



Einzelhandelskonzept für die Stadt Nidda mit dem Schwerpunkt Entwicklungsgebiet „Schillerstraße“

Projektleiter: Dr. Stefan Leuninger
Senior Berater: Dipl.-Geograph Florian Gillwald
Projektassistenz: M.A. Stadtentwicklung Tom Bremer

Stuttgart/Frankfurt, im März 22

Stuttgart Forchheim Köln
Leipzig Berlin Hannover Lübeck
Frankfurt (a.M.) Ried(A)

cima Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart
T 0711 648 64 62
F 0711 648 64 69
cima.stuttgart@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung.....	1	9 Standort- und Sortimentskonzept Stadt Nidda	57
2 Einordnung Zielstellung ISEK Städtebaulicher Entwicklungsbereich Schillerstraße.....	3	10.1 Übergeordnete Zielsetzungen.....	57
3 Einzelhandel und Stadtentwicklung.....	5	10.2 Sortimentskonzept	58
3.1 Trends in der Stadtentwicklung: der cima.MONITOR.....	5	10.3 Standortkonzept.....	62
3.2 Veränderte Kundenansprüche	6	10.4 Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt... 67	
3.3 Entwicklung der Betriebsformen	6	10.5 Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ mit Nahversorgungsfunktion.....	71
3.4 Online-Handel.....	9	10.6 Nahversorgungszentrum Eichelsdorf.....	73
3.5 Einordnung möglicher Wirkungen der Digitalisierung bzw. des Onlinehandels auf die Einzelhandels- und Versorgungsstruktur in Nidda	10	10.7 Versorgungsstandort Harb.....	76
4 Bestandsanalyse	14	10 Grundsätze der Einzelhandelssteuerung in der Stadt Nidda	79
4.1 Raumordnerische und sozioökonomische Strukturen ...	14	11.1 Weiterführende Regelungen und Hinweise.....	82
4.2 Rahmenbedingungen für den Einzelhandel	21	11.2 Grundsätze und Empfehlungen zur Umsetzung in der Bauleitplanung.....	83
4.3 Leistungsdaten des Einzelhandels in Nidda.....	26	11 Maßnahmen zur Weiterentwicklung der wesentlichen Handelslagen, Fokus Innenstadt.....	84
4.4 Einzelhandelszentralitäten.....	28	12 Zusammenfassung und Fazit.....	90
4.5 Fokusbetrachtung Angebotsstrukturen Entwicklungsraum Schillerstraße	31	13 Anlage.....	92
4.6 Fokusbetrachtung Stadtteile Nidda.....	35	13.1 Vertiefung: Einzelhandel und Stadtentwicklung.....	94
5 Funktionale Betrachtung Entwicklungsraum Schillerstraße.	45		
6 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse	47		
7 Zwischenfazit Analyse	51		
8 Strategien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Nidda	55		

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Entwicklungsgebiet Schillerstraße	2	Abb. 24: Übersicht räumliche Lage der Stadtteile Nidda.....	36
Abb. 2: Veränderte Kundensegmentierung.....	6	Abb. 25: Übersicht Einzelhandels-Standortgefüge in der Stadt Nidda.....	66
Abb. 3: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007-2019 (nominal in %)	8	Abb. 26: Sortimentsliste aus dem Regionalplan Südhessen.....	92
Abb. 4: Umsatzentwicklung Einzelhandel insgesamt sowie Umsatzanteil Online- Handel in Mrd. €.....	9	Abb. 27: Großflächiger Einzelhandel MZ Nidda.....	93
Abb. 5: Top 10 der Warengruppen im interaktiven Handel nach Online-Umsatz 2019	9	Abb. 28: Einrichtung „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“	94
Abb. 6: Bevorzugte Einkaufswege nach Altersklassen (Angabe in %)	10		
Abb. 7: Von einzelbetrieblichen zu kooperativen Maßnahmen	13		
Abb. 8: Bevölkerungsverteilung Nidda nach Stadtteilen 2019*	14		
Abb. 9: Planungsregion Südhessen	17		
Abb. 10: Strukturräume in Hessen	18		
Abb. 11: Entwicklungsraum Schillerstraße	20		
Abb. 12: Standortbereiche Einzelhandel gemäß Regionalplan.....	21		
Abb. 13: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	22		
Abb. 14: Entwicklung der Einzelhandelszentralität von 2010 bis 2019	22		
Abb. 15: Zentralitätskennziffern der Mittelzentren im Wetteraukreis im Vergleich	23		
Abb. 16: Kern- und erweitertes Einzugsgebiet Nidda	25		
Abb. 17: Angebotsstrukturen Einzelhandel Nidda	27		
Abb. 18: Einzelhandelszentralität der Warengruppen in %.....	29		
Abb. 19: Herkules Sport Treff sowie Technik Partner.....	30		
Abb. 20: Angebotsstrukturen Kreuzungsbereich Neue Straße/Schillerstraße...30			
Abb. 21: Räumliche Verteilung des Einzelhandelbesatzes im Entwicklungsgebiet Schillerstraße*	32		
Abb. 22: Ergänzende Angebotsstrukturen im Entwicklungsraum Schillerstraße	33		
Abbildung 23: Städtebaulich-funktionale Qualität Marktplatz Nidda	34		

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Die Stadt Nidda übernimmt als Mittelzentrum im Wetterau-Kreis eine wichtige Versorgungsfunktionen für über 40.000 Menschen ein. Im Rahmen des 2019 erstellten integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK) für das Gebiet „städtebauliches Entwicklungsgebiet Schillerstraße“ wurden im Bereich „Schillerstraße“, welcher den innerstädtischen Versorgungsschwerpunkt darstellt und aktuell noch über einen vielseitigen Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben verfügt, Tendenzen eines Trading-Down-Effektes bzw. ein Bedeutungsverlust der Innenstadt identifiziert. Dieser äußert sich u.a. durch zunehmenden Leerstand und mindergenutzte Objekte (z.B. Vergnügungsstätten).

Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken und auch künftig über attraktive innerstädtische Versorgungsstrukturen zu verfügen, wurde im Rahmen des ISEK die Entwicklung eines Einzelhandelskonzeptes für das Untersuchungsgebiet als Schlüsselmaßnahme identifiziert, um damit die zentralen Versorgungs- und Treffpunktionen in der Schillerstraße zu stärken.

Die cima Beratung + Management GmbH, Büros Stuttgart/Frankfurt, wurde im September 2020 von der Stadt Nidda mit der Bearbeitung des erwähnten Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept liegt derzeit für die Stadt Nidda nicht vor, sodass im Rahmen des beauftragten Konzeptes auch Aussagen hinsichtlich der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung zu treffen sind.

Vorgehensweise und Untersuchungsdesign

Vorgehensweise und Untersuchungsdesign des Projektes wurden einerseits gemeinsam von Auftraggeber und Auftragnehmer entwickelt und andererseits eng mit einer projektbegleitenden Steuerungsgruppe erörtert. Folgende Themenfelder und Untersuchungsschritte sind bearbeitet worden:

- Darstellung der projektrelevanten, planerischen und sozio-ökonomischen Strukturen und Rahmenbedingungen,
- Aufzeigen aktueller Trends und Entwicklungen im Einzelhandel und der damit verbundenen Innenstadtentwicklung,
- gesamtstädtische Bestandserhebung des Einzelhandels inklusive Ladenhandwerk,
- Fokusbetrachtungen Entwicklungsgebiet Schillerstraße (inklusive einer Beurteilung der ergänzenden, komplementären Dienstleistungsstrukturen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen), inklusive einer städtebaulichen Beurteilung,
- Ermittlung der projektrelevanten Nachfragepotenziale in der Nidda Stadt bzw. der Region,

Aufgabenstellung und Zielsetzungen

Die zentralen untersuchungsleitenden Zielsetzungen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Analyse und Bewertung der aktuellen Angebots- und Nachfragestrukturen auf gesamtstädtische Ebene sowie runtergebrochen auf das Entwicklungsgebiet Schillerstraße (inklusive prognostischer Annahmen zur zukünftigen Strukturentwicklung),
- Darstellung von wesentlichen Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Einzelhandels- und Versorgungsstandortes Nidda mit dem Schwerpunkt Schillerstraße
- Ableitung von standortbezogenen Entwicklungsperspektiven (mit Fokusbetrachtungen auf die Schillerstraße),
- Erarbeitung eines entwicklungsorientierten Zielkataloges bzw. eines städtebaulich orientierten Entwicklungsrahmens für die weitere Einzelhandelsentwicklung und die damit verbundenen Steuerungsmöglichkeiten.

Dialog- und Beteiligungsverfahren

Aufgrund der strukturellen Bedeutung des Entwicklungsraumes Schillerstraße für die Gesamtstadt Nidda wurde ein transparentes Beteiligungs- und Mitwirkungskonzept entwickelt, u. a.:

- Regelmäßige Abstimmungen mit der Stadtverwaltung,
- Berichterstattung in den politischen Gremien,
- Erörterung von Vorgehensweise sowie Zwischenergebnissen/Konzeptentwürfen einer projektbegleitenden Steuerungsgruppe,
- Einspeisen des Projektes in die Lokale Partnerschaft Nidda,
- Öffentlichkeitsarbeit.

Abb. 1: Entwicklungsgebiet Schillerstraße



Quelle: cima 2020

2 Einordnung Zielstellung ISEK Städtebaulicher Entwicklungsbe- reich Schillerstraße

Im Rahmen des ISEK für den städtebaulichen Entwicklungsraum Schillerstraße¹ aus dem Jahr 2018 wurde ein zentrales Leitbild entwickelt.

Nidda – Stadt am Fluss Erschließung der Potentiale

Mit dem Leitbild wird zum Ausdruck gebracht, dass in der Mittelstadt verschiedene Potentiale gegeben sind, die aktuell nicht optimal genutzt werden.

Neben den Strukturen im Kernbereich, die auch künftig den Ansprüchen an einen modernen Stadtraum in Bezug auf Aufenthaltsqualität, Nutzungsstruktur, Stadtgestalt, Treffpunktfunktionen, Verkehr etc. genügen sollen, ist auch die Integration und das Erlebarmachen der Nidda ein wesentlicher Aspekt der künftigen Stadtentwicklung. Um diesem übergeordneten Leitbild gerecht zu werden, wurden entsprechende Leitlinien und Zielsetzungen definiert.

Sichere Mobilität und attraktive Verweilmöglichkeiten für alle Verkehrsteilnehmer

- Barrierefreie Begegnungsmöglichkeiten
- Kurze fußläufige Distanzen mit Verweilinseln
- Gleichberechtigter und sicherer Verkehrsfluss

Langfristige Sicherung der Versorgungsqualität durch gezielte Ergänzung und Nutzungsmischung

- Erhaltung und Ansiedlung von qualifiziertem Einzelhandel/ Gewerbe/ Dienstleistungen
- Ansiedlung und Aufwertung von Gastronomie und Beherbergungsgewerbe
- Bereitstellung potenzieller Flächen für die Neuansiedlung weiterer Versorgungseinrichtungen
- Anpassung und Erweiterung der öffentlichen Infrastruktur

Saubere Luft – Grüne Stadt

- Schaffung von Kleinstreholungsinseln
- Fluss und Ufer ökologisch erlebbar machen und aufwerten
- Stärkung der Elektromobilität in der Innenstadt
- Verstärkung der Stadtbegrünung

Attraktiver und belebter Wohnstandort für alle Bevölkerungsschichten

- Stadt der kurzen Wege: Wohnen, Versorgung und Arbeit in unmittelbarer Nähe
- Schaffung vielfältiger Freizeitmöglichkeiten
- Schaffung generationsübergreifender Infrastruktur
- Vorrangige Schaffung von Wohnraum im Bereich der Nidda und des Beundehanges

¹ ROB Planergruppe, gsw Architektur + Stadtentwicklung

Basierend auf dem Leitbild sowie den strategischen Zielsetzungen wurden insgesamt 48 Einzelmaßnahmen festgelegt, die den „Rahmen“ für die künftige Stadtentwicklung im Kernbereich bilden sollen. Zur Erreichung des Leitziels „Langfristige Sicherung der Versorgungsqualität durch gezielte Ergänzung und Nutzungsmischung“ wurde als eine wesentliche Einzelmaßnahme die Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für den Entwicklungsbereich Schillerstraße

Zunächst wird im Rahmen des ISEK ein noch vielseitiger Besatz an Einzelhandel und Dienstleistungen konstatiert. Jedoch ist durch zunehmenden Leerstand sowie Mindernutzungen, z.B. durch Vergnügungstätten, ein einsetzender „Trading-Down-Effekt“ zu beobachten, dem mit Hilfe des Einzelhandelskonzeptes entgegengewirkt werden soll.

Fazit:

Mit Hilfe des Einzelhandelskonzeptes sollen zum einen offene Entwicklungspotentiale in Bezug auf die Angebotsstrukturen im Entwicklungsgebiet Schillerstraße identifiziert werden sowie auch bauleitplanerische Rahmenbedingungen mit Hilfe des Standort- und Sortimentskonzeptes () geschaffen werden.

Mit der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche als „schützenswerte Bereiche“ sowie eine ortsspezifischen Niddaer Sortimentsliste wird auch Investitionssicherheit für Bestandsbetriebe sowie potenzielle interessierte Betriebe innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches hergestellt, in dem insbesondere die Steuerung der zentrenrelevanten und damit innenstadtprägenden Sortimente geregelt wird. Somit trägt das Einzelhandelskonzept einen wichtigen Beitrag für die künftige Stadtentwicklung der Stadt Nidda bei.

3 Einzelhandel und Stadtentwicklung

3.1 Trends in der Stadtentwicklung: der cima.MONITOR

Für den aktuellen cima.MONITOR² wurden im Jahr 2019 bundesweit über 2.000 Bürgerinnen und Bürger telefonisch zu grundlegenden Einschätzungen der Stadtentwicklung, der Einzelhandelsentwicklung, des Online-Shoppings sowie der Nahversorgung befragt. Im Hinblick auf das Einzelhandelskonzept die Schillerstraße Nidda lassen sich die zentralen Ergebnisse wie folgt zusammenfassen:

- Über 80% der Befragten haben angegeben, dass sie im vergangenen Jahr (d.h. 2018) Online eingekauft haben. Damit ist auch im Hinblick auf die früheren cima.MONITORE eine deutliche Zunahme der Online-Einkaufsaktivitäten nachzuvollziehen. Gerade die Altersklasse der Ü50-Jährigen hat seinen Anteil hierbei am deutlichsten ausgebaut. In Bezug auf die Stadtgrößen wurden keine signifikanten Unterschiede festgestellt, d.h. auch die Stadt Nidda mit ihrer Einwohnerzahl folgt im Wesentlichen den o.g. Trends.
- Für die Befragten wird die Attraktivität einer Innenstadt im Wesentlichen durch die Einkaufsmöglichkeiten geprägt. Knapp 2/3 der Befragten geben diesen Aspekt an, wodurch die Einkaufsmöglichkeiten nach wie vor – analog zu den früheren cima.MONITOREN – auf Platz 1 stehen. Gastronomie sowie Kultur- und Freizeitangebote folgen bei den Merkmalen der Innenstadtattraktivität auf den Plätzen 2 und 3. Aspekte wie Sauberkeit und Aufenthalts-

qualität haben in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen.

- Die Bedeutung bzw. Wichtigkeit von sog. Shopping-Centren für die Attraktivität einer (Einkaufs-)Innenstadt hat im cima.MONITOR 2019 nochmals leicht zugenommen. Für rund 75% der 15- bis 29-Jährigen ist ein Shopping-Center für die Attraktivität einer Innenstadt sehr wichtig bzw. wichtig, wobei zu beachten ist, dass die Realisierung eines Shoppingcenters in der Stadt Nidda aufgrund der Standortrahmenbedingungen nicht realistisch ist.

In der Gesamteinordnung zur Entwicklung der Einkaufs- und Versorgungsfunktion von Nidda zeigt der cima.MONITOR (2019), dass einerseits der Internethandel (und damit auch die digitale Sichtbarkeit der Innenstadt) sich zu einem stabilen Faktor, auch bei den älteren Altersgruppen, entwickelt. Zum anderen rückt eindeutig die Multifunktionalität von Innenstädten mit attraktiven Aufenthaltsräumen (u.a. Stadtbild, Ruhezonen) stark in den Fokus.

Grundsätzlich zeigen unsere aktuellen, bundesweiten Befragungen, dass die Multifunktionalität, d.h. der „Dreiklang“ aus Einzelhandel, Gastronomie und Gesundheitswesen, eine zentrale Rolle einnimmt.

² Vgl. www.cima.de

3.2 Veränderte Kundenansprüche

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seinen Mehrwert darstellt und kommuniziert, was nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität/ Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Die klassische 3-Gliederung in die Preis-Leistungs-Kategorien Premium/Standard/Economy schwächt sich zunehmend ab. Die undifferenzierte Angebotsmitte, die weder eine klare Preisstellung aufweist noch besondere Identitätsstiftung über das Produkt oder die Story hinter dem Produkt verschafft, wird aus dem Markt gedrängt. Dabei geht es gar nicht um die Preismitte, sondern um ein Mittelmaß des Produktversprechens an den Kunden. Er kann sich also weder besonders smart fühlen, indem er das beste Preis-Leistungs-Verhältnis gefunden hat, noch kann er sich durch die Produkte in seinem Status bestätigt fühlen. In einer Studie der ECE³ bspw.

³ ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG (2017): „WER SHOPPT WIE?“

werden unterschiedliche Shopper-Typen identifiziert, die die obige Grundthese differenzieren und bestätigen.

Abb. 2: Veränderte Kundensegmentierung



Quelle: BBE Handelsberatung 2017, Bearbeitung cima 2019

3.3 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multimarkenimage oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller

verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze.

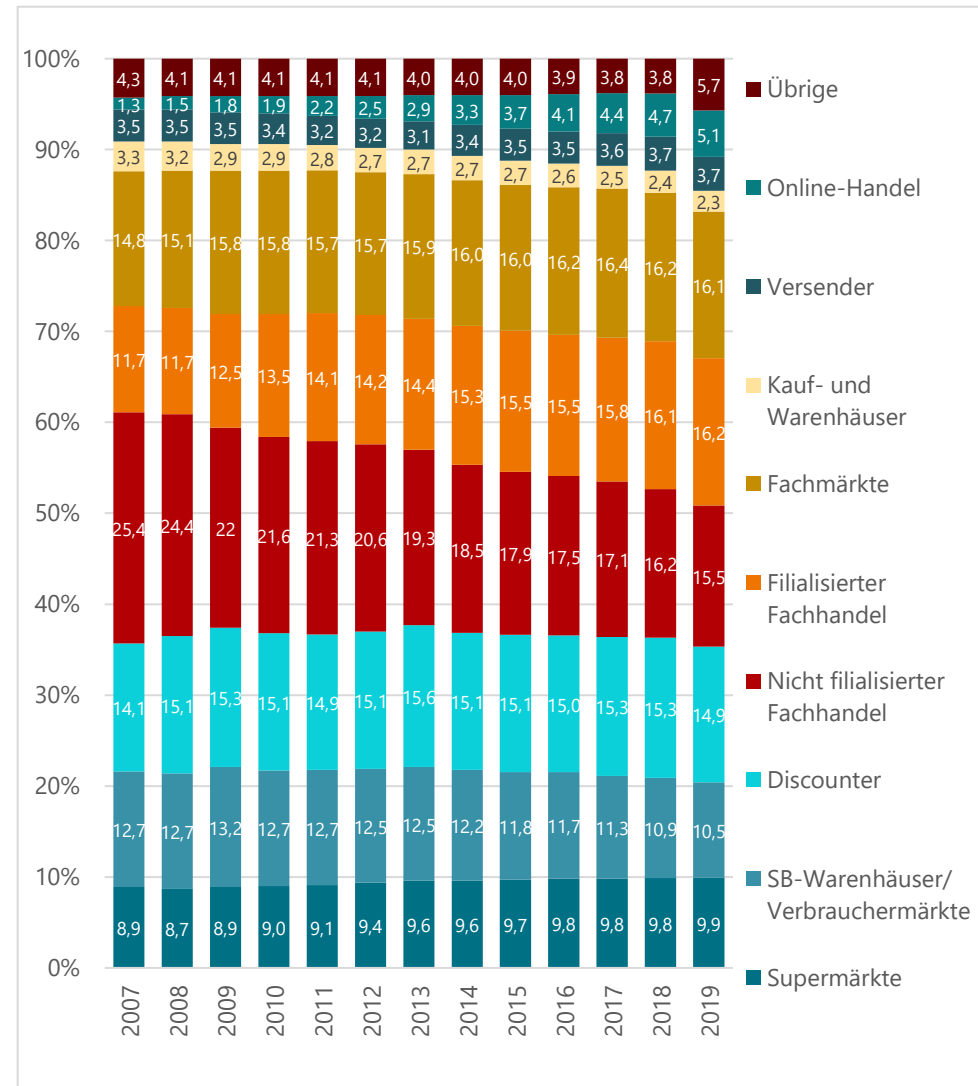
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchisenehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbund.
- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-up: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentrum oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf), Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Dafür folgen die Anbieter der zunehmenden Überalterung mit einer Dezentralisierungsstrategie.
- Auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz, qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenienceprodukte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau oder der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte

müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.

- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaMarkt-Saturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf).
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen (Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv), z. B. Primark als sehr erfolgreiches Textil-Discount Konzept (v. a. in den Oberzentren).
- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, Shopping-Center-Standards haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant, müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog, Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online Shops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie allyouneed-fresh.de oder hellofresh.de.

Im Ergebnis erfordern diese Entwicklungstrends in den Kommunen ein aktives Handeln, sowohl in Form einer städtebaulichen Steuerungsfunktion als auch durch ein aktives Standortmanagement und Stadtmarketing.

Abb. 3: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007-2019 (nominal in %)



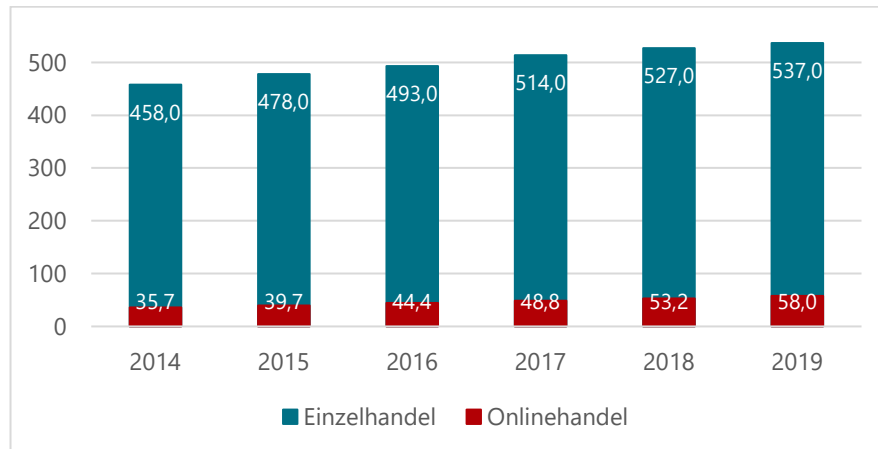
Quelle: Statista.de 2020; Bearbeitung cima 2020

3.4 Online-Handel

Der Online-Handel verzeichnet seit geraumer Zeit ein stetiges Wachstum. Allein in den Jahren 2014 bis 2019 erfuhr der Online-Handel ein Wachstum von 42,8 Mrd. € um 60% auf 71,9 Mrd. €. Anteilig am Gesamtumsatz steigt der Online-Handel von ca. 9% im Jahr 2014 auf ca. 13% im Jahr 2019 an.

Zu bemerken ist, dass der klassische Versandhandel über Print-Kataloge dabei zunehmend an Bedeutung verliert und das Wachstum vor allem auf den zunehmenden Anteil des Online-Handels, einschließlich des Mobile-Commerce (Einkauf über mobile Endgeräte, wie bspw. Smartphones) zurückzuführen ist.

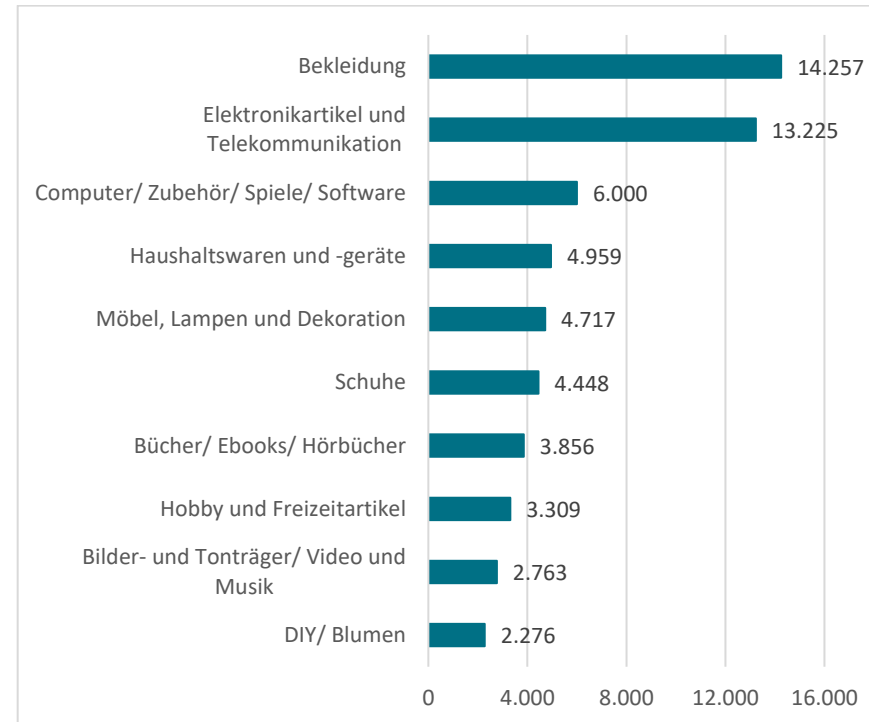
Abb. 4: Umsatzentwicklung Einzelhandel insgesamt sowie Umsatzanteil Online-Handel in Mrd. €



Quelle: EHI Handelsdaten 2019, Bearbeitung: cima 2020

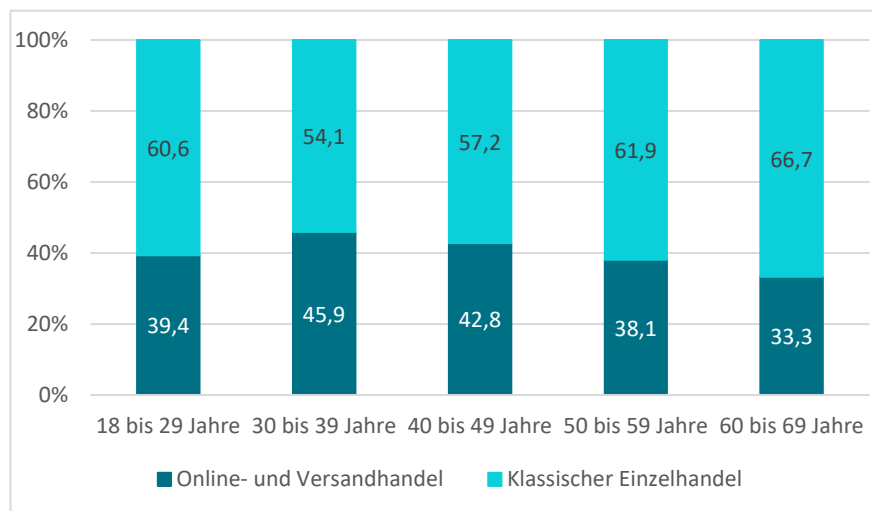
Umsatzstärkste Branche im Online-Handel ist nach wie vor der Handel mit Bekleidung und Textilien. Ebenfalls seit Jahren führend im Onlineumsatz liegen die Warengruppen Elektroartikel und Telekommunikation, Computerartikel sowie der Handel mit Haushaltswaren und -geräten.

Abb. 5: Top 10 der Warengruppen im interaktiven Handel nach Online-Umsatz 2019



Quelle: EHI Handelsdaten 2020, Bearbeitung: cima 2020

Online-Shopping ist in Deutschland längst nicht mehr nur eine Sache der jüngeren Kunden. Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht, dass der Anteil der Online-Shopper über alle Altersklassen hinweg nur geringe Unterschiede aufweist. Wenngleich Art, Umfang und Häufigkeit der Online-Einkäufe wohl größere Schwankungen aufweisen können, ist das Internet inzwischen als Einkaufsalternative in allen Altersklassen angekommen.

Abb. 6: Bevorzugte Einkaufswege nach Altersklassen (Angabe in %)

Quelle: EHI Handelsdaten 2019, Bearbeitung: cima 2020

Vor diesem Hintergrund ist aus Sicht der Stadt Nidda von grundlegender Bedeutung, dass von öffentlicher Hand aber auch von Seiten des Gewerbes die digitale Transformation gelingt, um einerseits die „digitale Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum als auch die Onlinesichtbarkeit des Gewerbes zu erhöhen, um die Versorgungsstrukturen zu erhalten und auch künftig der Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht werden zu können.

Die nachhaltige Entwicklung und Implementierung des digitalen Rüstzeugs in einen gesamtstädtischen Kontext bildet dabei allerdings eine komplexe sowie zeitintensive Aufgabe, bei der viele verschiedene Akteure und Interessen integriert werden wollen ⁴.

3.5 Einordnung möglicher Wirkungen der Digitalisierung bzw. des Onlinehandels auf die Einzelhandels- und Versorgungsstruktur in Nidda

Die Diskussion und Abwägung hinsichtlich der möglichen Wirkungen des zunehmenden Onlinehandels und der fortschreitenden Digitalisierung der Gesellschaft insgesamt auf die Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen in Nidda sind unter zwei Blickwinkeln zu untersuchen:

Risiken:

Nicht nur die aktuellen Entwicklungen im Rahmen der Corona-Krise, sondern die generellen Entwicklungstrends der vergangenen Jahre zeigen, dass die Digitalisierung im Einzelhandel weiter voranschreitet. Das Kundenverhalten ändert sich – die Online-Einkaufsmöglichkeiten, nicht nur bei Amazon, nehmen stetig zu. Im Ergebnis bedeutet diese Tatsache, dass der stationäre Einzelhandel an Umsatzleistung verliert. Dies betrifft insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Sport (Hinweis auf Betriebsaufgabe Intersport in der Schillerstraße), während die nahversorgungsrelevanten Angebote, insbesondere Drogeriewaren und Lebensmittel, noch relativ hohe Umsatzanteile und -leistungen im stationären Einzelhandel aufweisen.

Der gesellschaftliche Trend zu einer verstärkten Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen im Internet wird auch in den kommenden Jahren – folgt man allen Analysen und Bewertungen – nicht nachlassen.

Chancen:

Einzelhandels- und Wirtschaftsstandorte haben die Möglichkeit, mit regionalen und lokalen Digitalisierungsstrategien die Chancen des

⁴ Eine Vertiefung dieses Kapitels befindet sich im Anhang

gesellschaftlichen Transformationsprozesses aktiv zu nutzen. Wobei das „AKTIVE“ nutzen im Vordergrund steht. Stichworte wie „digitale Aufenthaltsqualität“ und „digitale Präsenz“ prägen die Diskussion.

Die früher häufig formulierte These „man lässt sich im stationären Einzelhandel beraten und kauft dann im Internet“ lässt sich in dieser Form nicht mehr empirisch belegen. Vielmehr ist zu beobachten, dass sich die Kunden im Internet orientieren und dann durchaus im stationären Einzelhandel – sofern die Angebote auch bekannt sind – mit entsprechenden Beratungsleistungen den Einkauf tätigen. Hierfür ist es jedoch essenziell, dass die Betriebe sich zeitgemäß und damit entsprechend der Erwartungshaltung auf Kundenseite online/digital präsentieren. Neben dem stationären Schaufenster stellt auch das „digitale Schaufenster“ einen wesentlichen Bestandteil für eine zukunftsorientierte Betriebsstrategie dar.

