsanalyse. Diese sollte insbesondere Aussagen zur städtebaulich-funktionalen Bedeutung der potenziell von einem Vorhaben beeinträchtigten Betriebe, zu deren negativer städtebaulicher Vorprägung, etwa eine hohe Leerstandsquote oder bereits stark wettbewerbsrelevante Betriebe in städtebaulich nicht integrierten Standorten, für die zentralen Versorgungsbereiche beinhalten. Insofern ist ein konsequenter Rückgriff auf die Inhalte und die Zielstellung dieses Einzelhandelskonzeptes ein zwingend erforderlicher Schritt in künftigen Verträglichkeitsgutachten. Das Konzept sollte Antragstellern demnach grundsätzlich zur Verfügung gestellt werden.

### **5.3 Fortschreibung der Datenbasis**

Die hohe Dynamik im Einzelhandelssektor sollte in der im Einzelhandelskonzept für Claustral-Zellerfeld zu Grunde gelegten Datenbasis Berücksichtigung finden. Der Einzelhandel in Claustral-Zellerfeld ist, wie der gesamte deutsche Einzelhandel auch, durch anhaltende Veränderungen von Neuansiedlungen, Betriebserweiterungen und -aufgaben gekennzeichnet, die Handlungsbedarf besonders bei der Nahversorgung ergeben können. Die zu Grunde gelegte Datenbasis, dabei vor allem die Bestandserhebung, bedarf einer regelmäßigen Aktualisierung, um mit frühzeitiger Kenntnis Reaktionen auf Veränderungen zu ermöglichen.

#### **Einzelhandels-Monitoring**

Durch die hohe Dynamik im Einzelhandelssektor empfiehlt es sich, ein sog. Einzelhandels-Monitoring zu installieren, welches die Erfassung von ‚versorgungsstrukturprägenden‘ Betrieben gewährleistet, so dass zur Beurteilung künftiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben eine möglichst aktuelle und hinreichend valide Datenbasis zur Verfügung steht. Dabei handelt es sich üblicherweise um Anbieter in den folgenden Warengruppen:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken
- Bekleidung, Schuhe/Lederwaren

- Sportartikel, Spielwaren/ Hobby
- Elektro/ Leuchten, Haushaltsgeräte
- PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher
- Neue Medien/ Unterhaltungselektronik
- GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör

Grundsätzlich sollten alle Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab rd. 200 m<sup>2</sup> berücksichtigt werden und in ein gesondertes georeferenziertes Einzelhandelskataster einzupflegen. Als Quelle dafür können die übergebenen Daten aus der Bestandserhebung des Einzelhandelskonzeptes verwendet werden. Sofern im Rahmen der aktiven Wirtschaftsförderung weitere aktuelle Daten auch zu kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben, z. B. in der Hauptlage des zentralen Versorgungsbereichs in Clausthal, vorliegen, sollten auch diese in das Einzelhandels-Monitoring eingeschlossen werden.

Das jeweilige Monitoring sollte auf kommunaler Ebene durchgeführt werden. Dem „Pfleger“ der Daten sollten die aktuellen Vorhaben bei einer Realisierung mitgeteilt werden. Ebenso sind Informationen über Neuansiedlungen und Erweiterungen bei der entsprechenden örtlichen Genehmigungsbehörde zu kanalisieren und ebenfalls an den Datenpfleger weiterzugeben. Wenn möglich, sollte zudem jährlich eine Überprüfung der Daten durch das Aufsuchen der strukturprägenden Betriebe erfolgen.

