

# STADT REHAU

## Einzelhandelsentwicklungskonzept – Aktualisierung 2022



Augsburg, 09. November 2022

Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Rehau –  
Aktualisierung 2022

Auftraggeber: Stadt Rehau

Projektleitung: Dr. Manfred Heider

Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. (Univ.) Herbert Brunner

Daten- und Analysestand: Mai 2022 bis August 2022

Alle Fotos: Dr. Heider, 2022.

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

---

Die vorliegende Untersuchung unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Verwendung, Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung, die Bereitstellung im Internet u.ä. von einzelnen Inhalten oder des gesamten Werkes sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Nutzungs- und Urheberrechte verbleiben beim Büro für Standort-, Markt- und Regionalanalyse Dr. Manfred Heider.

Die enthaltenen Karten und Daten sowie etwaig zu Layoutzwecken enthaltene Signets und Logos können urheberrechtlich geschützte Inhalte umfassen, deren Nutzungsrechte keine Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung zulassen. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder Separierung von Teilen des Gutachtens löst das vollständige Haftungsrisiko gegenüber etwaigen Ansprüchen Dritter aus.

Bei Nichtbeachtung dieser Regelungen ist der Verursacher für daraus entstehende oder auftretende Urheberrechtsverletzungen und deren Ansprüche ebenso wie für die Abwehr und die daraus entstehenden Kosten von Urheberrechtsansprüchen verantwortlich.

---

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>VORBEMERKUNG</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>EINZELHANDESENTWICKLUNG UND KOMMUNALE BEDEUTUNG</b>	<b>7</b>
2.1	Entwicklungen und Tendenzen des Einzelhandels	7
■	EXKURS 1	14
	Digitalisierung und Lokale Marktplätze	14
2.2	Anforderungen auf kommunaler Ebene	17
■	EXKURS 2	18
	Einzelhandelskonzepte und zentrale Versorgungsbereiche	18
<b>3</b>	<b>WESENTLICHE STANDORT- UND STRUKTURDATEN</b>	<b>22</b>
3.1	Lage im Raum, verkehrliche Erschließung und landesplanerische Funktion	22
3.2	Bevölkerung – Entwicklung, Struktur und Prognose	25
3.3	Wohnungsbau	27
3.4	Wirtschaftsstandort Rehaus	29
<b>4</b>	<b>EINZELHANDELSSTANDORT REHAU</b>	<b>34</b>
4.1	Marktgebiet und Kaufkraft	34
4.1.1	Raumsituation und Marktgebiet	34
4.1.2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet	37
4.1.3	Kaufkraftorientierung und Kaufkraftbindung des Einzelhandels	39
4.2	Branchen-, Größen- und Standortstruktur des Einzelhandels	42
4.2.1	Branchenstruktur des Einzelhandels	42
4.2.2	Größenstruktur des Einzelhandels	45
4.2.3	Standortstruktur	46
4.3	Einzelhandels- und Gewerbestandort Innenstadt	50
4.3.1	Einzelhandelsstruktur im abgegrenzten Innenstadtbereich	50
4.3.2	Einzelhandelsergänzender Komplementärbesatz	54
4.3.3	Geschäftsleerstände	57
4.3.4	Qualität der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien in der Innenstadt	60
4.3.5	Ladenqualität der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt	62
4.3.6	Barriersituation der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien	64
4.4	Lebensmitteleinzelhandel und Nahversorgung	67

<b>5</b>	<b>ENTWICKLUNGSPOTENZIALE</b>	<b>71</b>
<b>6</b>	<b>AUSWIRKUNGEN DES OUTLET CENTER-VORHABENS IN DER STADT SELB AUF DEN EINZELHANDEL DER STADT REHAU – KONSEQUENZEN FÜR DEN ZENTRALEN VERSORGBEREICH INNENSTADT REHAU</b>	<b>73</b>
<b>7</b>	<b>GEGENÜBERSTELLUNG DER STÄRKEN UND SCHWÄCHEN</b>	<b>78</b>
7.1	Allgemeine Standortrahmenbedingungen	78
7.2	Einzelhandel und Innenstadt	79
7.3	Kommunikation und Marketing	81
<b>8</b>	<b>EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPT REHAU</b>	<b>82</b>
8.1	Ziele und Begründung	82
8.2	Leitlinien	84
8.3	Sortimentskonzept	85
8.4	Zentrenkonzept	89
8.5	Stärkungs- und Entwicklungskonzept Innenstadt	96
8.5.1	Handlungsfeld Priorisierung / Konzentration	99
8.5.2	Handlungsfeld Innenstadtmanagement	100
8.5.3	Handlungsfeld Betriebe	101
8.5.4	Handlungsfeld Stadtbild und Funktionalität	102
8.5.5	Handlungsfeld Image / Marketing / Digitalisierung	103
<b>9</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>106</b>
	<b>ANHANG</b>	<b>113</b>
	Sortimentsgliederung ladenrelevanter Einzelhandel	113
	Begriffsdefinitionen	115

## 1 Vorbemerkung

Für die Stadt RehaU stellen die Versorgungssicherung, die Attraktivität als Einkaufsstadt und die Funktionsfähigkeit der Innenstadt zentrale Inhalte der Stadtentwicklung dar. Mit Unterstützung der Städtebauförderung in Bayern durchgeführte Stadtsanierungsmaßnahmen sind Kennzeichen und wichtige Bestandteile der Stadt- und Innenstadtentwicklung sowie auch der Sicherung der Einzelhandelsfunktion Rehaus. So konnten bspw. durch eine konsequente Ausrichtung der Nahversorgungsstandorte sowie die Etablierung von Ankernutzungen in der Innenstadt wichtige Erfolge erzielt werden. Dennoch steht die Einzelhandelsentwicklung der Stadt RehaU weiterhin vor erheblichen Herausforderungen.

Seit Aufstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes im Jahr 2011 sind sowohl im Einzelhandel Rehaus als auch bei den strukturbestimmenden Rahmenbedingungen – insbesondere bei Bevölkerung und Kaufkraft, Bedeutung des Onlinehandels und Auswirkungen der Corona-Pandemie – deutliche Veränderungen zu verzeichnen. Gegenüber dem Einzelhandelsentwicklungskonzept aus dem Jahr 2011 ergibt sich daraus eine geänderte Ausgangsbasis für den Einzelhandel in RehaU. Da die Veränderungen ein durchaus erhebliches Ausmaß aufweisen, mussten die 2011 formulierten Ziele und Konzeptinhalte einer aktualisierenden Betrachtung und Anpassung unterzogen werden. Bedeutsam wird dies insbesondere in der Funktion des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes als Entscheidungsgrundlage zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und als Grundlage der Bauleitplanung. Entscheidungen, kommunale Planung und Begründungen erfordern ein den tatsächlichen Gegebenheiten entsprechendes und belastbares Konzept.

Der Erhalt einer attraktiven Innenstadt mit eigener Identität und Sicherung der dortigen Versorgungseinrichtungen ist ein wesentliches Ziel der im Rahmen der Städtebauförderung angestrebten Aktivitäten und Maßnahmen. Der Einzelhandel sowie weitere gewerbliche und freizeit-/tourismusbezogene Nutzungen aus Dienstleistungen und Gastronomie nehmen für die Stadtentwicklung eine besondere Bedeutung ein. Deshalb stellen die Bereiche Einzelhandel und Gewerbe, mit deren Bedeutung für Funktionsfähigkeit, Attraktivität und Belebung der Innenstadt sowie eine angemessene Versorgung der Bevölkerung, Kernaufgaben und Ansatzpunkte der Stadtentwicklung dar.

Besonderes Augenmerk für die Innenstadt und Einkaufsstadt RehaU erfordert zudem auch die Factory-Outlet-Entwicklung im nahegelegenen Selb. So ist alleine im 'Outlet Center Selb', über die bereits im Bebauungsplan festgesetzte Verkaufsfläche von 11.769 m<sup>2</sup> hinaus, eine Erweiterung bis auf insgesamt mehr als 20.000 m<sup>2</sup> geplant. Das 'Outlet Center Selb' ist dabei durch eine Vielzahl von Shops mit innenstadtrelevanten Einzelhandelssortimenten gekennzeichnet. Aufgrund der vorliegenden Markt- und Standortverflechtungen sowie des überörtlich ausgelegten Betriebskonzeptes des Outlet Center-Vorhabens in Selb sind Umsatzumlenkungen zu Ungunsten des Einzelhandelsangebotes in der ganzen

Region erwartbar. Damit verbunden sind ggf. auch Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Rehau. Um die Auswirkungen des geplanten 'Outlet Centers Selb' für die Stadt Rehau zu erfassen und geeignete Konsequenzen ziehen zu können, erfolgte im Rahmen der Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts der Stadt Rehau auch eine Analyse der Auswirkungen des Vorhabens in der Stadt Selb auf den Einzelhandel der Stadt Rehau.

Die aktuellen und sich abzeichnenden Fragen und Problemstellungen für die Stadt Rehau im Einzelhandel im Rahmen einer gesamtstädtisch ausgelegten Betrachtung mit Vertiefung für die Innenstadt, ergänzt um weitere den Einzelhandel ergänzende Nutzungen aus Dienstleistungen, Gewerbe und Gastronomie wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes einer analytischen Betrachtung unterzogen. Darauf aufbauend wurde eine entsprechende Ziel- und Maßnahmenkonzeption erarbeitet. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept reagiert dabei auf die städtebaulichen Erfordernisse der Funktionsfähigkeit und Stärkung der Innenstadt und definiert einen nach Nutzungen und Standorten differenzierten Rahmen der Einzelhandelsentwicklung. Die Flächen- und Standortentwicklung des Einzelhandels in Gesamtstadt und Innenstadt wird vor dem Hintergrund der bestehenden Entwicklungspotenziale, des Einzelhandelsangebots der Stadt sowie den Belangen einer auf die Innenstadt- und die Nahversorgung ausgelegten städtebaulichen Entwicklung betrachtet.

## 2 Einzelhandelsentwicklung und kommunale Bedeutung

### 2.1 Entwicklungen und Tendenzen des Einzelhandels

Im Jahr 2011 wurden im deutschen Einzelhandel (im engeren Sinn<sup>1</sup>) laut Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE)<sup>2</sup> ca. 437,9 Mrd. € umgesetzt, 2013 waren es schon ca. 450,9 Mrd. €, 2015 478,2 Mrd. € und 2020 bereits 577,4 Mrd. €. Inwieweit positive Beschäftigungseffekte und erhaltene bzw. auch zukünftig zu erwartende Lohn-/Gehaltssteigerungen zu einer weiteren wertmäßigen Zunahme der einzelhandelsbezogenen Ausgaben führen werden, hängt wesentlich von der Entwicklung des gesamtwirtschaftlichen Umfeldes ab – gerade unter Berücksichtigung der etwaig längerfristig wirkenden Auswirkungen der Corona-Pandemie, des laufenden Ukraine-Krieges und der massiv gestiegenen Inflation. Ob auch in den nächsten Jahren mit einer realen Zunahme der Einzelhandelsumsätze gerechnet werden kann, so wie noch das reale Wachstum der Einzelhandelsumsätze des Jahres 2021 um 0,9 % im Vergleich zum Vorjahr<sup>3</sup> zeigt, steht derzeit unter erheblicher Unsicherheit.

Bei differenzierter Betrachtung des Gesamtumsatzes des bundesdeutschen Einzelhandels und des Umsatzanteils, der im **E-Commerce/Onlinehandel** generiert wird, fällt auf, dass sowohl der Umsatz im stationären Einzelhandel (d.h. ohne Umsatz aus dem Onlinehandel) als auch der Gesamtumsatz des Einzelhandels (inkl. Onlinehandel) seit 2010 gestiegen ist. Allerdings lagen die jährlichen Zuwachsraten im Onlinehandel weitaus höher als im stationären Handel. Zum Vergleich: während der Umsatz im stationären Handel zwischen 2010 und 2020 insgesamt um ca. 24 Prozent anstieg, wuchs der Umsatz im Onlinehandel im selben Zeitraum um rund 260 Prozent. Der Onlinehandel hat sich somit inzwischen nicht nur zu einem bedeutenden Anbieter im Einzelhandel und damit auch zu einem ernst zu nehmenden Wettbewerber des stationären Handels entwickelt, er trägt auch einen bedeutenden Teil zur Steigerung des Gesamtumsatzes des bundesdeutschen Einzelhandels bei.<sup>4</sup> Anteil daran haben nicht nur große Online-Marktplätze wie v.a. Amazon und Ebay oder auch Otto, sondern verstärkt auch stationäre Händler, die in den letzten Jahren ein sog. Multi-Channel-Angebot aufgebaut haben sowie sog. Internet-Pure-Player wie z.B. Zalando, Asos, DocMorris, Zooplus oder Wayfair. Mit der Corona-Pandemie hat sich der Druck auf den stationären Einzelhandel – bisher mit wesentlicher Ausnahme des Lebensmittelhandels – wieder deutlich verstärkt. Zwar konnte der Umsatz im Einzelhandel des Jahres 2020 im Vergleich zum Vorjahr trotz Pandemie gesteigert werden, von diesem

<sup>1</sup> D.h. ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken.

<sup>2</sup> Vgl. Handelsverband Deutschland (2021): Zahlenspiegel 2021.

<sup>3</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt v. 07. März 2022, Abruf 05.07.2022

[https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/03/PD22\\_089\\_45212.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/03/PD22_089_45212.html)

<sup>4</sup> Besonders beliebte Warengruppen im Onlinehandel sind v.a. Bekleidung, Elektrowaren sowie nachgeordnet Schuhe, Bücher/E-Books und Möbel.

Wachstum konnten jedoch nicht alle Branchen gleichermaßen profitieren; dies gilt insbesondere im Nicht-Lebensmittelbereich. Besonders hohe Verluste musste dabei mit einem Umsatzminus von 20 Prozent der Handel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren verzeichnen.<sup>5</sup> Der Onlinehandel ist hingegen als Gewinner der Krise hervorgegangen. Er hat seine Position trotz zwischenzeitlicher Verluste im März/April 2020 deutlich festigen können; gemäß Angaben von [wallstreet-online.de](http://wallstreet-online.de) konnte der Internet- und Versandhandel 2020 ein Umsatzwachstum von 31,8 Prozent (real) bzw. 33,1 Prozent (nominal) verzeichnen.<sup>6</sup> Trotz deutlicher Rückgänge im Onlinehandel ab Frühjahr 2022, liegen dessen Umsatzanteile noch deutlicher höher als vor der Corona-Pandemie. Ein Ende des Wachstums im Onlinehandel ist nicht abzusehen. Dies gilt umso mehr, als inzwischen auch ältere Personengruppen verstärkt online einkaufen – zu Lasten des stationären Handels. Eine von Januar 2018 bis Oktober 2021 laufende Studie der Frankfurt School of Finance & Management, der E-Commerce-Plattform Peekd und der Northeastern University in Bosten in sechs Ländern (neben Deutschland u.a. auch in Großbritannien und den Niederlanden) und unter Einbezug von mehr als tausend Online-Shops hat u.a. ergeben, dass sich das Wachstum des Onlinehandels bei den über 65-Jährigen seit dem ersten Corona-Lockdown im Frühjahr 2020 im Durchschnitt mehr als verdoppelt hat. Demzufolge entdecken auch Senioren in zunehmendem Maße ihre Lust am und die Vorteile des Online-Shoppings (u.a. bequeme Bestellung vom Sofa, Lieferung an die eigene Haustüre etc.). Das Potenzial der Älteren für das Online-Shopping (und damit auch die Gefahr für den stationären Handel, für den sie lange Zeit als "sichere Bank" galten) darf somit nicht unterschätzt werden.<sup>7</sup>

---

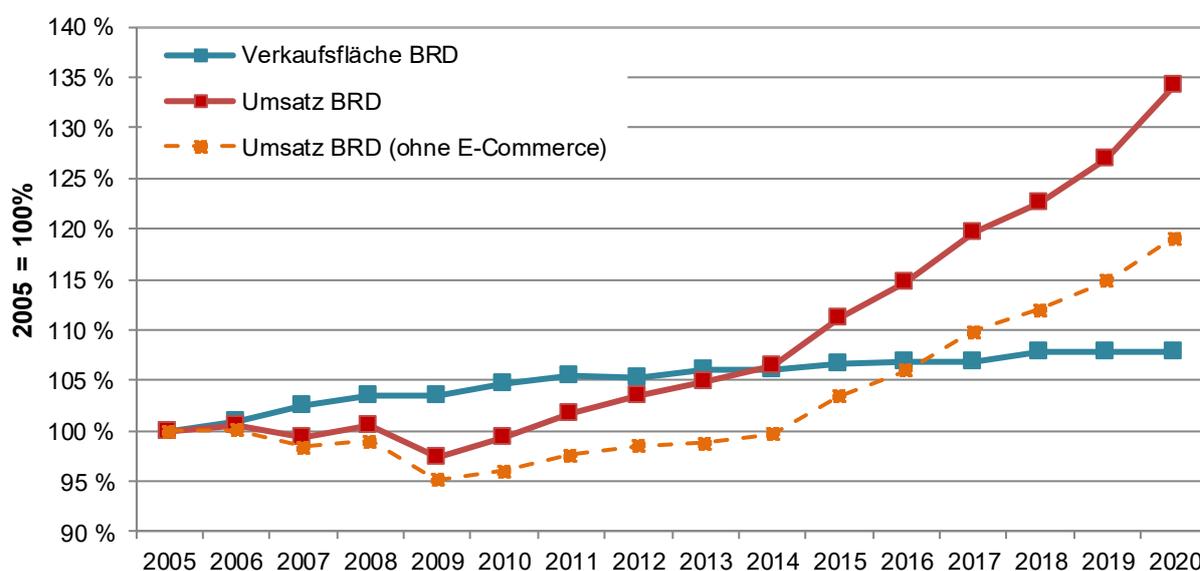
<sup>5</sup> Vgl. [www.wallstreet-online.de/nachricht/13325801-wirtschaft-einzelhandelsumsatz-2020-trotz-coronakrise-gestiegen](http://www.wallstreet-online.de/nachricht/13325801-wirtschaft-einzelhandelsumsatz-2020-trotz-coronakrise-gestiegen); Abruf vom 20.09.2021.

<sup>6</sup> Vgl. [www.wallstreet-online.de/nachricht/13325801-wirtschaft-einzelhandelsumsatz-2020-trotz-coronakrise-gestiegen](http://www.wallstreet-online.de/nachricht/13325801-wirtschaft-einzelhandelsumsatz-2020-trotz-coronakrise-gestiegen); Abruf vom 20.09.2021.

<sup>7</sup> Vgl. [www.faz.net/aktuell/rhein-main/wirtschaft/senioren-shoppen-doppelt-so-haeufig-online-wie-vor-lockdown-17663775.html?GEPC=s9](http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/wirtschaft/senioren-shoppen-doppelt-so-haeufig-online-wie-vor-lockdown-17663775.html?GEPC=s9)

Während die Umsätze im Einzelhandel in der Langzeitbetrachtung der letzten Jahre/Jahrzehnte lange Zeit stagnierten und erst seit den vergangenen etwa zehn Jahren wieder erkennbar anstiegen<sup>8</sup>, stand dem eine beinahe gegenläufige Verkaufsflächenentwicklung gegenüber. Bis etwa 2011 stiegen die Verkaufsflächen stetig und erkennbar an, seither ist nahezu eine Stagnation bei etwa 124-125 Mio. m<sup>2</sup> auszumachen.