Ausgangssituation in Nidda

Die möglichen Wirkungen der Digitalisierung sind vor dem Hintergrund der skizzierten Chancen und Risiken für die Stadt Nidda und spezifisch für die Schillerstraße einzuordnen.

Aktuell sind insbesondere im Bereich der Schillerstraße bereits Trading-Down-Tendenzen gegeben, welche sich in Mindernutzungen und zunehmender Leerstandsquote äußern. Für die übrigen eher Nahversorgungs- und Fachmarktorientierten Einzelhandelsstandorte kann eine weitgehend stabile Situation konstatiert werden.

Insbesondere für den Bereich Schillerstraße, welche als zentrale, innerstädtische Einkaufslage prägend für den Einkaufsstandort Nidda insgesamt ist, ist eine moderne Digitalisierungsstrategie von besonderer Wichtigkeit, um dem bereits einsetzenden Rückgang der Angebotsstrukturen und dem Risiko des zunehmenden Funktionsverlustes der Innenstadt entgegenzuwirken. Gelingt es der Stadt Nidda, die sich aus der Digitalisierung ergebenden Chancen aktiv und konsequent zu nutzen, ergeben sich Perspektiven

hinsichtlich einer Stabilisierung und einer qualitativen Weiterentwicklung der bestehenden Angebots- und Versorgungsstrukturen.

In Anbetracht des aktuellen noch nahezu durchgehenden Besatzes an Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie liegen derzeit positive Grundvoraussetzungen vor, in dem die Standortlage Schillerstraße als Einzelhandels- bzw. Versorgungsstandort eine gewisse Attraktivität ausstrahlt und nicht als Standortlage revitalisiert werden muss. Weiter ist auf die überwiegend positiven Standortrahmenbedingungen in der Region, wie z.B. eine stabile Bevölkerungsprognose ⁵, Zunehmende Bedeutung der Stadt Nidda als Arbeitsstandort etc. hinzuweisen. Auch durch die im Stadtteil Bad Salzhausen ansässigen Reha-Kliniken und den damit verbundenen auswärtigen Gästen kann als Potentialreserve betrachtet werden, die verstärkt als Innenstadtbesucher zu gewinnen sind.

Nach den Recherchen der CIMA ist aktuell noch keine konsistente Digitalstrategie, die auch die o.g. Entwicklungen bzw. Chancen und Perspektiven auf einzelbetrieblicher und überbetrieblicher Ebene beinhaltet, gegeben. Entsprechend sind die Angebotsstrukturen derzeit nicht gebündelt digital sichtbar und auf die einzelbetrieblichen Digitalangebote beschränkt. Auch etwaige Gemeinschaftsaktionen der Gewerbetreibenden im digitalen Kontext konnten nicht ausgemacht werden.

Wirkungsprognose

Eine Wirkungsprognose der gesellschaftlichen Veränderungsprozesse, die nicht nur die technischen Implikationen der Digitalisierung auf die Einzelhandels- und Versorgungsstruktur in Nidda, insbesondere in Bezug auf die Standortlage Schillerstraße, umfassen, lässt sich in zwei Szenarien qualitativ wie folgt darstellen. Eine quantitative Bewertung, d.h. eine rechnerische Prognose der absoluten Zahlen an Verkaufsflächenveränderungen bzw. betrieblichen Veränderungsprozessen ist dabei nach unserem Dafürhalten aufgrund der Abhängigkeit einzelbetrieblicher sowie

⁵ Vgl. Bevölkerungsvorausschau der Hessen Agentur

immobilienabhängiger Entscheidungen und der weiterhin anhaltenden Corona-Pandemie derzeit nicht seriöser Weise möglich.

Perspektivszenario „Weiter wie bisher“

Das Perspektivszenario „Weiter wie bisher“ geht davon aus, dass kurz- bis mittelfristig kaum Veränderungsprozesse im Bereich der betrieblichen bzw. städtischen Digitalisierungsstrategien in Nidda umgesetzt werden. Ungeachtet dessen, werden sich die gesellschaftlichen Veränderungsprozesse weiterentwickeln. Das heißt konkret, bei einer fehlenden „digitalen Präsenz“ der im Moment vorhandenen Angebotsstrukturen ist davon auszugehen, dass Bevölkerung bzw. Kunden den Anteil an Kaufvorgängen im Internet erhöhen werden, ohne dass die Gewerbetreibenden in Nidda in entsprechendem Maße daran partizipieren können.

Folgerichtig werden sich aus betrieblicher Sicht Umsatzrückgänge, ggf. aus städtebaulicher Sicht Frequenzverluste – insbesondere für den Bereich der Schillerstraße mit den vorwiegend innenstadtprägenden Sortimenten ergeben. Die Reduzierung des Verkaufsflächenangebotes könnte eine Folge sein, um die rückläufigen Flächenproduktivitäten zu kompensieren. Diese Reaktionsmöglichkeiten dürften sowohl größere Leitbetriebe als auch kleinere Betriebe umfassen. Beispielhaft sind hier die Sortimente Sportartikel, Spielwaren und auch Bücher zu nennen, welche durch hohe Anteile bzw. weiter steigende Anteile im Onlinehandel geprägt sind oder im Zeichen des Strukturwandels im Einzelhandel zunehmend in anderen Betriebstypen angeboten werden (Hinweis zunehmender Anteil von Spiel- und Schreibwaren in Drogeriemärkten).

Entwicklungsszenario „Aktive Gestaltung der digitalen Transformation zur Stärkung des Gewerbestandortes Nidda“

Das Entwicklungsszenario „Aktive Gestaltung der digitalen Transformation zur Stärkung des Gewerbestandortes Nidda“ geht davon aus, dass eine

gemeinschaftliche Digital-Strategie entwickelt wird, um die bestehenden Strukturen zu erhalten und im Idealfall weiterentwickeln zu können.

Das Perspektivszenario geht davon aus, dass man in diesem Transformationsprozess „nicht auf den letzten Betrieb warten kann“, sondern dass aktive und engagierte Betriebe – mit Unterstützung durch die Stadtverwaltung Nidda - voranschreiten müssen. Die Stadt Nidda betrachtet in diesem Kontext die Möglichkeiten der Digitalisierungs-Infrastruktur als Instrument einer aktiven Wirtschaftsförderung und Profilierungsstrategie.

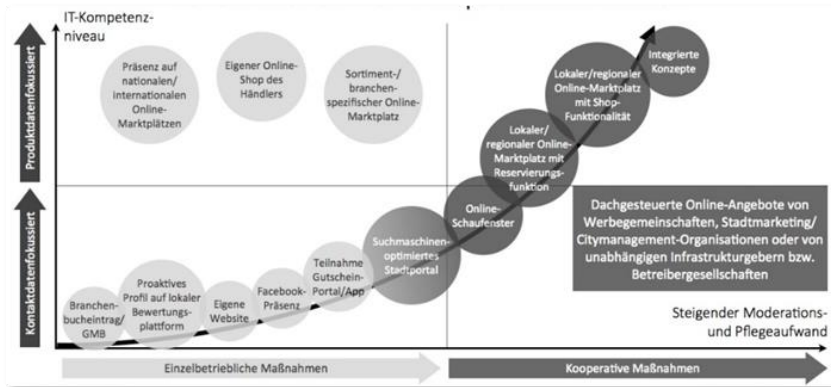
Im Ergebnis der konsequenten Umsetzung des Perspektivszenarios wird die Zielsetzung verfolgt, einerseits Nidda als service- und digitalisierungsorientierten Einzelhandels- und Versorgungsstandort zu profilieren, andererseits die Veränderungsbereitschaft und Innovationskraft der Einzelbetriebe nachhaltig zu unterstützen.

In jüngerer Vergangenheit hat sich gezeigt, dass insbesondere die Aspekte der Erhöhung der Onlinesichtbarkeit sowie die Erhöhung der Kaufkraftbindung wesentliche Erfolgsfaktoren in Abhängigkeit der digitalen Transformation darstellen. Als bewährte Maßnahmen sind u.a. hervorzuheben:

- Ein sog. Online-Präsenz-Check wäre demzufolge eine Impulsmaßnahme, um in Abstimmung mit den wesentlichen Interessensgruppen im ersten Schritt eine objektive Ausgangssituation zu erfassen und zu bewerten.
- Einzelbetriebliche Schulungsangebote zur optimierten Darstellung der Betriebe (Google My Business-Einträge, verschiedene Social-Media-Kanäle)
- Erstellung eines attraktiv gestalteten Stadtportals als Schaufenster der lokalen Strukturen (Fokus Sichtbarkeit, Imageaufbau - weniger verkaufsorientiert)
- Digitale Bonuskarten/Stadtgutscheine: In Bezug auf Nidda ist die Überführung der bestehenden „Nidda Gutscheine“ in eine digitale

Kartenlösung denkbar (Im Idealfall in Kombination mit einer städtischen Bonus-Card)

Abb. 7: Von einzelbetrieblichen zu kooperativen Maßnahmen



Quelle: cima 2020

Konsequenzen für die künftige Städtebauplanung in Bezug auf die handelsorientierten Strukturen

Aus dem zu präferierenden Entwicklungsszenario „Aktive Gestaltung der digitalen Transformation zur Stärkung des Gewerbestandortes Nidda“ lassen sich zur Unterstützung, gerade der innenstadtorientierten Betriebe, folgende Konsequenzen ableiten:

Um die Bemühungen im Zuge der Digitalisierungsstrategie zur Stärkung der bestehenden Strukturen im Innenstadtbereich nicht zu konterkarieren, gilt es, handelsbezogene Fehlentwicklungen an den städtebaulich nicht integrierten Standortbereichen zu vermeiden, um schädliche Umsatzumverteilungsprozesse gegen die dort ansässigen Betrieben zu vermeiden und perspektivisch für potentielle Neuansiedlungen eine Investitionssicherheit zu gewährleisten. Demgegenüber gilt es, die Nutzungsvielfalt und -qualität im Innenstadtbereich im Rahmen der bestehenden Möglichkeiten und der Zugriffsmöglichkeiten der Verwaltung konsequent und aktiv zu fördern.

4 Bestandsanalyse

4.1 Raumordnerische und sozioökonomische Strukturen

Die Stadt Nidda und seine Lage im Raum

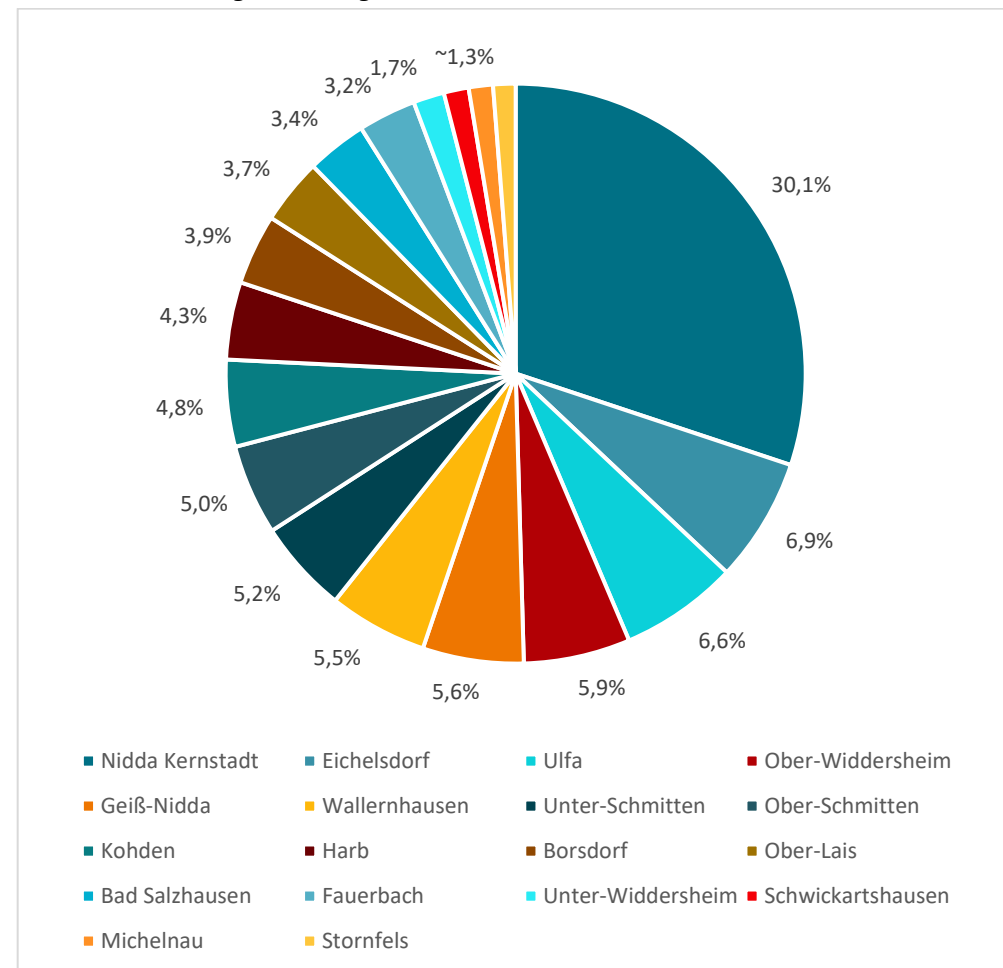
Die im südhessischen Landkreis Wetterau gelegene Stadt Nidda ist mit seinen etwa 17.300 Einwohnern das Mittelzentrum in der Region. Siedlungsstrukturell gliedert sich Nidda in die Kernstadt (ca. 5.300 EW) sowie 17 Stadtteile, die ganz überwiegend im Rahmen der Gemeindegebietsreform in den siebziger Jahren eingemeindet wurden. Die Stadtteile weisen eine überwiegend ländliche, kleinteilige Struktur mit Einwohnergrößen von 200 bis 1.200 Einwohner auf. Ergänzend zur Kernstadt sind noch folgende Stadtteile zu nennen:

Bad Salzhausen, Borsdorf, Eichelsdorf, Fauerbach, Geiß-Nidda, Harb, Kohden, Michelnau, Ober-Lais (mit Unter-Lais), Ober-Schmitten, Ober-Widdersheim, Schwickartshausen, Stornfels, Ulfa, Unter-Schmitten, Unter-Widdersheim und Wallernhausen.

An der Grenze zum Ballungsraum Frankfurt gelegen ist die Stadt Nidda gut an das Bundes-, Landes- und Kreisstraßennetz angeschlossen. Dabei sind explizit die B455 nach Friedberg, die B457 nach Gießen bzw. Büdingen als auch die A45 nach Gießen bzw. Hanau zu nennen.

Mit den Bahnhöfen in Nidda, Borsdorf und Ober-Widdersheim („Häuserhof“) ist die Stadt zudem auch an die regionale Bahnlinie Gießen - Gelnhausen angeschlossen. Darüber hinaus sind die Stadtteile Nidda, Bad Salzhausen und Ober-Widdersheim (Süd) an die Linie Nidda – Friedberg (-Frankfurt) angebunden. In seiner naturräumlich besonderen Lage führen ebenfalls sowohl regionale als auch überregionale Rad- und Wanderwege durch die Großgemeinde.

Abb. 8: Bevölkerungsverteilung Nidda nach Stadtteilen 2019*



Quelle: Nidda.de – Nidda in Zahlen,*Haupt- und Nebenwohnsitze

Naturräumlich liegt die Stadt Nidda an der Nahtstelle zwischen Wetterau und Vogelsberg in den Naturräumen Osthessisches Bergland und Rhein-Main-Tiefland. Geprägt ist die Lage zudem durch die Gewässerverläufe der namensgebenden Nidda und Ulfa, sowie weiterer Nebenbäche. Der Flusslauf der Nidda liegt auf einer Höhe von 130 m ü. NN, die umliegenden Höhenzüge steigen bis zu 190 m ü. NN an.

Mit dem wertvollen historischen Ortskern in Nidda, der Denkmalsubstanz und dem Kurpark in Bad Salzhausen und der Denkmalsubstanz in Ulfa besitzt die Stadt Nidda einige regional bedeutsame denkmalgeschützte Anlagen.

Landesplanerische Einordnung und Zentralörtliche Bedeutung

Der Landesentwicklungsplan Hessen von 2020 weist Nidda als Mittelzentrum (MZ) PLUS im ländlichen Raum aus. Diese sind charakterisiert durch *„die räumliche Lage, eine starke zentral-örtliche Ausprägung, eine relativ große Entfernung zum nächsten Mittelzentrum und einem tendenziell hohen Mitversorgungsgrad. Der daraus abgeleitete landesplanerische Unterstützungsbedarf liegt in der Bestandssicherung der zentralörtlichen Infrastruktur und der Einrichtungen der Daseinsvorsorge. Öffentliche Fördermittel und (Behörden-) Standortentscheidungen sind hier möglichst zu konzentrieren“* (LEP Hessen 2020, Begründung zu 5.2.2-3)

Der Mittelbereich des MZ Nidda umfasst neben der Stadt Nidda selbst die umliegenden Gemeinden Gedern, Hirzenhain, Ortenberg und Ranstadt, sodass der Mittelbereich etwa 41.500 EW umfasst.

Die nächstgelegenen Oberzentren sind Gießen (ca. 30 km nordwestlich), Frankfurt (ca. 40 km südsüdwestlich) und Fulda (ca. 50 km nordostöstlich). Hinzu kommen weitere Mittelzentren wie Hungen in Kooperation mit Lich und Laubach (ca. 10 km nordwestlich), Büdingen (ca. 25 km südostöstlich) und Friedberg-Bad Nauheim (kooperierendes Mittelzentrum mit oberzentralen Teilfunktionen, ca. 28 km südwestwestlich). Besonders in östlicher Richtung befindet sich zwischen Nidda und Fulda kein weiteres Mittelzentrum, was das Einzugsgebiet Niddas dahingehend vergrößert.

Als Teil des Impulszentrum im peripheren Raum Wetterau wird Nidda mit dem Ausbau der Niddertalbahn eine weitere zentrale Rolle für die Region zugesprochen.

In der Planungsregion Südhessen bildet Nidda das nördlichste Gemeindegebiet und grenzt somit direkt an die Planungsregion Mittelhessen und die Landkreise Gießen und Vogelsbergkreis. Trotz der räumlichen Angrenzung zum Ballungsraum Frankfurt wird die Stadt in der strukturräumlichen Gliederung als ländlicher Raum ausgewiesen.

Durch die Kategorisierung als Mittelzentrum PLUS im ländlichen Raum kommt der Stadt Nidda gemäß Landesentwicklungsplan folgende Versorgungsfunktion zu:

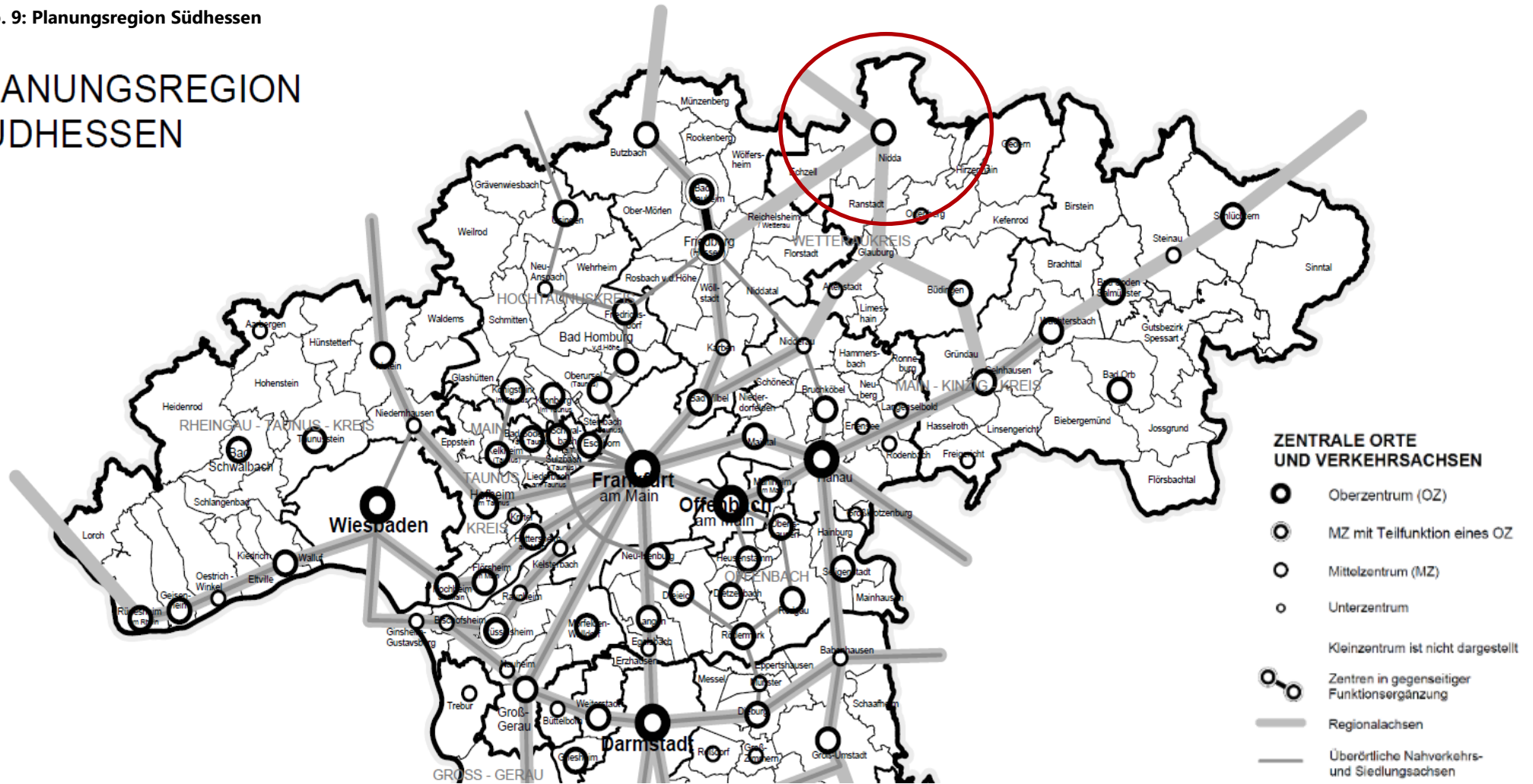
- Die Stadt hat die Aufgabe der Grundversorgung sowie der Deckung des gehobenen Bedarfs zu erfüllen. Für dessen Mittelbereich, welcher im MZ Nidda die Gemeinden Gedern, Hirzenhain, Ortenberg und Ranstadt umfasst, bietet die Stadt Nidda gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und Verwaltungsbereich. Zudem haben Mittelzentren die Funktion der Verknüpfung zwischen regionalem und Nahverkehr.
- Mittelzentren haben bedeutende Versorgungseinrichtungen in den Bereichen Bildung und Kultur, Soziales und Sport, Einzelhandel, Verkehr und Verwaltung / Gerichte zur Verfügung zu stellen.
- Besonders die Mittelzentren im ländlichen Raum haben zur Aufgabe, Programme zur ländlichen Entwicklung, zur Dorfentwicklung und zur Förderung des ländlichen Tourismus zu leisten, um Gemeinden im ländlichen Raum zu stärken. Zudem ist eine an ländliche Siedlungsstrukturen angepasste gewerbliche Entwicklung anzustreben.
- In Mittelzentren sollen günstige Standortbedingungen für die Entwicklung, Ansiedlung und Neugründung von Unternehmen geschaffen werden.

Durch die räumliche Lage an den Regionalachsen Gelnhausen – Büdingen – Nidda – (Gießen) und Friedberg – Nidda soll nach dem Regionalplan Südhessen „der Leistungsaustausch zwischen den Mittelzentren sowie deren Anbindung an die Oberzentren und das überregionale Fernverkehrsnetz auch Regionsgrenzen überschreitend gewährleistet werden. Die dazu notwendige Verkehrsinfrastruktur und das verkehrliche Leistungsangebot entlang der Achsen sollen erhalten oder ausgebaut werden. Im Ordnungsraum haben Ausbau und Weiterentwicklung des öffentlichen Nah- und Regionalverkehrs, insbesondere auf der Schiene, Priorität“ (Regionalplan Südhessen 2011, G3.3-3).

Nachrichtlich ist die Lage der Stadt Nidda an der Grenze zur Planungsregion Mittelhessen und die Nähe zum gemeinsamen Mittelzentrum Hungen/Lich hinzuweisen, welches das Einzugsgebiet im Norden von Nidda begrenzt.

Abb. 9: Planungsregion Südhessen

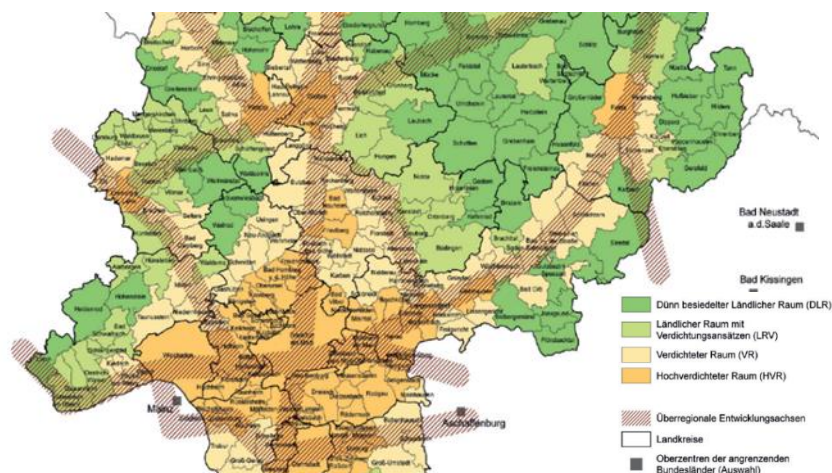
PLANUNGSREGION SÜDHESSEN



Quelle: Regionalplan Südhessen 2010

Die unmittelbare Nähe zu überregionalen Entwicklungsachsen bieten Nidda besonders günstige Voraussetzungen für wirtschaftliche und siedlungsstrukturelle Entwicklungen aufgrund leistungsfähiger Verkehrsverbindungen zwischen Metropolen und zentralen Orten. Kernelement der überregionalen Entwicklungsachsen ist der Leistungsaustausch zwischen europäischen Metropolregionen, Oberzentren und unter weitestgehender Berücksichtigung Mittelzentren.

Abb. 10: Strukturräume in Hessen



Quelle: LEP Hessen 2020; Bearbeitung: cima 2020

Sozioökonomische Rahmendaten

Die Einwohnerzahl Niddas bewegt sich seit dem Jahr 2011 auf einem relativ konstanten Niveau (-1,8%) und beläuft sich auf ca. 17.300 EW. Im gleichen Zeitraum ist im Wetteraukreis insgesamt eine positive Bevölkerungsentwicklung zu konstatieren, indem die Bevölkerung um ca. 2,8 % auf 306.460 EW angestiegen ist. Bis 2035 wird für die Stadt Nidda ein Bevölkerungs-

rückgang um etwa 5% prognostiziert, während für den Wetteraukreis⁶ insgesamt eine stabile Bevölkerungsentwicklung erwartet wird.

Im Hinblick auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Nidda zeigt sich seit dem Jahr 2011 eine Steigerung um ca. 23,4 % und liegt damit sogar noch über dem Niveau des Wetteraukreises insgesamt (19,7 %), wodurch sich eine positive Entwicklung des Arbeitsstandortes eindrucksvoll belegen lässt. Dies schlägt sich auch auf den Pendlersaldo nieder, der in der Stadt Nidda zwar noch immer negativ ist, aber seit dem Jahr 2011 deutlich reduziert werden konnte, während sich auf Kreisebene eine gegenläufige Entwicklung beobachten lässt⁷.

⁶ Der prognostizierte Bevölkerungsrückgang wird sowohl von der Stadt Nidda als auch auf Kreisebene kritisch bewertet und weniger stark ausgeprägt erwartet

⁷ Hessische Gemeindestatistik

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten

Indikatoren		Stadt Nidda	Wetteraukreis
Bevölkerungsentwicklung	2010	17.599	298.015
	2012	16.758	293.940
	2014	16.848	297.369
	2016	17.293	303.914
	2018	17.285	306.460
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt			
Entwicklung der sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigten am Arbeitsort	2010	4.927	71.899
	2012	4.984	74.788
	2014	5.411	78.227
	2016	5.669	82.265
	2018	6.081	86.068
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt			
Einpendler	2010	2.819	51.123
Auspendler	2010	3.782	81.037
	Saldo	-963	-29.914
Einpendler	2012	2.890	53.369
Auspendler	2012	2.862	83.618
	Saldo	-972	-30.249
Einpendler	2014	3.215	55.787
Auspendler	2014	4.037	87.676
	Saldo	-822	-31.889
Einpendler	2016	3.412	58.818
Auspendler	2016	4.184	91.792
	Saldo	-772	-32.974
Einpendler	2018	3.697	61.966
Auspendler	2018	4.297	95.924
	Saldo	-600	-33.958

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt

Eine positive Entwicklung ist bei der Entwicklung der Arbeitslosenzahlen sowohl in Nidda als auch dem gesamten Wetteraukreis sowie in Hessen zu beobachten. Dabei ist die Anzahl der Arbeitslosen seit 2015 stetig gesunken.

Niddas Wirtschaft ist geprägt durch eine breite Mischung kleiner und mittelgroßer Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen:

- Maschinen- und Anlagenbau, Metall-, Papier- und Folienherstellung
- Druckindustrie
- Kunststoffverarbeitung
- Oberflächenbeschichtungen
- Elektrotechnik, Bauindustrie

Im Jahr 2015 waren nach Informationen der Stadt Nidda 1.119 Betriebe aus Nidda der Industrie- und Handelskammer (IHK) zugehörig, der Handwerkskammer 248⁸.

Auch der Tourismus hat in der Stadt Nidda eine nicht unerhebliche Relevanz. Mit 114.288 Übernachtungen im Jahr 2018 beläuft sich der Wert der Tourismusintensität (Übernachtungen/pro 1.000 EW) auf ca. 6.612, was für ein Mittelzentrum einen hohen Wert darstellt. Im Wetteraukreis insgesamt beläuft sich der Wert auf ca. 3.618 und liegt damit auf einem deutlich niedrigeren Niveau. Neben den naturräumlichen Besonderheiten sind besonders die zwei Rehabilitationskliniken im Stadtteil Bad Salzhausen entscheidende Faktoren, was sich auch in der vergleichsweise langen durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von ca. 6,2 Tagen widerspiegelt. Der Tourismus besitzt dahingehend ein gewisses Potential für den Einzelhandel bzw. das sonstige Gewerbe (z.B. Gastronomie), sofern es gelingt einen Teil der touristischen Kaufkraft am Standort zu binden.