### **Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für Clausthal-Zellerfeld**

Trotz dieser Fortführung durch das Einzelhandels-Monitoring ist auf Grund der hohen Dynamik im Einzelhandel ein Bedarf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für Clausthal-Zellerfeld – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – empfehlenswert. Insbesondere die konzeptionellen Bausteine zu den Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bedürfen einer (Erfolgs-)Kontrolle und ggf. einer Fortschreibung. Die Ziele des Konzeptes sollten unabhängig von kurzfristigen Veränderungen Fortbestand besitzen. Besondere Notwendigkeit an einer Fortschreibung besteht dann, wenn sich z. B. die örtliche Einzelhandelszentralität stark verschieben sollte. Dieser Bedarf sollte erfahrungsgemäß alle 5 Jahre von der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld mit anderen relevanten Akteuren bewertet werden. Bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sollte ebenfalls eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen.

## **5.4 Verknüpfung mit dem Tourismus**

Vorhandene touristische Potenziale von Kommunen können ebenfalls als Chance für den Einzelhandel gesehen werden (vgl. Kap. 3.2.3). Shopping nimmt als Freizeitaktivität im Urlaub und auch auf Tagesreisen einen hohen Stellenwert ein. Auch die örtliche Gastronomie profitiert durch eine längere Verweildauer der Touristen in den Zentren.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von etwa 6,5 Tagen (vgl. Tabelle 13) zeigt, dass Clausthal-Zellerfeld eher für längere Urlaube und Erholungsaufenthalte angesteuert wird. Rd. 46.500 Besucher konnte Clausthal-Zellerfeld im Jahr 2006 zählen. Auf diese Besucher dürften nicht unwesentliche Anteile an einzelhandelsrelevanten Ausgaben in Clausthal-Zellerfeld entfallen. Werden die Touristen aus dem Umland sowie die Tagesbesucher vor allem des Bergbauernmarktes miteinbezogen, errechnen sich zusätzlich bedeutende einzelhandelsrelevante Ausgaben. Sortimentsspezifisch kann jedoch ein deutlich unterschiedliches Konsumverhalten angenommen werden.

Clausthal-Zellerfeld verfügt über eine Vielzahl von touristischen Angeboten, besonders hervorzuheben ist hierbei der Bergbauernmarkt, der auch für Touristen aus dem Umland ein wichtiger und attraktiver touristischer Ankerpunkt ist.

**Tabelle 19: Ausgewählte touristische Angebote in Clausthal-Zellerfeld**

Touristische Einrichtungen	Sonstige touristische Angebote	Besuchsgründe
St. Salvatoris-Kirche in Zellerfeld	Wintersport (Langlauf, Rodeln, Abfahrt)	Erholungssuchende
Marktkirche Zum Heiligen Geist in Clausthal	Wander- und Radwegenetze (Routen)	(Winter-) Sporttouristen
Oberharzer Bergwerksmuseum	Buntenbock als staatlich anerkannter heilklimatischer Kurort	
Kunsthandwerkerhof		
Bergbauernmarkt		
Kulturdenkmal Oberharzer Wasserregal		

Quelle: Angaben der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld

Eine weitere Verzahnung von Tourismus und Einzelhandel ist für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld zu empfehlen, z. B. durch aktive Vermarktungsmaßnahmen wie einen Einkaufsführer, der auch in den Hotels und Pensionen ausgelegt wird. Auch die Verbesserung des Services (z. B. Schließfächer, Lieferung ins Hotel) und die Anpassung sowie Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten können als Handlungsfelder genannt werden.

Durch empirische Untersuchungen (beispielsweise, Befragungen im Gastgewerbe) können zudem die konkreten Bedarfe der Touristen evaluiert werden. Ausgehend von diesen Ergebnissen ist die Anpassung und Ergänzung der Produktpalette im Einzelhandel (z. B. Wintersportbedarf, ...) anzustreben.