### Einzelhandelsentwicklung Deutschland nach Verkaufsflächen und Umsätzen 2005 bis 2020

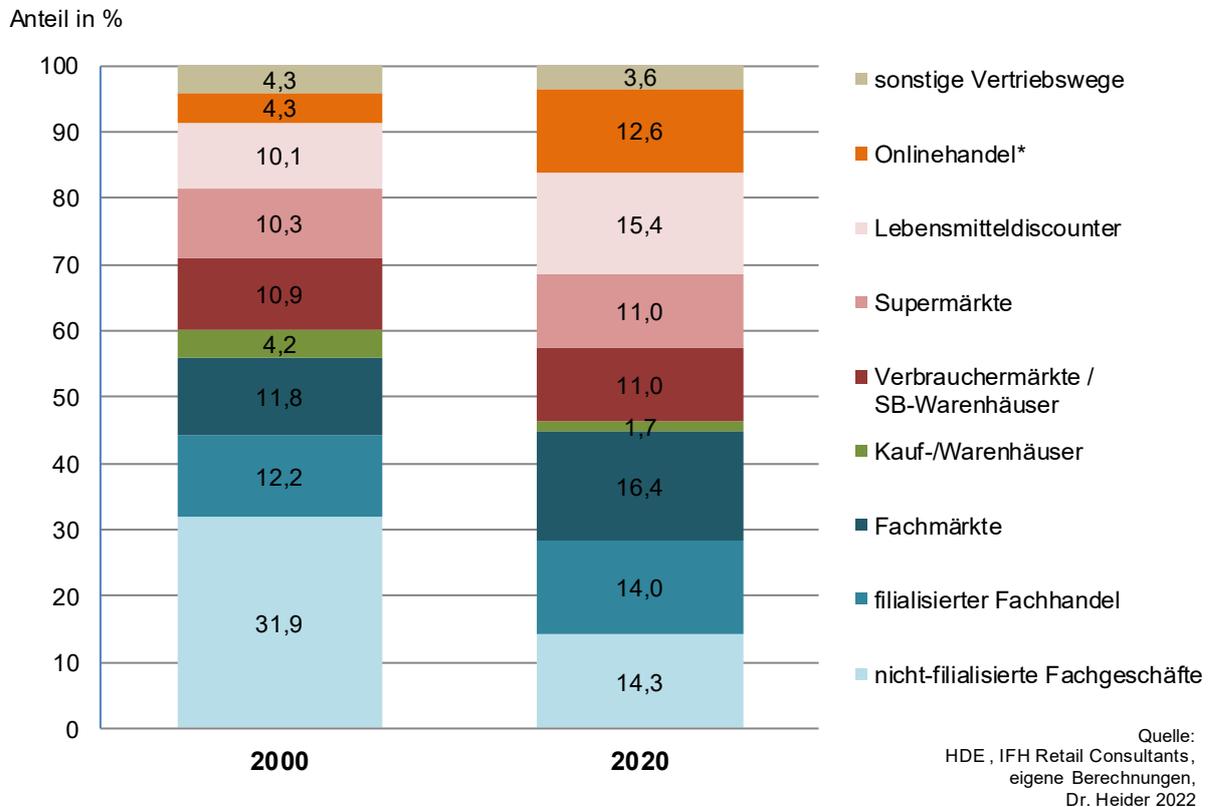


Quellen: HDE, Statistisches Bundesamt 2021, eigene Berechnungen, Dr. Heider 2022

Die **Expansion der Verkaufsflächen** wurde und wird auch weiterhin in hohem Maße von den Großbetriebsformen des Einzelhandels getragen. Deren Wachstum sowie der damit einhergehende Anpassungsdruck auf die traditionellen Einzelhandelsbetriebsformen, wie v.a. (inhabergeführte) Fachgeschäfte und innenstadtorientierte Kauf-/Warenhäuser, tragen zu den seit geraumer Zeit laufenden Umstrukturierungen des Einzelhandels bei. Der Marktanteil der kleinen und mittleren, nicht-filialisierten Fachgeschäfte geht in Folge davon verstärkt zurück, der der Fachmärkte steigt hingegen zusehends.

<sup>8</sup> Ein Anstieg der Einzelhandelsumsätze nach 2009 ist sowohl für den gesamten Einzelhandel als auch den stationären Einzelhandel zu verzeichnen. Im stationären Einzelhandel reicht der Anstieg kaum aus, die Preissteigerung auszugleichen, so dass nach realen Werten (im stationären Einzelhandel) eher von einer Stagnation auszugehen ist.

### Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen des Einzelhandels



Der **Lebensmitteleinzelhandel** als nach wie vor ausgesprochen aktiver Part der Flächenexpansion im Einzelhandel, befindet sich in einem anhaltenden Konzentrationsprozess – 2020 vereinten allein die vier größten Konzerne der Branche<sup>9</sup> gut 75% der Umsätze in Deutschland auf sich.<sup>10</sup> Die Zahl der Verkaufsstellen ist dabei weiter rückläufig. Kleinere, oftmals inhabergeführte Geschäfte des traditionellen Lebensmitteleinzelhandels werden zunehmend geschlossen. Ähnliches gilt, aus Sicht der Betreiber, für zu kleine bzw. mit Standortnachteilen behaftete Filialen. Innerhalb des Lebensmitteleinzelhandels steigt insbesondere die Zahl der (großen) Supermärkte und der Lebensmitteldiscounter. Letztere binden, gemäß aktuellen EHI-Angaben, bundesweit derzeit ca. 44% der Umsätze des Lebensmitteleinzelhandels und haben damit eine weitestgehende Marktsättigung erreicht. In Hochfrequenzlagen großer Städte werden darüber hinaus verstärkt spezielle City-Markt-Konzepte etabliert. Der Trend zu mehr Nachhaltigkeit im Konsum befördert diese Entwicklung zudem. Produktbezogen nimmt insbesondere der Anteil der Bioprodukte eine stetig wachsende Rolle ein; ähnliches gilt zunehmend auch für regional erzeugte und vegetarische bzw. vegane Lebensmittel. Grund hierfür ist das gewachsene Bewusstsein vieler Konsumenten für gesunde und zunehmend auch für nachhaltig produzierte Lebensmittel.

<sup>9</sup> D.h. Edeka-, Rewe-, Schwarz- und Aldi-Gruppe.

<sup>10</sup> Quelle: Statista GmbH, 2022.

Andererseits ist auch der Convenience-Markt – also vorgefertigte Lebensmittel wie etwa To-Go- und Instant-Gerichte, Tiefkühlkost oder Backmischungen etc. – weiter zunehmend.<sup>11</sup> Inwieweit der laufende Ukraine-Krieg sowie auch die aktuell zu verzeichnende Inflation und deren Auswirkungen u.a. mit den zuletzt teils erkennbar steigenden Lebensmittelpreisen auch in Deutschland das Einkaufsverhalten der Kunden mittelfristig beeinflussen wird, ist derzeit noch nicht absehbar.

Beim **Einkaufsverhalten** zeigt sich eine hohe Flexibilität bei der Einkaufsstättenwahl. Dies gilt im Hinblick auf die bevorzugten Betriebsformen wie auch auf die Inanspruchnahme von Standorten, wobei die gewünschten Kriterien wie gute Erreichbarkeit und gesuchtes Angebot Vorteile der räumlichen Nähe zum Wohnen und traditioneller Orientierungen bisher besuchter Einkaufsziele oftmals noch aufheben. Dies bedeutet nicht, dass bisherige und traditionsbezogene Einkaufsorientierungen nicht mehr bestehen – Vorzüge der Innenstädte bzw. Ortsmitten werden von der Mehrzahl der Verbraucher durchaus wahrgenommen – der Erfolg oder Nicht-Erfolg von Innenstädten/Ortsmitten wird aber immer mehr davon bestimmt, ob es gelingt, sich durch Qualität, Attraktivität, Flair und Lifestyle sowohl des Einzelhandels- und ergänzenden Komplementärbesatzes als auch der städtebaulichen Rahmenbedingungen im Wettstreit der Einkaufsziele um die Kunden hervorzuheben. Hinzu kommt verstärkt auch der Nachhaltigkeitsgedanke bzw. die zunehmende Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte beim Einkaufsverhalten. Aber auch das Vorhandensein einer zeitgemäßen, digitalen Infrastruktur und der verstärkte Einsatz neuer Technologien bei Städten wie Anbietern/Betrieben sind im Zuge der hohen Onlineaffinität der meisten Bürger/Kunden als erfolgsentscheidend einzustufen. Neben der Bereitstellung entsprechender Infrastruktur (u.a. modernes/schnelles Datennetz, öffentliches WLAN), der Digitalisierung öffentlicher wie privatwirtschaftlicher/ einzelhandelsbezogener Angebote (ggf. inkl. einer Zusammenführung in Form eines lokalen Marktplatzes, der über eine reine städtische Präsentations-/Verkaufsplattform hinausgeht) sind in diesem Zusammenhang etwa auch moderne Formen der Kundenansprache und -interaktion via attraktiver social media-Angebote etc. anzuführen.

Auf der Seite der **Einzelhandelsanbieter** sind und bleiben diejenigen erfolgreich, welche die Kundenansprüche am besten erfüllen<sup>12</sup> – dies sind Firmen wie Aldi oder dm genauso wie zahlreiche inhabergeführte, lokal ausgerichtete Fachgeschäfte und teils auch Kauf-/Textilhäuser, welche ihr Erscheinungsbild, ihre Produktpolitik und Warenpräsentation sowie ihr Marketing (online und offline) an moderne Verbraucheransprüche und (lokale) Kundenwünsche angepasst und die erforderlichen Weichenstellungen – betriebswirtschaftlich bis hin zur Nachfolgefrage – gelöst haben. Konzepte und Überlegungen zur Sicherung und Attraktivierung von Einkaufsstandorten müssen die folgenden, derzeit und in näherer Zukunft wichtigsten, raum- und betriebswirksamen Faktoren der Einzelhandelsentwicklung einbeziehen:

<sup>11</sup> 2006: rd. 20 Mrd. €, 2016: rd. 31 Mio. € Umsatz lt. BBE Branchenreport Convenience, 2017.

<sup>12</sup> Dies gilt sowohl für einzelne Betreiber als auch für Betriebstypen.

- ▶ Anhaltend hohe Präferenz vieler Betreiber für dezentrale, stadtrandliche sowie oftmals städtebaulich nur bedingt integrierte Standorte des Einzelhandels, wobei in den vergangenen Jahren – nicht zuletzt unter dem Einsatz steuernder bauleitplanerischer Instrumente, aber auch aufgrund des sich schrittweise ändernden, nachhaltigeren Verbraucherverhaltens – eine Renaissance zentraler bzw. zentrumsnaher und gut integrierter Lagen zu erkennen ist.
- ▶ Ein weiterhin expansives Vordringen der i.d.R. discountorientierten Fachmärkte, wobei dies nicht auf den Lebensmittelbereich beschränkt ist. Insbesondere bei Drogeriewaren und verstärkt auch bei Haushaltswaren/Deko weist das Fachmarktsegment einen hohen und potenziell weiter steigenden Anteil auf.
- ▶ Der Marktanteil der inhabergeführten Fachgeschäfte geht kontinuierlich zurück und wird perspektivisch weiter sinken, Ladenleerstände und negative Beschäftigungseffekte sind nicht auszuschließen bzw. sogar zu erwarten.
- ▶ Eine starke Bedeutung des Immobiliensektors als Triebfeder der Flächenexpansion im Einzelhandel in Folge zusätzlicher Flächen (Nachfolgenutzungen, Konversion) und oftmals mangelnder/fehlender Nutzungsalternativen.
- ▶ Unternehmenskonzentrationen und wachsende Größe der Einzelhandelsunternehmen wie auch die zunehmende Bedeutung von Einkaufskooperationen für Fachgeschäfte schreiten voran und verstärken die Uniformität des Angebotes.
- ▶ Verkaufsflächenzuwächse und ansteigende durchschnittliche Verkaufsflächen der Betriebe – sowohl in Folge des Betriebstypenwechsels als auch in Folge betriebswirtschaftlicher Zwänge – tragen zu sinkenden Umsatzrenditen bei.
- ▶ Tendenziell eher stagnierende, reale Kaufkraftentwicklungen lassen derzeit keine großen Kaufkraftzuwächse mehr erwarten.
- ▶ Im stationären Einzelhandel liegt eine weitgehende Marktsättigung vor; neue Vorhaben im Einzelhandel sind i.d.R. auf Umsatzumverteilungen angewiesen und lösen entsprechende Umverteilungen gegenüber bestehenden Betrieben aus.
- ▶ Eine wachsende Heterogenität der Konsumenten, wodurch differenzierte Zielgruppenorientierungen immer wichtiger werden. Steigende Anforderungen an Angebotsvielfalt, Atmosphäre/Lifestyle und Bequemlichkeit sind ebenso festzustellen, wie eine steigende Nachfrage sowohl nach preisgünstigen, nach speziellen/individuellen, nach nachhaltigen sowie auch nach exklusiven Produkten mit einem starken Image.
- ▶ Kundenbindung und Serviceorientierung sowie auch der zunehmende Wunsch vieler Kunden nach ökologisch- und sozialgerechten Produkten als Chance und Abgrenzungsmerkmal der inhabergeführten Fachgeschäfte sowohl gegenüber den beratungsarmen, discountierenden Fachmärkten als auch gegenüber dem Onlinehandel werden von zu vielen Fachgeschäften immer noch nicht ausreichend genutzt. Hier ist noch erhebliches Entwicklungs- und Profilierungspotenzial zu erkennen.

- ▶ Die einstigen Leitbetriebe der Innenstädte – Warenhäuser und ein breiter Mix inhabergeführter Fachgeschäfte – verlieren an Bedeutung. Bundesweit bzw. international agierende und werbende Einzelhandelsmarken definieren seit Jahren die Attraktivität einer Innenstadt. Die Anziehungskraft für Kunden und die Positionierung einer Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten hängen vom Vorhandensein oder Nicht-Vorhandensein der gängigen Handelsmarken bzw. von Shops der Markenhersteller ab – wengleich Kunden die Uniformität vieler Innenstädte zunehmend stört und oftmals wieder ein differenzierteres bzw. spezielleres Angebot gewünscht wird.
- ▶ Die sich bietenden Wechselbeziehungen des Einzelhandels zu Kultur-, Freizeit-, Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen müssen zur Profilierung des Einzelhandelsstandorts Innenstadt zwingend stärker genutzt werden. Dies erhöht das von den Kunden gewünschte Einkaufserlebnis und führt im Ergebnis zu einer Erhöhung der Aufenthaltszeiten von Kunden und Gästen und damit auch zu einer erhöhten Vitalität der Innenstädte.
- ▶ Zukünftig werden sich die (Innen-)Städte / Ortsmitten durchsetzen, welche neben einem ansprechenden Angebot gut erreichbar sind und zudem durch Qualität, Attraktivität, Kundennähe und v.a. auch durch einen gewissen Lifestyle und Erlebniswert punkten können.
- ▶ Gemäß Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE) entfielen 2020 nahezu 13 Prozent des Einzelhandelsumsatzes auf den E-Commerce/Onlinehandel; im Non-foodbereich bzw. ohne den Foodbereich waren es bereits 18 Prozent. In einzelnen Branchen weist der Onlinehandel inzwischen eine überaus starke Marktbedeutung auf; so liegt der Onlineanteil am Gesamtmarkt 2020 im Bereich Fashion & Accessoires bereits bei ca. 39,8 Prozent und im Bereich Consumer Electronics / Elektro bei ca. 38,9 Prozent.<sup>13</sup> Ein weiteres Ansteigen der Marktbedeutung ist zu erwarten; dies gilt insbesondere seit Beginn der Corona-Pandemie, die diese Entwicklung nochmals deutlich beschleunigte. Für stationäre Einzelhändler sollte dieser Trend nicht (nur) als Gefahr, sondern v.a. auch als Chance für die Etablierung eines zweiten Vertriebsweges – neben dem eigentlichen Ladengeschäft – verstanden werden. So können die aktuellen Kundenbedürfnisse aufgegriffen und der eigene Betrieb gesichert werden.

---

<sup>13</sup> Vgl. HDE Handelsverband Deutschland: Online Monitor 2021.

## ■ EXKURS 1

### Digitalisierung und lokale Marktplätze

Der Einzelhandel ist seit jeher ein wichtiger Faktor vitaler, anziehungsstarker Innenstädte und Ortsmitten. Gleichzeitig steht der Handel aktuell vor großen Herausforderungen: die seit Jahren zunehmende **Digitalisierung** bringt neue Technologien und ein verändertes Kundenverhalten mit sich. Die Corona-Krise verstärkte diese Entwicklung, der Trend zum Onlineshopping wurde nochmals forciert. Dadurch steigt der Wettbewerbs- und Anpassungsdruck auf die stationären Einzelhändler deutlich. Dies gilt insbesondere für kleine und mittelgroße Betriebe, die i.d.R. ortsgebunden sind und denen oft nicht nur Mittel und Know-how fehlen, sondern die den Ernst der Lage teils auch noch nicht vollumfänglich erkannt haben. Fakt ist: Digitalisierung und neue Technologien sind aktuell die bestimmenden Trends im Einzelhandel, die digitale Disruption ist in vollem Gange und nicht mehr aufzuhalten.

Bislang wird der Online-Boom hauptsächlich für sinkende Umsätze und zunehmende Leerstände verantwortlich gemacht. Doch längst geht es nicht mehr darum, ob die Händler die Digitalisierung gut oder schlecht finden, sondern einzig und allein darum, wie sie selbst damit umgehen und davon profitieren können. Experten<sup>14</sup> sind sich einig darüber, dass im digitalen Wandel nicht nur Herausforderungen, sondern auch große Chancen liegen. Das setzt allerdings voraus, dass stationäre Händler ihre Konzepte und Prozesse den bestehenden/zukünftigen Trends anpassen und so dem sich ändernden Kundenverhalten entgegenkommen. Es gilt, das Beste aus der bisherigen analogen Welt, wie Kundenberatung, Service und Ambiente, mit den neuen Technologien und Möglichkeiten zu ergänzen, um so die geänderten Markt- und Kundenanforderungen angemessen bedienen zu können.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) hat hierfür Mitte 2018 das "Kompetenzzentrum Handel" ins Leben gerufen, welches rund um die Digitalisierung sensibilisieren, motivieren und informieren soll. Betont wird dabei, dass unter Digitalisierung des Handels nicht lediglich der Aufbau eines Online-Shops zu verstehen ist, sondern dass vielmehr dabei unterstützt werden soll, die gesamte Bandbreite an Digitalisierungsthemen abzudecken – von modernen Geschäftsprozessen über Shop-Gestaltung bis hin zu Verkaufskanälen und E-Payment-Lösungen. Mit dem "Kompetenzzentrum Handel" möchte das BMWi die notwendige digitale Transformation im Handel begleiten und den notwendigen Wissenstransfer fördern. Primäre Zielgruppe sind dabei kleine und mittlere Unternehmen, denen die notwendige Digitalisierungsoffensive oft besonders schwerfällt.

---

<sup>14</sup> U.a. des Handelsverbandes Deutschland, diverse Forschungsinstitute wie auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

Stationäre Einzelhändler stehen in direktem Wettbewerb zum Onlinehandel. Dieser trägt inzwischen nicht nur einen bedeutenden Teil zur Steigerung des Gesamtumsatzes des bundesdeutschen Einzelhandels bei, die jährlichen Zuwachsraten im Onlinehandel sind zudem weitaus höher als beim stationären Handel.<sup>15</sup> Aus diesem Grund bemühen sich zahlreiche Städte und Gemeinden seit Jahren, mit Hilfe von (oft mittels Förderprogrammen aufgebauten) **digitalen Marktplätzen** als Mittel bzw. Teil einer notwendigen Digitalisierungsoffensive im digitalen Handel "mitzumischen" und den großen, digitalen Verkaufsplattformen etwas entgegen zu setzen. Aktuell gibt es etwa 75 solcher digitaler Initiativen deutschlandweit. Das Spektrum reicht dabei von reinen Online-Schaufenstern bis hin zu Marktplätzen mit Einkaufsmöglichkeit sowie teils auch mit click&collect-Funktion. Millionenstädte wie Hamburg sind ebenso dabei wie kleinere bis mittelgroße Städte wie etwa Günzburg oder Pfaffenhofen.