⁸ Nidda, Wirtschaftsstandort: https://www.nidda.de/sv_nidda/Wirtschaft/Wirtschaftsstandort/

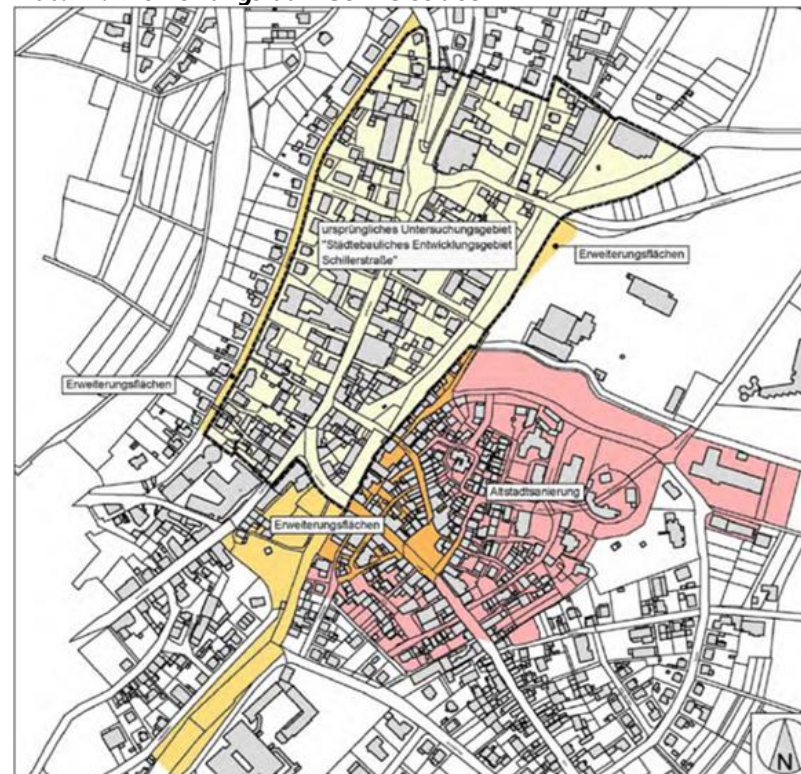
Tabelle 2: Kennzahlen Tourismus der Stadt Nidda

Indikatoren		Stadt Nidda	Wetteraukreis
Anzahl der Ankünfte	2010	17.201	238.575
	2012	19.166	251.920
	2014	15.576	250.903
	2016	16.529	248.052
	2018	18.406	252.039
+/- in %-Punkten 2011-2019		+7,0%	+5,6%
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt			
Übernachtungen (insgesamt)	2010	118.159	1.095.315
	2012	121.995	1.137.844
	2014	112.325	1.127.933
	2016	110.105	1.131.566
	2018	114.288	1.108.717
+/- in %-Punkten 2011-2019		-3,3%	+1,2%
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt			
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2010	6,9	4,6
	2012	6,4	4,5
	2014	7,2	4,5
	2016	6,7	4,6
	2018	6,2	4,4
+/- in %-Punkten 2011-2019		-10,1%	-4,4%
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt			

Entwicklungsgebiet Schillerstraße

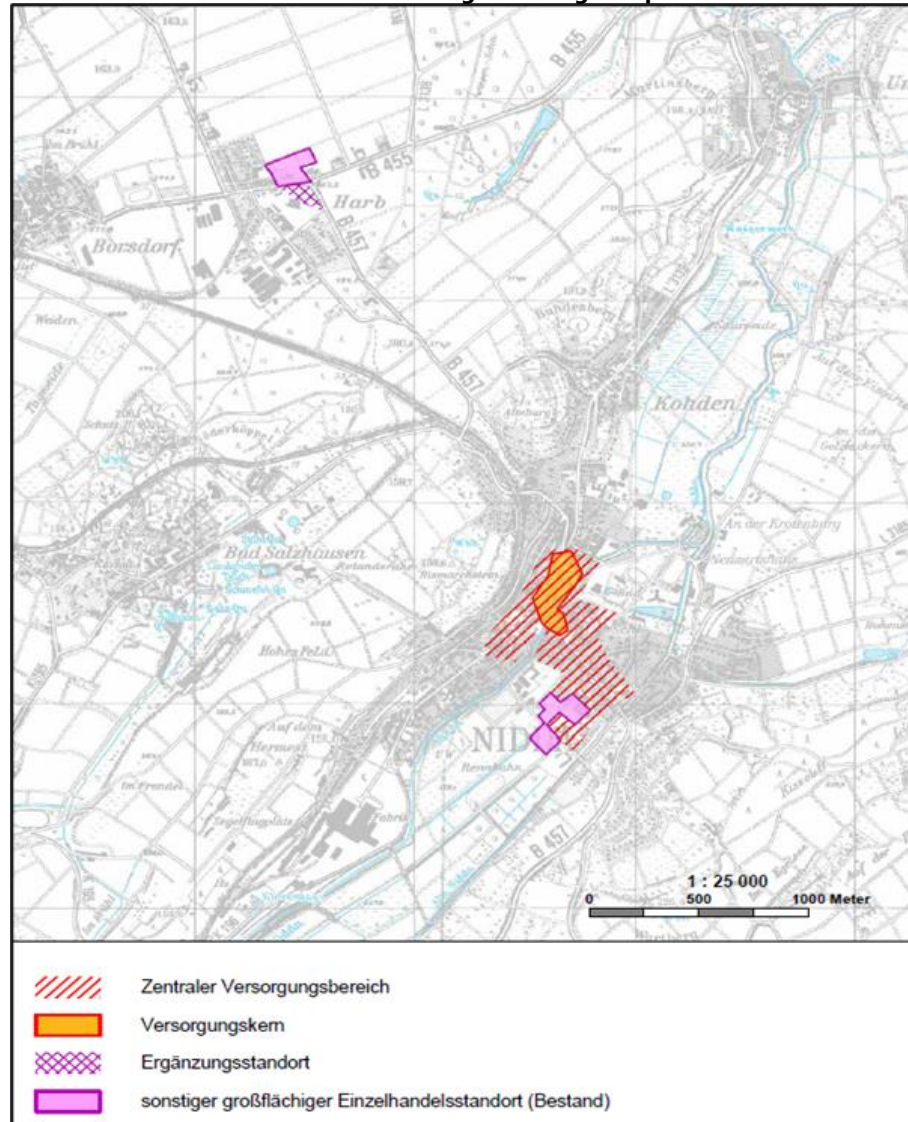
Das Entwicklungsgebiet Schillerstraße im Innenstadtgebiet Niddas reicht von der Neuen Straße (Höhe Marktplatz) bis zur Krötenburgstraße bzw. Hindenburgstraße im Norden und umfasst neben der Schillerstraße auch Teile der Altstadt. Der Standortbereich liegt innerhalb des im Regionalplan Südhessen abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich bzw. Versorgungskern und ist Vorranggebiet für großflächigen Einzelhandel und als „schützenswerter Bereich“ festgelegt.

Abb. 11: Entwicklungsraum Schillerstraße



Quelle: ISEK Nidda

Abb. 12: Standortbereiche Einzelhandel gemäß Regionalplan



Quelle: Regionalplan Südhessen 2010

4.2 Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

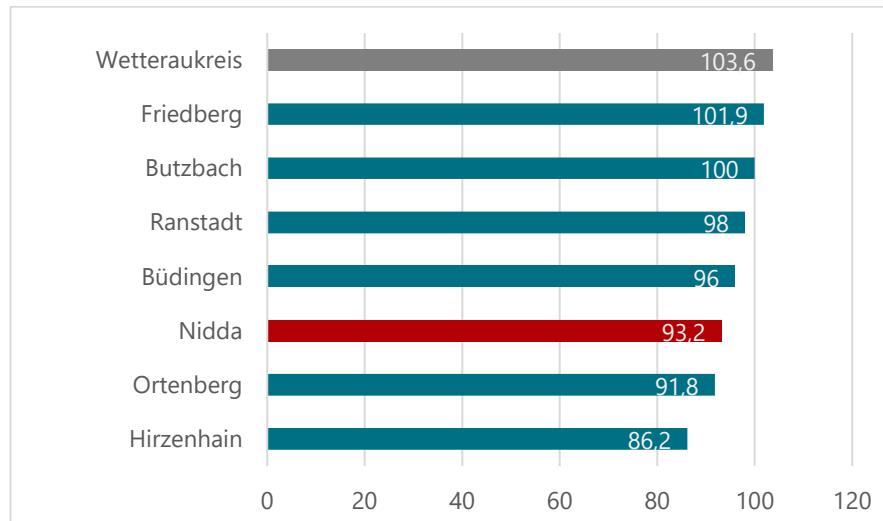
Kaufkraftverhältnisse

Die Kaufkraft einer Region ist abhängig von der Bevölkerungszahl sowie vom Einkommen der jeweiligen Bevölkerung. Dies wiederum ist unter anderem abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung der Region bzw. der Stadt.

Der aktuelle durchschnittliche Ausgabesatz im stationären Einzelhandel liegt bundesweit bei 5.589€ pro Einwohner. Unter Berücksichtigung der Kaufkraftkennziffer von Nidda (93,2%) berechnet sich für die Stadt ein jährlich verfügbarer Ausgabesatz im Einzelhandel in Höhe von 5.209 € pro Einwohner.

Wie die folgende Abbildung verdeutlicht, liegt die Kaufkraftkennziffer Niddas mit 93,2% unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100%). Zudem liegt die Kaufkraftkennziffer auch unter den Werten der umliegenden Mittelzentren Friedberg (101,9%), Butzbach (100%) und Büdingen (96%). Einzig die beiden im Mittelbereich Niddas befindlichen Gemeinden Ortenberg (91,8%) und Hirzenhain (86,2%) weisen eine niedrigere Kaufkraftkennziffer auf.

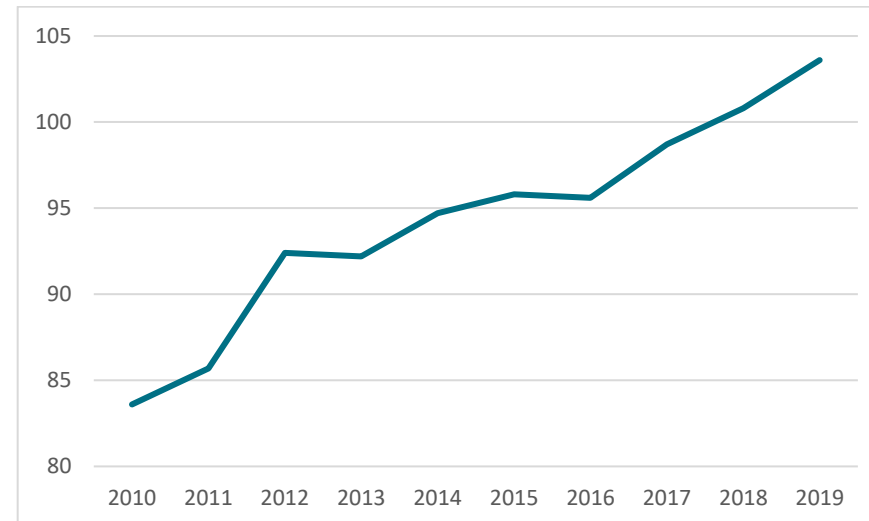
Abb. 13: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: MB Research 2019, Bearbeitung cima 2020

Die Zentralitätskennziffer Niddas lag im Jahr 2019 bei einem Wert 103,9%, d.h. dass ein Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt vorliegt. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Nidda ist in den letzten Jahren signifikant angestiegen. So lag diese im Jahr 2010 noch bei 83,6, sodass ein erheblicher Kaufkraftabfluss aus der Stadt vorlag. Diese Entwicklung der Einzelhandelszentralität unterstreicht eindrucksvoll den Bedeutungsgewinn Niddas als Einzelhandelsdestination in der Region.

Abb. 14: Entwicklung der Einzelhandelszentralität von 2010 bis 2019

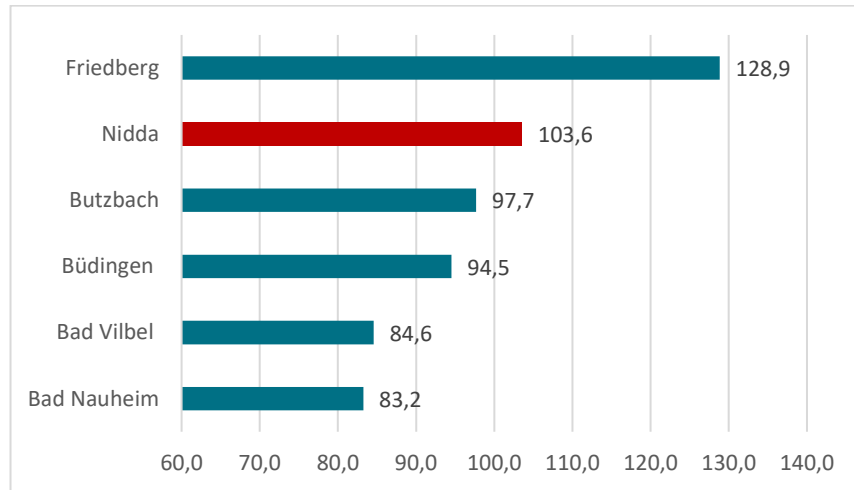


Quelle: MB Research 2019, Bearbeitung cima 2020

Im Vergleich der Mittelzentren im Wetteraukreis zeigt sich, dass lediglich die Stadt Friedberg, welche ein kooperierendes Mittelzentrum mit oberzentralen Teilfunktionen mit der Stadt Bad Nauheim bildet, über einen höheren Wert verfügt.

Die Stadt Nidda stellt neben Friedberg das einzige Mittelzentrum im Kreis dar, welches einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland generieren kann, wobei in Teilen die spezifischen Rahmenbedingungen berücksichtigt werden müssen. So liegen beispielsweise in der Stadt Bad Vilbel bedingt durch die räumliche Nähe zu Frankfurt starke Einkaufsverflechtungen mit dem Oberzentrum vor.

Abb. 15: Zentralitätskennziffern der Mittelzentren im Wetteraukreis im Vergleich



Quelle: MB Research 2019, Bearbeitung cima 2020

Als Marktgebiet des Einzelhandelsstandort Nidda wird der Bereich definiert, innerhalb welchem die Einwohner den Einzelhandelsstandort regelmäßig aufsuchen.

Dabei wird das Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Nidda,
- Branchenmix,
- Anziehungskraft und Attraktivität ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Nähe zu Konkurrenzorten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Tourismus sowie
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt).

Im Regionalplan Südhessen wird dem Mittelzentrum Nidda ein Mittelbereich zugeordnet, für den die Stadt Nidda einen Versorgungsauftrag besitzt. In der Realität können Regionalplanung und tatsächliche Einkaufsverflechtungen voneinander abweichen. Im Falle von Nidda kann der Mittelbereich, welcher neben der Stadt Nidda selbst die Kommunen Gedern, Hirzenhain, Ortenberg und Ranstadt umfasst, in der Gesamtbetrachtung als Marktgebiet herangezogen werden. Ergänzt wird das Marktgebiet zudem durch die angrenzenden Städte Schotten und Hungen sowie die Gemeinde Echzell. Das Marktgebiet ist wie folgt zu untergliedern:

- Das sog. **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** entfällt auf die Gesamtstadt Nidda und weist die höchste Kaufkraftbindung über alle Branchen vor.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet (Zone II)** mit einer etwas geringeren Einkaufsorientierung nach Nidda umfasst die angrenzenden Kommunen aus dem restlichen Mittelbereich und die Städte Schotten und Hungen sowie die Gemeinde Echzell.

Die Zonen weisen folgende Einwohnerzahlen auf:

Stadt Nidda (Zone I):	17.334 Einwohner
restl. MB Nidda + Schotten, Hungen, Echzell (Zone II):	52.739 Einwohner
Marktgebiet Niddas gesamt (Zone I+II)	70.072 Einwohner

In der Stadt Nidda (Zone I) lebt mit rd. 25% etwa ein Viertel der Wohnbevölkerung des Marktgebietes, während die übrigen 75% auf die angrenzenden Kommunen des Mittelbereiches und die Städte Schotten und Hungen sowie auf die Gemeinde Echzell (Zone II) entfallen.

Durch Standortrahmenbedingungen mit einem eher ländlich geprägten Umland kommt der Stadt Nidda ein in der räumlichen Ausdehnung vergleichsweise großes Einzugsgebiet zu, welches auch auf die gering ausgeprägten Angebotsstrukturen in den umliegenden Orten zurückzuführen ist.

In Nidda liegen mit dem innerstädtischen Bereich entlang der Schillerstraße und insbesondere mit den Angebotsstrukturen im Gewerbegebiet „Am Rauner Graben“ Einzelhandelsstandorte vor, die nicht nur eine Versorgungsfunktion für die Stadt Nidda, sondern vorrangig im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich auch für die angrenzenden Kommunen übernehmen.

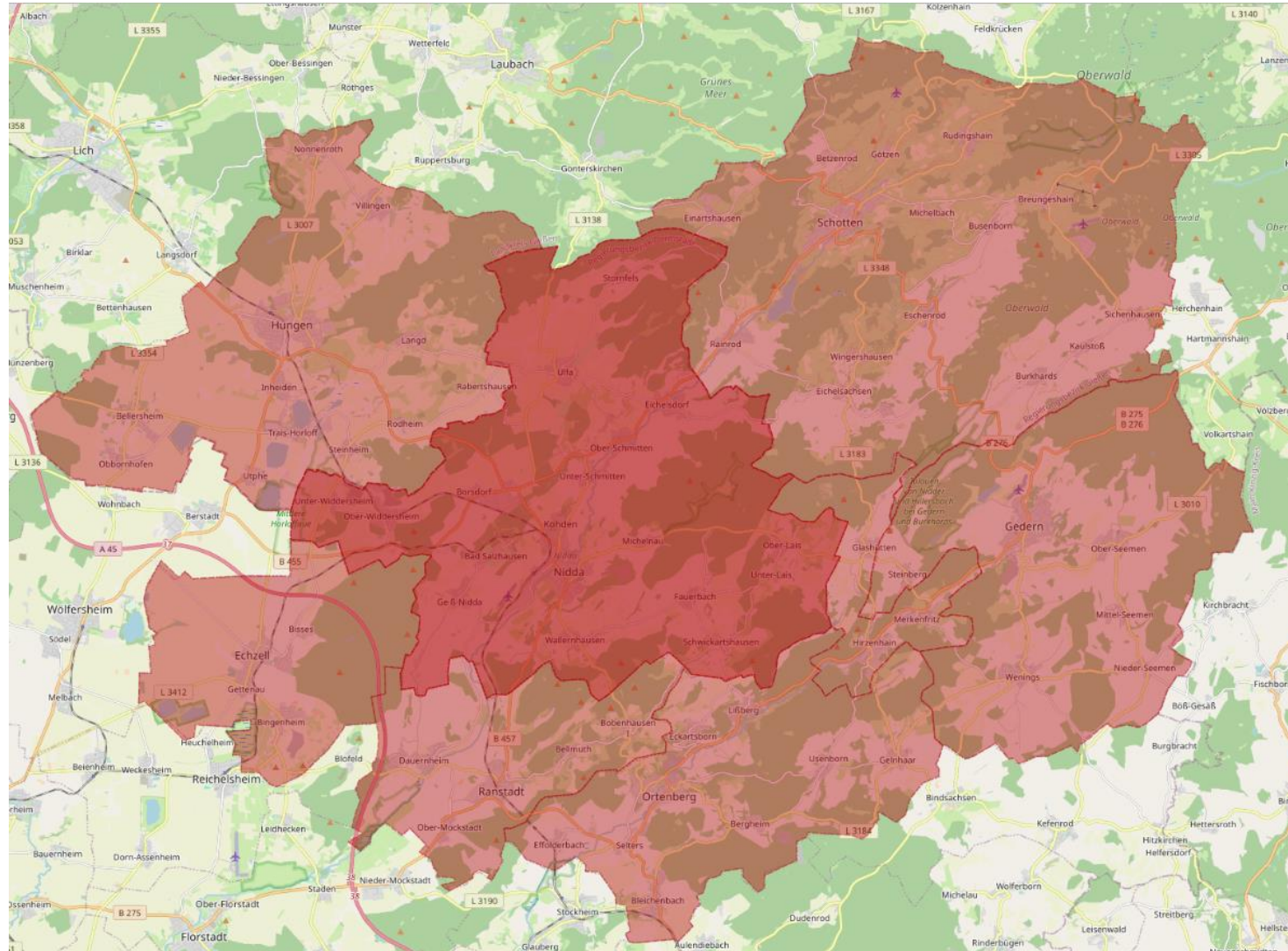
Nachfolgende Tabelle verdeutlicht die Zusammensetzung des Kaufkraftpotenzials innerhalb des einzelhandelsrelevanten Marktgebietes der Stadt Nidda nach Warengruppen. Die Berechnungen des Kaufkraftpotenzials für den Niddaer Einzelhandel erfolgt auf Basis der Einwohnerzahlen und der jeweiligen gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffern den Kommunen.

Tabelle 3: Kaufkraftpotentiale in den Einzugsgebieten Niddas

Kaufkraftpotenzial in Mio. €	Zone I	Zone II	Gesamt
	Nidda		
Einwohner	17.334	52.738	70.072
Kaufkraftkennziffer	93,2	93,8	-
Nahrungs- und Genussmittel	37,3	114,2	151,5
Gesundheit und Körperpflege	7,3	22,3	29,5
Schnittblumen, Zeitschriften	1,4	4,3	5,6
Grundversorgung insgesamt	46,0	140,7	186,7
Bekleidung, Wäsche	8,4	25,8	34,2
Schuhe, Lederwaren	2,6	8,0	10,6
Bücher, Schreibwaren	1,6	5,0	6,6
Spielwaren, Hobbybedarf	1,1	3,4	4,5
Sportartikel, Fahrräder	3,3	10,1	13,4
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	7,8	24,0	31,8
Uhren, Schmuck	1,2	3,6	4,7
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	2,8	8,5	11,3
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,3	4,1	5,4
Einrichtungsbedarf	6,5	19,9	26,4
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	7,6	23,4	31,0
Aperiodischer Bedarf insgesamt	44,3	135,7	180,1
Einzelhandel insgesamt	90,3	276,5	366,8

Quelle: cima 2021

Abb. 16: Kern- und erweitertes Einzugsgebiet Nidda



Quelle: www.openstreetmap.de, Bearbeitung cima 2021

4.3 Leistungsdaten des Einzelhandels in Nidda

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer Vollerhebung des Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet von Nidda durch die cima im Oktober 2020.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur sowie in Anlehnung an die branchenüblichen Flächenproduktivitäten auf Sortimentsebene.

Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung miteinbezogen. Es erfolgt eine Anpassung im Hinblick auf die regionale Wettbewerbssituation, das Kaufkraftniveau und den Betriebsstandort.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Nidda wurden 104 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 30.600 qm erhoben, davon entfallen 6.000 qm auf den Entwicklungsraum Schillerstraße, der im nachfolgenden Kapitel in einer Fokusbetrachtung untersucht wird. Die Betriebe erwirtschaften überschlägig einen Umsatz von ca. 93,0 Mio. €, so dass wir in Relation zur vorhandenen Kaufkraft in der Stadt Nidda von ca. 90,0 Mio. € einen leichten Kaufkraftzufluss aus dem Umland haben.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes in der Stadt Nidda ist in der nachfolgenden Abbildung dokumentiert. Die Zuordnung der Betriebe erfolgt gemäß dem Sortimentsschwerpunkt, Verkaufsflächen und Umsätze wurden sortimentstreu zugeordnet.

Bezüglich der Einzelhandelsbestandsdaten in der Stadt Nidda ist Folgendes festzuhalten:

- Mit 34 Betrieben stellen die Betriebe mit einem Angebotsschwerpunkt auf Nahrungs- und Genussmitteln anteilig den größten Teil dar, indem etwa ein Drittel aller Betriebe in Nidda diesem Sortiment zuzuordnen ist.
- Auf die Grundversorgung insgesamt, der neben den Nahrungs- und Genussmitteln noch der Bereich Drogerie- und Parfümerie sowie Zeitungen/Zeitschriften und Schnittblumen zugerechnet werden, entfallen mit ca. 53,5 Mio. € annähernd 60% des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Dies ist neben der ausgeprägten Angebotssituation auch auf die im Vergleich zu den übrigen Sortimenten hohe Flächenproduktivität im Lebensmitteleinzelhandel zurückzuführen.
- Im periodischen Bedarf sind die Warengruppen Bekleidung/ Wäsche mit rd. 8,0 Mio. € Umsatz (rd. 9% Umsatzanteil) sowie der Bereich Baumarktartikel, Gartenmarkt, Zooartikel mit rd. 12,0 Mio. € Umsatz (rd. 13% Umsatzanteil) zu nennen, welches einen im Städtevergleich hohen Wert darstellt und auf die Sonderstruktur mit dem Herkules Bau- & Gartenmarkt im Stadtteil Harb zurückzuführen ist.

Abb. 17: Angebotsstrukturen Einzelhandel Nidda



Quelle: cima 2020

Tabelle 4: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Nidda

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	34	10.315	44,0
Gesundheit und Körperpflege	6	1.765	8,5
Schnittblumen, Zeitschriften	4	200	1,0
Grundversorgung insgesamt	44	12.280	53,5
Bekleidung, Wäsche	16	2.990	8,0
Schuhe, Lederwaren	7	1.280	2,9
Bücher, Schreibwaren	1	375	1,3
Spielwaren, Hobbybedarf*	1	540	1,3
Sportartikel, Fahrräder	2*	980	2,9
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	9	820	5,0
Uhren, Schmuck	2	40	0,3
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	5	370	2,4
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	4	1.190	1,7
Einrichtungsbedarf	2	1.065	1,7
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	10	8.645	12,0
Aperiodischer Bedarf insgesamt	60	18.295	39,5
Einzelhandel insgesamt	104	30.575	93,0

Quelle: cima 2020, Rundungsdifferenzen möglich

*Intersport bei Erhebung noch vorhanden, Geschäftsaufgabe Ende 2020

4.4 Einzelhandelszentralitäten

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100% einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100%, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Auf Basis des von der cima rechnerisch ermittelten Einzelhandelsumsatzes in der Stadt Nidda von ca. 93,0 Mio. € und der vorhandenen Kaufkraft der Wohnbevölkerung in Nidda von rd. 90,0 Mio. € errechnet sich eine aktuelle Einzelhandelszentralität von ca. 103%. Der Einzelhandelsumsatz der Stadt Nidda liegt somit leicht über dem vorhandenen Nachfragepotenzial, so dass ein Kaufkraftzufluss aus dem Umland verzeichnet wird.

Hinzuweisen ist auf den periodischen Bedarfsbereich, indem die Zentralität bei etwa 117% liegt und damit deutlich über dem Wert des aperiodischen Bedarfs mit 89%. Hervorzuheben ist an dieser Stelle nochmals auf die Sonderkonstellation mit dem Herkules Bau- & Gartenmarkt, welcher eine deutlich überörtliche Marktausstrahlung besitzt und zu einer sortimentsbezogenen Handelszentralität von ca. 157% führt.

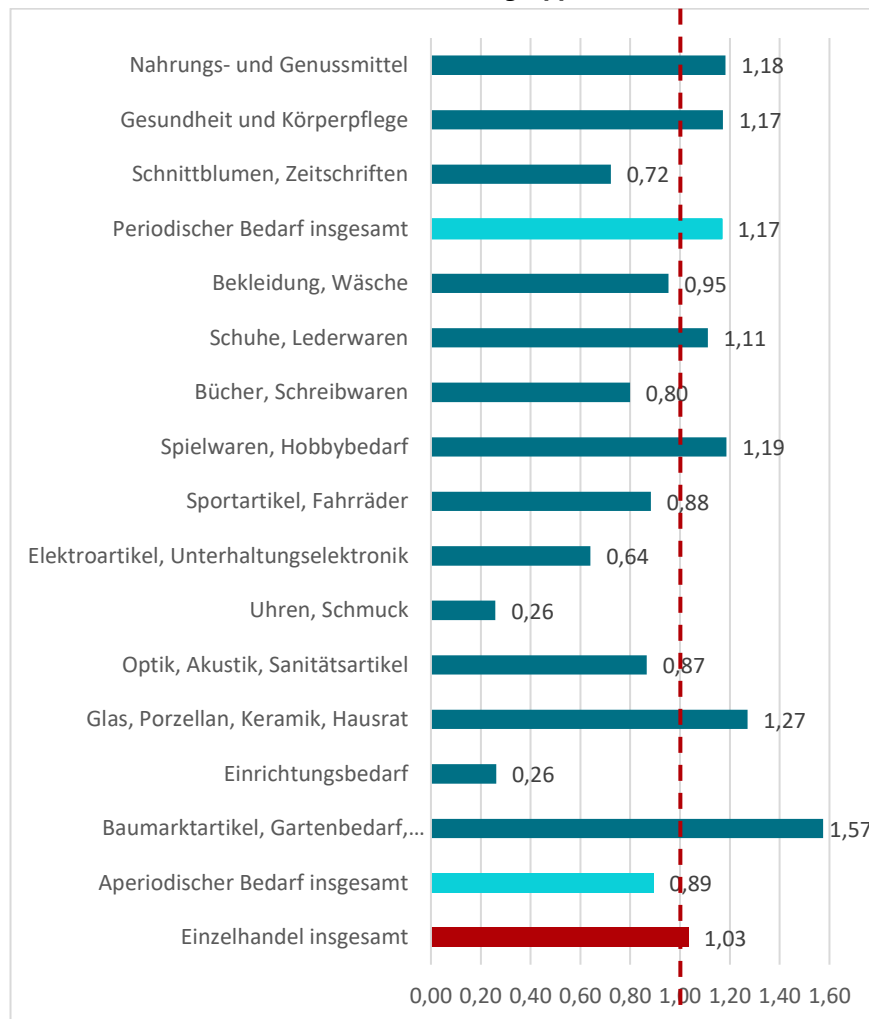
Im Gegensatz dazu weisen die typischen innenstadtprägenden Sortimente sehr heterogen sowohl über- als auch unterdurchschnittliche Zentralitäten auf. Während das Angebot im Schuhsegment mit zwei Fachmärkten und Fachgeschäften sehr gute Werte aufweist, bewegt sich u.a. das Segment Uhren, Schmuck auf einem sehr niedrigen Niveau.

Tabelle 5: Einzelhandelszentralität in Nidda nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft- potential In Mio. €	Umsatz in Mio. €	Handels- zentralität In %
Nahrungs- und Genussmittel	37,3	44,0	1,18
Gesundheit und Körperpflege	7,3	8,5	1,17
Schnittblumen, Zeitschriften	1,4	1,0	0,72
Grundversorgung insgesamt	46,0	53,5	1,17
Bekleidung, Wäsche	8,4	8,0	0,95
Schuhe, Lederwaren	2,6	2,9	1,11
Bücher, Schreibwaren	1,6	1,3	0,80
Spielwaren, Hobbybedarf	1,1	1,3	1,19
Sportartikel, Fahrräder	3,3	2,9	0,88
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	7,8	5,0	0,64
Uhren, Schmuck	1,2	0,3	0,26
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	2,8	2,4	0,87
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,3	1,7	1,27
Einrichtungsbedarf	6,5	1,7	0,26
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	7,6	12,0	1,57
Aperiodischer Bedarf insgesamt	44,3	39,5	0,89
Einzelhandel insgesamt	90,3	93,0	1,03

Quelle: cima 2020

Abb. 18: Einzelhandelszentralität der Warengruppen in %



Quelle: cima 2020

Aktuell sind die Handelszentralitäten der einzelnen Warengruppen durch die folgenden Aspekte gekennzeichnet:

- Die höchsten Zentralitätswerte gibt es in den Warengruppen Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel (157%), Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat (127%) und Spielwaren/Hobbybedarf (119%).
- Im periodischen Bedarfsbereich liegen die Werte für die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (118%); Gesundheit und Körperpflege (117%) ebenfalls über der Sortimentsübergreifenden Handelszentralität von 103%.
- Eher unterdurchschnittliche Handelszentralitäten liegen u.a. im Bereich Uhren/Schmuck, Elektroartikel und auch Möbel/Einrichtungsbedarf vor. Dies ist darauf zurückzuführen, dass z.B. das Segment Möbel/Einrichtungsbedarf in der Zwischenzeit ganz überwiegend von großflächigen Anbietern abgedeckt wird, die eher in oberzentralen Angebotsstrukturen verortet sind, da in Städten in der Größenordnung von Nidda kein ausreichendes Kaufkraftpotential vorliegt.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner⁹ (inkl. ländlich geprägte Räume). In der Warengruppe Lebensmittel/Reformwaren wird ein bundesdurchschnittlicher Wert von 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner als Vergleichswert angenommen.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Nidda. Es sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte, Gartencenter, Möbelhäuser) sehr häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe/

⁹ Quelle: Statista 2019

Fachgeschäfte verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben, kann aber erste Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

Tabelle 6: Verkaufsflächendichte je Einwohner in Nidda

Stadt Nidda	2020
Verkaufsflächendichte in qm je Einwohner	1,8
im periodischen Bedarf	0,7
im aperiodischen Bedarf	1.1

Quelle: cima 2020

Mit einer Verkaufsflächendichte von 0,7 qm/Einwohner im periodischen Bedarfsbereich liegt die Stadt Nidda über dem Bundesdurchschnitt. Auch im aperiodischen Bedarf ist mit 1,1 qm/Einwohner ebenfalls eine vergleichsweise gute Verkaufsflächenausstattung erkennbar.