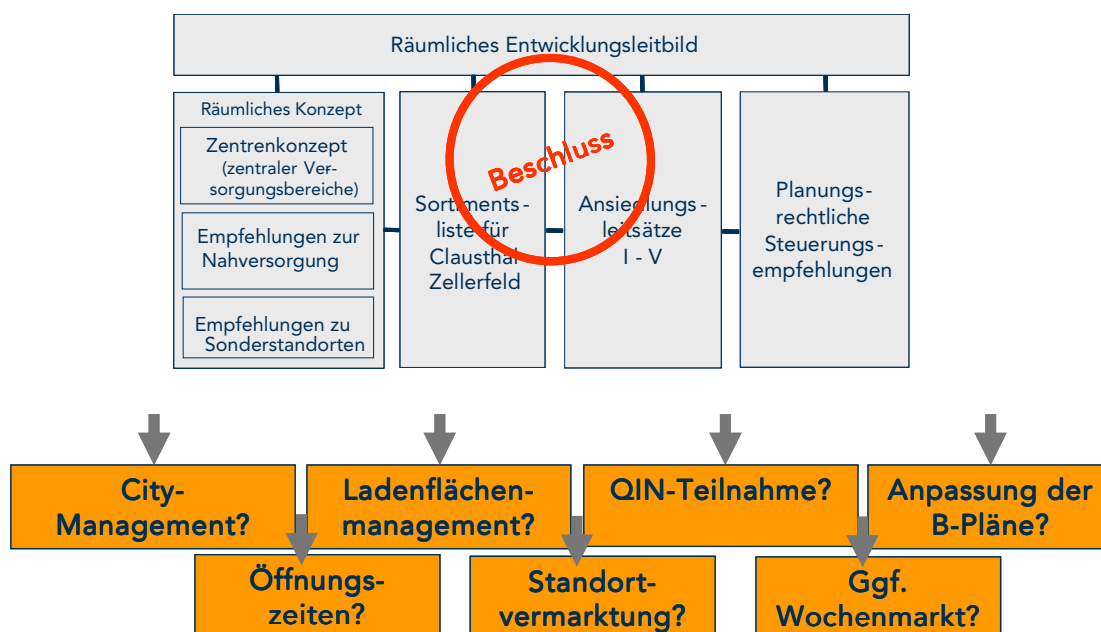
## 6 Schlusswort

Die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über eine ausbaufähige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des Hauptzentrums in Clausthal sowie auch zur Stärkung des Nebenzentrums Zellerfeld mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und durch den parallel einberufenen Arbeitskreis – Entwicklungsszenarien und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss dieses Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB); zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen gewährleistet werden kann.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung.

Abbildung 55: Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Standortpolitik



Quelle: eigene Darstellung

Im Sinne einer aktiven Standortentwicklung auf Basis des Einzelhandelskonzeptes, können u. a. folgende darauf aufbauende Maßnahmen empfohlen werden (vgl. auch Abbildung 55):

- Detailkonzepte für ausgewählte Fragestellungen zu Branchenmix, zum Marktauftritt und zur städtebaulichen Gestaltung und zum Wochenmarkt.
- Prozessbegleitende Maßnahmen zur Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen der Standortstärkung, vor allem in Bezug auf Flächenzusammenlegungen.
- Etablierung eines Ladenflächenmanagements.
- Umsetzung von Maßnahmen zur Stärkung der Ortszentren, z. B. im Rahmen der Teilnahme an der Quartiersinitiative Niedersachsen (QIN).





## Anhang

### Literatur und sonstige Quellen

#### Literatur und Handelsfachdaten

BBE Retail Experts Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (2008): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2008. Köln

Bergstadt Clausthal-Zellerfeld (2009): Integriertes Entwicklungs- und Wachstumskonzept für den Stadtteil Clausthal. Clausthal-Zellerfeld

Bergstadt Clausthal-Zellerfeld (2007): Integriertes Entwicklungs- und Wachstumskonzept für den Stadtteil Clausthal. Clausthal-Zellerfeld

Bergstadt Clausthal-Zellerfeld (2000): Innenstadt- und Handelskonzept für Clausthal-Zellerfeld. Clausthal-Zellerfeld