**Der Erfolg der digitalen Verkaufsplattformen der Städte/Gemeinden ist bisher sehr begrenzt**, wie eine Studie der Hochschule Koblenz kürzlich mittels einer Befragung an sog. Local-Commerce-Plattformen teilnehmender Gewerbetreibenden aufzeigt. 60% der teilnehmenden Händler konnten durch die Teilnahme an lokalen Marktplätzen ihrer Stadt/Gemeinde weder die Zahl der Kunden im Geschäft noch den Umsatz nennenswert steigern, 70% der Händler gaben sogar an, dass Angebote wie "Onlinekauf mit Lieferung", "Click&Collect" oder "Retourenrücknahme in der Filiale" selten bis nie genutzt werden. Die Weiterempfehlungsrate ist entsprechend gering.<sup>16</sup> Die Gründe für den bisher ausbleibenden Erfolg sind relativ klar:

- ▶ **fehlende Relevanz bei den Kunden**, d.h. bei den Kunden sind die großen, bekannten Onlineplattformen bzw. v.a. Amazon bei Kaufüberlegungen sofort präsent und werden i.d.R. (teilweise sogar ausschließlich) aufgesucht, lokale Marktplätze stellen für die meisten Kunden hingegen kein primäres/lohenswertes Einkaufsportale dar
- ▶ **mangelnde Sichtbarkeit**, d.h. lokale Marktplätze sind bei den (potenziellen) Kunden nach wie vor nicht nur zu wenig bekannt, zudem wird bei den Anbietern aus Mangel an finanziellen Mittel oft auf eine Suchmaschinenoptimierung oder ausreichend Werbung/Marketing und auch einen "news flow" verzichtet – mit der Folge, dass die entsprechenden Onlineplattformen nach einem möglicherweise kurzen Anfangshype schnell wieder aus dem Gedächtnis der Kunden verschwinden
- ▶ **mangelndes Angebot und vergleichsweise hohe Preise**, womit der Wunsch bzw. das Einkaufsverhalten vieler Kunden nach einem umfassenden Angebot zu akzeptablen Preisen – gerade im Vergleich zu Amazon oder Zalando etc. – nicht ausreichend befriedigt werden kann; der Stärke der großen Onlineanbieter kann von lokalen Marktplätzen bzw. genauer gesagt von lokalen Einkaufsplattformen, wie sie derzeit i.d.R. bestehen, nichts Attraktives entgegengesetzt werden

---

<sup>15</sup> Vgl. Kap. 2.1.

<sup>16</sup> Vgl. Harvard Business Manager (2018): Onlinehandel: Lokale Marktplätze bringen nichts.

- ▶ **hoher Aufwand und mangelnde digitale Kompetenz der Händler**, was u.a. auch damit zusammen hängt, dass es stationäre Händler nicht gewohnt sind und häufig weder die Kompetenzen noch die notwendigen Kapazitäten haben, das Sortiment in ebenso angemessener wie Interesse weckender Form (d.h. v.a. mit ansprechenden Produktfotos und -beschreibungen) online zu stellen und den Warenbestand auch digital zu verwalten; hinzu kommt ggf. eine aufwendige Warenlogistik und auch eine ggf. notwendige, geänderte Preispolitik.

Im Ergebnis heißt dies, dass lokale Marktplätze als reine, handelsfixierte Verkaufsplattformen nur eingeschränkte Zukunftschancen haben werden. In der heutigen Form sind lokale Marktplätze für Kunden schlichtweg uninteressant. **Lokale Marktplätze können**, auch nach Auffassung vieler Experten<sup>17</sup>, **nur dann interessant werden, wenn sie den Kunden neben lokalen Einkaufsmöglichkeiten zusätzlichen Mehrwert aus der regionalen Nutzung bringen und so zu einem relevanten Anlaufpunkt für Kunden/Bürger werden**. Das kann nur durch die Integration von Dienstleistern und Gastronomiebetrieben (z.B. durch die Möglichkeit auf diesem lokalen Marktplatz einen Friseurtermin zu buchen oder ein Restaurant zu reservieren), von ergänzenden Angeboten der öffentlichen Hand (z.B. Theaterkarten buchen, Behördengänge online erledigen, über Parkplätze und Sharing-Stationen etc. informieren), von tagesaktuellen Informationen aus der Stadt (in Form von laufend aktualisierten, interessanten Newsfeeds) sowie von lokalen Loyalty-Programmen etc. erfolgen – wenngleich für die Content-Lieferung sicherlich hohe Anstrengungen von Seiten aller Beteiligten notwendig sind. Nach dem Motto "Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit!" ist es für Städte ratsam umzudenken und entsprechende Positionen in der Stadtverwaltung zu schaffen (Stichwort: City Content Manager bzw. Kümmerer 2.0) sowie auch angemessen auszustatten. Der digitale Kommunikationsraum sollte zukünftig ebenso zur städtischen Infrastruktur gehören wie die Strom- und Wasserversorgung. Mit einem solchen umfassend betrachteten und aufgestellten lokalen Marktplatz – als Teil einer sog. smart city – kann es dann auch für lokale Händler gelingen, besser sichtbar zu sein und eine ausreichende Relevanz zu erreichen, um so auch zusätzliche Kunden und Umsatz zu generieren.

---

<sup>17</sup> Vgl. hierzu etwa auch entsprechende Aussagen von E-Commerce-Experten des Kölner Institut für Handelsforschung (IFH) – z.B. von Kai Hudertz auf [internetworld.de/e-commerce/online-marktplatz](http://internetworld.de/e-commerce/online-marktplatz).

## 2.2 Anforderungen auf kommunaler Ebene

Aus den aufgezeigten Strukturveränderungen des Einzelhandels ergeben sich, neben dem Onlinehandel, insbesondere aus der dezentral bzw. stadtrandlich gerichteten Standortorientierung vieler Einzelhandelsbetriebe Probleme im Hinblick auf die Regionalentwicklung sowie die Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Standortstrukturen.

Neue randgemeindliche/dezentrale Standorte sind aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht nur noch dann sinnvoll, wenn sie das Angebot in der Innenstadt und ggf. weiterer, zentraler Versorgungsbereiche ergänzen. Dies gilt z.B. für Einzelhandelsbetriebe, die etwa auf Grund ihrer Flächenansprüche oder ihrer baulichen Ausprägungen nicht bzw. auf absehbare Zeit nicht in zentralen Lagen realisiert werden können. Entscheidend für die jeweilige Beurteilung von Vorhaben unter dem Aspekt der Verträglichkeit mit den bestehenden Strukturen von Einzelhandel und zentralen Versorgungsbereichen sind die Lage, Größe und Branchenstruktur.

Ohne den Strukturwandel im Einzelhandel beeinflussen zu wollen oder den Wettbewerb zu verhindern, ist eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf kommunaler Ebene wichtig und geboten, damit diese einer nachhaltigen und dem Allgemeinwohl verpflichteten Entwicklung der Innenstadt ermöglicht. Ein derartiges Vorgehen ist sowohl planerisch, rechtlich als auch politisch erforderlich und angemessen – gerade unter Berücksichtigung des weiter zunehmenden Wettbewerbsdrucks des Onlinehandels auf den stationären Einzelhandel, speziell auch in Innenstädten.

Das Planungsrecht bietet mit dem BauGB (Baugesetzbuch) und der BauNVO (Baunutzungsverordnung) ein umfangreiches und effektives Instrumentarium zu dieser geforderten Einzelhandelssteuerung (z.B. Aufstellung von Bebauungsplänen, Anpassung alter Bebauungspläne, Ausweisung von Sondergebieten, sortimentspezifische Festsetzungen in Bebauungsplänen). Diesbezüglich ist insbesondere auf die Möglichkeiten der Steuerung der Einzelhandels-/Standortentwicklung durch Einzelhandelskonzepte und die Ausweisung von sog. 'zentralen Versorgungsbereichen' hinzuweisen.

Neben der Steuerung des stationären Handels sind Kommunen in zunehmendem Maße mit den Auswirkungen des Onlinehandels auf ihre Händler konfrontiert. Neben der Forderung vieler Händler/Handelsverbände nach einer weitreichenden Lockerung der für die lokale/stationäre Einzelhandelsentwicklung geltenden rechtlichen Regelungen, welche – sofern die derzeit im Bau- und Planungsrecht städtebaulich angestrebten Ziele der Einzelhandelsentwicklung nicht komplett verworfen werden sollen – nicht zielführend sein kann, stehen auch das Für und Wider bzw. potenzielle Ausgestaltungsmöglichkeiten 'lokaler

Marktplätze' als digitales Pendant zum lokalen Handel auf der Agenda vieler Städte/Gemeinden.<sup>18</sup> Die Notwendigkeit hierfür ergibt sich allein schon aus der Tatsache, dass die Digitalisierung aktuell der bestimmende Trend im Einzelhandel ist; seit der Corona-Pandemie zeigt sich das umso mehr.

## ■ EXKURS 2

### Einzelhandelskonzepte und zentrale Versorgungsbereiche

#### Einzelhandelskonzept als rechtlich fundiertes Planungsinstrument

Die Lenkung der Versorgungsstrukturen in einer Kommune – unter Beachtung übergeordneter landes- und regionalplanerischer sowie rechtlicher Grundsätze – obliegt der Stadt-/Gemeindeentwicklungspolitik, die über verschiedene städtebauliche und bauplanungsrechtliche Steuerungsinstrumente zur Einzelhandelsentwicklung verfügt.

Die Ausarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes dient der zukünftigen kommunalen Einzelhandelsentwicklung. In einem Einzelhandelskonzept soll durch die Festlegungen 'wo' und 'nach welchen Kriterien' eine den Zielen der Stadt-/Gemeindeentwicklungspolitik entsprechende Einzelhandelsentwicklung stattfinden soll, ein konzeptionelles und städtebaulich verträgliches Vorgehen erreicht werden. Ein reaktives, lediglich aus (möglicherweise nicht abgestimmten) Einzelfallbeurteilungen zusammengesetztes Vorgehen, ohne eine nachhaltig geplante Gesamtstrategie soll und kann mittels eines Einzelhandelskonzeptes vermieden werden. Die Umsetzung eines Einzelhandelskonzeptes lässt sich durch Festsetzungen in Bebauungsplänen bzw. durch Festsetzungen für den nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB gewährleisten. Ein Einzelhandelskonzept, als ein im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB von der Gemeinde beschlossenes städtebauliches Entwicklungskonzept oder eine sonstige städtebauliche Planung, ist bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen. Ein so beschlossenes Einzelhandelskonzept stellt insbesondere eine Grundlage dar für die planungsrechtliche Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben, zur Sicherung der Innenstadt bzw. Ortsmitte, zur Sicherung und Ergänzung der Grundversorgung, für Bauleitplanaufstellungen, zur Steuerung von innenstadt- bzw. ortsmittenrelevanten Sortimenten sowie für die interkommunale Abstimmung.

Für den nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB bietet der seit 01.01.2007 gültige § 9 Abs. 2a BauGB die Möglichkeit von Festsetzungen in Form einer einfachen Bebauungsplanung. Hierbei können Regelungen festgelegt werden, nach denen nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder

---

<sup>18</sup> Vgl. obigen Exkurs 1.

nicht zulässig sind bzw. nur ausnahmsweise zulässig sind. Die Begründung für das Verfahren des einfachen Bebauungsplanes ist auf die Aussagen eines städtebaulichen (Einzelhandels-)Entwicklungskonzeptes rückführbar (§ 1 Abs. 6, Nr. 11 BauGB), in welchem konkrete Aussagen zu bestehenden oder geplanten 'zentralen Versorgungsbereichen' enthalten sind.

Für den Außenbereich (§ 35 BauGB) gelten in Bezug auf großflächige Einzelhandelsnutzungen die Beschränkungen des § 11 Abs. 3 BauNVO. Auch über die Zulässigkeit nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe kann die Kommune Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO treffen.

Ein Einzelhandelskonzept stellt somit ein Zielsystem dar und dient der funktionalen Entwicklung eines Stadt- bzw. Gemeindegebietes. Auf Grund der oben genannten Bestimmungen des Bauplanungsrechts besitzt eine Stadt bzw. Gemeinde ein effizientes und flexibles Instrument, um die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zu steuern und aus städtebaulichen Gründen nicht gewünschte Einzelhandelsvorhaben abzulehnen.

Der Europäische Gerichtshof hat mit seinem Urteil vom 30.01.2018 (EuGH C-31/16 – Visser/Appingedam) verschiedene Fragen im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Regelungen zur Einzelhandelssteuerung beantwortet. Einzelhandels- und Zentrenkonzepte gewinnen im Lichte des EuGH-Urteils zur Begründung und Dokumentation der Eignung städtebaulicher Ziele und Maßnahmen der Einzelhandelsentwicklung noch stärker an Bedeutung. Eine aus städtebaulichen Gründen – wie insbesondere zum Schutz und zur Sicherung der Innenstadt bzw. Ortsmitte – geeignete Steuerung des Einzelhandels erfordert im Hinblick auf die Europäische Dienstleistungsrichtlinie eine entsprechende Begründung und Nachvollziehbarkeit. Diese Anforderungen kann ein differenziertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept hinlänglich erfüllen. Maßstab für die rechtskonforme Formulierung von Festsetzungen sind die konkrete Verfolgung städtebaulicher Ziele, deren Erforderlichkeit durch einen zwingenden Grund des Allgemeininteresses gerechtfertigt ist, die Verhältnismäßigkeit, die von der Beschränkung (der europäischen Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit) ausgeht sowie dass keine Diskriminierung erfolgt.

### Wesen und Bedeutung 'zentraler Versorgungsbereiche'

Die Erhaltung und Entwicklung 'zentraler Versorgungsbereiche' sind ein eigenständiger Belang der Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). 'Zentrale Versorgungsbereiche' innerhalb eines Gemeindegebietes sind dabei laut Bundesverwaltungsgerichtsurteil (BVerwG 4 C 7.07) vom 11. Oktober 2007 wie folgt definiert:

*"Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelseinrichtungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion*

*über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben."*

In einer Entscheidung des OVG Nordrhein-Westfalen (Az./A 964/05) vom 11. Dezember 2006 wird der Begriff 'zentrale Versorgungsbereiche' folgendermaßen definiert:

*"Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein "Versorgungsbereich" setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebietes – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind."*

Die Frage der Zentralität von Versorgungsbereichen betrifft nicht nur die gemeindeweite bzw. überörtliche/übergemeindliche Versorgung. Es gehören dazu ebenfalls Bereiche, die der Grund- und Nahversorgung dienen. Daher können als 'zentrale Versorgungsbereiche' gelten:

- ▶ Innenstädte (Innenstadtzentren) bzw. Ortsmitten
- ▶ Stadtteilzentren (Nebenzentren)
- ▶ Nahversorgungsbereiche/-zentren.

Anzumerken ist in diesem Zusammenhang auch, dass das OVG Münster in einem Urteil vom 11.12.2006 explizit darauf hinweist, dass eine reine Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich diesen allein noch nicht zu einem 'zentralen Versorgungsbereich' macht. Dies betrifft insbesondere Fachmarkttagglomerationen und Einkaufszentren in Gewerbegebieten oder außerhalb von Innenstädten und innerörtlichen Zentren.

'Zentrale Versorgungsbereiche' stellen sowohl zur Beurteilung und Genehmigungsfähigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben und Einkaufszentren im Sinne des § 11 BauNVO als auch im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB die zu beachtende, räumliche Wirkungszone dar, auf die keine wesentlichen bzw. schädlichen Auswirkungen durch Einzelhandelsvorhaben erfolgen dürfen.

### Schädliche Auswirkungen auf 'zentrale Versorgungsbereiche'

Das OVG Nordrhein-Westfalen (Az./A 964/05) vom 11. Dezember 2006 hat sich in dieser oben bereits angeführten Entscheidung außerdem mit den "schädlichen Auswirkungen" auf 'zentrale Versorgungsbereiche' auseinandergesetzt.

Schädliche Auswirkungen für einen 'zentralen Versorgungsbereich' sind dann als gegeben anzusehen, wenn die Zulassung eines Vorhabens beachtliche Funktionsstörungen in einem 'zentralen Versorgungsbereich' erwarten lässt. Dies wird dann angenommen, wenn

- ▶ das Vorhaben außerhalb eines 'zentralen Versorgungsbereiches' angesiedelt werden soll,
- ▶ sein Warenangebot gerade (auch) solche Sortimente umfasst, die zu den für die gegebene Versorgungsfunktion des betreffenden 'zentralen Versorgungsbereiches' typischen Sortimenten gehören und
- ▶ das Vorhaben nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten lässt, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen 'zentralen Versorgungsbereiches' insbesondere durch zu erwartende Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird.

### Onlinehandel und 'zentrale Versorgungsbereiche'

Der Onlinehandel entzieht sich weitgehend den auf verortete Strukturen ausgerichteten Anforderungen und Zielen des Bau- und Planungsrechtes im Hinblick auf Schutz und Sicherung 'zentraler Versorgungsbereiche'. So werden durch den Onlinehandel Umsätze mit Wirkung auf bestehende Standortstrukturen generiert, ohne dass dieser den im stationären Einzelhandel geltenden Regelungen unterworfen ist. In Folge der bei vielen stationären Einzelhandelsanbietern (teils deutlich) spürbaren Umsatzauswirkungen entstehen wachsende Forderungen im stationären Einzelhandel, für diesen die planungs- und baurechtlich vorliegenden Regelungen zu lockern bzw. aufzuheben.

Im Hinblick auf eine planungs- und baurechtlich erfolgende Würdigung der aus den Umsatzauswirkungen des Onlinehandels wirksam werdenden Konsequenzen ist darauf zu verweisen, dass aus den Auswirkungen des Onlinehandels mitnichten ein weitreichendes Erfordernis zur Lockerung der für die Einzelhandelsentwicklung geltenden planungsrechtlichen Regelungen zum Erreichen städtebaulich angestrebter Ziele der Einzelhandelsentwicklung abzuleiten ist. So wird sich unter Berücksichtigung der Umsätze des Onlinehandels und damit sich reduzierender Umsatzpotenziale im stationären Einzelhandel die Frage in zunehmender Schärfe stellen, an welchen Standorten/Standortbereichen die reduzierten Umsätze innerhalb der Siedlungsstrukturen zu konzentrieren sind. Unter der Voraussetzung, dass kein breiter gesellschaftlicher und politischer Konsens eine Abkehr von der bisherigen auf Innenstädte und Ortsmitten bezogenen Entwicklung des Einzelhandels erbringen wird, liegt es nahe, dass die Erfordernis innenstadtgerichteter Einzelhandelssteuerung eher zunehmen als fallen wird.

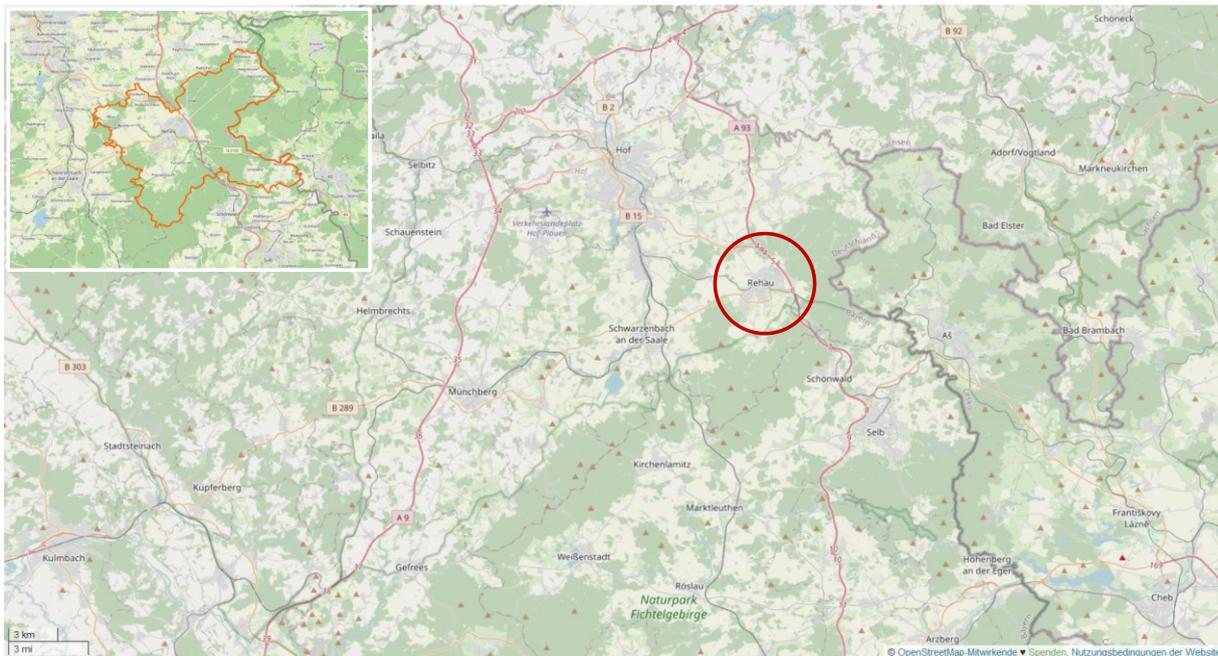


### 3 Wesentliche Standort- und Strukturdaten

#### 3.1 Lage im Raum, verkehrliche Erschließung und landesplanerische Funktion

Die zum oberfränkischen Landkreis Hof gehörende **Stadt Rehau** befindet sich an den Ausläufern des Naturparks Fichtelgebirge im äußersten Nordosten Bayerns im Dreiländereck Bayern-Sachsen-Böhmen.<sup>19</sup> Das Stadtgebiet von Rehau umfasst neben dem Hauptort Rehau die teils deutlich vom Hauptort getrennten Ortsteile Faßmannsreuth, Fohrenreuth/Eulenhammer, Kühschwitz, Neuhausen/Schönlind, Pilgramsreuth und Wurlitz/Woja.