Abb. 19: Herkules Sport Treff sowie Technik Partner



Abb. 20: Angebotsstrukturen Kreuzungsbereich Neue Straße/Schillerstraße



Quelle: cima 2020

4.5 Fokusbetrachtung Angebotsstrukturen Entwicklungsraum Schillerstraße

Angebotsstrukturen Einzelhandel

Innerhalb des Entwicklungsraumes Schillerstraße sind in Summe 43 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von gut 6.000 qm ansässig. Auf gesamtstädtischer Ebene entspricht das etwa 41% der Betriebe und ca. 20% der Verkaufsfläche.

Den Angebotsschwerpunkt bilden sowohl im Hinblick auf die Betriebsanzahl als auch auf die Verkaufsfläche die Betriebe mit einem Angebotschwerpunkt auf der Warengruppe Bekleidung/Wäsche, welche in der Gesamtheit auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.630 qm angeboten wird.

Die sonstigen innenstadtprägenden Sortimente wie z.B. Bücher/Schreibwaren oder auch Spielwaren sind auf eher untergeordneten Verkaufsflächen gegeben, wobei positiv hervorzuheben ist, dass diese Sortimente trotz der ausgeprägten Wettbewerbssituation mit den entsprechenden Fachmarktnutzungen in Gewerbegebietslagen im Bereich der Schillerstraße angeboten werden.

Die nahversorgungsrelevanten Angebote werden ausschließlich durch kleinflächige Betriebe abgedeckt, die überwiegend dem Lebensmittelhandwerk (Bäckereien + Metzgereien) zuzuordnen sind. Eine filialisierter Lebensmittelmarkt mit einer wettbewerbsüblichen Verkaufsflächengröße ist innerhalb des Entwicklungsraumes Schillerstraße nicht ansässig.

Für eine innerstädtisch geprägte Einkaufslage ist der hohe Verkaufsflächenanteil der Warengruppe Baumarktartikel hervorzuheben, der durch einen Fachmarkt in Randlage zurückzuführen ist. Hinzuweisen ist auf den hohen Verkaufsflächenanteil im Bereich Sport/Freizeit mit zwei Fachgeschäften. Die Fa. Intersport hat die Betriebsstätte jedoch zum Ende des Jahres 2020 aufgeben, so dass in dem Segment eine Verringerung des Angebotes eingetreten ist.

Tabelle 7: Angebotsstrukturen im Entwicklungsgebiet Schillerstraße

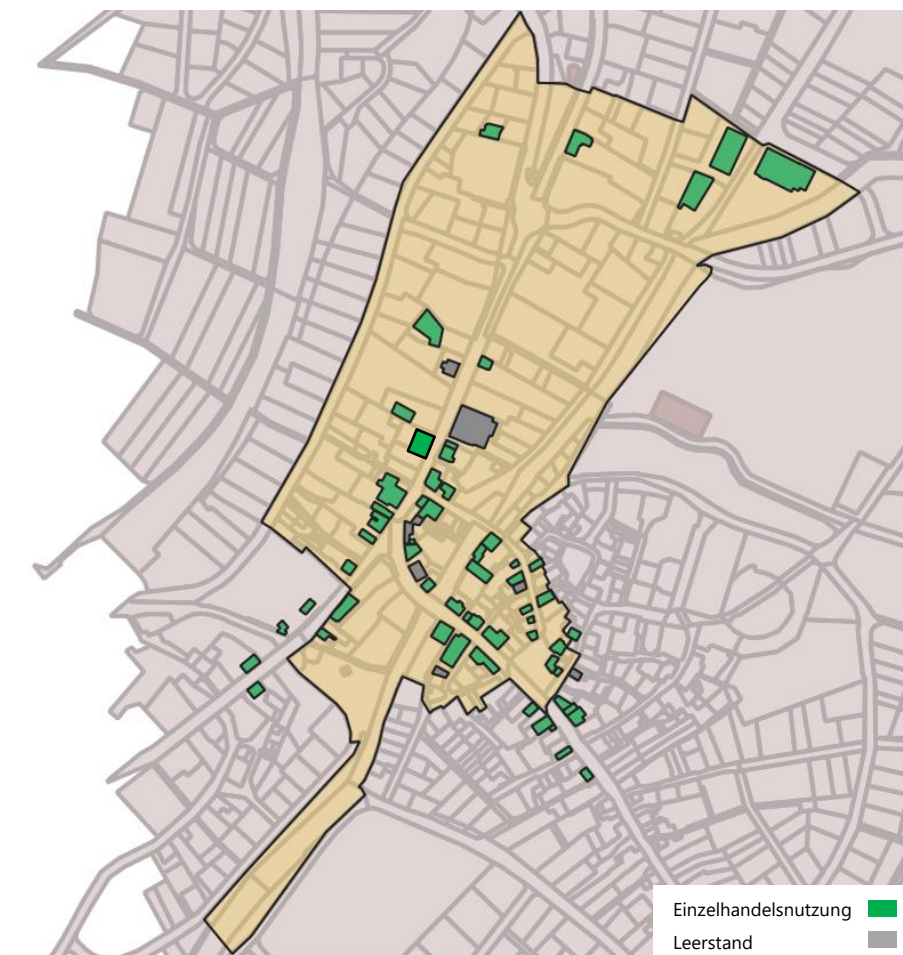
Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	7	430
Gesundheit und Körperpflege	4	230
Schnittblumen, Zeitschriften	-	30
Periodischer Bedarf insgesamt	11	2.320
Bekleidung, Wäsche	12	1.630
Schuhe, Lederwaren	3	390
Bücher, Schreibwaren	1	170
Spielwaren, Hobbybedarf*	-	90
Sportartikel, Fahrräder	2	880
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	8	770
Uhren, Schmuck	1	20*
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	2	210
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	-	60*
Einrichtungsbedarf	1	240
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	3	900
Aperiodischer Bedarf insgesamt	33	3.730
Einzelhandel insgesamt	44	6.050

Quelle: CIMA Bestandserhebung Oktober 2020

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Betriebe ist eine Konzentration beginnend im Südosten an der Neuen Straße entlang der Schillerstraße bis zum Standort der Fa. Intersport festzustellen. Im weiteren Verlauf liegt ein Rückgang der Dichte des Einzelhandelsbesatzes vor.

Innerhalb der Altstadt, entlang der Mühlstraße, ist eine im Vergleich zur Reststadt höhere Leerstandsquote zu konstatieren. Die vorhandenen Betriebe verfügen zudem über eingeschränkte Ladenöffnungszeiten, so dass die Mühlstraße in der Gesamtheit eine untergeordnete Qualität als Einzelhandelslage im Entwicklungsraum bzw. in der Gesamtstadt Nidda aufweist.

Abb. 21: Räumliche Verteilung des Einzelhandelbesatzes im Entwicklungsgebiet Schillerstraße*



Quelle: cima 2020*, Fa. Intersport bereits als Leerstand dargestellt

Angebotsstrukturen Dienstleistungen und Gastgewerbe

Ergänzend zum Einzelhandel wurden bei der Datenerhebung in Nidda im Oktober 2020 auch die Dienstleistungs- und Gastronomiestrukturen im Entwicklungsraum Schillerstraße erfasst. Diese wurden entsprechend der Situation vor Ort in vier bzw. fünf weitere Kategorien untergliedert, wie nachfolgende Tabelle darstellt.

Tabelle 8: Ergänzende Nutzungsstrukturen im Entwicklungsraum Schillerstr.

Ergänzende Nutzungsstrukturen	Betriebsanzahl
Dienstleistungssektor	54
Ärzte/gesundheitsorientierte und kosmetische Dienstleistungen	23
Sonstige wirtsch. Dienstleistungen	13
Finanzdienstleistungen	9
Kunst, Unterhaltung	9
Gastgewerbe	12
Schnellrestaurants	5
Restaurant	3
Café / Eiscafé	2
Hotel	1
Bar / Lounge	1
Gesamt	66

Quelle: cima Bestandserhebung 2020

Die ergänzenden Strukturen im Untersuchungsraum Schillerstraße konzentrieren sich im Dienstleistungssektor besonders auf das Ärzteswesen und den gesundheitsorientierten Sektor. Im Kreuzungsbereich Schillerstraße/Bahnhofstraße ist auf das Bankwesen hinzuweisen, welches eine wichtige frequenzgenerierende Funktion übernimmt.

Das Gaststättengewerbe konzentriert sich dagegen nahezu ausschließlich auf den südlichen Bereich des Untersuchungsgebiet um den Marktplatz und die Altstadt.

Dienstleistungen

Einen Schwerpunkt stellt die medizinische Versorgung (6 (Fach-)Arzt-Praxen) sowie die gesundheitsorientierten Dienstleistungen ebenso wie die Dienstleistungen mit einer kosmetischen Ausrichtung dar.

Räumlich verteilen sich die Betriebe auf den gesamten Untersuchungsraum durch Einrichtungen in der Hindenburgstraße, Bahnhofstraße, am Markt sowie entlang der Nidda. Hervorzuheben ist das Ärztehaus am Standort In der Raun.

Sonstige wirtschaftsnahe Dienstleistungen umfassen eine breite Spanne an Tätigkeiten. Darunter sind unter anderem Personaldienstleister, Versicherungen und auch Fahrdienste vertreten. Die sonstigen Dienstleistungen sind vorwiegend in der Schillerstraße und Neue Straße vorzufinden, wobei diese zum Teil auch im Obergeschosslagen verortet sind.

Eine besondere Rolle nimmt in der Innenstadt von Nidda das Bankenwesen ein, die im Kreuzungsbereich Schillerstraße/Bahnhofstraße sowie in westlicher Richtung der Bahnhofstraße, angrenzend an den Entwicklungsraum, in städtebaulich exponierter Lage verortet sind.

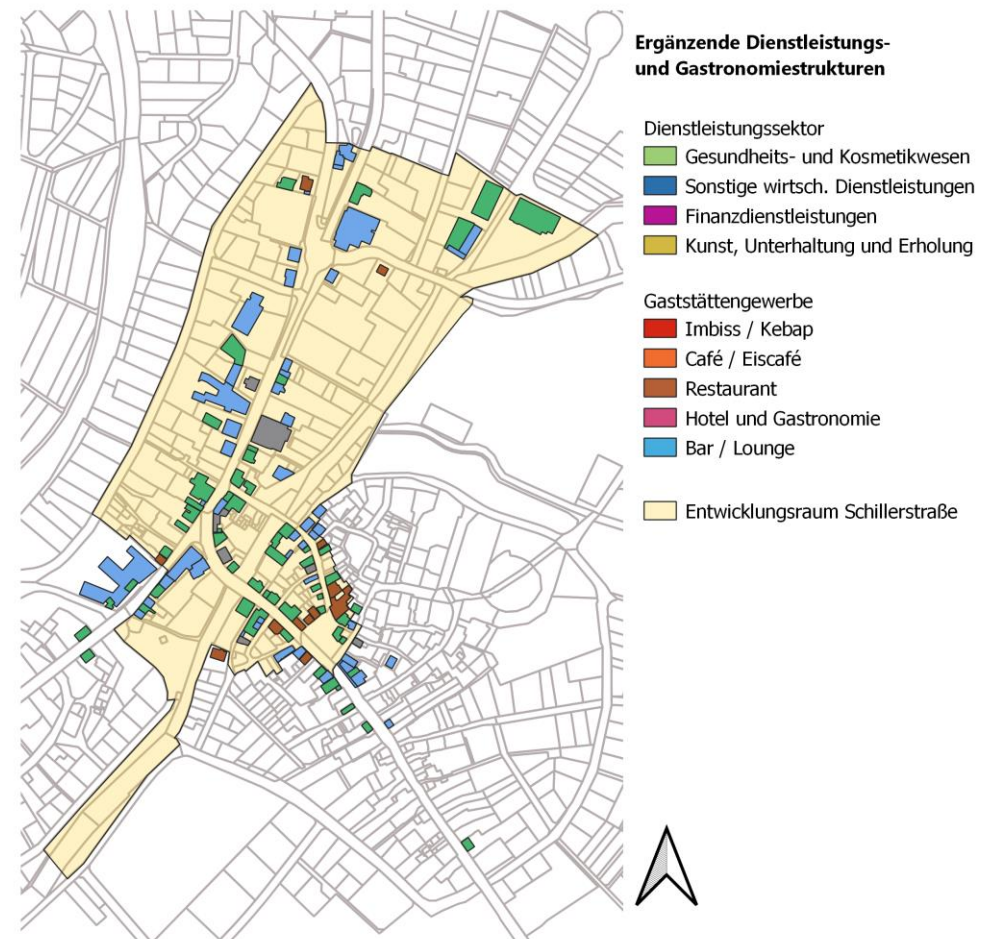
Gastronomie/Gastgewerbe

Das gastronomische Angebot konzentriert sich überwiegend im südlichen Bereich rund um den Markt und in der Altstadt.

Die drei erhobenen Restaurants verteilen sich räumlich auf das gesamte Gebiet, wobei eines davon im Süden an den ausgewiesenen Untersuchungsraum grenzt. Darüber hinaus sind verschiedene Schnellrestaurants/Imbisse im Entwicklungsgebiet vertreten.

Weiter befinden sich zwei Eiscafés in unmittelbarer Nähe zueinander am Markt bzw. in der Mühlstraße, in deren Nachbarschaft auch das einzig erhobene Hotel ansässig ist.

Abb. 22: Ergänzende Angebotsstrukturen im Entwicklungsraum Schillerstraße



Quelle: cima 2020

Abbildung 23: Städtebaulich-funktionale Qualität Marktplatz Nidda



Quelle: cima 2020

Exkurs: Qualitative Einordnung der gewerblichen Angebotsstrukturen Schillerstraße

Innerhalb des Entwicklungsbereiches Schillerstraße liegt in Summe noch ein vielseitiges Angebot an Einzelhandel und sonstigen gewerblichen Nutzungen vor, wodurch die Einschätzung des ISEK bestätigt wird.

In Bezug auf den **Einzelhandel** sind insbesondere die inhabergeführten Fachgeschäfte aus den zentrenprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Leder, Schreibwaren/Bücher oder Optik hervorzuheben. Das Angebot durch Filialisten ist innerhalb des Entwicklungsraums auf wenige

Anbieter wie z.B. Ernstings Family begrenzt. Bezüglich der Kundenzielgruppe werden insbesondere im Bereich Textil sowohl verschiedene Altersgruppen als auch preisorientierte sowie weniger preissensible Kundenzielgruppen angesprochen, welches in Relation zur Stadtgröße Niddas positiv zu bewerten ist.

Hinsichtlich der Sortimentsbreite im Einzelhandel ist eine recht große Angebotsvielfalt gegeben. So sind neben den genannten Sortimenten u.a. zwei Anbieter für Elektroartikel ansässig, welche heute auch häufig an eher PKW-orientierten städtebaulich nicht integrierten Standorten verortet sind, so dass dieser Tatbestand als nicht selbstverständlich bewertet werden kann. Ähnliches gilt für den Fachmarkt für Bau- und Heimwerkerbedarf in Randlage des Untersuchungsraumes.

Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass die Angebotsstrukturen im Entwicklungsraum insbesondere für eine Stadt in der Größenordnung von Nidda und unter der Berücksichtigung der ausgeprägten Angebots- und Fachmarktstrukturen im Bereich „Am Rauner Graben“ positiv zu bewerten sind. Hinsichtlich der Angebotstiefe ist darauf zu verweisen, dass diese unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl und des damit verbundenen Kaufkraftpotentials nicht mit oberzentralen Angebotsstrukturen zu vergleichen ist.

Hervorzuheben ist die Betriebsaufgabe der Fa. Intersport, welche in Anbetracht der Verkaufsflächengröße einen angebotsprägenden Betrieb in der Schillerstraße darstellte. Das Sortiment Sportartikel wird jedoch weiterhin durch einen Betrieb in Randlage im Bereich der Krötenburgstraße angeboten.

Ungeachtet der Angebotsqualität wird der Gesamteindruck aus Kundensicht durch die geringen städtebaulichen Qualitäten, der geringen Aufenthaltsqualität sowie in Teilen durch das Erscheinungsbild der Immobilien getrübt.

Im Segment der **Dienstleistungen** ist insbesondere auf das Bankenwesen hinzuweisen. Während die Volksbank¹⁰ im Kreuzungsbereich Neue Straße/Bahnhofsstraße noch dem Entwicklungsraum hinzugerechnet werden kann, ist die Sparkasse nicht mehr innerhalb der Abgrenzung verortet. Durch die unmittelbar angrenzende Lage und den nahezu durchgehenden Besatz besitzt die Sparkasse jedoch eine funktionale Beziehung mit dem Entwicklungsraum. Das Bankenwesen übernimmt eine wesentliche Funktion in Bezug auf die Kundenfrequenz und generiert Synergieeffekte mit den umliegenden Betrieben und trägt somit ganz wesentlich zur Stärkung der vorliegenden Strukturen bei.

Das **gastronomische Angebot** konzentriert sich im Wesentlichen auf den Altstadtbereich am Marktplatz sowie im Bereich der Mühlstraße. Das Angebot reicht von Schnellimbissen mit internationalen Speisen bis Cafés/Eisdielen sowie gutbürgerlicher Küche. Gastronomische Angebote, insbesondere durch die Außengastronomie, tragen einen ganz wesentlichen Beitrag zu einer modernen und belebten Innenstadt bei. In der Stadt Nidda übernimmt die Gastronomie diese belebende Funktion nur bedingt, so dass die Bespielung der Platzsituation am Marktplatz (ggf. in Kombination mit der Mühlstraße) einen wichtigen Aspekt in der Innenstadtentwicklung darstellt. Neben den entsprechend attraktiven Angeboten müssen auch der gestalterische Rahmen sowie die städtebaulichen Rahmenbedingungen geschaffen werden.

In Bezug auf das **kulturelle Angebot** ist auf den Neubau des Kinos hinzuweisen, welches ein Leitprojekt für die Innenstadt darstellt und aus städtebaulicher Sicht für einen attraktiven Nutzungsmix von besonderem Wert ist. Insbesondere im Hinblick auf den zunehmenden Bedeutungsverlust des

Einzelhandels ist es von hoher Priorität Freizeitnutzungen in der Innenstadt zu realisieren, um die Treffpunktfunktion zu erhalten.

4.6 Fokusbetrachtung Stadtteile Nidda

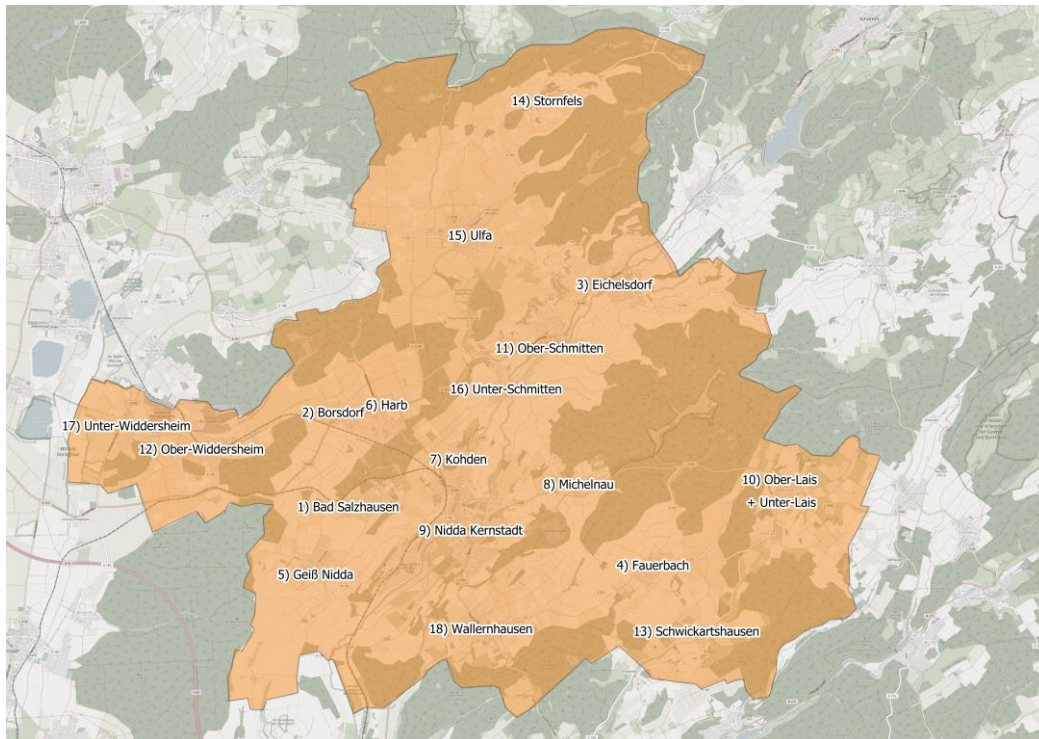
Bedingt durch die Stadtstruktur mit den räumlich von der Kernstadt abgesetzten Stadtteilen ergibt sich eine sehr heterogene Angebotsstruktur innerhalb der Stadtteile und damit in der Gesamtstadt Nidda, woraus sich verschiedene Ansprüche an die Versorgungsstrukturen ergeben. Die Kernstadt stellt idealerweise den eindeutigen Versorgungsschwerpunkt in Bezug auf Einzelhandel, Dienstleistungen, aber auch öffentlichen und kulturellen Einrichtungen dar. Aufgrund der ganz überwiegend ländlich geprägten Stadtteile liegt der Fokus der Angebotsstrukturen mit wenigen Ausnahmen auf der Nah- und Grundversorgung.

Die Angebotsstrukturen innerhalb der verschiedenen Stadtteile werden nachfolgend in Form von Stadtteilsteckbriefen dargestellt:

¹⁰ Durch eine Verlagerung der Büroarbeitsplätze hat die Volksbank zwar einen Bedeutungsverlust als Arbeitgeber in Nidda erlitten, dennoch übernimmt die Volksbank bedingt

durch den Kundenverkehr in der verbliebenen Schalterhalle eine frequenzgenerierende Wirkung für die Innenstadt.

Abb. 24: Übersicht räumliche Lage der Stadtteile Nidda



Quelle: ©OpenStreetMap-Mitwirkende (<https://www.openstreetmap.org/>), Bearbeitung durch cima 2021

1) Bad Salzhausen

Einwohner	ca. 600	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 3,1	
Entfernung zur Kernstadt	ca. 3 km	

Stadtteilcharakter:

Der Stadtteil und Kurort Bad Salzhausen ist im Nordwesten der Kernstadt in ca. 3km Entfernung verortet und für seine Solequellen bekannt. Neben den Kliniken und den therapeutischen Anwendungen ist auf die Julius-von Liebig-Therme zu verweisen, welches die starke Ausprägung der gesundheitsorientierten Nutzungen unterstreicht und Bad Salzhausen zu einer überregionalen Anziehungskraft verhilft.

Angebotsstrukturen Einzelhandel, inkl. ergänzendes Gewerbe:

Innerhalb des Stadtteils ist kein nennenswertes Einzelhandelsangebot gegeben. Ein kleinflächiger Lebensmittelmarkt mit einer integrierten Lotto-Annahmestelle hat während der Projektbearbeitung geschlossen. Der Betrieb hat bislang eine Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung im Stadtteil sowie für Gäste der Kureinrichtungen eingenommen, so dass aktuell keine Nahversorgungsangebote gegeben sind. Darüber hinaus sind einige Restaurants und Cafés im Stadtteil ansässig.

Als sozialer Treffpunkt für die Bevölkerung ist das Bürgerhaus zu nennen.

2) Borsdorf

Einwohner	ca. 700	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 3,7	
Entfernung zur Kernstadt	ca. 4 km	

Stadtteilcharakter:

Der Stadtteil Borsdorf liegt im Westen in ca. 4 km Entfernung zur Kernstadt. Der Stadtteil besitzt einen in sich geschlossenen Siedlungskörper mit einem dörflichen Charakter. Ein Ortskern mit nennenswerten Versorgungsstrukturen ist nicht gegeben.

Borsdorf ist auch durch den Verlauf der B 455 als Verbindungsachse zur BAB 45 geprägt, welche eine der Hauptverkehrsachsen in der Stadt Nidda darstellt. Räumlich vom originären Siedlungsbereich abgesetzt liegt zwischen Borsdorf und Harb ein Gewerbegebiet, in dem überwiegend produzierendes Gewerbe verortet ist. Einzelhandel ist dort nicht ansässig.

Angebotsstrukturen Einzelhandel, inkl. ergänzendes Gewerbe:

Mit Ausnahme eines Blumen-/Floristikfachgeschäftes ist kein weiterer Einzelhandel vorhanden. Ergänzende Angebotsstrukturen (Dienstleistungen/Gastronomie) sind auf einzelne Betriebe begrenzt. Der Stadtteil Borsdorf wird durch die großflächigen Angebotsstrukturen in benachbarten Stadtteil Harb überlagert-

3) Eichelsdorf

Einwohner	ca. 1.250	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 7	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 7 km	

Stadtteilcharakter:


Die ehemals eigenständige Gemeinde Eichelsdorf liegt im nördlichen Stadtgebiet in etwa 7 km Entfernung zur Kernstadt. Eichelsdorf ist nach der Kernstadt der einwohnerstärkste Stadtteil in Nidda. Durch den Stadtteil verläuft die Bundesstraße B 455

Angebotsstrukturen Einzelhandel, inkl. ergänzendes Gewerbe:

Die Angebotsstrukturen in Eichelsdorf sind überwiegend durch die Sortimente der Nah- bzw. Grundversorgung geprägt. Mit einem Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Getränkemarkt liegt der Versorgungsschwerpunkt verkehrsgünstig an der B 455 am westlichen Ortseingang gelegen. Ergänzt wird das Angebot durch Anbieter des Lebensmittelhandwerks und einen weiteren Getränke-Abholmarkt. Der Lebensmittelmarkt übernimmt nicht nur eine stadtteilbezogenen Versorgungsfunktion, sondern auch für die übrigen nördlichen Stadtgebiete, wie z.B. Ulfa, Ober-Schmitten

Über den Einzelhandel hinaus, ist auf verschiedene Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie Beherbergungsangebot hinzuweisen.

4) Fauerbach

Einwohner	ca. 575	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 3	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 6 km	

Stadtteilcharakter:

Der Stadtteil Fauerbach liegt etwa 6 km östlich der Kernstadt Nidda. Der Stadtteil ist ein in sich geschlossener Siedlungskörper, welcher räumlich von den anderen Stadtteilen abgesetzt ist. Der Stadtteil weist einen dörflichen Charakter auf.

Angebotsstrukturen Einzelhandel, inkl. ergänzendes Gewerbe:

Innerhalb des Stadtteils liegen nur rudimentäre Einzelhandelsstrukturen vor (z.B. Blumen/Floristik). Ein ergänzendes Dienstleistungs- oder Gastronomieangebot ist ebenfalls nicht gegeben. Als sozialer Treffpunkt ist das dem Feuerwehrhaus angeschlossene Bürgerhaus im Sankt Floriansweg zu nennen.

Die Wohnbevölkerung in Fauerbach tendiert aufgrund der nicht vorhandenen Angebotsstrukturen an die Einzelhandelsschwerpunkte in der Kernstadt.

5) Geiß-Nidda

Einwohner	ca. 1.000	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 5,3	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 4 km	

Stadtteilcharakter:


Geiß-Nidda im westlichen Stadtgebiet liegt ca. 4 km westlich des Zentrums der Kernstadt Nidda. Mit etwa 1.000 Einwohnern stellt Geiß-Nidda einen der bevölkerungsstärksten Stadtteile dar. Die ehemals eigenständige Gemeinde besitzt einen dörflichen Charakter und ist räumlich von den übrigen Stadtteilen separiert.

Angebotsstrukturen Einzelhandel, inkl. ergänzendes Gewerbe:

Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf eine Bäckerei an der Durchfahrtsstraße im Zentrum des Stadtteils, so dass die Wohnbevölkerung an die Einzelhandelsstandorte in der Kernstadt tendiert.

Das Dienstleistungsangebot ist mit verschiedensten Angeboten vorhanden, ein Landgasthof ergänzt zudem das gastronomische Angebot und bietet Beherbergungsmöglichkeiten an. Als sozialer Treffpunkt ist das Bürgerhaus Geiß-Nidda hervorzuheben.

6) Harb

Einwohner	ca. 750	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 4,0	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 3 km	

Der etwa 3 km nordwestlich der Kernstadt Niddas verortete Stadtteil Harb verfügt über eine überdurchschnittlich gute Versorgungsinfrastruktur. Durch den großflächigen Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Getränkemarkt, Baumarkt und einer Bäckerei übertrifft das Angebot weit die Bedürfnisse der ca. 750 Einwohner.


Harb übernimmt damit nicht nur die Grundversorgung für die Wohnbevölkerung im Stadtteil selbst, sondern auch für die übrigen Stadtteile im Westen Niddas, wie z.B. Borsdorf, Bad Salzhausen und Widdersheim sowie die Kernstadt Nidda und wohl auch für Stadtteile der angrenzenden Gemeinde Hungen.

Ergänzt wird das Angebot in Harb noch durch Kfz-Werkstätten und weiteren Dienstleistungen. Mittels einer Pizzeria verfügt der Stadtteil zudem über ein gastronomisches Angebot. Ebenfalls nennenswert sind die Gewerbeflächen im Süden des Stadtteils, in denen maßgeblich produzierendes Gewerbe und keine weiteren Einzelhandelsnutzungen ansässig ist.


Als sozialer Treffpunkt befindet sich in Harb ein Bürgerhaus inklusive eines Clubraums.