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO. Ohne Ort

CIMA Beratung + Management GmbH (2008): Leistungsdaten des Einzelhandels der Samtgemeinde Oberharz (Landkreis Goslar) – Präsentation. Lübeck

CIMA Stadtmarketing/ Zweckverband Großraum Braunschweig (2005): Regionales Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Großraum Braunschweig – Anschlussbericht. Lübeck

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW, 2007): Leitfaden Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin

EHI Retail Institute (2005): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2005/2006. Köln

EHI Retail Institute (2006): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2006/2007. Köln

EHI Retail Institute (2007): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2007/2008. Köln

EHI Retail Institute (2008): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2008/2009. Köln

Hahn-Immobilien (2008/2009): Real Estate Report Germany. Ohne Ort

IfH Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (2005): Branchendokumentation zum Betriebsvergleich Einzelhandel. Köln

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn

Lebensmittel Zeitung (2007): Ausgabe Nr. 13

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz und Landesentwicklung (ML), Referat Raumordnung und Landesentwicklung, Hrsg. (2008): Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (zitiert als LROP 2008)

Bergstadt Clausthal-Zellerfeld: Bevölkerungsstatistik; Stand: 01.10.2008

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

Stadt + Handel (2005): Newsletter #01 und #02. Dortmund

Stadt + Handel (2006): Newsletter #03 und #04. Dortmund

Stadt + Handel (2009): Newsletter #05 und #06. Dortmund

WABE-Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2007. Ohne Ort

Zweckverband Großraum Braunschweig, Hrsg. (2008): Regionales Raumordnungsprogramm für den Großraum Braunschweig 2008 (zitiert als RROP)

## **Sonstige Quellen**

Website Bergstadt Clausthal-Zellerfeld, abgerufen Oktober 2009: [www.clausthal-zellerfeld.de](http://www.clausthal-zellerfeld.de)

## Orientierungswerte

Ansiedlungsleitsatz II beinhaltet eine Ausnahmeregelung für zentrenrelevante Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, die als Randsortiment je nach geplantem Vorhaben und Betriebstyp marktüblich sinnvoll sein können. Zwar können alle zentrenrelevanten Sortimente als Randsortiment zusammen betrachtet 10% der Verkaufsfläche einnehmen, im Einzelfall je Sortimentsbereich sollte dieser Wert allerdings darunter liegen.

Diese sortimentsgruppenspezifische Begrenzung begründet sich aus der unterschiedlichen Sensitivität der Sortimentsbereiche in den zentralen Versorgungsbereichen (Beispiel: 800 m<sup>2</sup> Randsortiment Bekleidung stünden im Bezug zum Bestand im Hauptzentrum Clausthal von rund 2.000 m<sup>2</sup> VKF in einem deutlichen Missverhältnis und würden eine Schädigung des Einzelhandels des Hauptzentrums sowie ein Hemmnis für dessen Fortentwicklung erwarten lassen). Insofern sollten die Bestände strukturprägender Einzelhandelsbetriebe des Hauptzentrums Clausthal als Orientierungsgröße für die sortimentsbezogene Begrenzung herangezogen werden (vgl. folgende Tabelle). Ziel hierbei ist es, dass die zentrenrelevanten Randsortimente kein eigenständiges Gewicht gegenüber dem Hauptzentrum und keinen eigenständigen Fachgeschäft- bzw. Fachmarktcharakter gewinnen können, um die genannten Entwicklungsziele des Hauptzentrums dauerhaft gewährleisten zu können.

Zur Beurteilung, in welcher Größenordnung zentrenrelevante Sortimente außerhalb des Hauptzentrums Clausthal noch als unproblematisch im Sinne der o. g. Zielsetzung und des landesplanerischen bzw. städtebaurechtlichen Beeinträchtigungsverbots gelten, werden nachfolgend Orientierungswerte aus den tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten im Clausthaler Hauptzentrum begründet abgeleitet. Bei Bedarf, wenn es sich um mögliche Ansiedlungen im Ortsteil Zellerfeld handelt, können die Orientierungswerte ebenfalls mit den Daten des Nebenzentrums Zellerfeld errechnet und analog angewendet werden.