##### Lage im Raum



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende ([www.openstreetmap.org/copyright](http://www.openstreetmap.org/copyright)), Bearbeitung: Dr. Heider Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH, 2022.

Rehau befindet sich direkt an der durch das östliche Stadtgebiet führenden A93 (Hof-Regensburg). Die Stadt ist mit zwei Autobahnanschlüssen<sup>20</sup> an die Autobahn angebunden. Auch die ca. 20 km westlich gelegene A9 (München-Berlin) und die nördlich von Hof gelegene, ca. 25 km entfernte A72 (Hof-Dresden) sind gut zu erreichen. Hinzu kommen die Bundesstraßen B289, welche von Rehau in südwestlicher Richtung u.a. nach Kulmbach führt, die B15, welche die A93 nördlich von Rehau mit Hof und die durch Hof führende

<sup>19</sup> Die Entfernung zur Tschechischen Republik beträgt nur ca. drei Kilometer, der Freistaat Sachsen liegt ca. neun Kilometer entfernt.

<sup>20</sup> Rehau-Nord und Rehau-Süd.

B173 (Kronach-Hof-Plauen) verbindet. Die Anbindung Rehaus an das regionale wie überregionale Straßenverkehrsnetz kann somit als sehr gut eingestuft werden. Rehaus liegt darüber hinaus nur etwa zehn Kilometer vom Regionalflughafen Hof-Plauen entfernt, auch der Regionalflughafen in Bayreuth sowie der internationale Flughafen in Nürnberg sind gut erreichbar. Die Anbindung an den Schienenverkehr wird durch die Lage an der Regionalbahnstrecke Hof-Selb-Eger gewährleistet. Neben dem Regionalbahnanschluss wird das ÖPNV-Netz in Rehaus durch Linienbus-Angebote zu den Ortsteilen und einen Anrufbus, dem sog. Hofer Landbus, ergänzt. Zudem gibt es seit kurzem ein Carsharing-Angebot.<sup>21</sup>

**Neben der guten Erreichbarkeit im Individualverkehr ist Rehaus auch relativ gut im ÖPNV erschlossen.**

Im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) bzw. auch im Regionalplan der Region Oberfranken-Ost ist Rehaus als Mittelzentrum im ländlichen Raum mit besonderem Handlungsbedarf eingestuft. Hierzu heißt es im LEP: *"Die als Mittelzentren eingestuftten Gemeinden (...) sollen darauf hinwirken, dass die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden."*<sup>22</sup> Hinsichtlich des besonderen Handlungsbedarfs heißt es: *"Teilräume mit wirtschaftsstrukturellen oder sozioökonomischen Nachteilen sowie Teilräume, in denen eine nachteilige Entwicklung zu befürchten ist, werden (...) als Teilräume mit besonderem Handlungsbedarf festgelegt."*<sup>23</sup> sowie *"Die Teilräume mit besonderem Handlungsbedarf sind vorrangig zu entwickeln. Dies gilt bei Planungen und Maßnahmen zur Versorgung mit Einrichtungen der Daseinsvorsorge, der Ausweisung räumlicher Förderschwerpunkte sowie diesbezüglicher Fördermaßnahmen und der Verteilung der Finanzmittel soweit die vorgenannten Aktivitäten zur Gewährung gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen einschlägig sind."*<sup>24</sup> **Aus landesplanerischer Sicht hat Rehaus nicht nur eine lokale, sondern auch eine wichtige überörtliche Versorgungsfunktion zu erfüllen.<sup>25</sup> Dies gilt neben Gütern des kurzfristigen, täglichen Bedarfs auch für die gehobenen Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs. Um dies dauerhaft gewährleisten zu können sind besondere Anstrengungen und Fördermaßnahmen notwendig.**

<sup>21</sup> Vgl. [rehau.de/sv\\_rehau/Tourismus/ÖPNV&Carsharing/Car-Sharing/](http://rehau.de/sv_rehau/Tourismus/ÖPNV&Carsharing/Car-Sharing/); Abfrage vom 24.06.2022.

<sup>22</sup> Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Kap. 2.1.7 (G).

<sup>23</sup> Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Kap. 2.2.3 (Z).

<sup>24</sup> Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Kap. 2.2.4 (Z).

<sup>25</sup> Der Nahbereich Rehaus umfasst zwar nur das eigene Stadtgebiet (vgl. Regionalplan Oberfranken-Ost), dem einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich sind lt. entsprechender Liste des Bay. Finanzministeriums jedoch 28.281 Einwohner zugeordnet.

## Landesentwicklungsprogramm Bayern – Strukturkarte (Ausschnitt)

### I. Ziele der Raumordnung

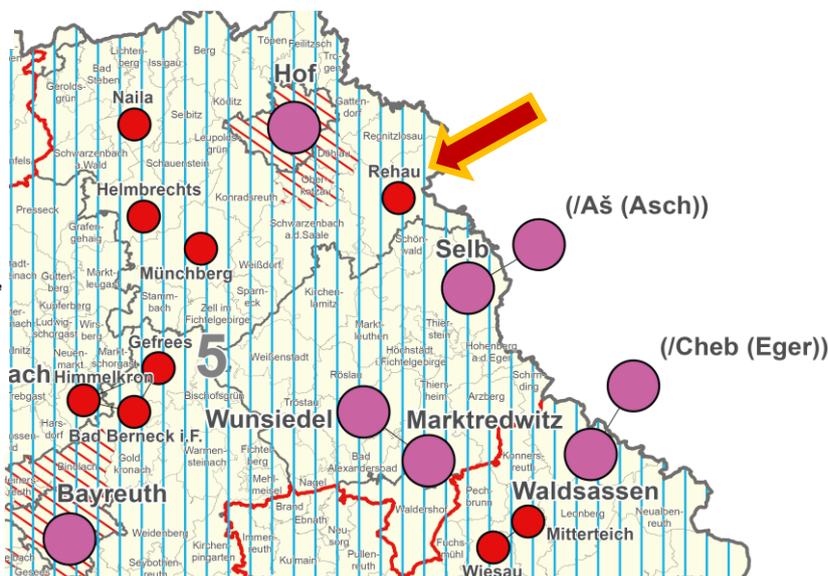
#### a) Zeichnerisch verbindliche Darstellungen

- Allgemeiner ländlicher Raum
  - Ländlicher Raum mit Verdichtungsansätzen
  - Verdichtungsraum
- Raum mit besonderem Handlungsbedarf
- Kreisregionen
  - Einzelgemeinden

#### b) Zeichnerisch erläuternde Darstellung verbaler Ziele

- Metropole
- Regionalzentrum
- Oberzentrum
- Mittelzentrum

Kartengrundlage: Landesentwicklungsprogramm Bayern – Strukturkarte, Bearbeitung: Dr. Heider Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH, 2022.



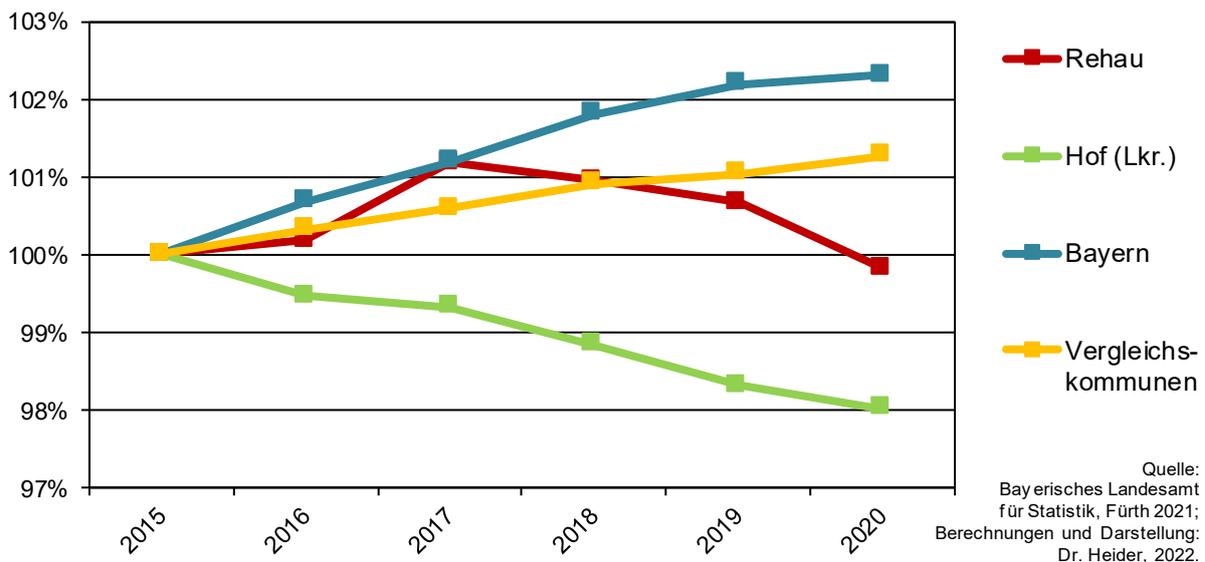
Ergänzend zu diesen ersten Standortaspekten und Lagekriterien sollen die in den nachfolgenden Kapiteln angeführten Kennzahlen einer genaueren Einschätzung des Wohn-, Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandortes Rehau dienen. Die Darstellung der Strukturkennzahlen der Stadt Rehau erfolgt dabei jeweils im Vergleich zum Landkreis Hof, dem Bundesland Bayern sowie ausgewählten bayerischen Vergleichskommunen ähnlicher Größenordnung<sup>26</sup>, um eine bessere Einordnung der Zahlen zu ermöglichen.

<sup>26</sup> Dabei handelt es sich um zwölf Gemeinden aus ganz Bayern und allen sieben Regierungsbezirken mit 5.000-10.000 Einwohnern.

### 3.2 Bevölkerung – Entwicklung, Struktur und Prognose

Rehau hat laut Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik ca. 9.320 Einwohner (Stand: 31.12.2020). Dabei weist die Stadt seit dem Jahr 2015 eine zunächst leicht ansteigende und dann seit 2017 wieder leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung auf.<sup>27</sup> Im Gesamtzeitraum der letzten fünf Jahre konnte die Bevölkerungszahl Rehaus damit nahezu gehalten werden (-0,2%), es ist eine **weitgehende Stagnation der Einwohnerzahl** festzustellen. Der Landkreis Hof verzeichnet im selben Zeitraum eine rückläufige Entwicklung der Bevölkerungszahlen (-2,0%). Bayern (+2,3%) und die Vergleichskommunen (+1,3%) konnten hingegen einen stetigen Bevölkerungszuwachs verzeichnen.

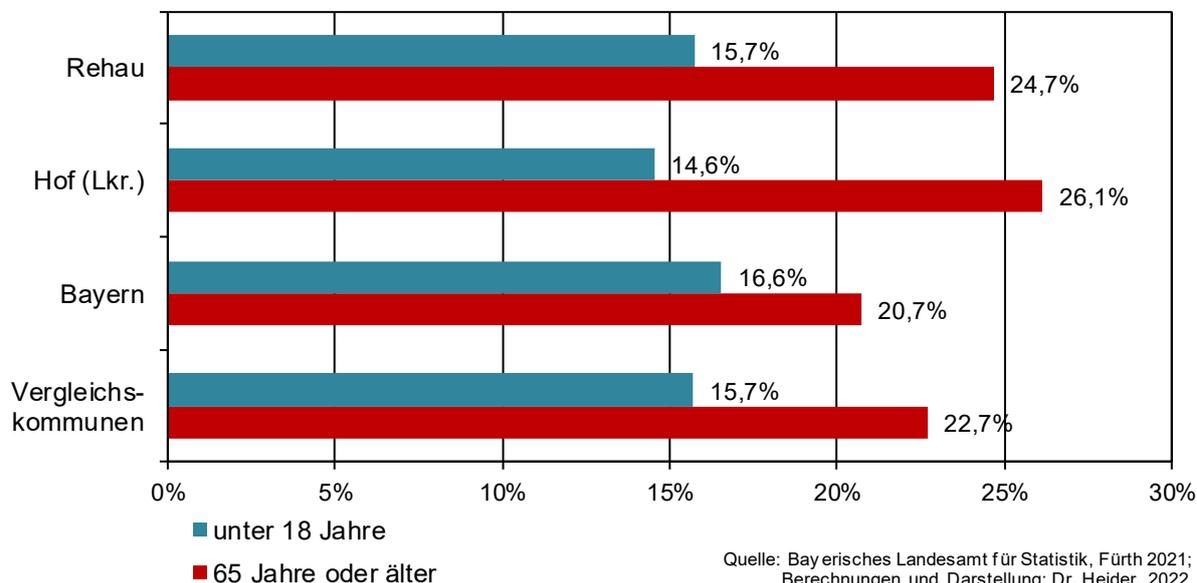
**Entwicklung der Einwohner 2015-2020**  
(2015=100%)



Der deutschlandweit feststellbare, demografische Wandel bzw. der allgemein erkennbare Trend aller westlich geprägten Industriegesellschaften zur zunehmenden Alterung der Gesellschaft ist (unverändert) auch in Rehau festzustellen. Der Anteil der über 65-Jährigen überwiegt den Anteil der Kinder/Jugendlichen unter 18 Jahren, wie bereits 2011, deutlich (24,7% vs. 15,7%). Im Landkreis Hof besteht ein noch ausgeprägteres Übergewicht der älteren Bevölkerungsgruppe (26,1% vs. 14,6%). In Bayern und den Vergleichskommunen sind noch erkennbar ausgeglichene Altersstrukturen festzustellen.

<sup>27</sup> Ergänzend kann angemerkt werden, dass die Stadt Rehau damit den regionalen Negativtrend (des Landkreises bzw. auch Oberfrankens) in den letzten Jahren Einhalt gebieten und deutlich abmildern konnte, wenngleich die Stadt seit Erstellung des vorhergehenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes im Jahr 2011 rund 160 Einwohner verloren hat (-1,65%). Zum Vergleich: Im Landkreis Hof betrug der Bevölkerungsrückgang im gleichen Zeitraum 6,65% und lag damit deutlich höher.

### Bevölkerungsstruktur - ausgewählte Altersgruppen 2020

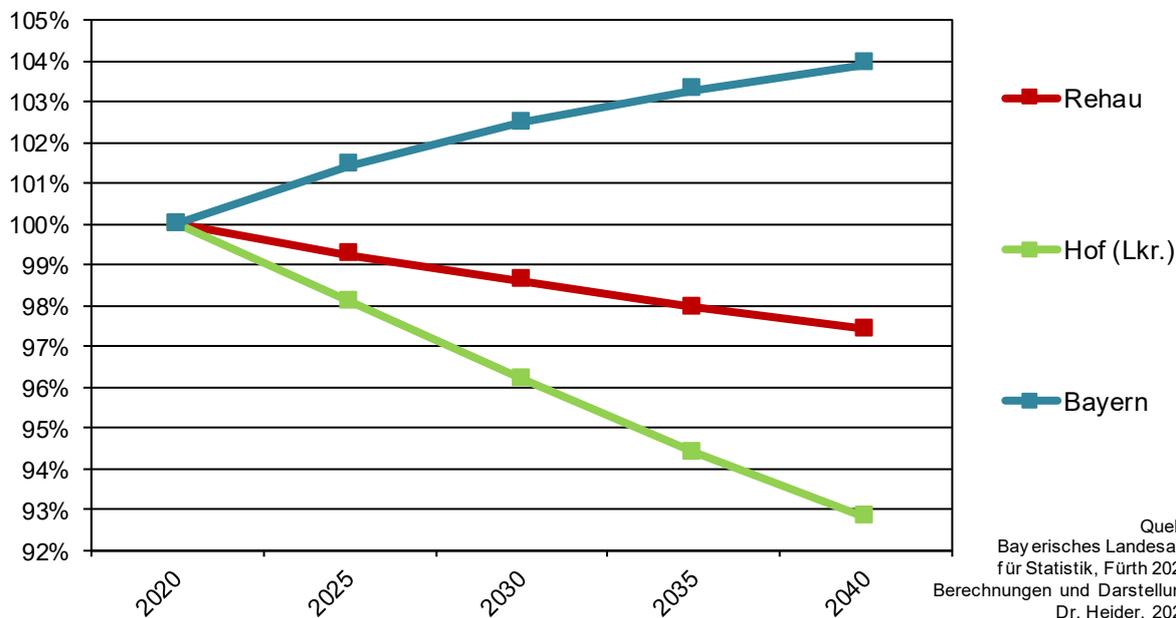


**Festzuhalten bleibt, dass der unverändert bestehende Trend zur zunehmenden Alterung der Gesellschaft bei der weiteren Stadt- und Einzelhandelsentwicklung in Rehau angemessen berücksichtigt werden sollte.** Dies gilt insbesondere in Bezug auf die zu erwartende Folgen für die Gesellschaft und die soziale bzw. versorgungsrelevante Infrastruktur, aber auch für den Arbeitsmarkt.

Nach den Bevölkerungsvorausberechnungen<sup>28</sup> des Bayerischen Landesamtes für Statistik wird die Bevölkerungszahl in Rehau in den nächsten Jahren abnehmen. So wird bis 2030 ein Bevölkerungsrückgang von ca. 1,4% und bis 2040 von ca. 2,6% im Vergleich zum Basisjahr 2020 prognostiziert. Der Landkreis Hof erfährt laut den Bevölkerungsvorausrechnungen in den kommenden Jahren einen deutlich höheren Rückgang der Bevölkerungszahl. Die Bevölkerungsprognose für Bayern ist hingegen unverändert positiv.

<sup>28</sup> Zu beachten ist: Bevölkerungsprognosen sind immer nur als Entwicklungstrend zu verstehen, die die Entwicklungen der Vergangenheit (zum Zeitpunkt der Prognoseerstellung) aufnehmen und diese unter Einbezug verschiedener, zentraler Variablen (Geburten/Sterbefälle, Zu-/Fortzüge etc.) in die Zukunft fortschreiben. Die Realität zeigt dabei oftmals, dass Prognosen nicht unumkehrbar und auch nicht unbeeinflussbar sind, sondern dass Bevölkerungszahlen u.a. durch strukturfördernde Entwicklungen und Aktivitäten vor Ort positiv beeinflusst werden können.