7) Kohden	
Einwohner	ca. 875
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 4,5
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 1 km
<p>Der nahtlos an die Kernstadt Nidda angrenzende Stadtteil Kohden wird von der Kernstadt mit Gütern des täglichen Bedarfs versorgt. Einzige Einkaufsmöglichkeit in Kohden befindet sich im Tankstellenshop am Ortszugang.</p> <p>Ein ergänzendes Dienstleistungsangebot ist durch verschiedene Versicherungsdienstleister und weitere Einrichtungen gegeben. Zwei Restaurants bilden zudem ein gastronomisches Angebot im Stadtteilkern Kohdens.</p>	


8) Michelnau	
Einwohner	ca. 250
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 1,3
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 3 km
<p>Der Stadtteil Michelnau liegt ca. 3 km östlich der Kernstadt Niddas. Da im Stadtteil selbst keine Versorgungsstrukturen vorhanden sind, übernimmt die Kernstadt die Versorgungsfunktion für Michelnau.</p> <p>Der Stadtteil ist vorwiegend landwirtschaftlich geprägt, ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sind keine vorhanden. Als sehenswertes Natur- und Kulturdenkmal gilt der nahegelegene Steinbruch Michelnau, für dessen Instandhaltung sich der lokale Verein „Freunde des Steinbruchs Michelnau e.V.“ einsetzt.</p>	

9) Ober-Lais mit Unter-Lais		
Einwohner	ca. 650	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 3,4	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 7 km	
<p>Etwa 7 km östlich der Kernstadt Nidda liegt der Stadtteil Ober-Lais, welcher mit einem Getränkeladen nur eingeschränkt Produkte des täglichen Bedarfs bereitstellt.</p> <p>Eine Tierarztpraxis, die Feuerwehr, ein Mal- und Geschenkeshop sowie der darin befindliche DHL Paketshop vervollständigen das Dienstleistungsangebot.</p> <p>Nennenswert ist zudem die im Zentrum des Stadtteils befindliche Hoheberg-Schule. Als sozialer Treffpunkt dient neben der Freiwilligen Feuerwehr ein Bürgerhaus.</p>		


10) Ober-Schmitten	
Einwohner	ca. 900
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 4,7
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 5 km
<p>Der circa 5 km nördlich der Kernstadt Nidda gelegene Stadtteil Ober-Schmitten ist durch eine Bäckerei, Metzgerei und Apotheke mit wichtigen Einzelhandelseinrichtungen versorgt. Für weitere Produkte des täglichen Bedarfs bietet der nächstgelegene Stadtteil Eichelsdorf einen großflächigen Lebensmittelvollsortimenter mit Getränkemarkt in etwa 2 km Entfernung.</p> <p>Ergänzt wird das Angebot durch ein Ärztezentrum, eine Schule, Kindergarten, zwei Bankautomaten sowie einem Gasthaus im Ort. Zudem ist das besonders auf die Papierherstellung bzw. -verarbeitung spezialisierte Gewerbe in Ober-Schmitten als wichtiger Arbeitgeber für die Region im Stadtteil verortet.</p> <p>Als soziale Treffpunkte gelten das Bürgerhaus sowie die Sportanlage Auf dem Hempelnrod.</p>	

11) Ober-Widdersheim		
Einwohner	ca. 1.050	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 5,6	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 8 km	
<p>Das von der Kernstadt Nidda etwa 8 km entfernte Ober-Widdersheim bietet aktuell keine Einzelhandelsbetriebe mit einem Angebotsschwerpunkt auf Lebensmittel. Betriebe des Lebensmittelhandwerks wurden in der Vergangenheit aufgegeben, eine Nachnutzung in den Immobilien konnte nicht realisiert werden. Die Kernversorgung übernimmt hierbei der nahegelegene Stadtteil Harb mit dortigem großflächigen Einzelhandelsangebot.</p> <p>An öffentlichen Einrichtungen sind unter anderem einen Kindergarten, eine Grundschule sowie die Freiwillige Feuerwehr, welche neben dem lokalen Bürgerhaus auch als sozialer Treffpunkt fungiert, zu nennen.</p> <p>Das Mobilitätsangebot in Ober-Widdersheim wird durch eine Bahn-Haltestelle ergänzt.</p>		


12) Schwickartshausen		
Einwohner	ca. 250	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 1,3	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 8 km	
<p>Der Stadtteil Schwickartshausen ist circa 8 km von der Kernstadt Nidda entfernt. Im Stadtteil ist keinerlei Einzelhandel vorhanden. Die Versorgung mit Produkten des täglichen Bedarfs erfolgt dabei gleichermaßen durch das Einzelhandelsangebot in der Kernstadt Nidda sowie in der angrenzenden Gemeinde Ortenberg.</p> <p>Mit einem Wirtshaus ist ein gastronomisches Angebot in Schwickartshausen vorhanden sowie mit dem Schützenhaus ein weiterer sozialer Treffpunkt.</p>		

13) Stornfels		
Einwohner	ca. 225	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 1,2	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 11 km	
<p>Der kleinste Stadtteil Niddas liegt etwa 11km nördlich der Kernstadt Nidda und ist damit räumlich abgesetzt. Stornfels bietet keinerlei Einkaufsmöglichkeiten. Die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs erfolgt durch das Einzelhandelsangebot in der angrenzenden Gemeinde Schotten sowie in der Kernstadt Nidda.</p> <p>Mit einem Hotel bietet Stornfels aber ein ergänzendes Dienstleistungsangebot.</p> <p>Das Dorfgemeinschaftshaus fungiert als sozialer Treffpunkt.</p>		

14) Ulfa		
Einwohner	ca. 1.200	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 6,1	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 7 km	
<p>Der Stadtteil Ulfa befindet sich circa 7 km nördlich der Kernstadt Niddas und ist nach dieser der flächenmäßig größte Stadtteil. Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf eine Hofmetzgerei, der an zwei Tagen in der Woche als Direktvermarkter seine Waren anbietet. Des Weiteren ist ein Werksverkauf für Hundefutter vorhanden. Die Versorgungsfunktion für weitere Produkte des täglichen Bedarfs wird vom nahegelegenen Stadtteil Eichelsdorf mit dessen großflächigem Lebensmittelvollsortimenter erfüllt.</p> <p>Das ergänzende Gastronomie- und Dienstleistungsangebot umfasst unter anderem ein Restaurant, eine Grundschule sowie eine Bankfiliale.</p>		

15) Unter-Schmitten		
Einwohner	ca. 950	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 4,8	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 3 km	
<p>Im circa 3 km nördlich der Kernstadt Niddas gelegenen Stadtteil Unter-Schmitten ist mit einer Metzgerei lediglich ein Einzelhandelsangebot verortet. Der Leerstand einer ehemaligen Bäckerei bietet jedoch die Möglichkeit einer Neu-Ansiedlung. Die Versorgungsfunktion des Stadtteils ist über den großflächigen Lebensmittelvollsortimenter im Stadtteil Harb sowie über die Angebote in der Kernstadt Niddas gegeben.</p> <p>Das Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in Unter-Schmitten umfasst ein Bistro sowie eine Schneiderei.</p> <p>Als soziale Treffpunkte können das Bürgerhaus, die Freiwillige Feuerwehr und die Sporthalle genannt werden.</p>		

16) Unter-Widdersheim	
Einwohner	ca. 300
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 1,6
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 11 km
<p>Der circa 11 km von der Kernstadt Niddas entfernte Stadtteil Unter-Widdersheim bietet kein Einzelhandelsangebot. Die Versorgung mit Artikeln des täglichen Bedarfs wird vom Stadtteil Harb sowie der Gemeinde Wölfersheim (Stadtteil Berstadt) übernommen.</p> <p>Ergänzend ist ein gastronomisches Angebot in Form eines Restaurants sowie eine Kfz-Werkstatt in Unter-Widdersheim vorhanden.</p> <p>Das Bürgerhaus bietet zudem Raum als sozialer Treffpunkt im Stadtteil.</p>	

17) Wallernhausen		
Einwohner	ca. 1.000	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	ca. 5,1	
Entfernung zur Kernstadt:	ca. 3 km	
<p>Der Stadtteil Wallernhausen ist etwa 3 km von der Kernstadt Niddas entfernt und verfügt mit einem Dorfladen sowie einer Bäckerei über zwei Einzelhandelsangebote. Die weitere Versorgungsfunktion für Wallernhausen geht von den Angeboten in der Kernstadt Niddas aus.</p> <p>Das ergänzende Gastronomie- und Dienstleistungsangebot besteht aus zwei Gasthäusern sowie einem (Kinder-) Hotel auf einem Bio-Bauernhof und einem Seniorenzentrum.</p> <p>Sowohl das Bürgerhaus mit angrenzendem Sportplatz als auch das Freibad bilden soziale Treffpunkte im Stadtteil.</p>		

Die Stadtteilsteckbriefe zeigen, dass in den Stadtteilen ganz überwiegend kleinteilige sowie in einigen Stadtteilen gar keine Einzelhandelsstrukturen mehr gegeben sind. Die vorhandenen Leerstände ehemaliger Betriebe (vorwiegend Lebensmittelhandwerk) zeugen von dem bundesweiten Strukturwandel im Einzelhandel, der gerade mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsschichten vor zunehmende Herausforderungen stellt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind u.a. in Harb sowie in Eichelsdorf gegeben und entsprechend im Rahmen des gesamtstädtischen Standortkonzeptes zu berücksichtigen.

5 Funktionale Betrachtung Entwicklungsraum Schillerstraße

Der Entwicklungsraum Schillerstraße ist durch eine heterogene Struktur geprägt. Zum einen ist die Altstadt, inkl. Marktplatz, zu nennen, welche einen gastronomischen Schwerpunkt bildet sowie in weiten Teilen durch Wohnnutzung geprägt ist. Die Altstadt weist eine historisch gewachsene kleinteilige Struktur auf.

Demgegenüber ist der Bereich entlang der Schillerstraße zu nennen, welcher durch den Straßenverlauf sowie den überwiegend gewerblichen Strukturen geprägt ist. Durch die hohe Verkehrsauslastung wird die Aufenthaltsqualität in diesem Bereich beeinflusst. Grünzonen, Verweilzonen oder Treffpunkte sind nicht gegeben.

In Bezug auf die Ansprüche der Handelsbetriebe an den Stadtraum stellt das Stellplatzangebot einen wichtigen Aspekt dar. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten können attraktive Stellplatzangebote einen wichtigen Standortfaktor darstellen. In der Schillerstraße sind die Parkmöglichkeiten weitgehend auf die Parkmöglichkeiten an den Seitenstreifen begrenzt, welches aus Sicht der Einzelhandelsbetriebe als nicht optimal zu bewerten ist.

Die Uferbereiche der Nidda sind aktuell nur bedingt zugänglich bzw. einsehbar und werden nicht zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität genutzt.

Ein prägender Missstand liegt durch die sanierungsbedürftigen Immobilien auf der Ostseite im Kreuzungsbereich Neue Str./Schillerstraße und Bahnhofstraße vor. Durch die exponierte Lage im Eingangsbereich der Innenstadt kommt diesem Standortbereich eine besondere Funktion für die Innenstadt insgesamt zu.

Des Weiteren ist auf das Areal der Post im nördlichen Bereich der Schillerstraße zu verweisen, an dem verschiedene Option, u.a. im Hinblick auf einen Nahversorger, geprüft wurden. Diese Fläche wird künftig ausschließlich der Wohnraumentwicklung dienen. Ein rechtskräftiger Bebauungsplan liegt bereits vor, so dass diese Fläche nicht mehr als Potentialfläche zu betrachten ist.

Weiterhin ist auf den Leerstand des ehemaligen Intersport hinzuweisen, welcher im Hinblick auf die Verkaufsflächengröße den größten Leerstand darstellt.

Hinsichtlich der Gebäudestrukturen ist in einigen Fällen durchaus ein Aufwertungspotential vorhanden. Dies betrifft sowohl einzelne Gebäude in der Altstadt als auch verstärkt im Bereich der Schillerstraße (Hinweis auf Kreuzungsbereich Bahnhofstraße/Schillerstraße)

Basierend auf der Analyse lassen sich folgende Funktionsräume für den Entwicklungsraum Schillerstraße definieren

- Die Neue Straße sowie die Schillerstraße stellen den funktionalen Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt innerhalb des Entwicklungsgebietes dar. Der Fokus liegt dabei auf den innenstadtrelevanten Sortimenten. Im gesamtstädtischen Standortgefüge stellt dieser Standortbereich neben dem Fachmarkt-/Einzelhandelsstandort „Am Rauner Graben“ den wesentlichen Versorgungsschwerpunkt dar. Städtebaulich-funktionale Defizite liegen aus Versorgungssicht in Bezug auf die Parkmöglichkeiten sowie auf die Aufenthaltsqualität vor. Eine Treffpunktfunktion, welche moderne Stadträume ausmachen, kann unter den aktuellen Rahmenbedingungen nicht attestiert werden.
- Innerhalb der Bahnhofstraße stellt das Bankenwesen die prägende Nutzungsart dar. Eine funktionale Anbindung an die südlich und östlich gelegenen gewerblichen Nutzungen entlang der Neuen Straße bzw. Schillerstraße ist durch Fußwege, inkl. Querungsmöglichkeiten im Rahmen der Möglichkeiten gegeben. Die Immobilien weisen insgesamt ein zeitgemäßes Erscheinungsbild auf, so dass in diesem Bereich kein offenkundiger Handlungsbedarf vorliegt.

- Der Marktplatz ist aktuell durch gastronomische Nutzungen geprägt, die auch über eine Außenbestuhlung verfügt. Die Aufenthalts- und städtebaulichen Qualitäten bieten ein Aufwertungspotential. Der Marktplatz kann noch stärker als bisher eine belebende Funktion zukommen, sofern die Rahmenbedingungen stimmen und ein qualitätsvolles gastronomisches Angebot vorliegt und weitere Anreize für einen Besuch geschaffen werden, z.B. durch modernes Stadtmobiliar, Bespielung durch temporäre Elemente etc.
- Mit Ausnahme der Mühlstraße liegt der Nutzungsschwerpunkt in der übrigen Altstadt auf der Wohnfunktion, woraus bei verstärkten gastronomischen Nutzungen Konfliktpotentiale entstehen können. Dies ist bei der künftigen Ausrichtung der Altstadt unter Einbezug der Bewohnerschaft zu berücksichtigen.
- Der Leerstand, der ehemals durch die Fa. Intersport genutzten Immobilie, kann diesen Funktionsverlust der nördlichen Schillerstraße verstärken, sofern keine publikumswirksame Nachnutzung realisiert werden kann.
- Als Potentialfläche ist möglicherweise in der Mühlstraße im Uferbereich der Nidda gegeben. Eingangsbereich zur Altstadt in Kombination mit dem historischen Wasserrad bietet im Grundsatz vielversprechende städtebauliche Rahmenbedingungen für eine Treffpunkt, idealerweise in Kombination mit Außengastronomie. Bisher wurde die an den Standortbereich angrenzende Immobilie durch Anbieter für Schuhe genutzt, welcher jedoch kürzlich seinen Betrieb aufgegeben hat. Über mögliche Nachnutzungen liegen zum jetzigen Zeitpunkt keine Kenntnisse vor.

Als wesentliche mindergenutzte Bereiche bzw. Potentialflächen innerhalb des Entwicklungsbereiches Schillerstraße können identifiziert werden:

- Im Bereich Neue Straße 11/13 liegt eine sanierungsbedürftige Immobilie vor, die durch exponierte Lage im Eingangsbereich des Kernbereiches einen ortsbildprägenden Charakter besitzt. Die Aufwertung dieses Standortbereiches würde eine wesentliche städtebauliche Aufwertung für die Kernbereich Niddas insgesamt bedeuten.
- Das ehemalige Areal im Norden des Entwicklungsbereiches wird aktuell nur noch eingeschränkt durch die Post genutzt und ist für Kundenverkehr nicht mehr zugänglich, so dass dort eine frequenzbringende Funktion für den nördlichen Teil der Schillerstraße verloren gegangen ist. Da dieser Standortbereich künftig ausschließlich der Wohnraumentwicklung zugeführt wird, wird dort auch künftig keine gewerbliche bzw. publikumswirksame Nutzung gegeben sein.

6 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

In der Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse für das Mittelzentrum Nidda werden einerseits die standortbezogenen Rahmenbedingungen, Strukturen und Potenziale aufbereitet (Stärken/Schwächen), andererseits erfolgt eine Darstellung der (i.d.R. nicht/kaum veränderbaren) gesellschaftlichen, demografischen und technologischen Trends bzw. Entwicklungen (Chancen/Risiken).

Die Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Analyse erfolgt zunächst auf gesamtstädtischer Ebene, da sich der Entwicklungsraum Schillerstraße nicht von den gesamtstädtischen Standortrahmenbedingungen separieren lässt und entsprechend auf diesen wirkt. So beeinflusst z.B. die Einzelhandelslage „Am Rauner Graben“ ganz wesentlich die Entwicklungschancen des Untersuchungsraums Schillerstraße.

In einem zweiten Schritt wird vertiefend eine Bewertung des Entwicklungsraum bzw. der Innenstadt von Nidda vorgenommen.

Dennoch wird im Rahmen der SWOT der Entwicklungsraum als Innenstadt von Nidda entsprechend gewürdigt:

Tab. 9: Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse auf der gesamtstädtischen Ebene

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Kaufkraftzufluss aus dem Umland ist vorhanden (Zentralitätskennziffer: 103,9%) + Immenser Bedeutungsgewinn der Stadt Nidda als Einzelhandelsdestination (Zentralitätskennziffer 2010: 83,6%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kaufkraftniveau in Nidda unter dem Bundesdurchschnitt und unter den Werten der umliegenden Mittelzentren - Einige Stadtteile mit keinen/kaum vorhandenen Einzelhandelsstrukturen

<ul style="list-style-type: none"> + vielfältiger Einzelhandelsbesatz mit einer in Relation zur Stadtgröße positiv zu bewertenden Sortimentsbreite + Relativ konstante Bevölkerungsentwicklung in den letzten 10 Jahren + Positive Beschäftigtenentwicklung in den vergangenen 10 Jahren + Großes Markteinzugsgebiet durch eher ländlich geprägtes Umland mit geringen Angebotsstrukturen + Großformatige Einzelhandelsbetriebe mit einem deutlich überörtlichen Einzugsgebiet v.a. im Rauner Graben + Hohe Verkaufsflächendichte sowohl im periodischen als auch aperiodischen Bedarf + Mittelzentrale Funktion mit entsprechender Ausstattung (Schulen, öffentliche Einrichtungen etc.) + städtebaulich integrierte Lage des Versorgungsstandortes „Am Rauner Graben“ 	<ul style="list-style-type: none"> - Fehlende ganzheitliche Digitalstrategie (digitale Auffindbarkeit, digitale Sichtbarkeit, digitale Aufenthaltsqualität) - heterogene Strukturen durch eine Vielzahl von Stadtteilen, die in Teile bereits vergleichsweise große räumliche Distanzen zur Kernstadt aufweisen - begrenztes Einwohner- und Kaufkraftpotential in Relation zur gesamtstädtischen Einwohnerzahl - Magnetbetriebe ganz überwiegend außerhalb der Innenstadt angesiedelt - Typisch innenstadtprägende Sortimente weisen zum Teil stark unterdurchschnittliche Zentralität auf
---	---

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Steigerung des Kaufkraftzuflusses aus dem Umland durch diversifizierte Angebotsstrukturen attraktivieren den Standort Nidda für Neuansiedlungen ➤ Hohe Touristenzahlen u.a. durch attraktive Landschaft und Kur-Einrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Einsetzender Trading-Down-Effekt in der Innenstadt kann Auswirkungen auf den Einzelhandelsstandort Nidda insgesamt entfalten ➤ Versorgungssituation in den Ortsteilen große Herausforderungen

Zusammenstellung: cima

Nachdem im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes eine Schwerpunktsetzung auf dem Entwicklungsraum Schillerstraße liegt, folgt nachstehend eine Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Lupenbetrachtung für diesen Standortbereich.

Tab. 10: Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse Entwicklungsraum Schillerstraße Nidda

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + in Relation zur Stadtgröße positiv zu bewertende Angebotsstrukturen der Warengruppe Bekleidung/Wäsche + Innerstädtische Angebote aus dem Bereich Baumarktartikel, Elektro, Sport/Freizeit, welche zunehmend an PKW-orientierten Standortlagen außerhalb der Innenstädte zu finden sind 	<ul style="list-style-type: none"> - einzelne innenstadtprägende Sortimente (z.B. Bücher/Schreibwaren/Spielwaren) sind eher auf untergeordneten Verkaufsflächen gegeben und überwiegend an Fachmarktstandorten gegeben - Kein filialisierter Lebensmittelmarkt oder sonstiger Magnetbetriebe in der Innenstadt gegeben - Eingeschränktes öffentliches Stellplatzangebot, welches

<ul style="list-style-type: none"> + Ergänzende Dienstleistungsangebote im Untersuchungsraum Schillerstraße sind vorhanden, insbesondere das Bankenwesen besitzt eine frequenzgenerierende Funktion + Wöchentlich stattfindender Bauernmarkt auf dem Marktplatz (Treffpunkt und Versorgung) + Verlagerung und Ausbau des Kinos in Innenstadtlage als kultureller Treffpunkt ist städtebaulich ausgesprochen positiv zu bewerten + Ausgewogener Nutzungsmix von Gewerbe, Kultur und öffentlichen Einrichtungen + Altstadt bietet im Grundsatz attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen (u.a. Mühlstraße + Marktplatz) 	<ul style="list-style-type: none"> weitgehend auf die Seitenstreifen begrenzt ist. - Angebot an qualitativvoller Gastronomie, welche zur Belebung der Innenstadt beitragen würde und einen zusätzlichen Reiz für einen Innenstadtbesuch darstellt, fehlt - Teilweise sanierungsbedürftige Gebäudestrukturen in exponierter Lage, die den Gesamteindruck der Innenstadt negativ beeinflussen - Im Bereich der Schillerstraße insgesamt geringe städtebauliche Qualitäten mit geringer Aufenthaltsqualität - Mit Ausnahme des Marktplatzes gering ausgeprägte Treffpunkt-funktionen
--	--

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aufwertung durch Sanierung und Modernisierung der Gebäudestrukturen in ➤ Wochenmärkte dienen als Treffpunktfunktion und fördern die lokale Gastronomie ➤ Touristen und Kur-Gäste in Bad Salzhausen vermehrt als Besucher der Innenstadt gewinnen ➤ Verstärkte Einbindung der Nidda zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Schlechte PKW-Erreichbarkeit durch eingeschränkte Parkmöglichkeiten ➤ Schwierige Eigentumsverhältnisse im Entwicklungsgebiet können Aufwertungsprozess bremsen oder im schlimmsten Fall blockieren ➤ Im Norden der Schillerstraße einsetzender Funktionsverlust als Einzelhandelsstandort kann sich verstärken sofern keine kundenwirksame Nachnutzung in der ehemaligen Immobilie der Fa. Intersport realisiert werden kann.

Zusammenstellung: cima

Aus der skizzenhaft dargestellte Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Betrachtung für die Stadt Nidda und dem Untersuchungsgebiet Schillerstraße lassen sich zusammenfassend folgende Schwerpunkte ableiten:

- Die voranschreitenden **Digitalisierungsprozesse** in der Gesellschaft bleiben auch für die Handels- und Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Nidda nicht ohne Folgen. Gerade für die innerstädtischen Akteure stellt ein aktives, strategisches Handeln ein „Muss“ dar. Die digitale Auffindbarkeit und die digitale Sichtbarkeit der Angebotsstrukturen bilden eine wichtige Stellgröße, um auch im zukünftigen Standortwettbewerb und beim Aspekt der Kundenbindung die vorhandenen Potenziale auszuschöpfen. Sollte diese Thematik nicht aktiv und kooperativ aufgegriffen, besteht das Risiko einer verringerten Kundenbindung mit der Folge von reduzierten Verkaufsflächen.
- Die als schwierig einzuschätzenden **Eigentumsverhältnisse** im Bereich Neue Straße 11/13 eine der größten Herausforderungen im Prozess der Attraktivierung der Innenstadt dar. Zur Realisierung von Rückbauten, Sanierung von Bestandsgebäuden und Aufwertung des Stadtbildes ist ein regelmäßiger und langfristiger Kontakt zu den Eigentümern zwingend erforderlich Eine Standortprofilierung (v.a. öffentlicher Raum, kommunikative Maßnahmen) mit entsprechenden Aufwertungsmaßnahmen scheint angebracht, um den stadtbildprägenden Bereich aufzuwerten und einen positiven Effekt für die Innenstadt insgesamt zu bewirken.
- Die **Funktionsvielfalt der Innenstadt** geht heute (und zukünftig) über Gastronomie und Einzelhandel hinaus. Innerstädtisches Wohnen gewinnt grundsätzlich an Bedeutung – gerade auch im demographischen Wandlungsprozess. Sofern im nördlichen Bereich der Schillerstraße keine gewerblichen Nutzungen realisiert werden können, stellt die Schaffung von **Wohnraum** eine Alternative dar.

- Der Entwicklungsbereich der Schillerstraße erstreckt sich räumlich über einen vergleichsweise großen Bereich und weist insbesondere in dem bereits beleuchteten nördlichen Abschnitt keinen durchgängigen gewerblichen Besatz auf. Entsprechend der allgemeinen Trends innerhalb der Städte in einer vergleichbaren Größenordnung kann eine **Angebotskonzentration** zur Attraktivitätssteigerung beitragen, indem die Wege zwischen den Betrieben für die Kunden verkürzt werden.
- Moderne Innenstädte müssen Anziehungspunkte über den Einzelhandel hinaus schaffen. Dies kann u.a. durch attraktive Kultureinrichtungen oder Gastronomieangebote realisiert werden. Im Zuge dessen stellt auch die **Aufenthaltsqualität** einen zunehmend wichtig werdenden Faktor innerhalb des innerstädtischen Raumes dar. In der Stadt Nidda liegt diesbezüglich ein Aufwertungspotenzial vor.
- In Bezug auf die Aufenthaltsqualität ist ebenfalls die Einbindung der **Nidda als sichtbares Element** in der Innenstadt anzuführen.

7 Zwischenfazit Analyse

In einer Gesamtbetrachtung der übergeordneten Einzelhandelstrends der regionalen Standortrahmenbedingungen, des Mikrostandortes Nidda sowie der bestehenden gewerblichen Angebots- und städtebaulichen Strukturen lassen sich die wesentlichen Punkte wie folgt zusammenfassen:

- Die Rahmenbedingungen in Nidda in Bezug auf die Bevölkerungsentwicklung und die Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmendaten (steigende Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, abnehmender Pendlersaldo etc.) entwickeln sich positiv, woraus sich eine mindestens stabile Nachfragesituation in Bezug auf den Einzelhandel ergibt.
- Anhand der deutlichen Zunahme der Einzelhandelszentralität seit dem Jahr 2010 lässt sich eine Bedeutungssteigerung des Einzelhandelsstandortes ablesen. Innerhalb von 10 Jahren konnte ein deutlicher Kaufkraftabfluss aus der Gemeinde nicht nur vermindert, sondern in einen Kaufkraftzufluss von außerhalb der Gemeinde umgewandelt werden.
- Mit dem Kernbereich Neue Straße/Schillerstraße liegt ein Stadtzentrum vor, das hinsichtlich der Angebotsstrukturen derzeit noch eine gewisse Angebotsvielfalt bietet und auch in Bezug auf die Multifunktionalität (u.a. öffentliche Einrichtung, Kino als kultureller Schwerpunkt) verschiedene Optionen für Besucher und Kunden bietet.
- In Bezug auf die Aufenthaltsqualität und die städtebaulichen Qualitäten liegen jedoch gewisse Optimierungspotentiale vor. Diese sind u.a. in sanierungsbedürftigen Immobilien z. T. in exponierter Lage oder auch in Bezug auf die nur gering ausgeprägten Treffpunktfunktionen begründet. Aus Betreibersicht stellen auch die wenigen Stellplatzangebote einen erschwerenden Umstand dar.
- In der Kernstadt ist weiter auf die leistungsfähigen Fachmärkte im Bereich „Am Rauner Graben“ hinzuweisen. Dieser Standortbereich stellt in Bezug auf die Verkaufsfläche den prägenden Einzelhandelsstandort in

der Gesamtstadt Nidda dar. Die Angebotsstrukturen umfassen mit verschiedenen Anbietern aus dem kurzfristigen Bedarf (Lebensmittel, Drogerie) sowie auch auf vergleichsweise großer Fläche zentrenrelevante Sortimente (u.a. Spiel- und Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe) einen attraktiven Einzelhandelsstandort dar.

- In Bezug auf die Innenstadtentwicklung bzw. auf den Entwicklungsraum liegen dahingehend Sortimentsüberschneidungen vor bzw. beeinflussen diese auch die Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt.

Neben diesen zunächst überwiegend positiv zu bewertenden Rahmenbedingungen ist jedoch, vor allem aufgrund des einsetzenden Trading-Down-Effektes in der Schillerstraße, den dynamischen Entwicklungen des Online-Handels – die durch die aktuelle Corona-Pandemie nochmals einen „Schub“ erhalten haben – und der damit bedingten voraussichtlich sinkenden Umsatzanteile des stationären Handels, mit zukünftigen Anpassungen oder sogar Rückgängen der durch den Einzelhandel belegten Flächen auszugehen.

Da das Mittelzentrum Nidda heute bereits eine weitgehend ausgeprägte Einzelhandelslandschaft besitzt (Hinweis auf Einzelhandelszentralität) und aufgrund der dargelegten Strukturveränderungen im Einzelhandel ist künftig eher von Verkaufsflächenrückgängen auszugehen, so dass die quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten stark begrenzt sind. Die rechnerisch ausgewiesenen Zentralitätswerte bieten lediglich Ansatzpunkte für „Angebotslücken“, sind jedoch auch im Hinblick auf die am Markt verbreiteten Angebotsformen und Betriebstypen in Wert zu setzen.

Da nicht mit umfangreichen neu entstehenden Flächennachfragen zu rechnen ist, ergeben sich aus einer quantitativen Perspektive zunächst eher

untergeordnete Potenziale zur Weiterentwicklung des bestehenden Angebots. Nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie zeigen sich auch im Hinblick auf den filialisierten Einzelhandel verminderte Expansionsaktivitäten, wobei hierbei insbesondere die innenstadtprägenden Sortimente betroffen sind.

Branchen- und sortimentsbezogene Entwicklungspotenziale

Grundsätzlich zeigt die Bestands- und Nachfrageanalyse für die Stadt Nidda, dass in den überwiegenden Sortiments- und Branchenbereichen im Einzelhandel eine quantitativ gute Ausstattung hinsichtlich der Verkaufsflächen und Betriebstypen vorliegt. Rechnerisch niedrige Kaufkraftbindungsquoten liegen u. a. im Bereich Uhren/Schmuck oder auch Einrichtungsbedarf/Wohnaccessoires vor.

Rechnerisch hohe Zentralitätswerte bedeuten dagegen jedoch nicht, dass bei eventuell anfallenden Investorenanfragen/-entscheidungen keine Möglichkeiten in Nidda zur Entwicklung bestehen. Denn städtebauliche Einzelhandelsentwicklungskonzepte sollen und dürfen den Wettbewerb nicht behindern. Vor diesem Hintergrund erfolgt in der nachfolgenden Kurzeinordnung eine differenzierte Darstellung nach den drei wesentlichen Branchenkategorien:

- nahversorgungsrelevante Sortimente,
- zentrenrelevante Sortimente,
- sonstige Sortimente (sog. nicht-zentrenrelevante Sortimente).

Gemäß dieser Gliederung lassen sich folgende Beurteilungen zu den Entwicklungspotenzialen treffen:

- Die **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, insbesondere Drogeriewaren und Lebensmittel, sind von den aktuellen Digitalisierungsstrategien (noch) am wenigsten betroffen (Onlineanteil am Lebensmittelhandel ca. 1-2 %). Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass die Bürgerinnen und Bürger die vorhandenen Nahversorgungsstandorte in der Regel persönlich aufsuchen, um die Einkäufe zu tätigen. Der Online-Handel hat für die Nahversorgung bislang nur eine nachgeordnete Funktion, auch wenn künftig von steigenden Marktanteilen auszugehen ist.

Mit einer Einzelhandelszentralität von annähernd 120 % liegt bereits eine rechnerische „Vollversorgung“ vor, so dass sich aus quantitativer Sicht keine wesentlichen Entwicklungsspielräume für die Realisierung weiterer Lebensmittelmärkte ergeben. Dies ist auch vor dem Gesichtspunkt zu bewerten, dass für die Bestandsbetriebe aufgrund des zunehmenden Verkaufsflächenbedarfes Entwicklungsspielräume gewährleistet werden sollten.

Auch der Betriebstypenmix ist mit Discountmärkten, Vollsortimentern, einem großen Supermarkt in Harb sowie den Spezialformaten, wie Getränkemärkten, nahezu vollständig abgedeckt.

In Bezug auf die räumliche Verteilung der Nahversorgungsstandorte ist darauf hinzuweisen, dass innerhalb des ZVB kein größerer Lebensmittelmarkt gegeben ist, der gleichzeitig als Magnetbetrieb eine frequenzgenerierende Funktion für die Innenstadt übernimmt. In Anbetracht der vorliegenden Angebotssituation ist die Realisierung eines weiteren Lebensmittelmarktes wenig realistisch, wie auch die Bemühungen am Post-Areal gezeigt haben.

Unter Berücksichtigung des vorhandenen Betriebstypenmix stellt ggf. ein Bio-Supermarkt eine Entwicklungsoption dar, da dieses Segment aktuell durch hohe Expansionstätigkeiten

gekennzeichnet und der Betriebstyp bislang in der Gesamtstadt Nidda nicht vorhanden ist.

In Bezug auf die kleinteiligen Stadtteile ohne Lebensmittelversorgung ist zu konstatieren, dass dort ein geringes Kaufkraftpotential gegeben ist. Ein Ausbau der stationären Angebotsstrukturen ist als wenig wahrscheinlich zu erachten, so dass auch mobile Versorgungskonzepte zur Verbesserung der Grundversorgung zu prüfen sind.

Im Segment der Drogeriewaren wird kein Entwicklungspotential gesehen, da mit der Fa. dm und der Fa. Rossmann bereits zwei der drei wesentlichen Wettbewerber in diesem Segment in der Stadt Nidda ansässig sind.