Die folgenden Orientierungswerte verdeutlichen, welche Verkaufsflächengrößen je Sortimentsgruppe in Clausthal strukturprägend sind und wie viele dieser Betriebe es je Sortimentsgruppe im Hauptzentrum gibt. Die Orientierungswerte sollten folgendermaßen angewendet werden:

- Als Orientierungswert dient der Durchschnittswert je Sortimentsgruppe als auch der Ladenlokalgrößenklassenschwerpunkt.
- Beispiel: im Sortimentsbereich Bekleidung sind im Hauptzentrum Clausthal 5 der 8 Betriebe kleiner 140 m<sup>2</sup> VKF, aufgrund des Kaufhauses ist die durchschnittliche VKF aber 360 m<sup>2</sup> → Randsortiments-VKF sollte in diesem Fall rd. 140 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.
- Es ist darauf zu achten, dass bei der Bezugnahme auf nachstehende Tabelle eine turnusmäßige Überprüfung der Daten notwendig ist, um stets die aktuelle Situation im Hauptzentrum Clausthal zu Grunde zu legen.

Tabelle 20: Analyse strukturprägender Betriebe im Hauptzentrum Clausthal

Hauptbranche Betrieb	Anzahl Betriebe	Ladenlokalgröße (in m <sup>2</sup> VKF)										VKF Durchschnitt
		5 kleinste Betriebe					5 größte Betriebe					
		20	20	30	30	40	50	60	60	580	1.060	
Nahrungs- und Genussmittel	14	20	20	30	30	40	50	60	60	580	1.060	200
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	4	30	50							320	380	200
Blumen, zoologischer Bedarf	3	30								50	70	50
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	5	10						50	80	100	160	80
Bekleidung,	8	20	50	60			110	140	150	490	1.850	360
Schuhe/ Lederwaren	3	50								210	290	180
Pflanzen/ Gartenbedarf	0											
Baummarktsortiment i.e.S.	0											
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	0											
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	0											
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	0											
Medizinische u. orthopädische Artikel/ Optik	2	30	30									30
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz	0											
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	0											
Möbel	0											
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	1	30										30
Neue Medien	1	30										30
Uhren/ Schmuck	1	40										40
Sonstiges	1										370	370

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2009; Verkaufsflächen gerundet auf 10 m<sup>2</sup>, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

In großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Randsortimenten, die über die u. g. Orientierungswerte hinaus gehen, bleibt es nach geltendem Recht dem Vorhabenträger vorbehalten, einen Einzelfallnachweis zur städtebaulichen und landesplanerischen Unbedenklichkeit der geplanten Dimensionierung von zentrenrelevanten Randsortimenten zu führen (etwa durch ein Fachgutachten).

## Flächenbewertungen im Rahmen des Konzeptes

Die folgende Bewertung von für die Einzelhandelsentwicklung im Raum stehenden Flächen basiert auf der Anwendung der übergeordneten Entwicklungsziele sowie den konkreten Flächen-, Sortiments- und Ansiedlungsleitsätzen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Clausthal-Zellerfeld (vgl. Kapitel 4 des Einzelhandelskonzeptes). Untersucht wurden im Einzelnen u. a.:

- die Lage innerhalb der Siedlungsstruktur,
- die verkehrliche Anbindung,
- die Eignung des Standorts für verschiedene Einzelhandelsangebote,
- die Einbindung des Standorts in das Zentren- und Standortgefüge der Bergstadt und
- fachgutachterlich erkennbare Anforderungen an einzelhandelsbezogene Nutzungskonzepte.