### Bevölkerungsprognose bis 2040 (2020=100%)

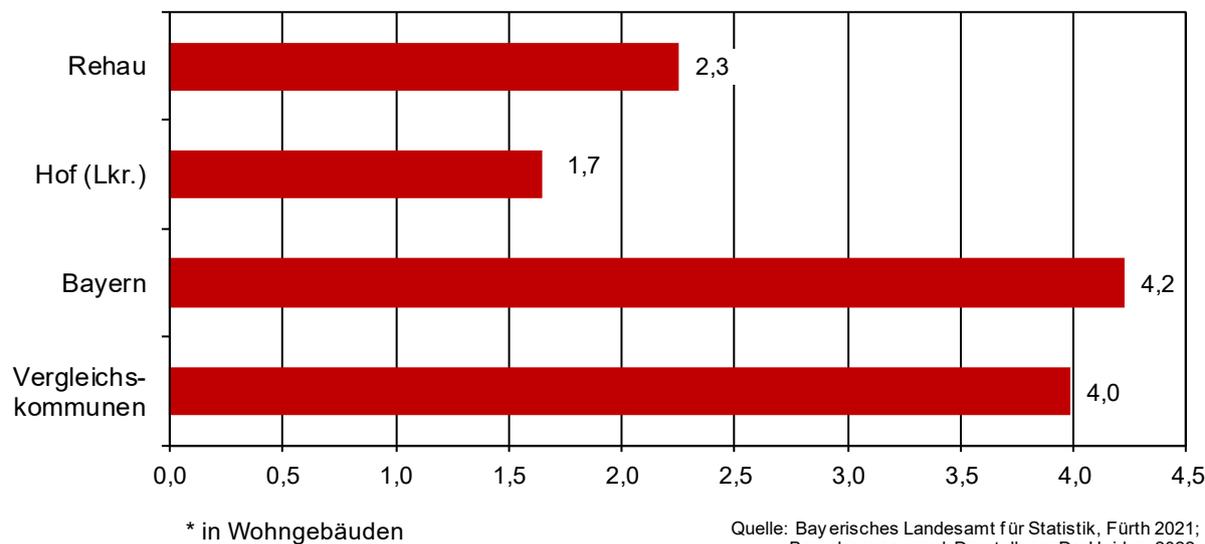


Analog zu den Entwicklungen der letzten Jahre wird Rehou voraussichtlich auch in den nächsten Jahren deutlich besser bei der Bevölkerungsentwicklung abschneiden als der Landkreis, aber dennoch nicht vom positiven Bevölkerungstrend Bayerns profitieren können. Regional betrachtet kann Rehou als vergleichsweise stabil eingeordnet werden.

### 3.3 Wohnungsbau

In Rehou wurden im Jahr 2020 ca. 2,3 Wohneinheiten in Wohngebäuden pro 1.000 Einwohner fertig gestellt. Damit wurden in der Stadt 2020 zwar deutlich mehr Wohnungen pro Einwohner als im Landkreis Hof (1,7) gebaut, im Vergleich zu Bayern (4,2) und den Vergleichskommunen (4,0) ist die Quote dennoch niedriger.

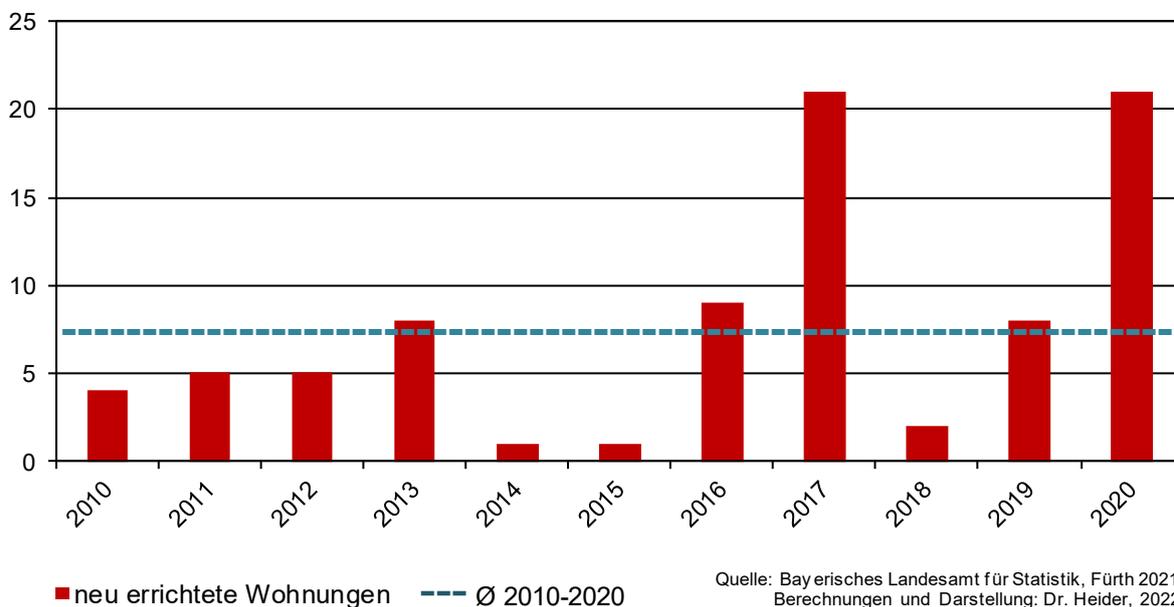
### Wohnungsfertigstellungen\* / 1.000 Einwohner 2020



Bei Betrachtung der Wohnungsbautätigkeit in Rehau in den letzten Jahren ist zu konstatieren, dass diese stark variiert. Während in 2017 und 2020 deutlich über den Durchschnitt (= 7,7 Wohnungsfertigstellungen zwischen 2010 und 2020) liegende Wohnungsfertigungszahlen erreicht wurden, sind in allen anderen Jahren maximal etwa durchschnittliche Zahlen festzustellen. Teils lagen sie auch deutlich darunter. **Die Wohnungsbautätigkeit in Rehau weist, analog zur allgemeinen Entwicklung in Bayern, speziell in den letzten Jahren eine erkennbare Dynamik bzw. einen wahrnehmbaren Positivtrend auf.** Durch mehrere ausgewiesene Wohnbauflächen wurden die Voraussetzungen für eine mögliche Fortsetzung der derzeitigen Wohnbautätigkeit geschaffen. Laut Angaben der Stadt Rehau<sup>29</sup> gibt es derzeit sieben verschiedene Baugebiet/-plätze im Stadtgebiet, sowohl in der Kernstadt als auch in verschiedenen Ortsteilen.

<sup>29</sup> Vgl. [stadt-rehau.de/sv\\_rehau/Wohnen/Bauplätze/](http://stadt-rehau.de/sv_rehau/Wohnen/Bauplätze/); Abfrage vom 20.05.2022.

### Entwicklung der Wohnungsfertigstellungen (in Neubauten) 2010-2020



## 3.4 Wirtschaftsstandort RehaU

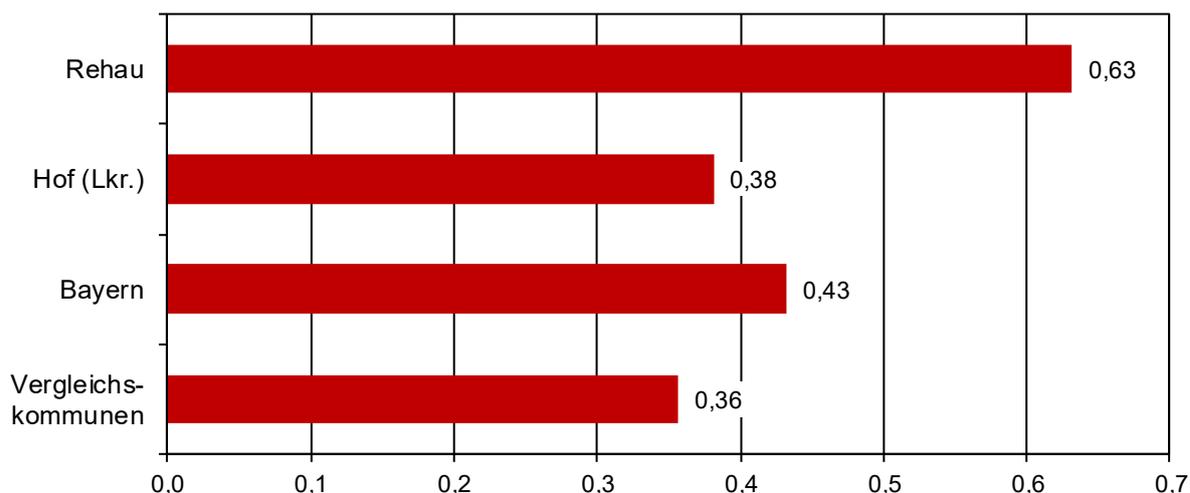
Der **Wirtschaftsstandort RehaU ist hochindustrialisiert** und stark durch seine Kunststoff-, Keramik-, Leder- und Metallindustrie geprägt. Dutzende kleine und mittelständische Unternehmen, aber auch ein Global Player aus dem Bereich Kunststoffverarbeitung/Polymerverarbeitung, die RehaU Industries SE und Co. KG, haben ihren Firmen-/Stammsitz in der Stadt. Ein weiterer bedeutender Arbeitgeber ist die Lamilux GmbH & Co. KG. Beide Unternehmen prägen weithin sichtbar das Stadtbild.

Derzeit sind in RehaU rund 5.890 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt<sup>30</sup>, die Beschäftigtendichte als Quotient der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort pro Einwohner ist entsprechend hoch und liegt mit einem Wert von 0,63 weit über den Werten der Referenzräume; sogar der hohe Wert Bayerns wird von RehaU deutlich übertroffen. Hinzu kommt, dass die Beschäftigtendichte Rehaus in den letzten fünf Jahren weiter angestiegen ist (um ca. 7,1%). Damit liegt der Anstieg gleichauf mit dem bayerischen Durchschnitt und deutlich über der ebenfalls positiven Entwicklung des Landkreises Hof (+3,9%). Lediglich in den Vergleichskommunen (+12,6%) konnte ein nochmals höhe-

<sup>30</sup> Am Arbeitsort; Stand: 30.06.2020.

rer Anstieg der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den letzten fünf Jahren erreicht werden. Die **herausragende Bedeutung Rehau als Arbeitsplatzstandort** bleibt davon jedoch unberührt.

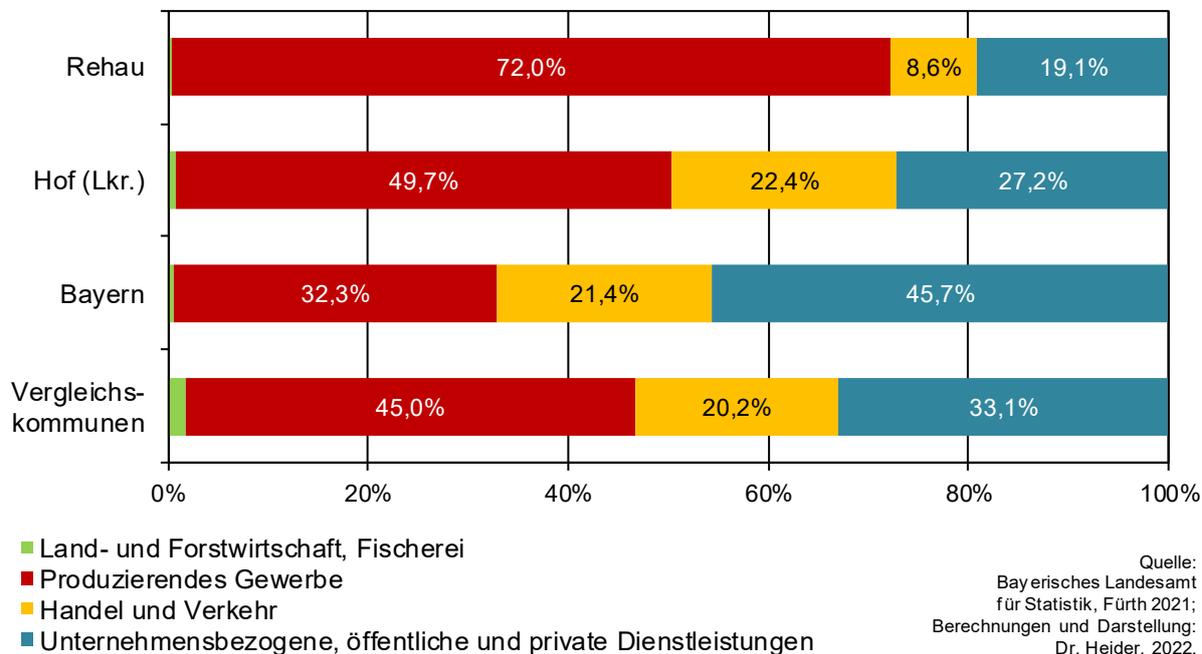
### Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort) / Einwohner 2020



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2021; Berechnungen und Darstellung: Dr. Heider, 2022.

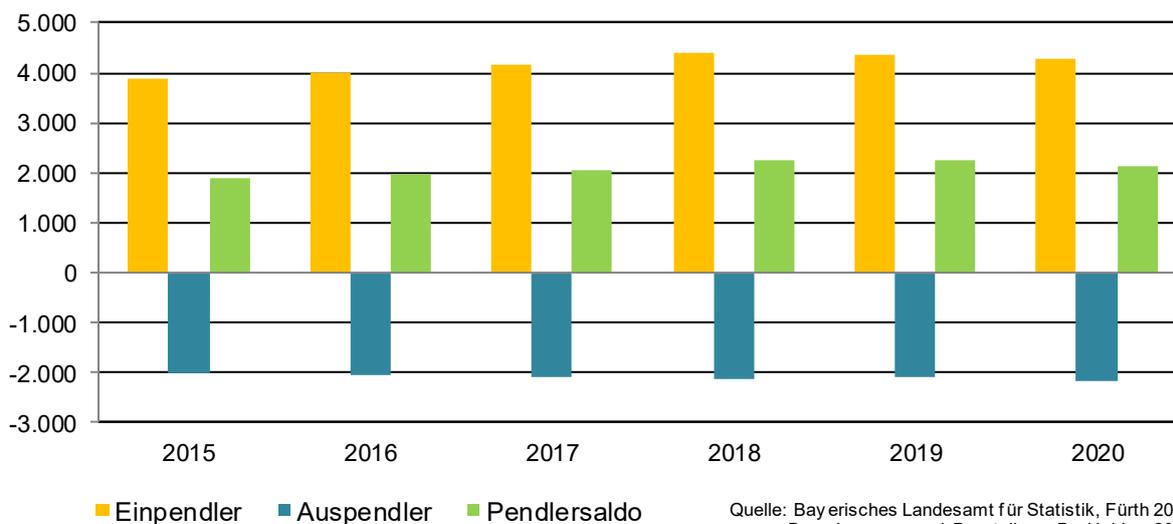
In Bezug auf die **Wirtschaftsstruktur** Rehau ist festzustellen, dass der Anteil des 'Produzierenden Gewerbes' mit rund 72 Prozent der Beschäftigten im Vergleich der Wirtschaftsbereiche mit Abstand am größten ist. Deutlich weniger Arbeitnehmer sind im 'unternehmensbezogenen, öffentlichen und privaten Dienstleistungsbereich' (19,1%) und nochmals deutlich weniger im Bereich 'Handel und Verkehr' (8,6%) tätig. Die Wirtschaft Rehau ist somit **stark vom 'Produzierenden Gewerbe' geprägt**. Im Landkreis sowie in den Vergleichskommunen ist das 'Produzierende Gewerbe' ebenfalls der jeweils stärkste Wirtschaftsbereich, durch einen deutlich stärkeren Dienstleistungsbereich ist dieses jedoch weniger dominant. Die Wirtschaftsstruktur ist sowohl im Landkreis als auch bei den Vergleichskommunen erkennbar ausgeglichener. In Bayern kann der Bereich der 'sonstigen Dienstleistungen' den Spitzenplatz in der Beschäftigtenstruktur für sich beanspruchen, die anderen Wirtschaftsbereiche liegen in ihrer Arbeitsplatzbedeutung erkennbar dahinter.

### Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) auf die Wirtschaftsbereiche 2020



**Die Pendlerzahlen bzw. der Pendlersaldo Rehaus sind/ist deutlich positiv.** Laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit standen in Rehau 2020 4.291 Einpendlern 2.164 Auspendler gegenüber (jeweils über Gemeindegrenzen). Der Pendlersaldo ist somit klar positiv (+2.127). Ähnliches gilt auch für die letzten Jahre.

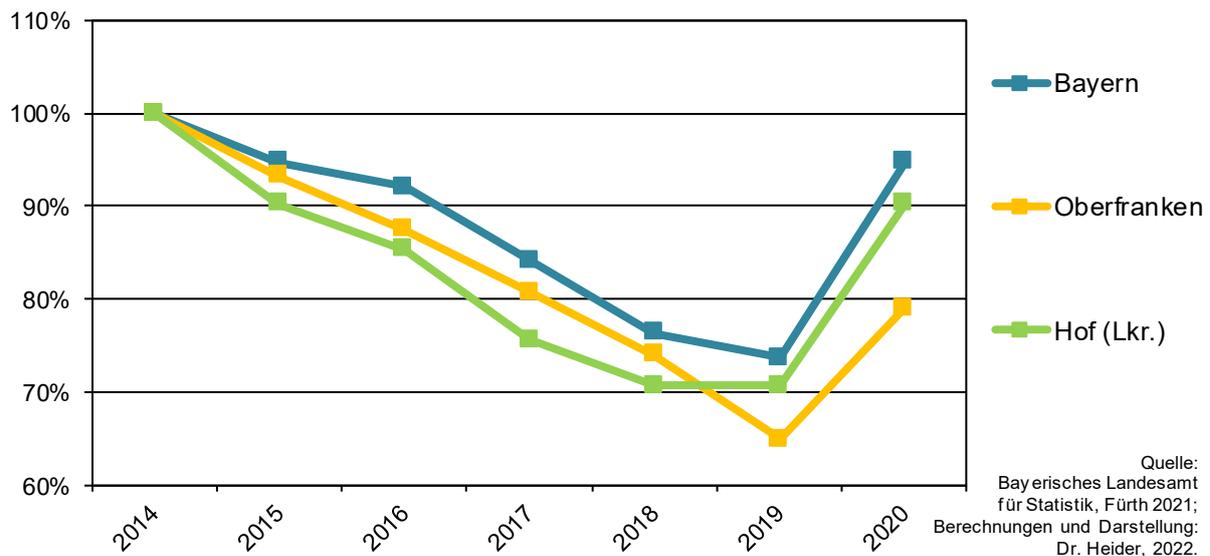
### Pendleraufkommen 2015-2020



Aktuell sind laut Angaben der Stadt<sup>31</sup> zwar **keine sofort verfügbaren Gewerbegrundstücke** zur Weiterentwicklung ansässiger Betriebe sowie zur Ansiedlung zusätzlicher Betriebe im Stadtgebiet vorhanden, dank eines bestehenden Leerstandsmanagements ist aber zumindest eine schnelle und umfassende Auskunft bzgl. verfügbarer Gewerbeimmobilien möglich.

Die Arbeitslosenquote war im Freistaat Bayern, dem Bezirk Oberfranken und dem Landkreis Hof bis 2019 mehr oder weniger stetig am Sinken. Im Zuge der Corona-Pandemie setzte allerdings – der allgemeinen Entwicklung folgend – eine Umkehr ein, die Arbeitslosenquoten sind 2020 in allen drei Vergleichsregionen angestiegen. Der Jahresdurchschnitt der Arbeitslosenquote des Jahres 2020 liegt im Landkreis Hof bei 3,7%, in Oberfranken bei 3,9% und in Bayern bei 3,6%. **Trotz des deutlichen prozentualen Anstiegs in Folge der Corona-Pandemie sind die Arbeitslosenquoten** somit durchwegs noch **niedrig** und es herrscht nach wie vor nahezu Vollbeschäftigung.<sup>32</sup>

**Entwicklung der Arbeitslosenquote 2014-2020**  
jeweils Jahresdurchschnitt (2014 = 100%)



<sup>31</sup> Vgl. [stadt-rehau.de/sv\\_rehau/Gewerbe/Gewerbeansiedlung/](http://stadt-rehau.de/sv_rehau/Gewerbe/Gewerbeansiedlung/); Abfrage vom 23.06.2022.

<sup>32</sup> Gemäß Angaben der Agentur für Arbeit. Eine Arbeitslosenquote auf Ebene kreisangehöriger Kommunen wird durch die Agentur für Arbeit üblicherweise nicht ausgewiesen.