- Der aktuelle Strukturwandel im Einzelhandel, der insbesondere durch die Digitalisierung geprägt wird, wirkt sich seit einigen Jahren insbesondere auf die **zentrenrelevanten Sortimente** aus. Insbesondere bei den Sortimenten Schuhe und Bekleidung gibt es erhebliche Marktanteile des Online-Handels. Im Zuge der Coronapandemie sind auch die Verbrauchsausgaben in diesen Segmenten in Teilen weiter zurückgegangen. Vor diesem Hintergrund sind die quantitativen und qualitativen Entwicklungsspielräume bei den zentrenrelevanten Sortimenten, sofern sie als großflächige Einzelhandelsprojekte steuerbar sind, in Nidda sehr begrenzt. Hierbei sind auch die Stadtgröße und Bevölkerungsstruktur zu berücksichtigen, so dass in der Stadt Nidda nicht von oberzentralen Angebots-/ Versorgungsstrukturen auszugehen ist.
- Im Bereich Bekleidung/Textil sowie Schuhe sind zunächst rechnerisch bereits hohe Einzelhandelszentralitäten festzuhalten. In Anbetracht des Betriebstypenmix mit eher discountorientierten Fachmärkten sowie der qualitätsorientierten Fachgeschäfte in der Innenstadt werden bereits verschiedene Kundenzielgruppen

angesprochen. Auch für die jüngeren Bevölkerungsgruppen liegt mit dem Anbieter „Textilium“ ein attraktives Angebot vor.

- Auch das Segment Sportartikel ist in diesem Zusammenhang als wichtiges Sortiment einzuordnen. Die Betriebsaufgabe der Fa. Intersport zeigt jedoch, dass auch in diesem Segment, das zudem stark durch den Onlinehandel geprägt ist, nur ein geringes Entwicklungspotential vorliegt. Am ehesten werden Chancen in Bezug auf spezialisierte Anbieter, wie z.B. Laufbekleidung/-schuhe, gesehen.
- In den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten liegen überwiegend hohe Zentralitätskennziffern und ein untergeordnetes Entwicklungspotential vor. Hervorzuheben ist die niedrige Kennziffer im Bereich Uhren/Schmuck. Das Sortiment wird überwiegend durch Fachgeschäfte angeboten, welche grundsätzlich immer möglich sind, sofern sich diese im Wettbewerb profilieren können. Es handelt sich hierbei aber um kein Leitsortiment für die Innenstadtentwicklung, sondern lediglich um ein angebotsergänzendes Sortiment.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die qualitativen und quantitativen Entwicklungsspielräume bei den innenstadtrelevanten Leitsortimenten begrenzt sind und diese (marktwirtschaftlich orientierten) Entwicklungen konsequent auf den Innenstadtbereich zu lenken sind. Ein wesentlicher Fokus sollte in Nidda auf dem Erhalt der bestehenden Angebotsstrukturen liegen.

Bei den **sonstigen Sortimenten** sind zum einen die Sortimente Baumarktartikel mit einer sehr hohen Einzelhandelszentralität und Anbietern mit einer Marktausstrahlung deutlich über die Stadtgrenzen hinaus als auch zum anderen der Bereich Einrichtungsbedarf (Möbel) mit einer sehr niedrigen Zentralitätskennziffer zu nennen.

Während entsprechend für das Baumarkt-/Heimwerkersegment (inkl. Gartenmarkt) aufgrund der Angebotsstrukturen geringe Entwicklungsperspektiven gesehen werden, ist bei dem Segment Einrichtungsbedarf eine differenzierte Bewertung vorzunehmen. Die Branche wird zunehmend durch großformatige Möbelhäuser an verkehrsgünstig gelegenen, in der Regel städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten. Verkaufsflächengrößen von 30.000 bis 50.000 qm stellen hierbei keine Seltenheit dar. In Anbetracht dessen wird für das Mittelzentrum Nidda nur ein geringes Entwicklungspotential gesehen.

Ein Entwicklungspotential auch in Anbetracht der gesellschaftlichen Trends wird ggf. im Bereich Fahrräder gesehen, welche nur in einem kleinflächigen Fachgeschäft angeboten werden. Gerade durch die Entwicklung der E-Bikes hat dieses Segment einen enormen Schub erfahren und stellt unter Umständen eine Option für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Nidda dar.

8 Strategien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Nidda

Das Mittelzentrum Nidda verfügt aktuell über ein Einzelhandels- und Versorgungsangebot, welches in den jeweiligen Branchen und Betriebsformen überwiegend gut ausgeprägt ist und mit wenigen Ausnahmen gute Zentralitätswerte aufweist. Die landesplanerisch zugeordnete mittelzentrale Versorgungsfunktion wird grundsätzlich erfüllt.

Hervorzuheben ist die positive Entwicklung der Stadt Nidda als Einzelhandels- und Versorgungsstandort, welches sich anhand der stark positiven Entwicklung der Einzelhandelszentralität nachvollziehen lässt. Dies ist besonders hervorzuheben, da der Strukturwandel des Einzelhandels bereits vor der Corona-Pandemie zu beobachten war und somit für die Attraktivität des Standortes Nidda spricht.

Um das bestehende Einzelhandelsangebot mit seiner Versorgungs- und Treffpunktfunktion in Nidda nachhaltig zu sichern und qualitativ weiterzuentwickeln, ist vor allem der Entwicklungsraum Schillerstraße mit seinem vielfältigen Funktions-Mix zu beachten und mit dem nachfolgenden Zielsystem zu berücksichtigen.

I

Mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Nidda stärken und weiterentwickeln

Im Standortwettbewerb bzw. im Rahmen einer Profilierung verfügt Nidda zunächst über zweifelsfrei gute Potenziale und Stärken für eine positive nachhaltige Entwicklung. Zu nennen sind u. a. die Bevölkerungsentwicklung, die positive Entwicklung als Arbeitsstandort sowie die gesamtstädtisch zu bewertenden Einzelhandelsstrukturen.

Neben der Stärkung der bestehenden Angebotsstrukturen durch Schaffung attraktiver Rahmenbedingungen (z. B. im Hinblick auf die städtebaulichen Qualitäten im öffentlichen Raum oder den Aspekt der Erreichbarkeit) als mittelzentraler Versorgungsstandort ist es darüber hinaus notwendig über ein schlüssiges und belastbares Standort- und Sortimentskonzept, Planungs- und Investitionssicherheiten für Betreiber und interessierte Investoren zu schaffen.

Neuer Standort bei Baumarkt, Sportmarkt, Elektromarkt – Lebensmittel – auch um durch Versorgungsstandort im Norden

II

„Innenstadt first“ – Fokussierung der zentrenrelevanten Sortimente auf den ZVB Innenstadt/Schillerstraße

Gerade unter dem Aspekt der ausgeprägten Angebotssituation im Bereich „Am Rauner Graben“ ergibt sich die Notwendigkeit, die Innenstadt bzw. den abgegrenzten Entwicklungsbereich Schillerstraße im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches vor städtebaulich negativen Entwicklungen „zu schützen“.

Konkret bedeutet dies, dass insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente an diesem Standortbereich zu konzentrieren sind.

Das Prinzip „City first“ sollte jedoch im Grundsatz darüber hinaus für alle Einzelhandelsnutzungen gelten. Das heißt, dass für die Betriebstypen, die aufgrund ihrer Standortanforderungen (z.B. Verkaufsflächen- und

Stellplatzbedarf) städtebaulich integrierbar sind, mit Fokus auf den ZVB bzw. den Entwicklungsbereich Schillerstraße zu priorisieren sind.

III

Weiterentwicklung der Innenstadt über den Einzelhandel hinaus

Der Strukturwandel im Einzelhandel bedingt, dass sich eine moderne Innenstadt durch Multifunktionalität auszeichnet, da von einer nachlassenden Zugkraft des Einzelhandels insgesamt auszugehen ist.

Umso wichtiger werden alternative Funktionen und Nutzungen für eine Belebung der Innenstadt. An erster Linie sind die ergänzenden einzelhandelsnahen Dienstleistungen (z.B. das Bankenwesen) zu nennen, die in der Innenstadt von Nidda bereits eine wesentliche Rolle im Sinne der Frequenzsteigerung spielen. Von besonderer Bedeutung ist auch die Gastronomie, welche insbesondere durch eine attraktive Außengastronomie zu einer belebten Innenstadt beiträgt. In der Stadt Nidda sind hierfür bestimmte Innenstadtbereiche bzw. die Altstadt (Mühlstraße), inkl. Marktplatz, zu stärken. Auch die kulturellen Nutzungen stellen ebenso wie der das Gesundheitswesen wichtige Bausteine der Multifunktionalität dar.

IV

Potenzialflächen für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in der Gesamtstadt ermöglichen

Auch der sog. nicht-zentrenrelevante Einzelhandel, z. B. Gartenbedarf, Tiernahrung, Farben/Lacke usw., stellt in Nidda einen wichtigen Bestandteil der mittelzentralen Versorgungsstruktur dar. Sofern diese nicht gemäß Zielstrategie II innerhalb des ZVB zu realisieren sind, sind im Sinne von Zielstrategie I zur Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion entsprechende Standortoptionen bzw. -potenziale, die in der Regel PKW-orientiert sind, zu ermöglichen. Hierbei ist die Thematik der

zentrenrelevanten Randsortimente, sowohl unter landesplanerischen als auch städtebaulichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Auch für diesen Sortimentsbereich gilt die grundsätzliche städtebauliche und betriebswirtschaftliche Maxime, dass die Weiterentwicklung vorrangig auf bestehenden Standorten bzw. Standortagglomerationen zu lenken ist, um bestehende Strukturen nicht zu schwächen und zudem einen gewissenhaften Umgang mit der Ressource Boden zu gewährleisten.

V

Einzelhandel stationär und digital denken

Die zunehmende Digitalisierung stellt den Einzelhandel vor besondere Herausforderung. Insbesondere der inhabergeführte Einzelhandel ist stärker davon betroffen als die nationalen und internationalen Filialisten, die in der Regel über professionelle Digitalstrategien verfügen.

Nicht zuletzt die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass die digitale Präsenz bzw. Auffindbarkeit der Betriebe mit gleicher Priorität zu behandeln ist wie das stationäre Ladengeschäft. Aus diesem Grund gilt es den stationären Handel mit einer ganzheitlichen Entwicklungsstrategie auch digital zu stärken.

9 Standort- und Sortimentskonzept Stadt Nidda

10.1 Übergeordnete Zielsetzungen

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Nidda verfolgt städtebauliche Zielvorstellungen und dient als Steuerungsgrundlage für den Einzelhandel im Rahmen der Stadtentwicklung. Es bildet die Grundlage bei der Bewertung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben und zur Priorisierung von Einzelhandelsstandorten, nicht nur in Bezug auf den Untersuchungsraum „Schillerstraße“, sondern auf gesamtstädtischer Ebene.

Zu berücksichtigen ist grundsätzlich, dass die Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel überwiegend in privater Hand liegen. Die Stadt Nidda kann nur die rahmengebenden Bedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage festlegen. Steuernd darf die Kommune mit den zur Verfügung stehenden planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn andernfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche zu befürchten sind.

Übergeordnete Zielsetzungen dienen als grundlegende Entwicklungsziele zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Nidda. Dabei sind die folgende, bereits erläuterten Ziel und Leitlinien zu nennen:

Übergeordnete Ziele und Leitlinien

- Mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Nidda stärken und weiterentwickeln
- „City first“ – Fokussierung der zentrenrelevanten Sortimente auf den ZVB Innenstadt/Schillerstraße
- Weiterentwicklung der Innenstadt auch über den Einzelhandel hinaus
- Potenzialflächen für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in der Gesamtstadt ermöglichen
- Einzelhandel stationär und digital denken

Die Umsetzung dieser räumlichen Ziele sieht vorrangig die Schaffung von Planungssicherheit vor. Lenkung und Steuerung im Sinne der Planungshoheit der Kommune soll zur Sicherung und gezielten Stärkung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche, der Vorhaltung einer wohnortnahen Grundversorgung, sowie zur strukturverträglichen Weiterentwicklung der vorhandenen bzw. der gegebenenfalls zukünftig zur Verfügung stehenden Potenzialflächen in der Stadt Nidda eingesetzt werden.

Nach Beschluss des Einzelhandelskonzepts durch die Niddaer Stadtverordnetenversammlung wird das Einzelhandelskonzept im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts gemäß § 1 Abs. 6 (11) BauGB zukünftig als Grundlage für die vorbereitende und verbindliche Bauleitplanung heranzuziehen sein.

10.2 Sortimentkonzept

Grundlagen

Ergänzend zu den formulierten übergeordneten Zielsetzungen ist bei der Erstellung eines Einzelhandelskonzepts die Definition einer ortsspezifischen Sortimentsliste obligatorisch. Im Rahmen der Sortimentsliste werden die Einzelhandelsortimente hinsichtlich ihrer Relevanz für die Innenstadt sowie für die sonstigen Lagen innerhalb der Kommune eingestuft. Das Sortimentkonzept teilt demnach die Sortimente in Anbetracht der Situation vor Ort, welche durch u.a. der Analyse der Angebotssituation erfasst wurde, in verschiedene Bedarfsbereiche ein.

Notwendigkeit einer ortsspezifischen Sortimentsliste

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre kann eine Kommune u. a. zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.¹¹

Die Rechtsprechung betont die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen, zentrenrelevanten

Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“¹²

Die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes sieht einen „(nahezu) vollständigen Einzelhandelsausschluss durch das Ziel der Stärkung der im gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt“ an.¹³ Ein Ausschluss kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und die in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Solche Ausschlüsse müssen, der Rechtsprechung folgend, städtebaulich gerechtfertigt sein. Das oben beschriebene Ziel, die zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und gezielt zu stärken, ist in der Rechtsprechung allgemein als städtebauliche Rechtfertigung anerkannt. Daraus folgt – für die Stadt Nidda wie allgemein – dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche +. Das Einzelhandelskonzept dient also dazu, Einzelhandelsvorhaben in Nidda rechtssicher und städtebaulich begründet steuern zu können. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten der Kommune zu berücksichtigen.¹⁴

¹¹ u.a. OVG Münster, Urteil vom 22.04.2004 – 7a D 142/02 NE; siehe hierzu auch OVG Lüneburg, Urteil vom 14.06.2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 bis 9 BauNVO bieten eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimenten auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die

Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von diesen Feinsteuermöglichkeiten Gebrauch macht.“

¹² VGH Mannheim, Urteil vom 30.01.2006 – 3 S 1259/05

¹³ BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 – 4 C 21.07

¹⁴ hierzu u.a. OVG Münster, Urteil vom 03.06.2002 – 7 A 92/99.NE

Anforderungen an die Bestimmtheit von Sortimentslisten

Die Rechtsprechung hat deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf, aus der Örtlichkeit abgeleiteten, Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beruhen.¹⁵

Die Sortimentsliste der Stadt Nidda dient dem Schutz, aber auch gerade der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, im Speziellen der Innenstadt¹⁶ und den Nahversorgungszentren sowie darüber hinaus der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll. Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.

Dabei können beispielsweise bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden. Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein muss, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen kann, um auch Sortimente zuzuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind.

Einstufung der Sortimente

Grundlage für die aktuelle Einstufung der Einzelhandelssortimente bilden neben Kriterien der Warenbeschaffenheit und der Magnetfunktion auch die aktuellen Bestandsstrukturen des Einzelhandels in Nidda, realistische Ansiedlungsmöglichkeiten sowie städtebauliche und wirtschaftsförderungspolitische Gründe. Darüber hinaus wurde bei der Erstellung der „Niddaer Liste“ die im Regionalplan Südhessen enthaltene Sortimentsliste im Hinblick auf die Sortimentssystematik berücksichtigt.

Neben einer Unterscheidung zwischen Zentren- bzw. Nicht-zentrenrelevanten Sortimenten wurde innerhalb der Zentrenrelevanten Sortimente eine vertiefende Differenzierung in „Grund- und Nahversorgungsgüter für den täglichen Bedarf“¹⁷ sowie „Güter für den lang- und mittelfristigen Bedarf“ vorgenommen.

Grund- bzw. nahversorgungsrelevante Güter sind Sortimente, die

- täglich oder mehrmals wöchentlich nachgefragt werden,
- i.d.R. eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion übernehmen und wohnortnah nachgefragt werden,
- vom Kunden sofort mitgenommen und meist problemlos transportiert werden können und
- zunehmend zur Frequenzerhöhung und Belegung von Zentren genutzt werden.

¹⁵ hierzu u.a. OVG Münster, Urteile vom 09.10.2003 – 10a D 76/01.NE (Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen) und vom 22.04.2004 – 7a D 142/02 NE (Bestätigung baurechtlicher Festsetzungen auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes)

¹⁶ Beinhaltet den Untersuchungsraum Schillerstraße

¹⁷ Im allgemeinen auch als „Güter des kurzfristigen Bedarfes“ bezeichnet

Als **zentrenrelevante Sortimente** bzw. des Innenstadtbedarfs werden Sortimente bezeichnet, die

- eine besondere Funktion in zentralen Lagen erfüllen (z.B. Frequenzbringer, Synergie-Effekte zu anderen Sortimenten),
- vom Kunden weitgehend problemlos transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- das „Einkaufserlebnis“ steigern können,
- durch Anbieter mit vergleichbarem Angebotsschwerpunkt positive Agglomerationseffekte entstehen lassen und
- vorwiegend im Zentrum angeboten werden und prägend für das Zentrum sind.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente stellen Sortimente dar, die

- überwiegend „sperrige“ Artikel umfassen und entsprechend von Pkw-Kunden nachgefragt werden,
- nur schwer zu transportieren sind,
- einen hohen Flächenbedarf aufweisen und
- i. d. R. geringere Flächenproduktivitäten erreichen.

Die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment bzw. des Innenstadtbedarfs bedeutet nicht, dass die Sortimente zum aktuellen Zeitpunkt bereits im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorhanden sein müssen. Eine entsprechende Einstufung kann auch erfolgen, wenn das Sortiment nicht oder nur in geringem Maße im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist, jedoch das Ziel einer Ansiedlung zur Steigerung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereichs besteht.

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für die Stadt Nidda soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw.

Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Innenstadtrelevanz kann auch vom Planungswillen der Kommune bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Stadtverwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung im Mittelzentrum Nidda dient lediglich als Anhaltspunkt. Für die Innenstadtrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb des Stadtgebiets sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Innenstadtrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in städtebaulich integrierten Lagen oder städtebaulichen Randlagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m²) dient dabei als Grundlage für die Bewertung.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in Innenstadtlagen angeboten werden, sind für die Abwägung mit zu berücksichtigen. Oftmals sind bspw. Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Innenstadtrelevanz zu beachten. Darüber hinaus sollte der Branchenmix einer Innenstadt attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht innenstadtrelevant erscheinen, ebenfalls der Innenstadtlage vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.
- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem Grundzentrum sind die Frequenzbringer des Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u. a. Lebensmittel,

Drogerieartikel, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden. In Mittel- und Oberzentren umfassen diese i. d. R. auch Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs.

- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen der Innenstadt umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Innenstadtrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen zentralen Versorgungsbereich.
Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.
- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt mit Blick auf die Innenstadtrelevanz von Sortimenten eine weitere Rolle. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden können (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen sog.

„Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Stadt:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zuordnung von Sortimenten zum Innenstadtbedarf haben.

In der folgenden Tabelle ist die detaillierte Sortimentsliste für die Stadt Nidda dargestellt. Künftig sollte die Sortimentsliste als Grundlage in der Bauleitplanung herangezogen werden. Der Regionalplan beinhaltet eine schematische, u.a. beispielhafte Auflistung der zentren- / innenstadtrelevanten Sortimente (vgl. Anlage).

Tabelle 11: Sortimentsliste Nidda

Zentrenrelevante Sortimente		Nicht-zentrenrelevante Sortimente
Güter des nahversorgungsrelevante Bedarfes	Güter für den mittel- und langfristigen Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel ▪ Drogeriewaren ▪ Apothekenwaren ▪ Schnittblumen ▪ Zeitschriften, Zeitungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Heimtextilien, Bettwaren, Kurzwaren ▪ Bücher/Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf ▪ Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren ▪ Kunstgegenstände, Antiquitäten ▪ Optik, Hörgerätekustik 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge ▪ Fotozubehör, Kameras, Stativ etc. ▪ Musikinstrumente ▪ Autoteile und Zubehör ▪ Fahrräder und Zubehör ▪ Gartenartikel und Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Möbel, Küchen

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Orthopädischer Bedarf/Sanitätswaren ▪ Uhren, Schmuck ▪ Haushaltselektronik („weiße Ware“) ▪ Unterhaltungselektronik („braune Ware“)/Computer und Zubehör ▪ Spielwaren ▪ Sportartikel (inkl. Bekleidung) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Matratzen ▪ Leuchten und Zubehör ▪ Zooartikel, Tiere
--	--	--

Quelle: Regionalplan Südhessen 2010

Teilweise ergeben sich im Ergebnis der städtebaulich-funktionalen Analyse in Nidda sowie den formulierten Zielsetzungen differenzierte Einordnungen gegenüber dem Regionalplan.

10.3 Standortkonzept

Das Standortkonzept definiert räumliche Prioritäten für die Einzelhandelsentwicklung und dient somit als Grundlage für die Entwicklung wesentlicher Einzelhandelslagen in der Stadt Nidda. Kernelement des Standortkonzepts ist die Definition und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Bewertung deren Entwicklungsfähigkeit.

Das Standortkonzept dient grundsätzlich der Einteilung der Einzelhandelsstandorte entsprechend ihrer Funktionalität und deren Zuordnung von unterschiedlichen Aufgabenbereichen. Das Standortkonzept wurde

im Rahmen eines intensiven Abstimmungsprozesses mit der Stadtverwaltung Nidda und Projektsteuerung abgestimmt.

Vorbemerkung Zentrale Versorgungsbereiche

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsiniciativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Raumordnungsprogrammen oder Einzelhandelserlässen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Das Bundesverwaltungsgericht hat eine Definition des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ erarbeitet, die bereits in zahlreichen Urteilen und Beschlüssen zitiert wurde und daher als allgemeingültig gelten kann:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus

*zukommt. Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein“.*¹⁸

Die Raumordnungsverordnungen und die Rechtsprechung liefern außerdem Hinweise und Vorgaben für die räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Stadt- bzw. Gemeindegebietes sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine gebietsstarke Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen zu berücksichtigen, ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum

18 BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 208

Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als solche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen, Verwaltung, sonstige öffentliche, soziale und kulturelle Einrichtungen, etc.) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches ab. In einem Hauptzentrum einer größeren Kommune ist das Angebot vielfältiger als in einem Hauptzentrum einer kleineren Kommune. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Kommune unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Die Abgrenzung und Darstellung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt grundsätzlich flurstückscharf. Lediglich in begründeten Ausnahmefällen werden Flurstücke geteilt und die Abgrenzung an bestehenden Gebäuden orientiert.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z. B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte).

Bei der Beurteilung der aktuellen Situation vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als faktischer zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe und Anforderungen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt:

- Eindeutig bestimmt (gebietsscharfe Abgrenzung)

- Kompakt, keine städtebaulichen Zäsuren
- Vielfalt und Umfang der Einzelhandelsangebote
- Vorhandensein von zumindest einem (großflächigen) Magnetbetrieb
- Angebotsdichte/durchgängiger Besatz
- Mix aus ergänzenden zentrenprägenden Nutzungen auch über den Einzelhandel hinaus (u. a. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche, kulturelle oder soziale Einrichtungen)
- Städtebaulich integrierte Lage mit Anschluss an Wohngebiete
- Verkehrliche Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, zu Fuß, per Fahrrad)
- heutige Versorgungsfunktion.

Bei der Beurteilung der Entwicklungsmöglichkeiten übernehmen u. a. folgende Aspekte eine wesentliche Bedeutung:

- geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Gemeinde sowie
- Entwicklungsflächen.

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen und auf Basis dessen die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Nidda zu bestimmen.

Auf Basis der oben dargestellten abgestimmten Grundlagen wurde im Zusammenhang mit einer ausführlichen Analyse der Situation vor Ort sowie in Anbetracht vorhandener Entwicklungsperspektiven das Standortkonzept der Stadt Nidda erstellt.

Aufgrund der aktualisierten Definition und parzellenscharfen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche Niddas wird zukünftig eine

erhöhte Rechtssicherheit des Einzelhandelskonzeptes erreicht. Gemäß folgendem detailliertem und quantitativem Kriterienkatalog konnten für die Stadt Nidda neben der Innenstadt zwei weitere zentrale Versorgungsbereiche im rechtlichen Sinne definiert werden. Diese zwei zusätzlichen zentralen Versorgungsbereiche fungieren als Nebenzentrum (im Sinne eines zentralitätsbildenden Fachmarktstandort mit Nahversorgungsfunktion) sowie Nahversorgungszentren in der Standortstruktur der Stadt Nidda.

Wir empfehlen basierend auf den vorhandenen städtebaulichen Gegebenheiten sowie der vorliegenden Angebotsstrukturen in der Stadt Nidda folgende Standortkriterien:

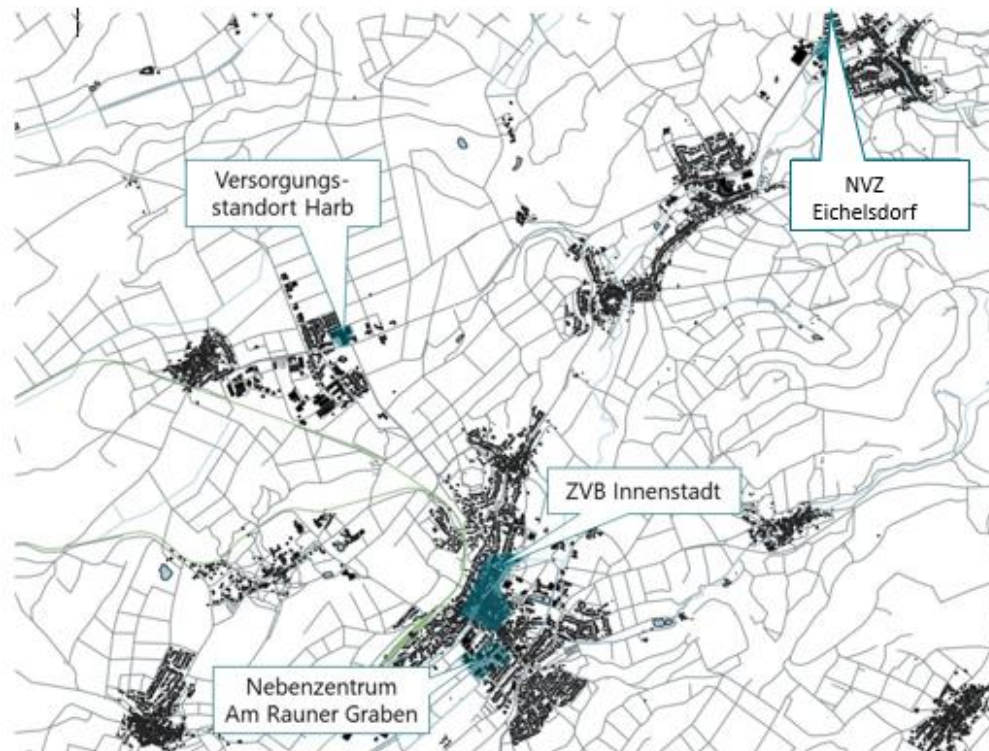
Tabelle 12: Standortkategorien Stadt Nidda

Standortkategorie	Definition/Erläuterung	Standorte, Lagen
Innenstadt (Hauptzentrum)	Zentraler Versorgungsbereich (ZVB) im Sinne des BauGB	Innenstadt
Nebenzentrum: zentralitätsbildender Fachmarktstandort mit Nahversorgungsfunktion (städtebaulich integrierte Lage)	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) im Sinne des BauGB	Am Rauner Graben
Nahversorgungszentren (NVZ) (städtebaulich integrierte Lagen mit Einzelhandels- und Dienstleistungsmix)	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) im Sinne des BauGB	NVZ Eichelsdorf
Städtebauliche integrierte Lage	Sonstige integrierte Standorte <ul style="list-style-type: none"> - baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend - anteilig fußläufiger Einzugsbereich - ortsübliche ÖPNV-Anbindung 	Harb Herkules SB-Warenhaus

Cima Beratung + Management

Neben dem formulierten Sortimentskonzept bildet das dargestellte Standortkonzept mit der definierten Zentrenhierarchie die wesentliche Grundlage für die strategische Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Nidda.

Abb. 25: Übersicht Einzelhandels-Standortgefüge in der Stadt Nidda¹⁹



Quelle: CIMA

¹⁹ Detailabgrenzung erfolgt in den Standortsteckbriefen

10.4 Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist der vielfältigste Einzelhandelsstandort im Niddaer Stadtgebiet und von Bedeutung sowohl für die Bürgerinnen und Bürger in der Stadt als auch des regionalen Marktgebiets sowie die weiteren Besucher- und Gästestrukturen.
 - Insgesamt sind im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich (ZVB) 51 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 6.960 qm angesiedelt. Die Einzelhandelsangebote werden durch einen vielfältigen Nutzungs-Mix aus Gastronomie, öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen ergänzt und unterstreichen so den „innerstädtischen Charakter“. Die Erreichbarkeit der Innenstadt ist über die unterschiedlichen Verkehrsträger, d. h. Pkw/Individualverkehr, Langsamverkehr und ÖPNV, gut organisiert. Optimierungspotential liegt vorrangig in Bezug auf die Aufenthaltsqualität sowie der Parkierung vor.
 - Der ZVB Innenstadt verfügt über die klassischen innerstädtischen Versorgungsstrukturen. Ergänzt werden gewerblichen Angebotsstrukturen funktional durch den Marktplatz, der mit u. a. mit seinem gastronomischen Angebot die wesentliche Treffpunktfunktion innerhalb des ZVB Innenstadt darstellt.
 - Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt gemäß städtebaulich-funktionalen Strukturen sowie den stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen. Es wird eine räumlich leicht größere Ausdehnung, über den Untersuchungsraum „Schillerstraße“ hinaus, angenommen, der die an den Untersuchungsraum angrenzenden Bereiche in der Bahnhofsstraße sowie Raun berücksichtigt, da ein räumlich-funktionaler Bezug vorliegt.
- Die Zielsetzung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegt darin, diesen konsequent als zentralen Einzelhandelsstandort und Treffpunkt für die Bürgerinnen und Bürger aus Stadt und Region zu sichern und qualitativ weiterzuentwickeln. Mit Hilfe des vorliegenden Konzeptes sollen die im Ansatz zu erkennenden Trading-Down-Effekte gestoppt werden.

In Abstimmung mit der Stadtverwaltung sowie im Ergebnis der städtebaulich-funktionalen Analyse, inkl. der Zielsetzungen, wurde eine Abgrenzung in Orientierung an den Versorgungskern im Regionalplan (vg. Anlage) vorgenommen, wobei der ZVB Innenstadt aufgrund der städtebaulichen Gegebenheiten und der vorliegenden Angebotsstrukturen etwas enger gefasst wurde.