Die Prüfungen erfolgten primär aus der Sicht einer *einzelhandelsbasierten* Untersuchung; insofern können weitere, im Rahmen des erstellten Einzelhandelskonzeptes nicht tiefer gehend einbezogene Fachplanungen in eine vollständige Gesamtbewertung zusätzlich eingestellt werden.

Folgende Standorte werden für die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld bewertet:

- |             |                                |
|-------------|--------------------------------|
| Standort 1: | Fläche Altenauer Straße 33     |
| Standort 2: | Fläche Gärtnerei Kliem         |
| Standort 3: | Fläche ehemals Rewe am Kreisel |

## Standort 1:

Fläche Altenauer  
Straße 33  
(ehemals Auto-  
haus)



### Mikro- und makroräumliche Lage

- Stadtteil Clausthal, Standort Einkaufszentrum Am Ostbahnhof
- Kreuzungsbereich Altenauer Straße/ Am Ostbahnhof

### Aktuelle Nutzung/ Nutzungsanfragen

- Brachfläche, ehemals Autohaus
- Mehrfach Anfragen für den Neubau eines Lebensmittelmarktes

### Städtebaulich-funktionale Aspekte

- Lage/ Umgebung: Östlich des Hauptzentrums Clausthal am Sonderstandort EKZ am Ostbahnhof in gewerblich geprägter Umgebung
- Verkehrliche Rahmenbedingungen: Die Erschließung erfolgt über die Altenauer Straße
- Keine städtebauliche Integration in Wohngebiete

### Potenziale für Einzelhandelsnutzungen

#### Zentrenrelevante Sortimente?

- Keine Anbindung an die Ortszentren, daher keine Synergien für die Ortszentren zu erwarten
- Konzentration zentrenrelevanter Sortimente im Hauptzentrum Clausthal empfohlen

#### Nahversorgungsrelevante Sortimente?

- Keine Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung
- Mantelbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich zu gering (rd. 2.000 bis 2.500)

#### Nicht zentrenrelevante Sortimente?

- Bündelung am SO ‚EKZ am Ostbahnhof‘ empfohlen
- Standortbereich ist bereits heute durch großflächigen Einzelhandel geprägt
- Möglichkeit zur Herausbildung eines überörtlich ausstrahlenden Standortbereiches

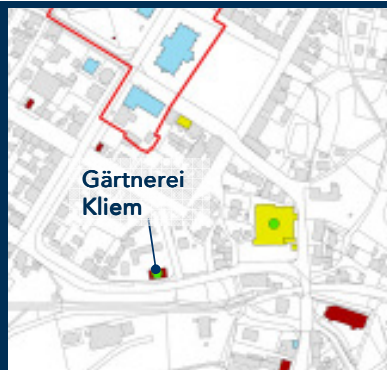
### Fazit

Auf Grund der Lage dieser Fläche, ohne Anbindung an die zentralen Versorgungsbereiche sowie innerhalb eines bereits fußläufig versorgten Siedlungsbereichs (mit einer geringen Mantelbevölkerung), wird eine Einzelhandelsentwicklung mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten als nicht zu empfehlen eingestuft.

### Empfehlungen

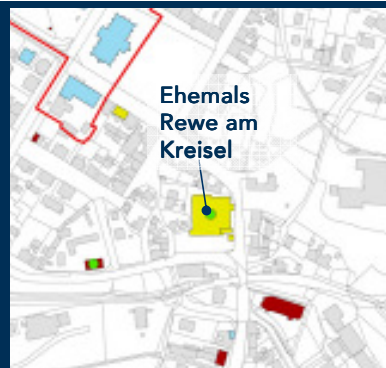
- Keine EH-Entwicklung mit zentren-/ nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel zu empfehlen
- Planungsrechtliche Absicherung