Rehau kann auf einen sehenswerten, großzügig gestalteten Maxplatz und zahlreiche gut renovierte, historische Gebäude verweisen. Zudem hat die Stadt u.a. mit dem Museumszentrum am Maxplatz sowie dem Kunsthaus und dem angeschlossenen Skulpturenpark überregional bekannte Sehenswürdigkeit zu bieten. Rehau kann sich darüber hinaus als "Heimat des Tonfilms"<sup>33</sup>



bezeichnen. Hinzu kommt der landschaftliche Reiz mit dem nahe gelegenen Naturpark Fichtelgebirge im Süden, in dem sich u.a. auch das Festspieltheater Luisenburg mit der deutschlandweit bekannten Freilichtbühne befindet. **Als Tourismusdestination bzw. speziell als Übernachtungsstandort ist Rehau dennoch nur von geringer Bedeutung.** Dies wird deutlich, wenn man die Übernachtungszahlen betrachtet bzw. diese mit der Einwohnerzahl ins Verhältnis setzt: Rehau weist 2020 nur rund 0,5 Übernachtungen pro Einwohner auf. Dies liegt deutlich unter den Quoten der Vergleichsräume. Die Werte der Übernachtungen pro Einwohner des Landkreises Hof (3,3), Bayerns (4,6) und der Vergleichskommunen (7,0) sind jeweils um ein Vielfaches höher. In Folge der Corona-Pandemie gab es zwar deutliche Einbrüche, dies gilt jedoch auch für die Vergleichsräume.

- ▶ **Die Stadt Rehau verfügt über eine herausragende Arbeitsplatzfunktion mit einer deutlich überdurchschnittlichen Beschäftigendichte, die Wirtschaftsstruktur ist dabei stark auf das 'Produzierende Gewerbe' ausgerichtet. Rehau stellt auch einen vergleichsweise beliebten Wohnstandort mit zuletzt nahezu stabilen Einwohnerzahlen im eher strukturschwachen und stetig an Bevölkerung verlierenden Landkreis Hof dar. Unter Berücksichtigung des bestehenden und weitgehend stabilen, lokalen Einzelhandelsbesatzes und der zahlreichen weiteren Versorgungsangebote (u.a. Schulen, Ärzte etc.)<sup>34</sup> kann der Stadt Rehau eine teils sehr solide Position und eine intensive Verflechtung der zentralen Daseinsgrundfunktionen Wohnen, Arbeiten und Versorgung konstatiert werden. Eine ausgeprägte touristische Bedeutung (Übernachtungstourismus) hat die Stadt Rehau hingegen nicht; durch verschiedene im Stadtgebiet und in der Region bestehende touristische Highlights und auch der Lage in der 'Genussregion Oberfranken' bestehen jedoch Ansatzpunkte für eine mögliche Steigerung der touristischen Wertschöpfung und des Besucheraufkommens. Eine Herausforderung stellen die prognosemäßig erwarteten Einwohnerrückgänge bei gleichzeitigem Anstieg der älteren Bevölkerung dar – mit entsprechenden Folgen für die Gesellschaft, die soziale Infrastruktur, den Arbeitsmarkt sowie das Einkaufsverhalten und die Ansprüche an die ansässigen Betriebe. ◀**

<sup>33</sup> Der im Ortsteil Wurlitz geborene Dr. Hans Vogt gilt als Erfinder des Tonfilms.

<sup>34</sup> Vgl. nachfolgende Kapitel.

## 4 Einzelhandelsstandort Rehau

### 4.1 Marktgebiet und Kaufkraft

#### 4.1.1 Raumsituation und Marktgebiet

Für die Abgrenzung des Marktgebietes<sup>35</sup> einer Stadt/Gemeinde sind v.a. die Erreichbarkeit des Einzelhandelsstandortes, die Attraktivität des dortigen Angebotes sowie die regionale Wettbewerbssituation von entscheidender Bedeutung. Teilweise spielen auch historisch bedingte Einkaufs-/Wirtschaftsbeziehungen sowie subjektive Verbraucherentscheidungen eine wichtige Rolle. Auch Pendlerverflechtungen sind zu beachten.

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsstandortes Rehau erfolgte auf folgender Grundlage:

- ▶ der vorhandenen Einzelhandelsausstattung in Rehau
- ▶ der Einzelhandelsausstattung der umliegenden Wettbewerbsstandorte (v.a. Hof, Selb)
- ▶ der Erfassung der Zeit- und Wegedistanzen zwischen Rehau und den Wohnorten der Verbraucher/Kunden
- ▶ den Pendlerverflechtungen im Untersuchungsraum
- ▶ einer Kundenherkunftserfassung in 16 teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben in Rehau mit insgesamt mehr als 2.900 erfassten Kunden<sup>36</sup>
- ▶ der Ergebnisse vorliegender Untersuchungen im Einzelhandel.

Rehau hat in seiner Funktion als Mittelzentrum eine Versorgungsfunktion zu erfüllen, die aus raumordnerischer/landesplanerischer Sicht nicht nur die eigenen Bewohner, sondern auch die des Umlandes mitumfasst. Dies wird insbesondere am sog. einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich<sup>37</sup> deutlich. Im Ergebnis heißt dies, dass dem Einzelhandelsstandort Rehau nicht nur eine lokale, sondern explizit auch eine wichtige überörtliche Versorgungsfunktion zuerkannt wird und de facto auch zukommt. Dennoch üben die Lage, Einzelhandelsausstattung und Attraktivität der umliegenden Ober- und Mittelzentren bzw. insbesondere Hof und Selb aus ökonomischer Sicht eine begrenzende Wirkung auf die Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandortes Rehau aus.

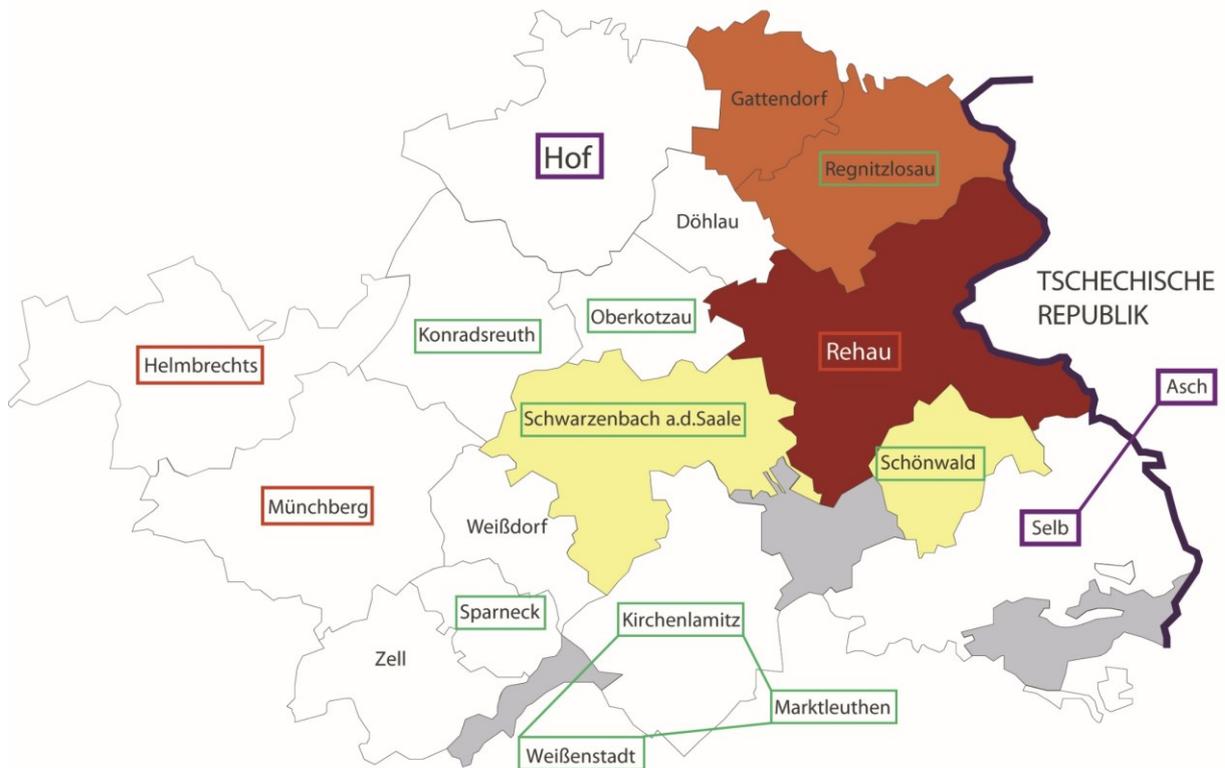
---

<sup>35</sup> Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, innerhalb dessen sich die Verbraucher überwiegend zum Einkauf in die Einzelhandelsbetriebe der Untersuchungsgemeinde orientieren.

<sup>36</sup> Der Erfassungszeitraum der durchgeführten Kundenerfassung erstreckte sich vom 07.-14. Mai 2022.

<sup>37</sup> Dieser umfasst lt. Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) 28.281 Einwohner und reicht damit erkennbar über Rehau (mit aktuell rund 9.320 Einwohnern hinaus).

## Das Marktgebiet und die Kaufkraftbindung aus dem Marktgebiet von Rehou



### Kaufkraftbindung aus den Marktgebietsgemeinden

(Anteil der vorhandenen Kaufkraft in den Gemeinden, der im Einzelhandel von Rehou als Umsatz erzielt wird; Bindungsanteil unter 10% = ergänzendes Marktgebiet)



Kartengrundlage:  
 Bay. Landesamt für Digitalisierung,  
 Breitband und Vermessung  
 Kartographie: Dr. Heider 2022

Das Marktgebiet von Rehau beinhaltet diejenigen Gemeinden, aus denen ein nennenswerter Anteil (mindestens 10%) der dort verfügbaren Kaufkraft nach Rehau fließt und damit von den Rehauer Einzelhandelsbetrieben gebunden/abgeschöpft wird. Weitere Umsätze (d.h. von Bewohnern außerhalb des Marktgebietes liegender Gemeinden, Pendlern, von Touristen/Besuchern und Zufallskunden bzw. auch des sog. ergänzenden Marktgebietes mit einem Kaufkraftbindungsanteil vom weniger als 10%) sind in Form von sog. Streuumsätzen vorhanden und werden entsprechend berücksichtigt.

- ▶ Unter den vorliegenden Standortrahmenbedingungen und unter Berücksichtigung der Ergebnisse der vorgenommenen Kundenherkunftserfassung sind dem **Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Rehau** neben den Einwohnern des eigenen Stadtgebietes auch die der nördlich gelegenen Gemeinden Regnitzlosau und Gattendorf mit ca. 3.320 Einwohnern als überörtliches Marktgebiet zuzurechnen. Damit umfasst das Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Rehau insgesamt **ca. 12.640 Einwohner**.
- ▶ Darüber hinaus kann ein sog. **ergänzendes Marktgebiet** ausgewiesen werden. Dieses umfasst die südlich angrenzende Gemeinde Schönwald sowie auch das westlich gelegene Schwarzenbach a.d. Saale. Im ergänzenden Marktgebiet leben **weitere ca. 10.080 Einwohner**. In diesem ergänzenden Marktgebiet ist noch eine gewisse Kundenorientierung nach Rehau zu erkennen, die Kundenbindung liegt jedoch bereits erkennbar unter 10%.
- ▶ Teilweise sind auch Kundenbindungen über das ergänzende Marktgebiet hinaus (z.B. aus Oberkotzau und Döhlau) festzustellen, zum Markt-/Ergänzungsgebiet Rehaus können diese Städte/Gemeinden jedoch nicht mehr gerechnet werden.
- ▶ Die Zusammensetzung des Rehauer Marktgebietes hat sich im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung aus dem Jahr 2011 somit etwas verändert. Dies gilt insbesondere für das ergänzende Marktgebiet. Während Schwarzenbach a.d. Saale, u.a. den Ergebnissen der Kundenerfassung gemäß, neu hinzukam, konnten Oberkotzau und Döhlau nicht mehr dem heutigen ergänzenden Marktgebiet zugerechnet werden.
- ▶ Festzustellen ist, dass Rehau – trotz der Nähe zu den Oberzentren Hof und Selb, aber auch unter Berücksichtigung des in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung zugenommenen Onlinehandels – nach wie vor als regional bedeutender Einzelhandelsstandort einzustufen ist.

#### 4.1.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet

Das im Marktgebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen entspricht der Summe der einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Einwohner des Marktgebietes<sup>38</sup>. Diese ergibt sich aus der Bevölkerungszahl im Marktgebiet multipliziert mit den sortiments-spezifischen Pro-Kopf-Ausgaben<sup>39</sup>. Die Pro-Kopf-Ausgaben im Marktgebiet wurden auf Basis von durchschnittlichen Ausgabenbeträgen in der Bundesrepublik sowie unter Berücksichtigung der im Marktgebiet vorliegenden Abweichungen vom bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnitt ermittelt. Die Kaufkraftkennziffern für die Stadt Rehau und die Gemeinden des überörtlichen Marktgebietes liegen durchwegs unter dem bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnitt.<sup>40</sup>

- ▶ Die Kaufkraft, die in Rehau und seinem Marktgebiet<sup>41</sup> für Ausgaben im Einzelhandel in allen Branchen/Sortimente bereitsteht, beträgt **ca. 79,3 Mio. €**,
- ▶ auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich entfallen davon ca. 30,4 Mio. €, was rund 38% des gesamten Kaufkraftpotenzials entspricht. Der Nahrungs- und Genussmittelbereich nimmt damit den mit Abstand größten Einzelanteil in Bezug auf die verschiedenen Sortimente/Sortimentsbereiche ein.
- ▶ In Rehau beträgt die für den Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraft ca. 58,4 Mio. € (= ca. 74% des im Marktgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials).
- ▶ Im ergänzenden Marktgebiet stehen weitere ca. 61,9 Mio. € an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bereit (davon ca. 23,7 Mio. € im Nahrungs- und Genussmittelbereich), welche jedoch nur noch deutlich reduziert von den Rehauer Einzelhandelsbetrieben abgeschöpft werden kann.
- ▶ Unter Erwartung einer auch in den nächsten Jahren moderaten Steigerung der realen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel sowie der für Rehau bzw. auch der für den Landkreis Hof prognostizierten, negativen Bevölkerungsentwicklung kann mittelfristig bestenfalls von einer leichten Zunahme der am Ort erreichbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ausgegangen werden, realistischer sollte von einer Stagnation der Kaufkraftpotenziale ausgegangen werden.

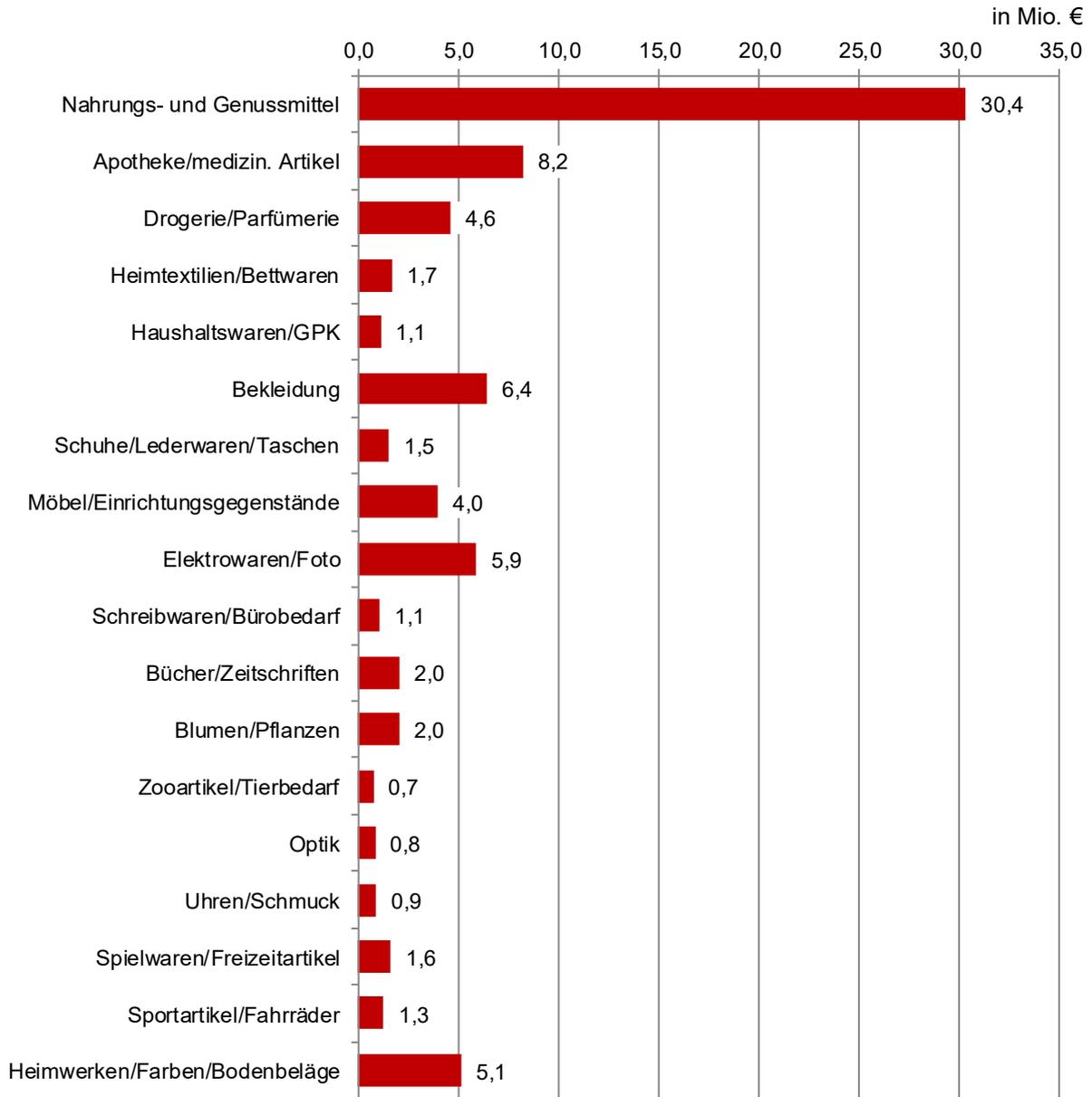
<sup>38</sup> Die einzelhandelsrelevanten Ausgaben beziehen sich auf die vorliegende Betrachtung des ladenrelevanten Einzelhandels, vgl. Begriffsdefinition im Anhang

<sup>39</sup> Die Ermittlung der durchschnittlichen Ausgabenbeträge je Einwohner erfolgte in eigenen Berechnungen und Abgleichungen auf Grundlage vorliegender Zahlenmaterialien des Stat. Bundesamtes und verschiedener Marktforschungsinstitute.

<sup>40</sup> Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex, als Maß der für Einzelhandelsausgaben verfügbaren Kaufkraft je Einwohner, liegt in Rehau bei ca. 94 (Deutschland=100), in den Gemeinden des Marktgebietes sowie des ergänzenden Marktgebietes zwischen ca. 93 und ca. 97.

<sup>41</sup> Ohne ergänzendes Marktgebiet.

### Kaufkraftvolumen im Marktgebiet nach Branchen (ohne ergänzendes Marktgebiet)



Quelle: eigene Berechnungen und Erhebungen, Dr. Heider 2022

### 4.1.3 Kaufkraftorientierung und Kaufkraftbindung des Einzelhandels

Die Kaufkraftströme in RehaU wurden mittels einer sortimentsdifferenzierten Auswertung und Quantifizierung bestehender Einkaufsorientierungen sowie Einzelhandelsangebote im Marktgebiet und dessen Umland ermittelt. Die **Kaufkraftbindung** in RehaU als der Anteil der im Marktgebiet bereitstehenden Kaufkraft, die durch die aus dem Marktgebiet auf RehaU gerichteten Ausgaben im Einzelhandel von RehaU umgesetzt wird, wurde auf Grundlage der Kaufkraftbewegungen im Marktgebiet – welche u.a. unter Berücksichtigung der Ergebnisse der erfolgten Kundenerfassung ermittelt wurden – sowie der in RehaU erzielten Einzelhandelsumsätze berechnet.