ZVB Innenstadt

Abgrenzung ZVB Innenstadt



Beschreibung und Bewertung	Einzelhandelsbestand		
<p>Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> Zentral im Stadtgebiet Nidda gelegen, Verlauf im Süden ab Raun entlang der Bahnhofs- und Schillerstraße Abgrenzung im Osten Bahnhofsstraße (Einmündung Leichthammerstraße), im Norden Verkehrskreisel Schillerstraße/Bismarckstraße/Hindenburgstraße, im Süden Raun (Einmündung Erkerweg) Die Innenstadt von Nidda beinhaltet annähernd ein Viertel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Stadt Nidda und mit 56 Betrieben über die Hälfte der gesamtstädtischen Einzelhandelsbetriebe. Damit unterstreicht der ZVB Innenstadt die Bedeutung als Einkaufsdestination für die Stadt Nidda und das Umland. Der Angebotsschwerpunkt liegt auf den zentrenrelevanten und damit in der Regel innenstadtprägenden Sortimenten. <p>Charakteristik</p> <p>Neben den Einzelhandelsnutzungen ist auf die ergänzenden Nutzungen von Dienstleistung (hierbei im Speziellen das Bankenwesen in exponierter Lage sowie den Gesundheitssektor) und Gastronomie hinzuweisen (vorwiegend am Marktplatz), welche ebenfalls eine wesentliche frequenzgenerierende Funktion in der Innenstadt von Nidda zukommt, so dass in Summe und in Relation zur Stadtgröße vergleichsweise breite Angebotsstrukturen vorliegen. Besonders positiv hervorzuheben ist die Verlagerung des Kinos an den Verkehrskreisel, so dass ein bedeutender Schritt zur Multifunktionalität der Innenstadt realisiert werden konnte.</p> <p>Der Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes ist im Bereich Raun und im Verlauf der Schillerstraße verortet. Wie sich aus der hohen Anzahl der Betriebe ablesen lässt, handelt es sich dabei um ganz überwiegend um klein- bis mittelgroße Betriebe. Hinsichtlich der Versorgungsfunktion wird deutlich, dass wenige klassische Magnetbetriebe (z. B. Lebensmittel- oder Drogeriefachmarkt) innerhalb des ZVB ansässig sind. Die verkaufsflächenintensiven Betriebstypen sind im Gegensatz dazu vorrangig im Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ verortet.</p> <p>Neben den genannten Bereich, der vorrangig die Funktion des Einkaufens übernimmt, ist insbesondere auf den Marktplatz und gewisse Bereiche der Altstadt mit seiner Treffpunktfunktion hinzuweisen.</p> <p>Das Stadtbild bzw. die Gebäudestrukturen lassen in vielfacher Hinsicht ein Optimierungspotential erkennen. Während im Bereich der Schillerstraße vorrangig auf die Gebäudestrukturen (Modernisierungsbedarf, Barrierefreiheit, etc.) sowie die vorherrschenden Parkierungsmöglichkeiten hinzuweisen ist, wird in den Bereichen Marktplatz oder auch an den Uferbereichen der Nidda Potential hinsichtlich einer erhöhten Aufenthaltsqualität gesehen.</p>	<p>cima Warengruppe</p>	<p>Anzahl</p>	<p>VK in m²</p>
	<p>Grundversorgung</p>	<p>15</p>	<p>800</p>
	<p>Aperiodischer Bedarf</p>	<p>41</p>	<p>6.160</p>
	<p>Einzelhandel gesamt</p>	<p>56</p>	<p>6.960</p>
	<p>Leitbetriebe</p>		
<p>Grundversorgung:</p> <ul style="list-style-type: none"> Betriebe des Lebensmittelhandwerks Kayatz Feinkost Apotheken <p>Aperiodischer Bedarf:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tedi Bingel Herkules Sport Henrich Schreiben/Schenken/mehr Textilium Euronics 			

Entwicklungsperspektive potentielle Erweiterungsfläche

In Bezug auf die räumliche Entwicklungsperspektive ist auf die potentielle Erweiterungsfläche im Norden des ZVBs hinzuweisen. Derzeit ist der Standortbereich durch verschiedene Einzelhandelsbetriebe, wie einen Fachmarkt für Eisenwaren sowie einen Sport- und Elektrofachmarkt geprägt. Des Weiteren sind auch gastronomische Betriebe gegeben. In der Summe weist der Standortbereich derzeit eine geringe städtebauliche Qualität auf.

Von Seiten der Stadtverwaltung bestehen Überlegungen den genannten Standortbereich u. a. mit der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes aufzuwerten. Insbesondere unter dem Aspekt der Aufwertung der Nahversorgungssituation im nördlichen Gebiet der Kernstadt sowie der nördlich gelegenen Stadtteile sowie auch der Verkehrsentlastung der Schillerstraße bietet der Standort ein Entwicklungspotential. Gleichwohl ist anzumerken, dass eine Ansiedlung zu Umverteilungswirkungen gegenüber den Betrieben vorrangig am Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ führen werden. (Ggf. bietet der Kreuzungsbereich Am Wehr / Krötenburgstr. Eine Standortvariante).

Aufgrund der bereits räumlich abgesetzten Lage zu den Betrieben in der Schillerstraße ist von überschaubaren Kundenaustauschbeziehungen auszugehen, so dass es sich bei dem Bereich trotz der Randlage im ZVB eher um einen PKW-Kunden-orientierten handelt.

10.5 Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ mit Nahversorgungsfunktion

Abgrenzung Nebenzentrum „Am Rauner Graben“



Beschreibung und Bewertung	Einzelhandelsbestand		
<p>Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> Im Osten der Kernstadt Nidda gelegen Entfernung zum ZVB Innenstadt ca. 200-300 m <p>Charakteristik</p> <p>Das Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ ist im Osten der Kernstadt gelegen und übernimmt eine funktionale sowie angebotsergänzende Funktion zum ZVB Innenstadt, indem verkaufsflächenintensive Betriebstypen, welche sich in den kleinteiligen Strukturen im ZVB Innenstadt nicht realisieren lassen, in relativer Nähe zur Innenstadt angesiedelt wurden.</p> <p>Das Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ übernimmt hinsichtlich der städtebaulich-funktionalen Strukturen zwei Hauptaufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sicherung der Nahversorgung sowohl für die Wohnbevölkerung in der Kernstadt als auch für die Gesamtstadt Nidda (u. a. Lebensmittel, Drogeriewaren), ergänzende Angebote bei innenstadtrelevanten Sortimenten im Fachmarkt-/Discountbereich. <p>In der Kernstadt von Nidda stellt das Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ eine städtebaulich integrierte Lage in Innenstadtnähe dar, wobei, bedingt durch das vorhandene Stellplatzangebot, vorrangig eine PKW-Kunden-Orientierung zu beobachten ist. Eine funktionale Wechselwirkung zwischen Innenstadt und Nebenzentrum, insbesondere in Form der Langsamverkehre sind in überschaubarem Umfang sicher vorhanden, könnten aber z. B. durch eine Erhöhung der Fahrradfahrerfreundlichkeit noch erhöht werden.</p> <p>Neben den Einzelhandelsstrukturen bestehen im Nebenzentrum in geringem Ausmaß ein Dienstleistungsangebot (Gesundheitswesen) sowie eine gastronomische Nutzung vorhanden. Der Standortbereich kennzeichnet sich in der Gesamtheit durch eine geringe Aufenthaltsqualität. Die prioritäre Funktion des Nebenzentrums ist die Versorgungsfunktion. Mit dieser Charakteristik liegt eine deutliche funktionale Abgrenzung zum ZVB Innenstadt vor, so dass unter Berücksichtigung der städtebaulichen Integration sowie der räumlichen Nähe eine idealtypische Funktionsteilung vorliegt.</p> <p>Das Nebenzentrum stellt im Hinblick auf die Verkaufsfläche innerhalb der Stadt Nidda den eindeutigen Angebotschwerpunkt dar und ist neben der Innenstadt der wichtigste Einkaufsstandort im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge. Positiv ist nochmals die städtebauliche Integration zu bewerten, da in vielen Städten die dargelegten Strukturen auf der „Grünen Wiese“ realisiert wurden. Allerdings schränken die bestehenden Strukturen auch die Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt ein.</p>	cima Warengruppe	Anzahl	VK in m ²
	Grundversorgung	10	6.960
	Aperiodischer Bedarf	9	4.980
	Einzelhandel gesamt	19	11.940
Leitbetriebe			
<ul style="list-style-type: none"> Fa. Lidl Fa. Rewe Fa. Rossmann Fa. dm 	<ul style="list-style-type: none"> Fa. K&K Schuhcenter Fa. kik Fa. Aldi 		

10.6 Nahversorgungszentrum Eichelsdorf

Nahversorgungszentren (NVZ) übernehmen in der Regel eine sehr wichtige Bedeutung und Funktion für die wohnortnahe Grundversorgung v. a. mit Waren des periodischen Bedarfs. Sie dienen überwiegend der Versorgung des unmittelbaren Wohnumfelds sowie der umliegenden Quartiere.

Ihre Position im Einzelhandelsgefüge zu stärken und die Nahversorgung für möglichst große Teile der Niddaer Wohnbevölkerung zu sichern, ist von hoher Relevanz für die Nahversorgungsqualität in der Stadt Nidda. Insbesondere aufgrund der Struktur mit zahlreichen Stadtteilen ländlicher Prägung stellt die Sicherstellung der wohnortnahen Nahversorgung eine besondere Herausforderung in der Stadt Nidda dar. (Üblicherweise wird ein fußläufiger Radius von ca. 500 – 600 m angesetzt).

Aufgrund der außerhalb der Kernstadt bereits sehr gering ausgeprägten Angebotsstrukturen ist im Gefüge des Niddaer Einzelhandels lediglich ein Nahversorgungszentrum im Stadtteil Eichelsdorf zu definieren.

Innerhalb eines Nahversorgungszentrums liegt der Angebotsschwerpunkt im Wesentlichen auf dem periodischen Bedarf. Hierzu zählen u. a. die Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren. Je nach Größe eines jeweiligen Nahversorgungszentrums sind außerdem weitere wesentliche Einzelhandelsstrukturen aus anderen Sortimentsbereichen vorhanden. Dies ist jedoch in der Stadt Nidda nicht der Fall.

Ziel der Kommunalentwicklung muss es entsprechend für die Nahversorgungszentren sein, die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen zu sichern, nach Möglichkeit zu ergänzen und ggf. mit weiteren Maßnahmen für eine Stabilisierung der Strukturen zu sorgen. Dies ist im Sinne einer Förderung der wohnortnahen Versorgung und somit der Steigerung der Wohnumfeldqualität zu empfehlen.

Perspektivisch liegen Bestrebungen vor auf dem Firmengelände des Kunststoffherstellers Maria Soell, nördlich des bestehenden Lebensmittelmarktes, einen Drogeriefachmarkt anzusiedeln, der das vorliegende Angebote ergänzt und die Nahversorgungsqualität für die im Norden bzw. Osten gelegenen Stadtteile aufwertet. Dies ist auch unter dem Aspekt zu bewerten, dass eine weitere Aufsiedelung im Standortumfeld vorgesehen ist.

Da die Planungen nach vorliegendem Informationsstand noch nicht final konkretisiert wurden, wird der vorgesehene Standortbereich aufgrund der dargelegten Entwicklungsperspektive als potentielle Erweiterungsfläche des NVZ Eichelsdorf in die Betrachtung mit aufgenommen.

NVZ Eichelsdorf

Abgrenzung NVZ Eichelsdorf



*finale Abgrenzung hat in Abstimmung mit der Stadtverwaltung zu erfolgen

Beschreibung und Bewertung	Einzelhandelsbestand		
<p>Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> Im Nordosten der Kernstadt gelegen Entfernung zum ZVB Innenstadt ca. 6 km <p>Charakteristik</p> <p>Der Standortbereich am Ortseingang des Stadtteils Eichelsdorf im Nordosten der Stadt Nidda ist sowohl räumlich und funktional von der Kernstadt abgegrenzt und liegt bereits in ca. 6 km Entfernung.</p> <p>Mit dem Rewe-Markt samt Rewe Getränkemarkt liegt der wesentliche Versorgungsstandort für die nordöstlichen Stadtgebiete vor. Östlich grenzt ein gastronomischer Betrieb an den Lebensmittelmarkt. Auf der Nordseite der Frankenstraße ist im erweiterten Standortumfeld ein Betrieb des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei) sowie ein Eiscafé vorhanden.</p> <p>Der Standortbereich übernimmt eine ganz wesentliche Versorgungsfunktion für die nordöstlichen Stadtgebiete in der Stadt Nidda. Im Hinblick auf die Verkaufsflächengröße ist anzumerken, dass diese für den Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter bereits sich auf eine eher untere Größenordnung beläuft, so dass in Bezug auf die steigenden Verkaufsflächenbedarfe im Lebensmitteleinzelhandel eine gewisse Flexibilität anzuraten ist, sofern dadurch keine anderen Zentralen Versorgungsbereiche beeinflusst werden.</p> <p>Nachrichtlich ist auf die ergänzende Nutzung einer Tagespflege nördlich des Lebensmittelmarktes hinzuweisen.</p> <p>Entwicklungsperspektive potentielle Erweiterungsfläche</p> <p>Im Sinne einer Verbesserung der verbrauchernahen Nahversorgung wird die Realisierung eines weiteren Lebensmittelmarkt (geplanter Betriebstyp: Lebensmitteldiscountmarkt) nördlich des bestehenden Lebensmittelmarktes in Erwägung gezogen. Grundsätzlich trägt ein derartiges Planvorhaben der genannten Zielstellung sowie zur Stabilisierung der vorliegenden Strukturen bei. Die Umverteilungswirkungen gegenüber den übrigen zentralen Versorgungsbereichen sind zu eruieren.</p>	cima Warengruppe	Anzahl	VK in m ²
	Periodischer Bedarf	4	1.450
	<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel Gesundheit, Körperpflege Zeitschriften, Schnittblumen 	4	1.450
	Aperiodischer Bedarf	--	--
	Einzelhandel gesamt	4	1.450
Leitbetriebe			
<ul style="list-style-type: none"> Fa. Rewe Fa. Rewe Getränkemarkt 			

10.7 Versorgungsstandort Harb

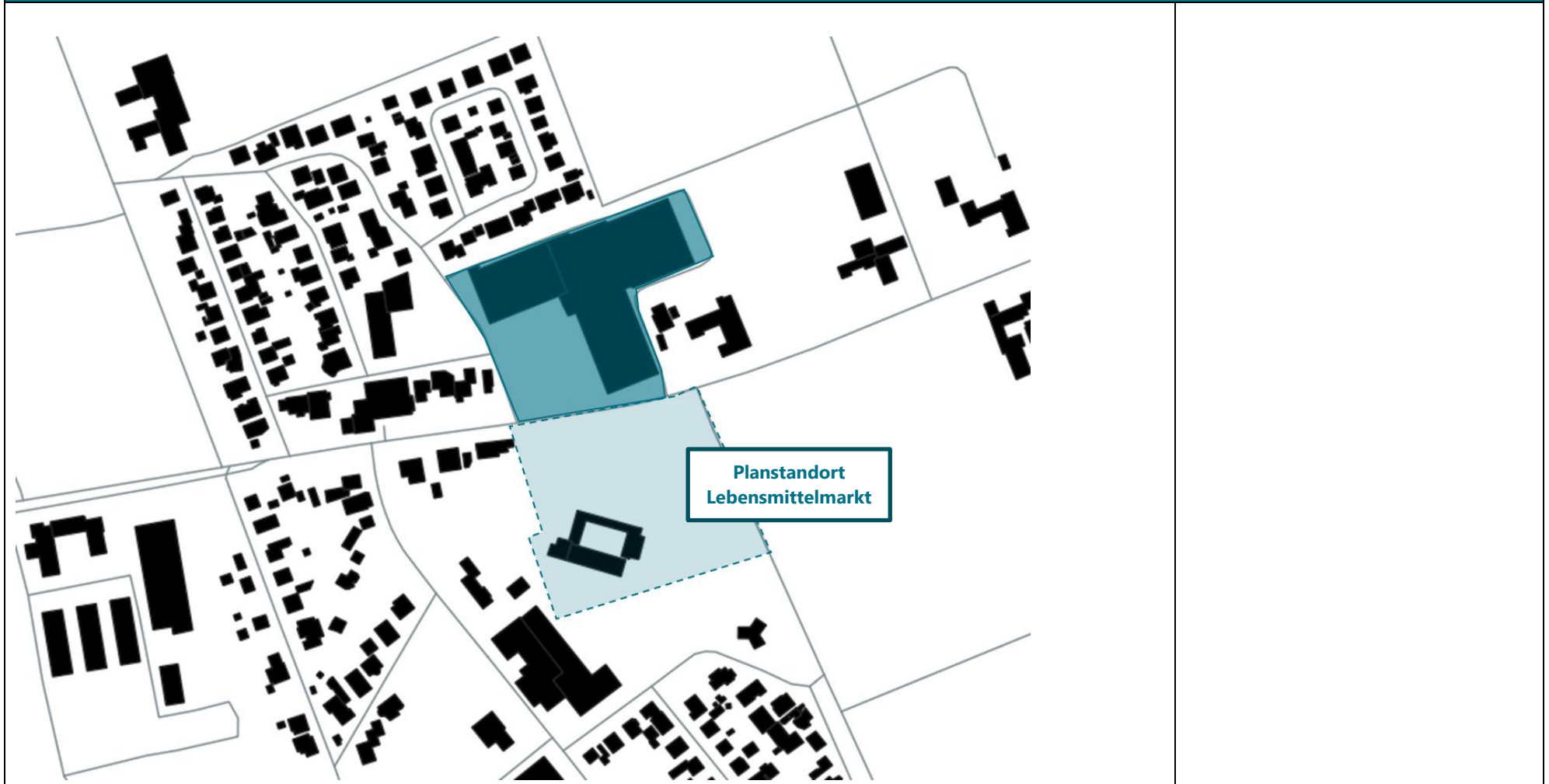
Der Versorgungsstandort Harb im Kreuzungsbereich der B 455 und der B 457 liegt im Osten des Stadtteils und schließt sich an den Siedlungskörper an.

Durch die Struktur mit großflächigen Betrieben, wovon der Bau- und Gartenmarkt den deutlich größten Betrieb im Standortgefüge darstellt, stellt der Standortbereich kein klassisches Nahversorgungszentrum dar, da die vorhandenen Betriebe als Standortverbund eine regionale Marktausstrahlung besitzen und die angebotenen Sortimente nur anteilig dem Nahversorgungsbereich zuzuordnen sind. Somit wird der Standortbereich nicht als ZVB bzw. Nahversorgungszentrum im Sinne eines „schützenswerten Bereiches“ abgegrenzt.

Auf dem südlich an die Herkules-Märkte angrenzenden Bereich, dem ehemaligen „Kahle-Areal“, ist die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes (geplanter Betriebstyp: Lebensmittelvollsortimenter) vorgesehen. Trotz eines vorliegenden rechtskräftigen Bebauungsplanes wurde das Projekt bislang von Investorensseite nicht realisiert.

Versorgungsstandort Harb

Versorgungsstandort Harb



Beschreibung und Bewertung	Einzelhandelsbestand			
<p>Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> Im Nord der Kernstadt im Stadtteil Harb gelegen Entfernung zum ZVB Innenstadt ca. 3 km <p>Charakteristik</p> <p>Der Standortbereich im Osten des Stadtteils Harb ist geprägt durch das Herkules E-Center sowie den Herkules Bau- und Gartenmarkt. Bedingt durch die großflächigen Betriebstypen besitzen die beiden Märkte eine gesamtstädtische Marktausstrahlung und in Teilen auch darüber hinaus. Das Standortumfeld umfasst zum im Westen und Norden Wohnbebauung, während im erweiterten Standortumfeld weitere Gewerbebetriebe (kein Einzelhandel) gegeben sind.</p> <p>Durch die Lage im Kreuzungsbereich der B 455 und der B 457 liegt eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie Einsehbarkeit vor. Der Standort wird, auch bedingt durch vergleichsweise geringe Einwohnerzahl des Stadtteils Harb, vorwiegend von PKW-orientierten Kundenzielgruppen aufgesucht.</p> <p>Durch die bereits umfassende Verkaufsflächenausstattung im Nahversorgungsbereich sowie dem bereits genehmigten weiteren Lebensmittelmarkt werden die Umsätze bereits heute ganz überwiegend durch Kunden von außerhalb von Harb generiert, so dass kein klassischer Nahversorgungsstandort vorliegt.</p> <p>Entwicklungsperspektive Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes</p> <p>Auf dem ehemaligen „Kahle-Areal“ im Süden der Herkulesmärkte liegt ein rechtskräftiger Bebauungsplan für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes vor, welcher bislang nicht in realisiert wurde. Mit der Realisierung des Planvorhabens findet eine weitere Stärkung des Versorgungsstandortes Harb statt. In Anbetracht der räumlichen Nähe zum ZVB Innenstadt bzw. zum Nebenzentrum „Am Rauner Graben“ wird angeraten die angebotenen Sortimente auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zu beschränken, um Parallelstrukturen zur Innenstadt bzw. negative städtebauliche Wirkungen zu vermeiden.</p> <p>Unter dem marktwirtschaftlichen Aspekt der bereits im Nebenzentrum ansässigen Anbieter aus dem Drogeriemarktsegment (Rossmann, dm) ist darauf hinzuweisen, dass diese Standorte lediglich ca. 2,5 vom Perspektivstandort entfernt liegen und die Suche einer Betreiberfirma beeinflussen bzw. bei einer Vertriebsverlagerung zu einer Schwächung des innerstädtischen Nebenzentrums führt.</p>	cima Warengruppe	Anzahl	VK in m ²	
	Grundversorgung	4	2.740	
	<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel Gesundheit, Körperpflege Zeitschriften, Schnittblumen 	4	2.740	
	Aperiodischer Bedarf	1	5.600	
	Einzelhandel gesamt	5	8.340	
Leitbetriebe				
<ul style="list-style-type: none"> Fa. Herkules E-Center Fa. Herkules Bau- und Gartenmarkt 				

10 Grundsätze der Einzelhandelssteuerung in der Stadt Nidda

Um die formulierten Ziele des Einzelhandelskonzepts zu verfolgen, ist eine konsequente Steuerung künftiger Einzelhandelsvorhaben erforderlich. Die grundsätzlichen Regelungen beziehen sich dabei sowohl auf Einzelhandelsneansiedlungen als auch auf geplante Verkaufsflächenerweiterungen oder Verlagerungen von Betrieben. Unter Berücksichtigung des Standort- und Sortimentskonzeptes wurden für die Stadt Nidda die nachfolgenden Regelungen für Einzelhandelsvorhaben definiert:

Sortimente des Innenstadtbedarfs

- Ansiedlungen von Sortimenten des Innenstadtbedarfs sind als Hauptsortiment ausschließlich im **zentralen Versorgungsbe- reich Innenstadt** sowie im **Nebenzentrum „Am Rauner Gra- ben“** zulässig.
- An den übrigen Standorten wie **Nahversorgungszentren, städ- tebaulich integrierten Lagen** und **städtebaulichen Rand- oder dezentrale Lagen** sollten Neuansiedlungen von Betrieben mit Hauptsortiment des Innenstadtbedarfs nicht zulässig sein. Geringfügige Erweiterungen von bestehenden Betrieben können nach Einzelfallprüfung und nachgewiesener Verträglichkeit (Ein- zelfallprüfung) zulässig sein.

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs

- Ansiedlungen von Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs sind als Hauptsortiment grundsätzlich im **zentralen Versorgungsbe- reich Innenstadt** sowie im Nebenzentrum **„Am Rauner Graben“** zulässig.

²⁰ Insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Anbieter aus dem Drogeriewaren- segment eine wesentliche Magnetfunktion für das Nebenzentrum Am Rauner

- Darüber hinaus sind Ansiedlungen von Sortimenten des Nahver- sorgungsbedarfs auch innerhalb des **Nahversorgungszentrums** zulässig. Zum Schutz der gesamtstädtischen Nahversorgungs- strukturen in den Wohnquartieren ist eine Einzelfallprüfung für ein Ansiedlungs-, Verlagerungs- oder Erweiterungsvorhaben er- forderlich, sofern ein betrieblicher Modernisierungs-/ Erweite- rungsrahmen von rund 10 % der Verkaufsfläche überschritten wird.
- In **städtebaulich integrierten Lagen**, d. h. Standortlagen, welche Kriterien, wie z. B. angrenzende Wohnbebauung, fußläufige Er- reichbarkeit etc. erfüllen, sind Sortimente des Nahversorgungsbe- darfs als Hauptsortiment zur Verdichtung des eines verbraucher- nahen Versorgungsnetzes grundsätzlich ebenfalls zulässig. Hier- bei sind jedoch ausschließlich Angebotsformate aus dem Lebens- mittelbereich vorgesehen.²⁰
- Neuansiedlungen, Verlagerungen oder Erweiterungen sollten je- doch einer Einzelfallprüfung bezüglich möglicher negativer Aus- wirkungen auf die Innenstadt- und Nahversorgungsstrukturen unterzogen werden.
- In **städtebaulichen Rand- oder dezentralen Lagen** sind Neu- ansiedlungen von Betrieben mit einem Hauptsortiment des Nahver- sorgungsbedarfs nicht zulässig. Geringfügige Erweiterungen (i. S. v. Modernisierungsprojekten) von bestehenden Betrieben können auch hier nach Einzelfallprüfung und nachgewiesener Verträglich- keit zulässig sein.

Graben besitzen, wird von Ansiedlung dieses Sortimentes außerhalb der ZVBs abgeraten.

Sortimente des sonstigen Bedarfs

- Sortimente des sonstigen Bedarfs sind als Hauptsortiment grundsätzlich an allen definierten Standorten zulässig, jedoch auf bestehende Einzelhandelslagen zu fokussieren (Stichwort: Synergieeffekte sowie Sicherung von Flächenpotenzialen für die gewerbliche Entwicklung). Aufgrund der teilweise erforderlichen Flächen einiger Betriebstypen und der eingeschränkten Flächenverfügbarkeit in den zentralen Versorgungsbereichen sollten diese Ansiedlungen bei erhöhtem Flächenbedarf jedoch vorzugsweise an Standorten außerhalb der Innenstadt realisiert werden.
- Zu beachten ist bei der Bewertung von Planvorhaben mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs insbesondere die Begrenzung der Randsortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs.

Tab. 13: Entwicklungsmatrix – Zusammenführen von Standort- und Sortimentskonzept

Standort	Sortimente des Innenstadtbedarfs	Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	Sortimente des sonstigen Bedarfs
Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich)	Ja	Ja	Ja
Nebenzentrum „Am Rauer Graben“ (zentraler Versorgungsbereich)	ja	ja	Ja
Nahversorgungszentrum (zentrale Versorgungsbereich)	Nein	Ja**	Ja
Städtebaulich integrierte Lagen*	Nein	Nein, nur Lebensmittel***	Ja
Städtebauliche Randlagen, dezentrale Standorte	Nein	Nein	Ja**

CIMA Beratung + Management GmbH, 2021

* baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, anteilig fußläufiger Einzugsbereich, ortsübliche ÖPNV-Anbindung

** Neuansiedlungen sind auf bestehende Einzelhandelsschwerpunkte zu lenken

*** Ansiedlungsmöglichkeit begrenzt auf Lebensmittelanbieter und Zulässigkeit (v. a. Standort, Verkaufsflächengröße) bei Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit im Rahmen einer Einzelfallprüfung

Einzelfallprüfung

- Um die übergeordneten städtebaulichen Ziele der Einzelhandelsentwicklung effizient zu verfolgen und flexibel auf die jeweilige Situation im Zusammenhang mit einem Planvorhaben reagieren zu können, werden im Einzelfall Prüfungen der Auswirkungen und Verträglichkeit von Vorhaben empfohlen. So kann die Anforderung an eine individuelle Bewertung von Planvorhaben erreicht werden.
- Ein Planvorhaben kann mit dem Einzelhandelskonzept kompatibel sein, wenn die Prüfung keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. das Nebenzentrum sowie das Nahversorgungszentrum erwarten lässt. Einzelfallprüfungen können ggf. auch Verkaufsflächenreduzierungen bei Vorhaben empfehlen, um so eine Verträglichkeit des Planvorhabens sicherzustellen. Darüber hinaus ist Gegenstand einer Einzelfallprüfung/-abwägung, ob das entsprechende Planvorhaben generell mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes und der künftigen Stadtentwicklung vereinbar ist.

11.1 Weiterführende Regelungen und Hinweise

Die weiterführenden Regelungen zum Standort- und Sortimentskonzept definieren einige weitere bedeutende Aspekte in Ergänzung zu den vorgenannten grundsätzlichen Regelungen.

Randsortimente

- Grundsätzlich sollte jedes Vorhaben im Rahmen einer Einzelfallprüfung bzgl. der Randsortimente untersucht werden und die Randsortimentsanteile vorhabenbezogen festgelegt werden.
- Bei Betrieben mit einem Hauptsortiment des sonstigen Bedarfs außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sind bei Neuansiedlungen Randsortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs zur Abrundung des betrieblichen Angebotsspektrums zulässig, sofern sie branchentypisch sind und in einem untergeordneten Rahmen bleiben. Sie dürfen nachweislich keine schädlichen Auswirkungen auf bestehende Strukturen (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum, sonstige Nahversorgungsstrukturen) nach sich ziehen. Dies gilt es jedoch in Einzelfallprüfungen fundiert zu untersuchen und die entsprechende Größenordnung abzuwägen. In der Landesplanung werden entsprechende Parameter definiert.
- In Abhängigkeit der Ergebnisse einer transparenten und nachvollziehbaren Auswirkungsanalyse bzw. Verträglichkeitsprüfung können Flächenbeschränkungen oder Ausschlüsse von Randsortimenten erfolgen.

Bestandsschutz

- Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz und sollten ihre Verkaufsfläche grundsätzlich in gewissem Rahmen erweitern bzw. modernisieren können, um dadurch eine gegebenenfalls

notwendige Marktanpassung zu erreichen. Als Orientierungswert werden 10 % der Bestandsfläche angesetzt.

- Eine Erweiterung bzw. Modernisierung ist jedoch grundsätzlich nur nach Einzelfallprüfung und Nachweis der Verträglichkeit gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, dem Nebenzentrum, dem Nahversorgungszentrum sowie sonstigen integrierten Lagen möglich.
- Verlagerungen innerhalb derselben Gebietskategorie fallen bei Aufgabe des Baurechts am Altstandort ebenfalls in den Regelungsbereich des Bestandsschutzes und sind entsprechend grundsätzlich zulässig.

Annexhandel (vormals Handwerkerregel)

- Bei Gewerbebetrieben sind an ihrer Betriebsstätte bzw. dem Firmensitz auf untergeordneter Fläche Verkaufsflächen zulässig.
- Sortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs dürfen nur im direkten Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) realisiert werden.
- Mit einer Einzelfallprüfung ist der Nachweis der Verträglichkeit zu erbringen.

Zusammenfassend sind die definierten Grundsätze sowie Regelungen erforderlich und geeignet, die übergeordneten städtebaulichen und kommunalentwicklungspolitischen Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung in Nidda zu erreichen. Im Vordergrund stehen dabei der Schutz und die Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgungszentren und der darüberhinausgehenden wohnortnahen Versorgungsstrukturen.

11.2 Grundsätze und Empfehlungen zur Umsetzung in der Bauleitplanung

Nach dem Beschluss des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes durch die Stadtverordnetenversammlung kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Grundlage für die kommunale Bauleitplanung herangezogen werden. So werden die Zielsetzungen und Instrumente rechtssicher in Baurecht überführt.

Inhaltlich maßgeblich sind dabei v. a.

- die formulierten übergeordneten städtebaulichen Zielsetzungen,
- die Sortimentsliste,
- die Abgrenzung der definierten zentralen Versorgungsbereiche
- die grundsätzlichen und weiterführenden Regelungen sowie
- landesplanerischen Vorgaben

Die Umsetzung dieser inhaltlichen Zielsetzungen und Grundsätze kann insbesondere im Rahmen der Aufstellung neuer Bebauungspläne sowie der Änderung bestehender rechtskräftiger Bebauungspläne erfolgen.

Um Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen an städtebaulich unerwünschten Standorten, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, zu vermeiden, ist eine bauleitplanerische Anpassung für die jeweiligen Bereiche zu empfehlen. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß §§ 30, 31 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (§ 34-Gebiete) – städtische Teilräume ohne rechtskräftige Bebauungspläne – sein. Der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB weist Möglichkeiten auf, unerwünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen, allerdings bietet die Aufstellung von B-Plänen bei § 34-Gebieten eine größere Handhabe der Steuerung.

Zur effektiven räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen. Grundsätzlich kommen

verschiedene Stufen zur Steuerung bzw. zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in der Bauleitplanung im Wesentlichen in Betracht:

- Ausschluss von Sortimenten des Innenstadt- und/oder des Nahversorgungsbedarfs in der Bauleitplanung,
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i.S.v. § 1 Abs. 9 BauNVO,
- Fixierung von Mindestgrößen in der Bauleitplanung,
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels (z. B. im GE, im MU/MI).