**Standort 2:  
Fläche Gärtnerei  
Kliem**



<b>Mikro- und makro-räumliche Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtteil Zellerfeld, südlich des Nebenzentrums Zellerfeld</li> <li>▪ Kreuzungsbereich Telemannstraße/ Teichstraße</li> </ul>
<b>Aktuelle Nutzung/ Nutzungsanfragen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gärtnereibetrieb, Betriebsaufgabe absehbar</li> </ul>
<b>Städtebaulich-funktionale Aspekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lage/ Umgebung: Südlich des Nebenzentrums Zellerfeld</li> <li>▪ Verkehrliche Rahmenbedingungen: Die Erschließung erfolgt über die Teichstraße</li> <li>▪ Städtebauliche Integration in Wohngebiete randlich vorhanden</li> </ul>
<b>Potenziale für Einzelhandelsnutzungen</b>	<p><u>Zentrenrelevante Sortimente?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine Anbindung an das Nebenzentrum Zellerfeld, daher keine Synergien für das Ortszentrum zu erwarten</li> <li>▪ Konzentration zentrenrelevanter Sortimente im Hauptzentrum Clausthal empfohlen</li> </ul> <p><u>Nahversorgungsrelevante Sortimente?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Räumliche Nahversorgung optimierbar, Verbesserung der räumlichen Versorgung möglich</li> <li>▪ Beachten: bereits hohe quantitative Ausstattung, Gefahr: Umsatzumverteilungen!</li> </ul> <p><u>Nicht zentrenrelevante Sortimente?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Großflächige Betriebe nicht wünschenswert auf Grund der integrierten wohngebietslage und empfohlener Bündelung am ‚EKZ am Ostbahnhof‘</li> <li>▪ Kleinflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel als Nachnutzungsoption</li> </ul>
<b>Fazit</b>	<p>Auf Grund der Lage dieser Fläche ohne Anbindung an die zentralen Versorgungsbereiche wird eine Einzelhandelsentwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten nicht, mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten bedingt, empfohlen.</p>
<b>Empfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine EH-Entwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten</li> <li>▪ Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel zur Gebietsversorgung (südl. Bereich Zellerfelds) vom rd. 210 - 380 m<sup>2</sup> VKF (bei rd. 1.700 EW)</li> <li>▪ Kleinflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel als Nutzungsoption</li> <li>▪ Planungsrechtliche Absicherung</li> </ul>

**Standort 3:**  
Fläche ehemals Rewe am Kreisel



<b>Mikro- und makro-räumliche Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtteil Zellerfeld, südlich des Nebenzentrums Zellerfeld</li> <li>▪ Kreuzungsbereich Telemannstraße/ Brauhausberg</li> </ul>
<b>Aktuelle Nutzung/ Nutzungsanfragen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leerstand, ehemals Rewe</li> </ul>
<b>Städtebaulich-funktionale Aspekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lage/ Umgebung: Südlich des Nebenzentrums Zellerfeld</li> <li>▪ Verkehrliche Rahmenbedingungen: Die Erschließung erfolgt über die Telemannstraße</li> <li>▪ Städtebauliche Integration in Wohngebiete randlich vorhanden</li> </ul>
<b>Potenziale für Einzelhandels-nutzungen</b>	<p><u>Zentrenrelevante Sortimente?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine Anbindung an das Nebenzentrum Zellerfeld, daher keine Synergien für das Ortszentrum zu erwarten</li> <li>▪ Konzentration zentrenrelevanter Sortimente im Hauptzentrum Clausthal empfohlen</li> </ul> <p><u>Nahversorgungsrelevante Sortimente?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Räumliche Nahversorgung optimierbar, Verbesserung der räumlichen Versorgung möglich</li> <li>▪ Beachten: bereits hohe quantitative Ausstattung, Gefahr: Umsatzumverteilungen!</li> </ul> <p><u>Nicht zentrenrelevante Sortimente?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Großflächige Betriebe nicht wünschenswert auf Grund der integrierten wohngebietslage und empfohlener Bündelung am ‚EKZ am Ostbahnhof‘</li> <li>▪ Kleinflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel als Nachnutzungsoption</li> </ul>
<b>Fazit</b>	<p>Auf Grund der Lage dieser Fläche ohne Anbindung an die zentralen Versorgungsbereiche wird eine Einzelhandelsentwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten nicht, mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten bedingt, empfohlen.</p>
<b>Empfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine EH-Entwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten</li> <li>▪ Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel zur Gebietsversorgung (südl. Bereich Zellerfelds) vom rd. 200 - 380 m<sup>2</sup> VKF (bei rd. 1.700 EW)</li> <li>▪ Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel als Nutzungsoption</li> <li>▪ Planungsrechtliche Absicherung</li> </ul>



