

Einzelhandlentwicklungskonzepte



Der Einzelhandel befindet sich seit Jahren in einem Prozess struktureller Veränderungen: Seit den 1970er Jahren siedeln sich an den Rändern der Gemeinden auf der sogenannten „Grünen Wiese“ großflächige Verbraucher- und SB-Warenhäuser sowie Fachmärkte an. Dies hat zur Folge, dass neben historisch gewachsenen Zentren in Innenstädten und Ortskernen ein Netz von Einkaufszentren an dezentralen Standorten entsteht. Als Konsequenz sind ein Rückgang an innerörtlichen Waren- und Kaufhäusern und damit der Verlust der Angebotsvielfalt zu verzeichnen. Zudem wird der Markt immer stärker von wenigen weltweit agierenden Handelskonzernen bestimmt. Geschäftsleerstand, eine Steigerung des Filialisierungsgrades und die Zunahme von

Betrieben mit Waren im unteren Preissegment sind die Folge.

Um diesem Prozess rechtzeitig entgegenzuwirken und eine nachhaltige Stärkung der Innenstädte und Ortskerne zu erreichen, ist es notwendig, die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung auf der Basis eines entsprechenden Konzeptes auf Orts- und/oder regionaler Ebene zu steuern. Einzelhandelskonzepte sollen Aussagen zum Umgang in Fragen des Einzelhandels und damit auch der Stadt-, Gemeinde- bzw. Regionalentwicklung treffen und dienen den Gemeinden als Beurteilungs- und Entscheidungsgrundlage für zukünftige Ansiedlungswünsche und Planungen im Einzelhandel.

Inhalte eines Einzelhandelskonzeptes sind u.a.:

- eine Bestandserhebung und Stärken - Schwächen - Chancen - Risiko - Analyse des Einzelhandelsstandortes
- das Aufzeigen von Entwicklungspotentialen und Handlungsempfehlungen
- die Festlegung räumlicher Entwicklungsschwerpunkte sowie Tabubereiche der weiteren Einzelhandelsentwicklung
- die Aktivierung und Sensibilisierung der relevanten Akteure für die Belange der Standortaufwertung.

Ein Einzelhandelskonzept kann daneben ein funktional-räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung und eine Sortimentsliste enthalten. ▲