Das vorliegende Einzelhandelskonzept stellt eine fundierte Grundlagenermittlung und Datenanalyse dar, auf deren Basis die Ziele formuliert sowie das Standort- und Sortimentskonzept mit den weiterführenden Regelungen erarbeitet wurden. Das Einzelhandelskonzept beruht dabei auf den bestehenden Strukturen vor Ort und gibt eine notwendige rechtssichere und zielgerichtete Systematik zur künftigen Bewertung und Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung vor.

Insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung gilt es, laufend zu prüfen, ob das vorliegende Einzelhandelskonzept noch den tatsächlichen Gegebenheiten respektive Aufgabenstellungen in der Einzelhandelssteuerung gerecht wird. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Einzelhandelskonzept, das i. d. R. mittelfristig – ca. alle 6 bis 7 Jahre – einer Überprüfung und ggf. einer Anpassung bedarf. Ergänzend wird eine Zielevaluierung des Konzeptes im 2-3-jährigen Turnus als sinnvoll erachtet.

11 Maßnahmen zur Weiterentwicklung der wesentlichen Handelslagen, Fokus Innenstadt

Auf Basis der sowohl quantitativen als auch qualitativen Analyse des Einzelhandelsstandortes Innenstadt sowie der Gesamtstadt Nidda wurden die im Folgenden formulierten Handlungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Nidda abgeleitet.

Der Maßnahmen wurden mit der Stadtverwaltung sowie der Projektbegleitung abgestimmt und verifiziert, um auch deren Sichtweisen auf zukünftige städtebauliche Entwicklungen und Planungen im Stadtgebiet weitestgehend zu berücksichtigen.

Neben der Empfehlung des ISEK, wurden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes weitere Handlungsempfehlungen herausgearbeitet, welche vorrangig einer einzelhandelsspezifischen Entwicklung dienen. Dabei lassen sich die Handlungsempfehlungen hinsichtlich der Gesamtstadt und auf Ebene der zentralen Versorgungsbereiche mit Schwerpunkt Innenstadt unterteilen:

Gesamtstädtische Handlungsempfehlungen

- Beschluss des Einzelhandelskonzepts und Umsetzung in die Bauleitplanung
- Prüfung einer ganzheitlichen Digitalisierungsstrategie in Kooperation von Stadt und privater Akteure
- Weiterführende Untersuchungen zur Nahversorgung in den Stadtteilen

Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche mit Schwerpunkt Innenstadt

- Aufbau Innenstadtmonitoring, Flächenmanagement
- Unterstützung und Beratung von Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen
- Mobiliäts-/Parkraumkonzept Schillerstraße
- Förderung von Treffpunktfunktionen durch Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- Nutzung Städtebauförderungskulisse

Die einzelnen Maßnahmen sind in den folgenden Steckbriefen zusammengefasst sowie mit einer Priorisierung (kurz-, mittel- oder langfristig) versehen. Sowohl die Verantwortlichkeiten als auch die einzubindenden weiteren Akteure sind vor der Umsetzung festzulegen.

Maßnahme 1:

Beschluss des Einzelhandelskonzeptes und Umsetzung in die Bauleitplanung

Verantwortlichkeit: Stadtverordnetenversammlung

Verantwortliche Akteure: Stadtplanung, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung

Priorität: hoch, Umsetzung laufend

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Nidda gilt als umsetzungsorientiertes und rechtssicheres Steuerungsinstrument für die gesamtstädtische Einzelhandelsentwicklung. Das aktuelle Konzept berücksichtigt das derzeitige Angebot (Erhebungsstand 2020) und die vollzogenen Entwicklungen genauso wie das veränderte Kundenverhalten, zeitgemäßen Markttrends und übergeordnete Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung.

- Um den Einzelhandel künftig konsequent im Sinne einer nachhaltigen Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung steuern zu können, sollte das aktualisierte Einzelhandelskonzept von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen werden.
- Anschließend ist die Umsetzung des Konzeptes in der Bauleitplanung erforderlich. Nur nach einem Beschluss im Stadtrat kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Grundlage für die kommunale Bauleitplanung (v. a. Änderung, Aufstellung neuer Bebauungspläne) herangezogen werden.
- Der Beschluss und die Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes sind erforderlich, um die definierten städtebaulichen Ziele der Einzelhandelsentwicklung erreichen zu können.

Maßnahme 2:

Prüfung einer ganzheitlichen Digitalisierungsstrategie in Kooperation von Stadt und privater Akteure

Verantwortlichkeit: Stadtverwaltung

Weitere Akteure: Stadtplanung, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung, Private Gewerbetreibende

Priorität: mittel

Nicht zuletzt die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass die städtischen Angebote zwingend nicht nur stationär, sondern auch online dem Kunden vorgehalten werden müssen. Dabei geht es zunächst vorrangig um die Onlinesichtbarkeit der Betriebe. Verschiedene CIMA-Untersuchungen und Befragungen haben gezeigt, dass ein ganzheitliches städtisches Informationsportal einen wichtigen Baustein für die Zukunftssicherheit der Betriebe und damit der Angebotsstrukturen in einer Stadt darstellen kann.

- Erhebung des Status-Quo durch Analyse der Onlinesichtbarkeit der Einzelbetriebe, z.B. durch einen Online-Präsenz-Check.
- Evaluierung des Kenntnisstandes der Gewerbetreibenden im Hinblick auf Weiterbildungs- bzw. Schulungsbedarf
- Entwicklung einer ganzheitlichen Digitalisierungsstrategie des städtischen Gewerbes sowie der öffentlichen und kulturellen Angebote

Maßnahme 3:**Weiterführende Untersuchungen zur Nahversorgung in den Stadtteilen****Verantwortlichkeit:** Wirtschaftsförderung**Weitere Akteure:** Stadtplanung, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung, Betreiberfirmen alternativer Nahversorgungskonzepte**Priorität:** mittel

Eine funktionsfähige und moderne Grundversorgung ist ein wesentlicher Bestandteil eines attraktiven Wohnumfeldes und einer lebendigen Stadt. Wesentlich für die wohnortnahe Versorgung der Bewohner ist ein fußläufig erreichbares, adäquates Angebot mit Waren des täglichen Bedarfs. So sollten in einer Stadt der kurzen Wege attraktive Versorgungsangebote möglichst von allen Bewohnern fußläufig erreichbar sein.

Wie die Bestandserhebung gezeigt hat, liegt insbesondere in den ländlich geprägten Stadtteilen aufgrund der geringen Einwohnerzahlen und des damit verbundenen Kaufkraftpotentials nahezu kein Nahversorgungsangebot vor.

- Analyse der vorliegenden Kaufkraftpotentiale innerhalb der jeweiligen Stadtteile
- Prüfung der Ausweitung stationärer Angebotsstrukturen (z. B. Sortimentserweiterungen im Lebensmittelhandwerk, Direktvermarkter, etc.)
- Aufgrund der dargelegten Strukturen ist die Realisierung stationärer Angebote als schwierig zu erachten, so dass vor allem alternative Konzepte zu prüfen sind (Belieferungskonzepte, mobile Konzepte, etc.)

Maßnahme 4:**Aufbau Innenstadtmonitoring, Flächenmanagement****Verantwortlichkeit:** Wirtschaftsförderung**Weitere Akteure:** Stadtplanung, Immobilieneigentümer, Stadtentwicklung**Priorität:** hoch

Eine aktive Flächenentwicklung ist ein wesentlicher Baustein für eine attraktive Innenstadtentwicklung. Um das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Nidda strukturell weiterzuentwickeln, sind moderne und marktgerechte Einzelhandelsflächen in guter Lage erforderlich.

Aktuell sind in der Niddaer Innenstadt vereinzelt Ladenlokale vorhanden. Mit der Betriebsaufgabe der Fa. Intersport ist ein Leerstand mit einer Verkaufsfläche von über 500 qm dazu gekommen, welche eine der flächengrößten Ladenlokale in der Innenstadt darstellt. Einige dieser Läden stehen bereits seit einigen Jahren leer und sind nicht mehr als marktgerecht einzustufen.

- Umfangreiche Entwicklungen im Bestand (z. T. erhebliche Umstrukturierungen) sind zur Wiederbelegung erforderlich. Im gezielten Dialog mit den Immobilieneigentümern sind Handlungsoptionen für die entsprechenden Ladenlokale abzuleiten.
- Die Identifikation von marktgerechten Einzelhandelsflächen ist auf städtischer Seite von der Wirtschaftsförderung, der Stadtplanung und der Stadtentwicklung zu begleiten. In diesem Zusammenhang sind intensive Kontakte zu Immobilieneigentümern, Projektentwicklern, Maklern usw. zu pflegen und eine konkrete Beratung bei der Planung neuer oder Veränderung bestehender Immobilien durchzuführen.

Mit der Begleitung eines Leerstandsmonitorings bzw. einer aktiven Flächenvermittlung sind auch alternative Konzepte, wie Pop-up Stores, NewWork und Co-Working zu berücksichtigen

Maßnahme 5:

Unterstützung und Beratung von Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen

Verantwortlichkeit: Wirtschaftsförderung

Weitere Akteure: Stadtmarketing, Gewerbetreibende, externe Beratung

Priorität: mittel bis hoch

Zur Attraktivität einer Innenstadt trägt neben der Gestaltung des öffentlichen Raums u. a. auch die Gestaltung des privaten Raumes einen wesentlichen Teil bei. Einige der örtlichen Einzelhandels- und Gewerbebetriebe entsprechen nicht mehr dem heutigen Zeitgeist und bedürfen einer Modernisierung und Attraktivierung.

Gerade bedingt durch den steigenden Druck und größere Herausforderungen für den stationären Einzelhandel, die sich u. a. durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels ergeben, gilt es für den Handel, sich „fit für die Zukunft“ zu machen, um sich im Standortwettbewerb zu positionieren.

Denkbare Beratungsangebote sind u. a.:

- Impulsvortrag Stadtentwicklung/Einzelhandel – Trends im Einzelhandel und Kundenverhalten
- Workshops zur Verbesserung der Ladengestaltung und Kundenansprache für Händler und Dienstleistungen
- Workshop zur Verbesserung der Online-Sichtbarkeit für Händler und Dienstleister (in Verbindung mit Maßnahme 2)
- Einzelbetriebliche Store-Checks für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen zur Verbesserung der Ladengestaltung und Kundenansprache

Maßnahme 6:

Mobilitäts-/Parkraumkonzept Schillerstraße

Verantwortlichkeit: Stadtplanung

Weitere Akteure: Stadtentwicklung, Verkehrsplaner

Priorität: hoch

Die Erreichbarkeit stellt einen wesentlichen Aspekt in der Bewertung eines Einzelhandelsstandortes durch Kunden und Besucher dar. Innerhalb des ZVB Innenstadt, insbesondere der Schillerstraße, beschränkt sich das Stellplatzangebot auf die Parkbuchten an den Seitenstreifen. Um den Stellplatzbedarf auszuloten ist eine Erhebung der Stellplatzauslastung sowie einer Umstrukturierung zu untersuchen und zu prüfen. Neben dem PKW-Verkehr gewinnt auch der Fahrradverkehr mit zunehmender E-Mobilität an Bedeutung, so dass die Mobilitätskonzepte anzupassen sind und somit einen Beitrag zur Verringerung der hohen Verkehrsbelastung an der Schillerstraße leisten können.

- Erstellung Parkraumkonzept Schillerstraße
- Anpassung der Infrastruktur und des Stadtmobiliars an die Erfordernisse der E-Mobilität (Ladestationen, Leihräder, Radständer etc.)
- Optimierung Radwegenetz als Baustein zur Verkehrsreduzierung
- Prüfung und ggf. Anpassung des Wegeleitsystems

Maßnahme 7: Förderung von Treffpunktfunktionen durch Erhöhung der Aufenthaltsqualität

Verantwortlichkeit: Stadtplanung

Weitere Akteure: Stadtentwicklung, Gastronomie, Anwohner

Priorität: hoch

Für eine belebte Innenstadt besitzen die Treffpunktfunktionen eine elementare Bedeutung, die insbesondere durch die abnehmende Anziehungskraft des Einzelhandels weiter zunimmt.

Bezüglich der Funktionsräume in der Innenstadt von Nidda stellt der Marktplatz den wesentlichen Treffpunkt dar. Hinsichtlich der Aufenthaltsqualität sowie der gastronomischen Angebote stellt sich ein Optimierungsbedarf dar. Neben dem Marktplatz ist zu prüfen, inwieweit auch das Niddaufer als Treffpunkt eingebunden werden kann.

- Abwägung in Verwaltung und Politik, ob ein Ausbau der gastronomischen Nutzungen am Marktplatz, respektive der Altstadt, gewünscht ist
- Enger Dialog mit den wichtigen Akteuren zur Reduzierung des Konfliktpotentials von Wohnen und Gastronomie
- Gestaltungskonzept zur städtebaulichen Aufwertung des Marktplatzes und zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- Prüfung weiterer Möglichkeiten zur Schaffung von Treffpunkten im Innenstadtbereich, z. B. im Bereich (z. B. am westlichen Eingangsbereich der Altstadt mit Blick auf das historische Wasserrad)

Maßnahme 8: Profilierung Mülhstraße

Verantwortlichkeit: Stadtplanung, Wirtschaftsförderung

Weitere Akteure: Stadtentwicklung, Immobilieneigentümer, Gewerbetreibende

Priorität: mittel

Neben dem Marktplatz stellt die Mülhstraße den für die Attraktivität der Altstadt wesentlichen Bereich dar. Derzeit sind Leerstände und mindergenutzte Immobilien zu beobachten.

Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten (Erreichbarkeit, kleinflächige Ladeneinheiten, Barrierefreiheit) ist nicht davon auszugehen, dass die Mülhstraße langfristig als Einzelhandelslage aufrechterhalten werden kann. Vielmehr ist von einem weiteren Rückgang der bestehenden Angebotsstrukturen auszugehen.

Aus diesem Grund ist strategisches Konzept zur künftigen Profilierung der Mülhstraße zu empfehlen. Im Sinne der Erhöhung der Treffpunktfunktion ist grundsätzlich auch eine verstärkte Ausrichtung auf die Gastronomie denkbar. Auch im Hinblick auf die Funktion als Verbindungsachse zwischen Marktplatz und Mülhrad birgt dahingehend ein gewisses Potential.

Sofern im Rahmen der Mülhstraße jedoch kein Ausbau der gewerblichen Strukturen vorgesehen ist, ist grundsätzlich auch die Umwandlung von gewerblichen Immobilien in Wohnraum ein Entwicklungsoption.

- Erarbeitung Profilierung Mülhstraße
- Dialogprozess mit den wesentlichen Akteuren, wie z. B. Immobilienbesitzer, Anwohner, Gewerbetreibende, Gastronomen, etc.
- Umsetzung der Profilierungsstrategie als ganzheitliche Maßnahme in Verbindung insbesondere mit Maßnahme 7

Maßnahme 9:
Nutzung Städtebauförderungskulisse

Verantwortlichkeit: Stadtplanung

Weitere Akteure: Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung, Städtebauförderung, Immobilieneigentümer, Gewerbetreibende

Priorität: hoch

In der Innenstadt von Nidda sind verschiedene Missstände zu beobachten, welche sich u. a. in Modernisierungsbedarf der Immobilien, der zunehmenden Leerstandsquote, etc. äußern.

Um diese Missstände zu beheben, gilt es die vorhandene Förderkulisse bestmöglich zu nutzen, um diese Missstände zu beseitigen bzw. zu mindern.

Exemplarisch ist an dieser Stelle neben den bewährten Förderinstrumenten zur Innenstadtentwicklung (z. B. Einrichtung eines Verfügungsfonds) auf das im Dezember 2020 vom Land Hessen entwickelte Programm „Zukunft Innenstadt“ zu verweisen. Förderfähig sind demnach u. a.:

- Machbarkeitsstudien, zu einzelnen Fragestellungen und Gutachten (z. B. Potentialanalysen für leerstehende Immobilien)
- Innenstadtmanagement und fachliche Beratungsleistungen
- die Umgestaltung und Möblierung des öffentlichen Raumes
- Maßnahmen zur Belebung des stationären Einzelhandels
- Zwischennutzungen wie z. B. Pop-up-Stores
- Entwicklung und Umsetzung neuer Nutzungskonzepte in untergenutzten Immobilien

12 Zusammenfassung und Fazit

Die cima Beratung + Management GmbH, Büros Stuttgart/Frankfurt, wurde im September 2020 von der Stadt mit der Entwicklung eines städtebaulich-funktionalen Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Neben einer gesamtstädtischen Einordnung und Bewertung wurde auftragsgemäß ein räumlicher Fokus auf den Bereich „Schillerstraße“ gelegt.

Zusammenfassung

Nidda nimmt als Mittelzentrum im Wetteraukreis eine wichtige Versorgungsfunktion für über 40.000 Personen ein. Das einzelhandelsrelevante Marktgebiete wird von der cima auf rund 70.000 Einwohner angesetzt.

Im Rahmen des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) für den städtebaulichen Entwicklungsraum Schillerstraße (2018) wurde auch die „langfristige“ Sicherung der Versorgungsqualität durch gezielte Ergänzung und Nutzungsmischung – als Thema des Leitbildes entwickelt.

Das kooperativ entwickelte Einzelhandelsentwicklungskonzept für Nidda, Fokus Schillerstraße, wurde zeitgleich in hohem Maße von der Corona-Pandemie, die bundesweit weitreichende Auswirkungen auf die Einzelhandels- und Versorgungsqualität in Kommunen hat, geprägt. Anzuführen ist in diesem Kontext, dass durch die Corona-Pandemie die ohnehin laufenden strukturellen Wandlungsprozesse, die insbesondere durch die Digitalisierung sowie veränderte Angebotsstrukturen zu charakterisieren sind, skizziert werden können. Vor diesem Hintergrund ist vielerorts ein Rückgang an Verkaufsflächen, der u. a. Nebenlagen sowie die Obergeschosse von Einzelhandelsbetrieben beinhaltet, zu beobachten.

Versorgungsstrukturell hat Nidda eine besondere Struktur! Der Untersuchungsraum „Schillerstraße“ ist fußläufig gut an die zentrale Innenstadt

angebunden. Der zentrale Innenstadtbereich fungiert als wichtiger Treffpunkt für die Bürgerinnen und Bürger aus Stadt und Region. Den größten Einzelhandelsstandort stellt das in städtebaulich integrierter Lage bestehende Fachmarktzentrum dar.

Im Einzelnen erreicht die Stadt Nidda folgende Angebots- und Nachfragekennziffern:

- Das Kaufkraftpotenzial, d. h. Stadt Nidda mit regionalem Umland, wird auf rund 367 Millionen Euro taxiert. Knapp die Hälfte dieses theoretisch zu erschließenden Kaufkraftpotenzials entfällt auf nahversorgungsrelevante Güter, insbesondere Gesundheit und Körperpflege, Nahrungs- und Genussmittel.
- Im Rahmen der cima-Erhebungen Ende 2020 sind insgesamt 104 Einzelhandelsbetriebe (mit Ladenhandwerk) aufgenommen worden. Die Gesamtverkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe (inklusive Ladenhandwerk) liegt bei rund 30.600 qm.
- In einer Reihe von Sortimenten verfügt die Stadt Nidda auf Grundlage der ermittelten Angebotsstrukturen über eine gute Ausstattung. Durchschnittliche Einzelhandelszentralitäten ergeben sich insbesondere in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Spielwaren, Hobbybedarf, Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat sowie Baumarktartikel/Gartenbedarf.

Die sich aus den Angebotszahlen berechnete Verkaufsflächendichte (Verkaufsfläche in qm je Einwohner) in einer Größenordnung von 1,8 liegt über dem Bundesdurchschnitt.

In der Gesamtbetrachtung der Angebotsstrukturen ist festzuhalten, dass die Stadt Nidda ganz überwiegend Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen aufweist. Im gesamtstädtischen Bereich gibt es sowohl leistungsfähige Fachgeschäfte als auch die üblichen und von den Kund:innen angenommenen Fachmarktangebote (inklusive Lebensmittel-Discounter, Lebensmittel-Vollsortimenter). Deutlich wird, dass der Untersuchungsraum „Schillerstraße“ mit dem „Kernbereich um den Markt“, der

auch wichtige gastronomische Funktionen beinhaltet, noch intensiver zu vernetzen ist. Grundsätzlich ist vor dem Hintergrund der aufgenommenen Angebotsstrukturen davon auszugehen, dass Nidda über zahlreiche Kundenbewegungen verfügt, die sich bei Weitem nicht nur auf die Bürgerinnen und Bürger der Kernstadt mit ihren Stadtteilen beschränkt.

Fazit und Empfehlungen

Im Hinblick auf die weitere Förderung und Steuerung der Einzelhandelsentwicklung lassen sich zusammenfassend folgende Empfehlungen darlegen:

- Das im Rahmen des vorgelegten Einzelhandelskonzeptes formulierte Standort- und Sortimentskonzept sollte als planerische Grundlage, z. B. für die Bauleitplanung bzw. die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsfragen, verbindlich herangezogen werden. Hierfür ist eine politische Beschlussfassung notwendig.
- Die Schillerstraße als einzelhandelsrelevanter Untersuchungsraum ist hinsichtlich der Aufenthaltsqualität und der Angebotsstrukturen noch stärker zu profilieren. Ob dies allein im Bereich Einzelhandel oder in Kombination mit anderen Nutzungen (u. a. Wohnen, Dienstleistung, Gewerbe) erreicht werden kann, muss im weiteren Prozess – im Dialog mit den Vor-Ort-Akteuren – geklärt werden. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Nidda in vielen Angebotsbereichen im Einzelhandel bereits über eine gute Ausstattung verfügt. Andererseits ist festzuhalten, dass typische „Frequenzbringer“, wie ein Drogeriemarkt oder ein Lebensmittelmarkt, in der Schillerstraße nicht vorhanden sind.
- Die Verknüpfung des Standortbereichs Schillerstraße mit dem Standortumfeld „Markt“ ist gezielt weiterzuentwickeln, u.a. Leitsystem, Kundenführung, Angebotsentwicklungen (ggf. auch über den Einzelhandel hinaus, z.B. Büronutzungen). Die städtebaulichen Rahmenbedingungen hierfür sind außerordentlich gut.
- Neben der Positionierung der Schillerstraße als Einzelhandelsstandort ist auf der gesamtstädtischen Ebene in Nidda nach wie vor ein

Augenmerk darauf zu legen, die Nahversorgung auch in den Stadtteilen zu gewährleisten. Standortanfragen, insbesondere von Lebensmittelmärkten, haben sich bezüglich der Verkaufsflächendimensionierung stets an den verfügbaren Kaufkraftpotenzialen zu orientieren. Die Entwicklung von sog. zentrenrelevanten Sortimenten in städtebaulich nicht-integrierten Lagen bzw. in Standortlagen außerhalb der Kernstadt ist im großflächigen Bereich in jedem Fall auszuschließen.

- Das vorgelegte Einzelhandelsentwicklungskonzept dient perspektivisch nicht nur der stadtinternen Steuerung und Bewertung von Ansiedlungs- und Erweiterungsprojekten, sondern dient auch als notwendige Grundlage (sofern im Gremium beschlossen) für die Einordnung von Investitionen in der Schillerstraße.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die deutliche Empfehlung formuliert wird, das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept als planerische, steuernde städtebauliche Grundlage für die zukünftigen Einzelhandelsentwicklungen zu beschließen. Nur auf diesem Weg lässt sich eine Verbindlichkeit der Aussagen herstellen. Die grundlegenden Rahmenbedingungen für die Sicherung und qualitative Entwicklung des Einzelhandels- und Versorgungsstandortes Nidda sind grundsätzlich gut. Einerseits verfügt die Stadt über eine entsprechende Einwohnerzahl und ein dazugehöriges Marktgebiet, andererseits befinden sich die vorhandenen Einzelhandelslagen in städtebaulich integrierter Lage und lassen Marketing- und Kooperationspotenziale erkennen. Moderne Kundenbindungsinstrumente (Stichwort: Kunden-/Bonuscard) sowie das Aufgreifen der Chancen und Perspektiven der Digitalisierung gehören selbstverständlich dazu.

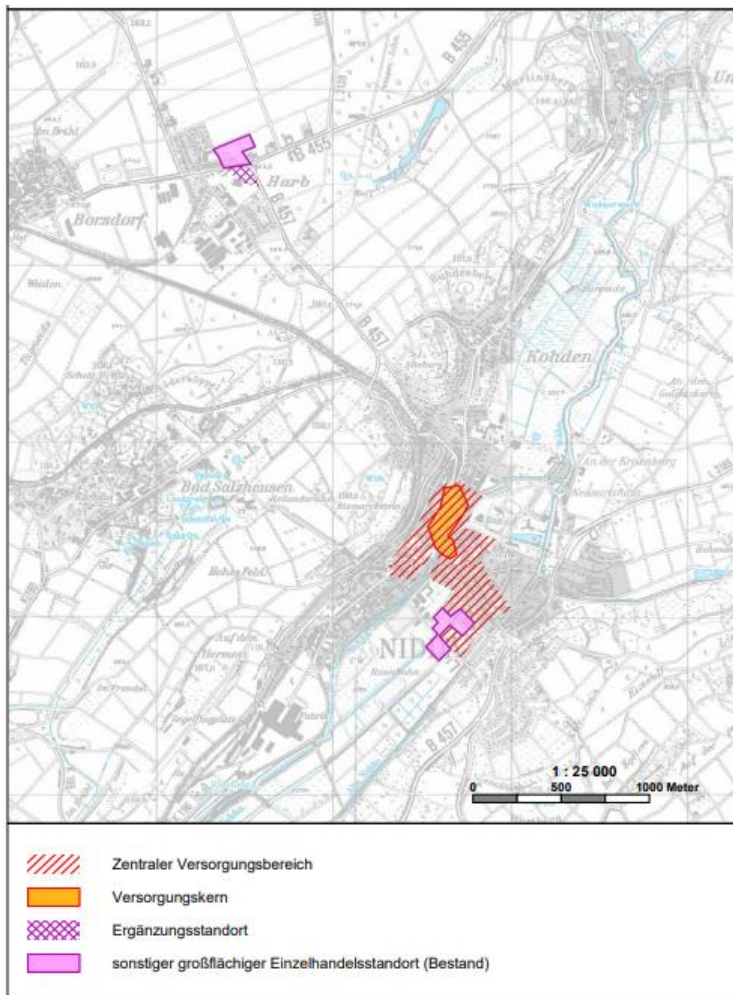
13 Anlage

Abb. 26: Sortimentsliste aus dem Regionalplan Südhessen

Zentrenrelevante Sortimente		Nicht zentrenrelevante Sortimente
Grund- und Nahversorgungsgüter für den täglichen Bedarf	Güter für den mittel- und langfristigen Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittel, Getränke • Drogerie, Pharmazeutika • Haushaltswaren, Wasch- und Putzmittel • Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren, Schulbedarf • Schnittblumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung, Wäsche, Lederwaren, Schuhe • Baby- und Kinderartikel • Sanitätswaren, Parfümerie • Topfpflanzen, Zooartikel, Tiernahrung • Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Stoffe • Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle • Bücher, Papier, Büroorganisation (ohne Möbel) • Foto, Video, Optik, Akustik • Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel • Kunst und -gewerbe, Bilder, Antiquitäten, Bastelartikel • Beleuchtungskörper, Lampen • Musikalien, Musikinstrumente, Bild- und Tonträger • Spielwaren, Sportartikel und -bekleidung, Campingartikel • Fahrräder und Zubehör • Waffen und Jagdbedarf • Uhren, Schmuck, Silberwaren • Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikationselektronik • Elektroklein- und -großgeräte 	<ul style="list-style-type: none"> • Bad-, Sanitäreinrichtung und -zubehör • Bauelemente, Baustoffe • Beschläge, Eisenwaren • Bodenbeläge, Teppiche • Boote und Zubehör • Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse • Büromöbel und -maschinen • Erde, Torf • Fahrzeuge aller Art (ohne Fahrräder) und Zubehör • Farben, Lacke und Tapeten • Fliesen • Gartenhäuser, -geräte • Installationsmaterial, Heizung, Öfen • Möbel, Küchen • Pflanzen und -gefäße • Rollläden, Markisen • Werkzeuge

Quelle: Regionalplan Südhessen 2010

Abb. 27: Großflächiger Einzelhandel MZ Nidda



13.1 Vertiefung: Einzelhandel und Stadtentwicklung

Veränderte Kundenansprüche

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten gegenüber dem Kunden, kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkern des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebshistorie oder durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt ein Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischtheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder, z. B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen Convenience-Fokus bietet die Kette „Das Kochhaus“. Hier werden bereits portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Abb. 28: Einrichtung „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“



Quelle cima 2018

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten kann hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.

Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/ Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr guten Standorten der Großstädte nimmt das Platzangebot rapide ab. Mono-Label Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereit, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/ Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten durch Elektro-Fachmärkte. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software, umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und den damit einhergehenden Vorteilen für den Kunden die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, nur einen Kanal als Händler zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z. B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z. B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research on-line, purchase offline (Suche Online – Kaufe Offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essenziell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden.

Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online Marktplätzen (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Instagram, Facebook,

Twitter und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim sogenannten „Showrooming“ informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren, und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, dem Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

Online Lebensmittelhandel

Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich noch in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops der etablierten Lebensmittelhändler (z.B. Edeka 24, Rewe Online) bis zu neuen, reinen Online-Anbietern, wie allyouneedfresh.de, hellofresh.de, picnic oder Amazon Fresh.

Gemessen am gesamten Lebensmittel-Einzelhandel (inkl. Getränke und Tabakwaren) liegt der Online-Anteil nur bei 1,2%. Als bedeutendster Lebensmittelanbieter im deutschen Online-Lebensmittelhandel ist die Rewe Markt GmbH zu benennen. Die Rewe Markt GmbH erwirtschaftete im Jahr 2018 rund 133,4 Mio. €²¹.

Anzumerken ist, dass die Umsätze des Online-Lebensmittelhandels schneller wachsen als die Onlineumsätze der Nonfood-Sortimente, jedoch

die Wachstumsrate abgenommen hat. Wuchs der Umsatz des Online-Lebensmittelhandels von 2016-2017 um 17,5%, waren es im darauffolgenden Jahr lediglich 13,5%²².

Auch wenn der Versandhandel im Lebensmittelbereich immer weiter zunimmt, bleibt er im Vergleich zu den anderen Bereichen im Versandhandel jedoch auf einem geringen Level.

Die Gründe für die geringen Onlinekäufe im Lebensmittelbereich sind u. a. das dichte Versorgungsnetz des Lebensmitteleinzelhandels und die langen verbraucherfreundlichen Öffnungszeiten. Insbesondere die flächendeckende Versorgung ist ein Grundbedürfnis der Verbraucher, das der stationäre Handel beinahe vollständig deckt. Auch im Sortiment können nicht alle Online-Händler mit den stationären Lebensmittelhändlern mithalten.

Die gesellschaftlichen und technologischen Trends stellen Akteure aus Politik und Verwaltung sowie den stationären Einzelhandel vor große Herausforderungen. Die Funktion der Innenstadt verändert sich zusehends und die digitalen Verwerfungen machen vor keinem Geschäft halt. Um die Attraktivität und Multifunktionalität der Zentren zu konservieren bzw. zu stärken und die Kaufkraft von Bewohnern und Besuchern in den Städten zu halten, gilt es für Kommunen und Einzelhändler die digitale Transformation als Chance zu begreifen und Anpassungsstrategien zu entwickeln. Gemeinsam müssen Politik, Verwaltung, Marketing und Innenstadtakteure den Appell „kauft lokal!“ mit einer digitalen Infrastruktur unterfüttern, die dem Kunden genau das ermöglicht. Lokal und online sind in diesem Zusammenhang nicht als Gegensätze zu begreifen.

²¹ EHI Handelsdaten 2020

²² IFH Institut für Handelsforschung 2018