- Priorisierung von Standort 3 gegenüber Standort 2, da Leerstand/ städtebaulicher Missstand (in Abwägung möglicher Nutzungsoptionen - nahversorgungsrelevant oder nicht zentrenrelevant - im Einzelfall berücksichtigen)

## Glossar

### Betriebsform (Betriebstyp)

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

### Bindungsquote

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

### Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public-Private-Partnership-Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von trading-down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet, in NRW wird die Gründung von so genannten Immobilien und Standortgemeinschaften (ISG) gefördert.

### Einzelhandel

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

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

**Einzelhandelsrelevante Nachfrage**

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

**Fabrikladen (Factory Outlet)**

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, in der Regel mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

**Fachdiscounter**

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

**Fachgeschäft**

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m<sup>2</sup>. Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

**Fachmarkt**

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m<sup>2</sup>. Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit ca. 800 m<sup>2</sup>, Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m<sup>2</sup> (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m<sup>2</sup>, Möbelmarkt bis zu 50.000 m<sup>2</sup>).

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

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

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikladen) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion

und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

## Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

## Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Handelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

## Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist in der Regel nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

## Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

## Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsläden, in denen nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

## Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m<sup>2</sup>

## Kaufkraft

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

Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

## **Kaufkraftbindung**

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

## **Kaufkraftkennziffer**

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

## **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 - 800 m<sup>2</sup>, in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 - 13%.

## **Nahversorgungszentrum (NVZ)**

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

## **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50%) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 - 75% bei der Fläche (35 - 50% des Umsatzes).

## **Sortiment**

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

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

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

Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

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

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

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

## **Städtebaulich integrierte Lage (siL)**

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reicht in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentraler Versorgungsbereich, d. h. Hauptgeschäftszentrum bzw. Stadtteil- oder Ortsteilzentrum einzuordnen. In der Regel sind Einzelhandelsnutzungen in der sonstigen integrierten Lage als Einzelbetrieb oder als Ansammlung einiger weniger Betriebe vorzufinden.

## **Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)**

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. In der Regel trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

## **Stadtteilzentrum (STZ)/ Ortsteilzentrum (OTZ)**

Zum Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum zählen diejenigen sonstigen zentralen Bereiche einer Kommune, die wie das Innenstadtzentrum über einen hohen Besatz an Einzelhandelsbetrieben, über weitere Zentrenfunktionen sowie über städtebauliche Zentrenmerkmale verfügen. Hinsichtlich der Nutzungsdichte, der städtebaulichen Ausprägung und der Lage im Stadtgebiet bzw. der Verkehrsanbindungen ist das STZ/OTZ gegenüber dem Innenstadtzentrum allerdings als nachgeordnet zu bewerten. Da ein STZ/OTZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Ein Stadtteil- oder Ortsteilzentrum ist nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit einem historischen oder statistischen kommunalen Nebenzentrum.

## **Supermarkt**

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m<sup>2</sup>, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

## Trading down Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

## Umsatz

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

## Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

## Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (ca. 1.500 - 5.000 m<sup>2</sup>), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60%; Umsatz 20 - 40%.

## Warenhaus

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

## Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist

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

## Zentralitätskennziffer

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