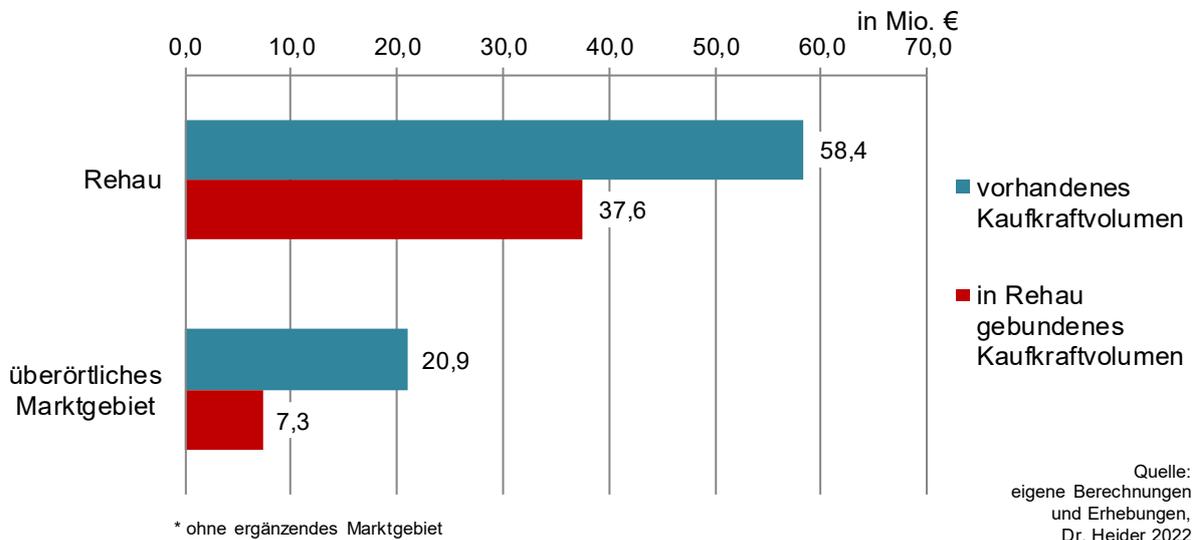
- ▶ Rund 57% der im Marktgebiet<sup>42</sup> vorhandenen Kaufkraft wird derzeit durch den Rehauer Einzelhandel gebunden. Dies ist unter Berücksichtigung der gegebenen Standortrahmenbedingungen (u.a. teils begrenzter Einzelhandelsbesatz<sup>43</sup>, hohe Wettbewerbsbedeutung Hof's sowie nachgeordnet auch Selb's, starker Onlinehandel) als passabler Wert einzustufen. Von der nicht gebundenen Kaufkraft aus dem Marktgebiet verbleibt ein Teil bei den, in den Gemeinden des Marktgebietes ansässigen Einzelhandelsbetrieben, ein weiterer Teil fließt in die umliegenden Zentren bzw. in den Onlinehandel.
- ▶ Von den ca. 58,4 Mio. € einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Rehauer Bevölkerung werden ca. 37,6 Mio. € vor Ort gebunden. Dies entspricht nicht ganz zwei Drittel des vorhandenen Kaufkraftvolumens der Rehauer Bevölkerung (über alle Warengruppen), was für ein Mittelzentrum mit zwei nah gelegenen Oberzentren (Hof und Selb) sowie unter Berücksichtigung des Onlinehandels eine akzeptable Kaufkraftbindung ist. Etwa 20,8 Mio. € des in der Stadt vorhandenen Kaufkraftvolumens fließen derzeit ab – vorwiegend in die umliegenden Oberzentren mit ihren teils deutlich umfassenderen und differenzierteren Angeboten bzw. auch in den Onlinekauf.
- ▶ Aus den Gemeinden des überörtlichen Marktgebietes werden ca. 7,3 Mio. € bzw. ca. 35% der dort vorhandenen Kaufkraft in den Einzelhandelbetrieben Rehaus gebunden, was ebenfalls als weitgehend angemessen und marktgerecht einzustufen ist.

---

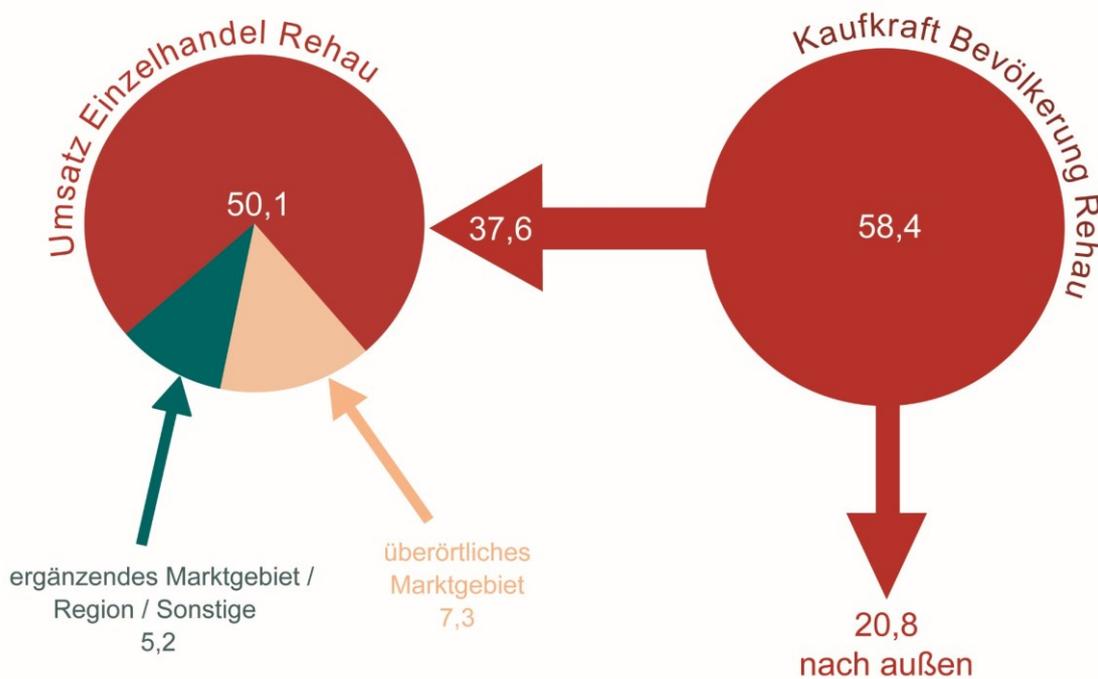
<sup>42</sup> Ohne ergänzendes Marktgebiet.

<sup>43</sup> Vgl. Kap. 4.2.

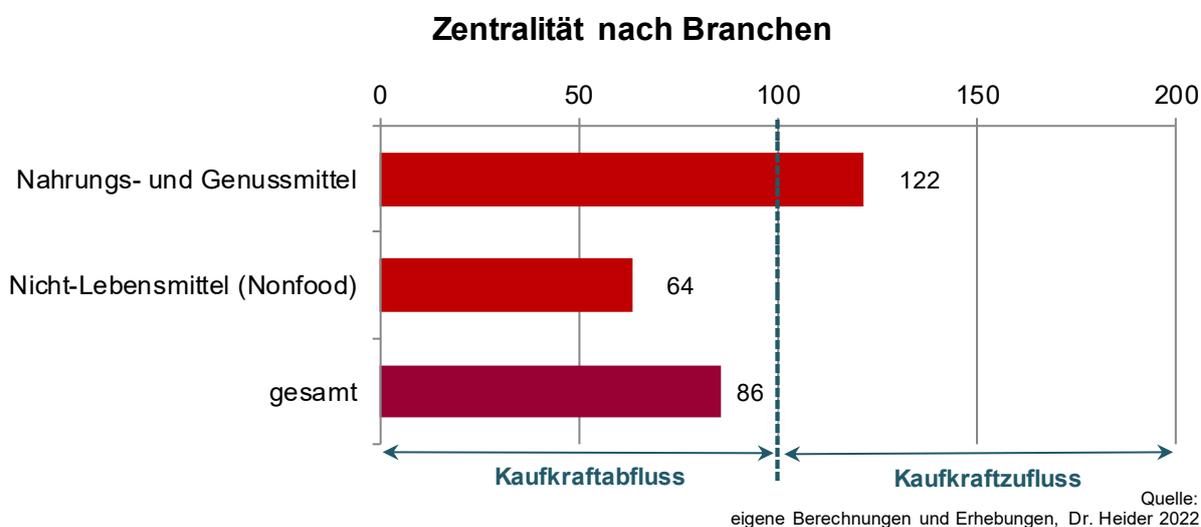
### Volumen und Bindung der Kaufkraft des Marktgebietes\*



### Kaufkraftorientierung und Zusammensetzung der Umsätze in Rehau (in Mio. €)



- Aus dem ergänzenden Marktgebiet sowie durch zusätzliche Streuumsätze von Kunden außerhalb des Marktgebietes (v.a. Besucher/Touristen, Firmengäste, Zufallskunden etc.) können weitere ca. 5,2 Mio. € gebunden werden.
- Damit werden in Rehaus ca. 50,1 Mio. € an Einzelhandelsumsätzen erzielt. Im Vergleich zum Vorgängergutachten aus dem Jahr 2011 konnte dieser Wert somit erkennbar gesteigert werden. Die erfolgten Angebotsverbesserungen (u.a. Ansiedlung Rewe und Rossmann, Neubau Norma und Netto, Umzug und Angebotsausweitung von Schuhe+Mode Geyer) sind neben dem erfolgten Preisanstieg und den gestiegenen Pro-Kopf-Ausgaben wichtige Gründe dieser Entwicklung.



- Die überörtliche Bedeutung des Einzelhandels einer Stadt/Gemeinde wird am sog. **Zentralitätswert**<sup>44</sup> ersichtlich. Dieser liegt in Rehaus bei 122 im Lebensmittelbereich, bei 64 im Nonfoodbereich und über alle Branchen/Branchengruppen bei 86 – was als unterdurchschnittlich für ein Mittelzentrum einzustufen ist, aber mit den gegebenen Standortrahmenbedingungen erklärt werden kann.
- Ergänzend kann angemerkt werden, dass bereits 2011 ein erkennbarer Umsatzzufluss und damit eine überdurchschnittlich hohe Zentralität im Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie ein deutlicher Kaufkraftabfluss (d.h. unterdurchschnittliche Zentralität) im Nonfoodbereich konstatiert wurde.

<sup>44</sup> Zentralität: Im Einzelhandel bzw. in einer Branchengruppe erzielte Umsätze in Rehaus in Relation zu der im Einzelhandel bzw. in einer Branchengruppe vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Rehaus Bevölkerung. Dabei bedeuten Werte größer 100, dass mehr Kaufkraft in den Einzelhandel Rehaus zufließt, als aus Rehaus abfließt, Werte kleiner 100, dass mehr Kaufkraft aus Rehaus abfließt, als in den Einzelhandel Rehaus zufließt

## 4.2 Branchen-, Größen- und Standortstruktur des Einzelhandels

### 4.2.1 Branchenstruktur des Einzelhandels

- ▶ In RehaU sind zum Erhebungszeitpunkt (Anfang Mai 2022) **59 Ladengeschäfte des Einzelhandels** ansässig, die **Verkaufsfläche** des Einzelhandels und des einzelhandelsorientierten Ladenhandwerks **beträgt ca. 11.755 m<sup>2</sup>**.
- ▶ Analog zur allgemeinen Einzelhandelsentwicklung hat sich die Betriebsanzahl im Vergleich zu 2011 etwas reduziert, der Verkaufsflächenbesatz konnte hingegen erkennbar gesteigert werden. **Damit konnte der 2011 festgestellte massive Rückgang im Einzelhandelsbesatz Rehaus gestoppt und das Angebot stabilisiert werden.**
- ▶ Größere Strukturbrüche sind im Vergleich mit 2011 nicht zu erkennen. Ein Wegfall ganzer Branchen/(-gruppen) oder auch eine markante Bedeutungsveränderung der bzw. einer der Hauptstandortbereiche des Einzelhandels ist – mit Ausnahme des Haushaltswarenereiches durch die zwischenzeitlich erfolgte Schließung eines wesentlichen Anbieters (Zum Albrecht) und der Neuansiedelung eines relativ großen Rossmann Drogeriemarktes anstelle eines vormals deutlich kleineren Schlecker Drogeriemarktes mit erkennbar geringerer Angebotsvielfalt – nicht zu konstatieren.
- ▶ Bei Betrachtung der bestehenden Einzelhandelsstruktur zeigt sich, dass prinzipiell alle Branchenbereiche vertreten sind – wenngleich auch teils nur durch einen Anbieter und/oder eingeschränkt als (nachgeordnetes) Teilsortiment. Nur wenige Sortimentsbereiche werden dabei auch in unterschiedlichen Preis-/Qualitätskategorien angeboten, was für ein Mittelzentrum eigentlich wünschenswert wäre, angesichts des begrenzten Besatzes aber nachvollziehbar ist. Nennenswerte Branchenlücken sind, abgeleitet aus den aktuellen Besatz- und Wettbewerbsstrukturen u.a. im Sportbereich auszumachen, der aktuell quasi ausschließlich durch einen Fahrradanbieter besetzt ist. Ähnliches gilt insbesondere auch für den Bekleidungsbereich, welcher bereits 2011 vergleichsweise schwach ausgeprägt war.
- ▶ Differenziert betrachtet sind 24 Betriebe<sup>45</sup> (d.h. ca. 41% aller Betriebe) sowie ca. 6.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rund 57 Prozent der Einzelhandelsverkaufsfläche in RehaU) dem kurzfristigen Bedarfsbereich<sup>46</sup> zuzuordnen. Der mit Lebensmitteln und Gesundheits- sowie Körperpflegeprodukten erzielte Umsatz beträgt rund 36,5 Mio. €, was ca. 73% des aktuellen Gesamteinzelhandelsumsatzes in RehaU entspricht. Diese große Bedeutung des kurzfristigen Bedarfsbereiches ist für ein Mittelzentrum als recht hoher Wert einzustufen.

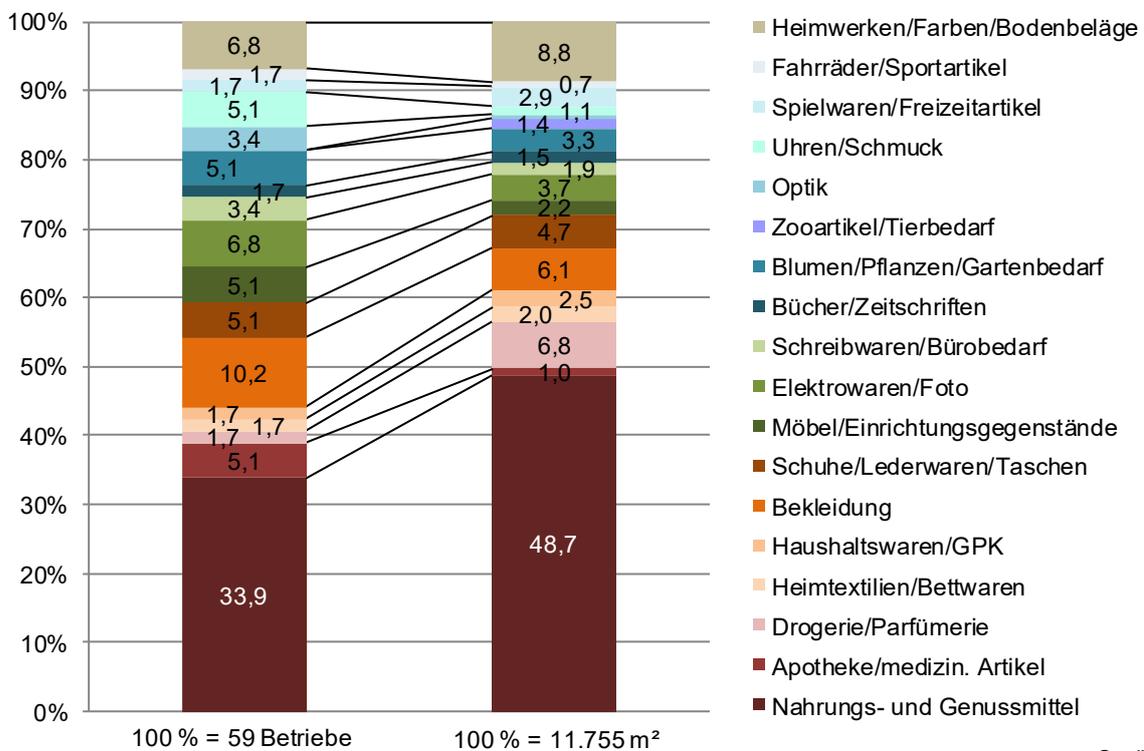
---

<sup>45</sup> Die Zuordnung der Betriebe (ohne ausgeprägten Schwerpunkt) erfolgte bei Verkaufsflächen und Umsätzen aufgeteilt nach Branchengruppen, bei der Zahl der Betriebe wurden diese dem jeweiligen Hauptsortiment zugeordnet.

<sup>46</sup> = Nahrungs- und Genussmittel, Apotheke/medizinische Artikel, Drogerie/Parfümerie.

- ▶ Weitere 35 Betriebe bzw. ca. 59% aller Betriebe entfallen auf den mittel- und längerfristigen Bedarfsbereich<sup>47</sup>. Im mittel- und längerfristigen Bedarfsbereich werden auf ca. 5.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rund 43% der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche) Umsätze in Höhe von ca. 13,6 Mio. € erzielt. Damit ist der mittel- und längerfristige Bedarfsbereich für ein Mittelzentrum als vergleichsweise schwach besetzt und der Umsatzanteil als klar unterdurchschnittlich zu bewerten.<sup>48</sup>

### Die Branchenstruktur des Einzelhandels



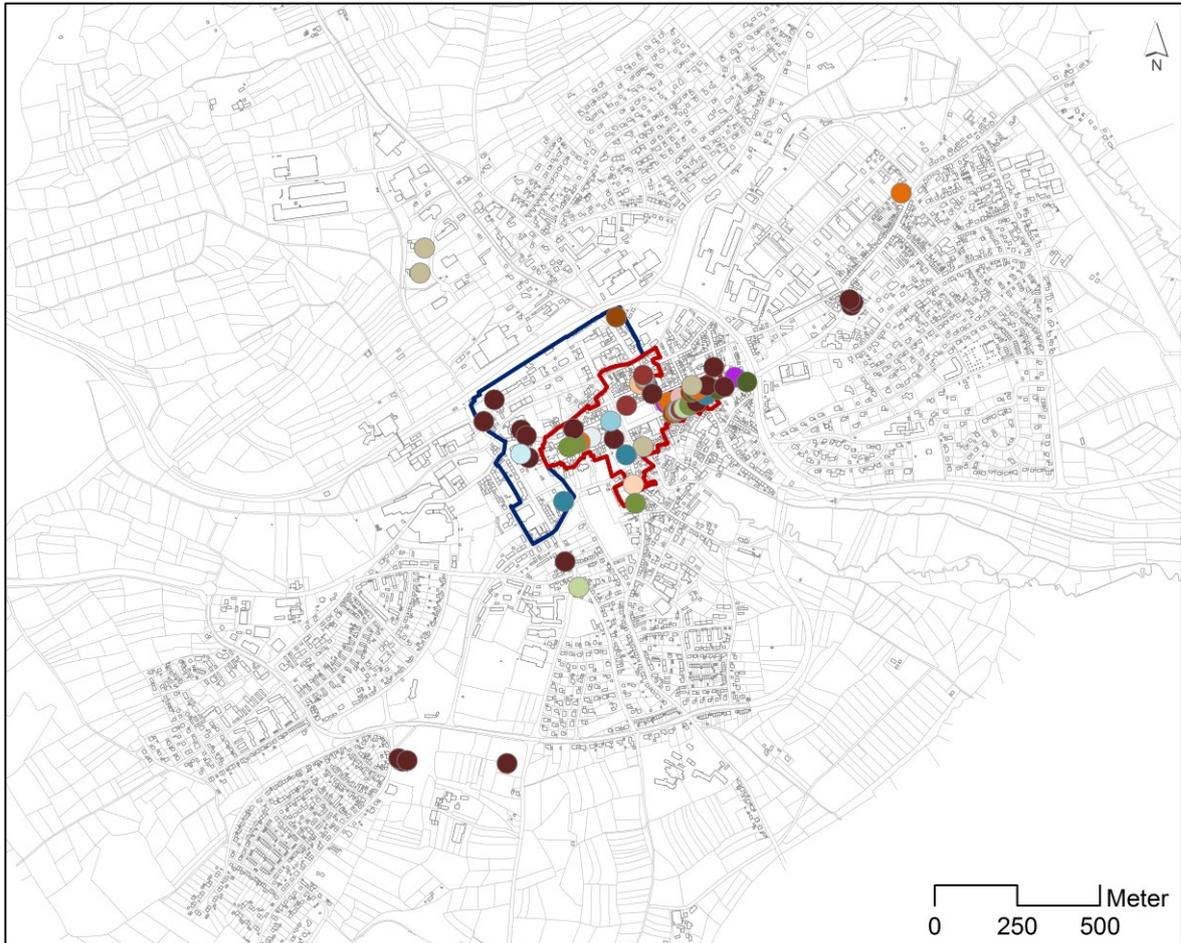
Quelle:  
Einzelhandelserhebung Dr. Heider, Stand: 05.2022

<sup>47</sup> Zuordnung der Sortimentsbereiche vgl. Anhang

<sup>48</sup> 2011 war die Situation bereits ähnlich. Die seither erfolgte massive Bedeutungszunahme des Onlinehandels hat einen entsprechenden Angebotsausbau im mittel- und längerfristige Bedarfsbereich – neben der regionalen Wettbewerbssituation – zusätzlich erschwert.

## Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet

Einzelhandelskonzept Stadt Rehau



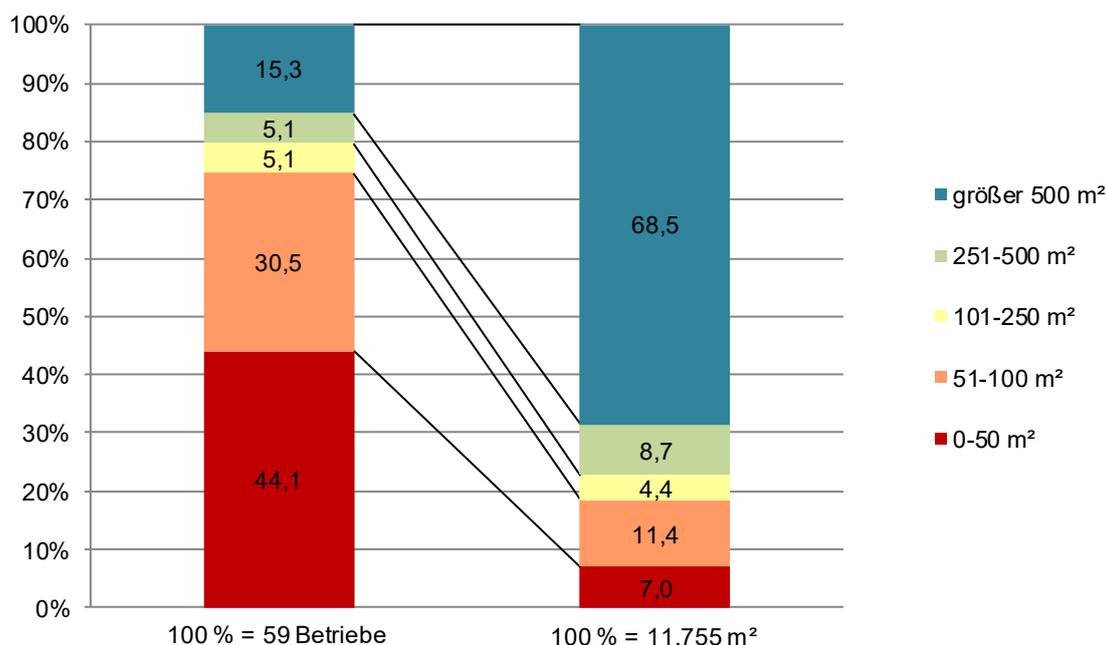
- |  |   |
|--|---|
| <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> Innenstadt                                  | <span style="color: green;">●</span> Elektrowaren                 |
| <span style="border: 1px solid blue; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011) | <span style="color: lightgreen;">●</span> Schreibwaren/Bürobedarf |
| <span style="color: brown;">●</span> Nahrungs- und Genussmittel  | <span style="color: darkblue;">●</span> Bücher/Zeitschriften      |
| <span style="color: darkred;">●</span> Apotheke/medizin. Artikel   | <span style="color: teal;">●</span> Blumen/Pflanzen/Zoo           |
| <span style="color: pink;">●</span> Drogerie/Parfümerie  | <span style="color: lightblue;">●</span> Optik                    |
| <span style="color: peachpuff;">●</span> Heimtextilien/Bettwaren   | <span style="color: purple;">●</span> Uhren/Schmuck               |
| <span style="color: orange;">●</span> Haushaltswaren/GPK   | <span style="color: cyan;">●</span> Spielwaren/Freizeitartikel    |
| <span style="color: orange;">●</span> Bekleidung   | <span style="color: lightgrey;">●</span> Sportartikel/Fahrräder   |
| <span style="color: darkorange;">●</span> Schuhe/Lederwaren  | <span style="color: olive;">●</span> Heimwerken/Farben/Boenbeläge |
| <span style="color: green;">●</span> Möbel/Einrichtungsgegenstände   |   |

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

#### 4.2.2 Größenstruktur des Einzelhandels

- Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb beträgt in RehaU rund 200 m<sup>2</sup>, was im unteren Durchschnittsbereich eines Mittelzentrums dieser Größenordnung liegt. Während insbesondere die Lebensmittelfilialisten sowie auch einzelne weitere, teils filialierte Fachmärkte (u.a. Rossmann, Tedi, RHG-Bauzentrum) Verkaufsflächengrößen von mehr als 500 m<sup>2</sup> aufweisen, ist der inhabergeführte Einzelhandel weitgehend kleinteilig strukturiert.

#### Die Größenstruktur des Einzelhandels



Quelle:  
Einzelhandelserhebung Dr. Heider, Stand: 05.2022

- Bei detaillierter Betrachtung zeigt sich folgendes Bild: Rund drei Viertel der in RehaU ansässigen Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von maximal 100 m<sup>2</sup> auf, die meisten davon haben eine Verkaufsfläche von maximal 50 m<sup>2</sup>. Ein derart hoher Anteil kleiner Betriebe ist im Städtevergleich durchaus üblich und spricht für einen vielgestaltigen Einzelhandel. Andererseits weisen kleine Betriebsflächen für eine Vielzahl von Einzelhandelsbranchen klare Einschränkungen hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen

Tragfähigkeit auf.<sup>49</sup> Der Verkaufsflächenanteil der Betriebe mit bis zu 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt bei lediglich ca. 18%.

- ▶ Den 44 Betrieben mit Verkaufsflächen von maximal 100 m<sup>2</sup> stehen 9 Betriebe mit mehr als 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gegenüber. Diese verfügen zusammen über einen Anteil von nahezu 70% der gesamten Verkaufsfläche Rehaus – was als relativ hoher Wert einzustufen ist. Branchenstrukturell entfällt ein großer Teil dieser Betriebe, wie bereits oben beschrieben, auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich.
- ▶ Nur sechs Einzelhandelsbetriebe, die rund 13% der gesamten Verkaufsfläche auf sich vereinen, haben mittelgroße Verkaufsflächen zwischen 101 und 500 m<sup>2</sup>. Diese mittleren Verkaufsflächengrößen ermöglichen den Betrieb attraktiver und marktfähiger Fachgeschäfte und stellen somit auch im inhabergeführten Einzelhandel eine wichtige Grundlage für eine positive Kundenwahrnehmung und Wettbewerbsfähigkeit sowie betriebliche Tragfähigkeiten dar. Betriebe mittelgroßer Verkaufsflächen sind im Vergleich mit anderen Mittelzentren unterdurchschnittlich vertreten. Hier weist Rehaus eine erkennbare Strukturlücke auf.

#### 4.2.3 Standortstruktur

Die Lageabgrenzung der im Stadtgebiet von Rehaus ansässigen Einzelhandelsbetriebe erfolgte aus städtebaulicher Sicht zunächst unter Berücksichtigung der im Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Rehaus aus dem Jahr 2011 erfolgten Abgrenzungen. Die standortstrukturelle Zusammensetzung des Rehauer Einzelhandels stellt sich dementsprechend aktuell folgendermaßen dar:

- ▶ In der **Innenstadt Rehaus** befinden sich ca. 61% aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Damit stellt die Innenstadt – trotz bestehender, struktureller Defizite<sup>50</sup> und eines rückläufigen Besitzanteils<sup>51</sup> – nach wie vor den mit Abstand am dichtesten besetzten Standortbereich Rehaus im Einzelhandel dar. Die Verkaufsfläche im Innenstadtbereich weist dabei einen Anteil von ca. 26% am gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestand auf. Für die Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes Rehaus nimmt die Innenstadt damit unverändert eine tragende Rolle ein.

---

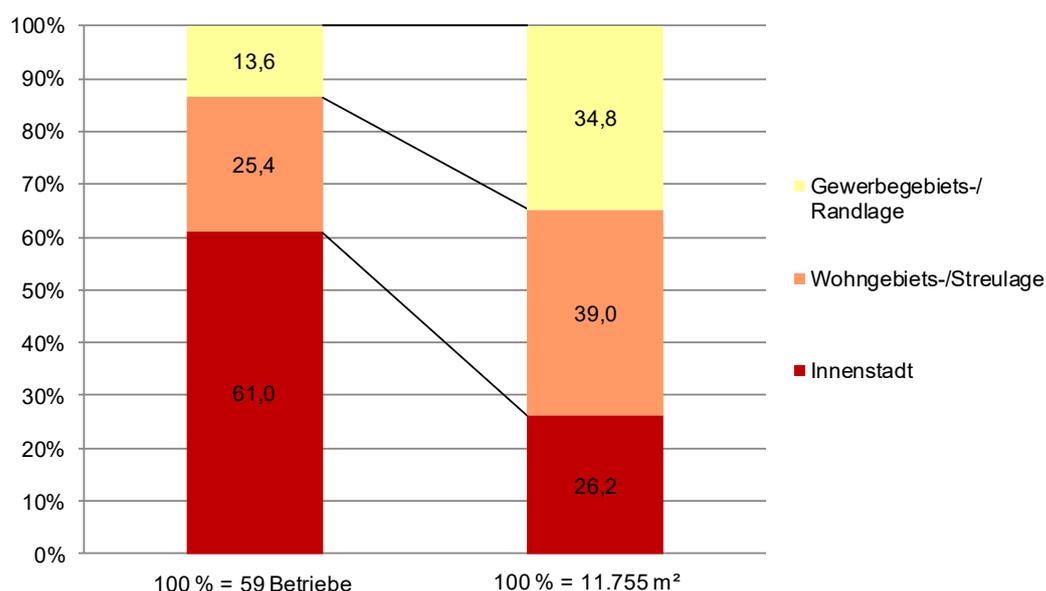
<sup>49</sup> Mit Ausnahme von Betrieben des Lebensmittelhandwerks, wie Bäckereien und Metzgereien, und von Branchen mit hoher Flächenproduktivität – wie etwa Apotheken – sind Kleinflächen daher oftmals als kritisch für die Zukunftsfähigkeit als Einzelhandelsgeschäft zu werten, sofern nicht besondere Betriebsbedingungen wie Ladeneigentum, der Einsatz der eigenen Arbeitskraft oder – im Zeitalter des E-Commerce – der Aufbau eines angeschlossenen Onlineshops mit geschickter Marketingstrategie (Stichwort: social media) größenbedingte Nachteile kompensieren können.

<sup>50</sup> In diesem Zusammenhang ist neben einer begrenzten Anzahl von anziehungsstarken Kundenmagneten insbesondere auch auf bestehende Leerstände im Innenstadtbereich hinzuweisen.

<sup>51</sup> Im Vergleich zu den Vorgängeruntersuchungen aus den Jahren 2003 und 2011.

- ▶ Auf die **Wohn-/Streugebietslagen**, in welchen die im Einzelhandelskonzept 2011 definierte 'Innenstadtergänzungszone' liegt – also Standorte in Zuordnung zur Innenstadt - entfallen rund 39% der Gesamtverkaufsfläche sowie gut ein Viertel des gesamtstädtischen Betriebsbesatzes. Es handelt sich dabei vielfach um Lebensmittelanbieter, was positiv im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nah-/Grundversorgung zu werten ist.

### Die räumliche Verteilung des Einzelhandels

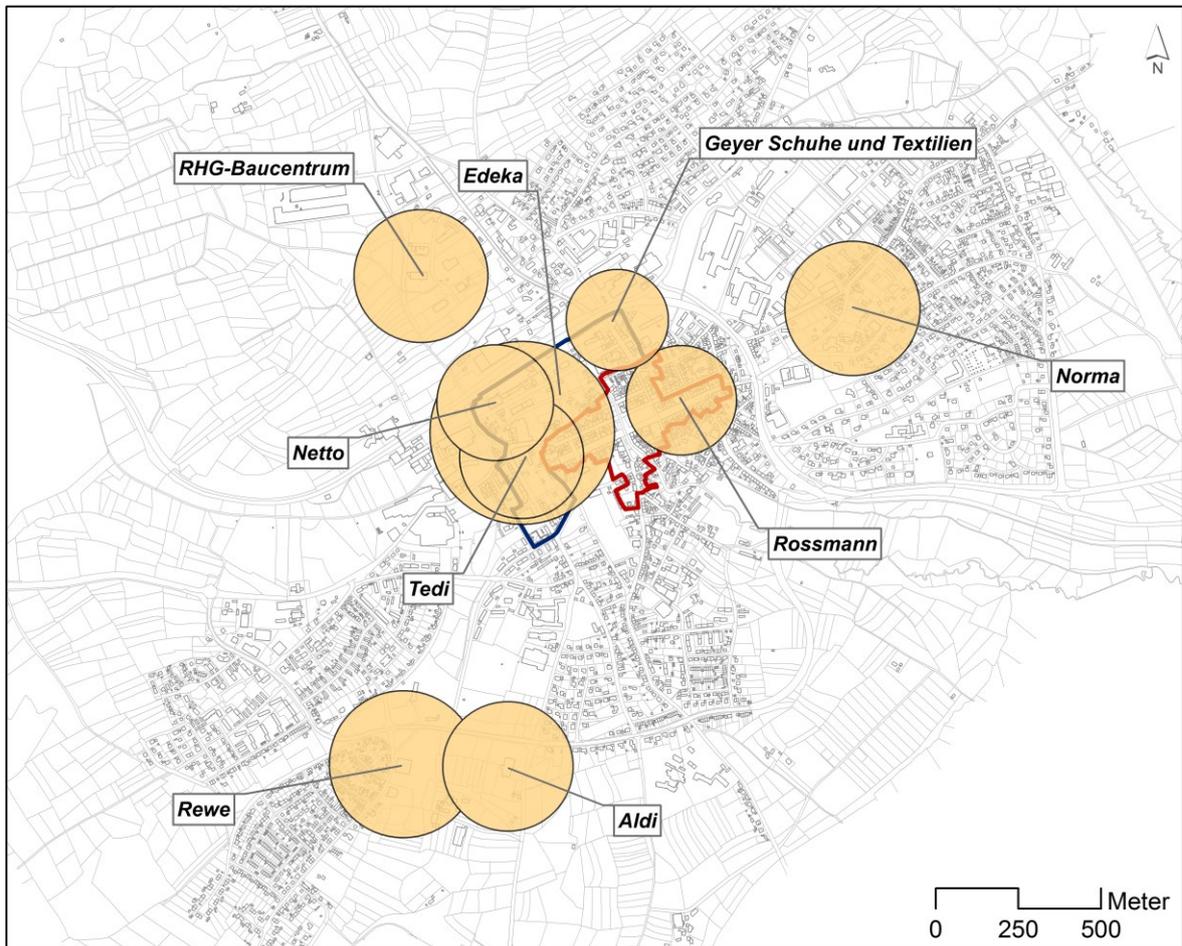


Quelle:  
Einzelhandelserhebung Dr. Heider, Stand: 05.2022

- ▶ In den **Gewerbegebiets-/Randlagen** vereinen acht Einzelhandelbetriebe, d.h. lediglich etwa 14% aller im Stadtgebiet ansässigen Betriebe, mehr als ein Drittel (ca. 35%) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich. Dies liegt v.a. darin begründet, dass dort mehrere, typischerweise größere/großflächige Lebensmittelmärkte (z.B. Aldi, Rewe) sowie auch einzelne weitere Betriebe (z.B. RHG-Bauzentrum) situiert sind. Eine nennenswerte räumliche Konzentration ist dabei nicht festzustellen; vielmehr verteilen sich diese Betriebe quer über das Stadtgebiet. Die Gewerbegebiets-/Randlagen verfügen zwar i.d.R. über eine hohe Ausstrahlungskraft und Gunst bei vielen Kunden, womit sie die regionale Bedeutung des Einzelhandelsstandortes Rehau erkennbar steigern, aber sie stehen teils auch in Wettbewerb mit Betrieben im Innenstadtbereich bzw. in wohnortnahen Streulagen. Die Stadtentwicklungspolitik Rehaus der letzten Jahre war insbesondere durch eine Orientierung an den Erfordernissen der Innenstadt geprägt, ein relevanter Zuwachs innenstadtbedeutsamen Einzelhandels in den Gewerbegebiets-/Randlagen erfolgte zum Schutz der Innenstadt nicht.

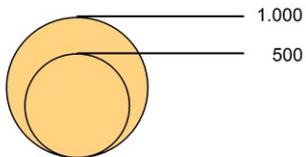
## Strukturprägende Betriebe des Einzelhandels im Stadtgebiet

Einzelhandelskonzept Stadt Rehau



- Innenstadt
- Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011)

Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe in m<sup>2</sup> ( ab 500 m<sup>2</sup> VKF)



Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

Das Einzelhandelsangebot wird wesentlich durch größere, **'strukturprägende Betriebe des Einzelhandels'** geprägt:

- ▶ RehaU weist neun 'strukturprägende Betriebe des Einzelhandels'<sup>52</sup> auf. Die Zahl 'strukturprägender Betriebe des Einzelhandels' muss damit, basierend auf der Größe und Einwohnerzahl Rehaus, als eher unterdurchschnittlich bezeichnet werden.
  - ▶ Bei Differenzierung der 'strukturprägenden Betriebe des Einzelhandels' nach ihrem jeweiligen Hauptsortiment, sind fünf Betriebe dem Nahrungs- und Genussmittelbereich zuzuordnen (Edeka, Rewe, Aldi, Norma, Netto); sie übernehmen einen wesentlichen Teil der lokalen wie teils auch überörtlichen (Nah-)Versorgung im Lebensmittelbereich. Jeweils ein 'strukturprägender Betrieb des Einzelhandels' entfällt auf den Drogerie-, den Schuh- und Bekleidungs- sowie den Heimwerkerbereich (Rossmann, Geyer, RHG-Bauzentrum). Hinzu kommt ein Mehrsortimentsfachmarkt (Tedi).
  - ▶ Standorträumlich differenziert betrachtet ist mit Rossmann lediglich ein strukturprägender Betrieb davon im Innenstadtbereich ansässig. Weitere drei Betriebe sind innenstadtnah gelegen (Edeka, Netto, Tedi). Die weiteren 'strukturprägenden Betriebe des Einzelhandels' befinden sich in Fachmarkt-/Gewerbegebietslage bzw. in Wohngebiets-/Streulage.
- ▶ **RehaU verfügt für ein Mittelzentrum – wettbewerbsbedingt – über ein zwar in mehreren Sortimenten (stark) begrenztes, aber insgesamt dennoch relativ breites (wenngleich i.d.R. wenig tiefes) Einzelhandelsangebot. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt dabei im kurzfristigen Bedarfsbereich, was für ein Mittelzentrum eher unüblich ist. Besonders ausgeprägt und auch differenziert besetzt ist insbesondere der Lebensmittelbereich. Standorträumlich betrachtet stellt die Innenstadt zwar den am dichtesten und auch einen relativ vielfältig besetzten Standortbereich im Stadtgebiet dar, hinsichtlich des Verkaufsflächenbesatzes weisen die Fachmarkt-/Gewerbegebietslagen bzw. auch die Wohngebiets-/Streulagen (inkl. der innenstadtnahen Standorte), aber ein erkennbar umfangreicheres Angebot auf. Positiv ist hervorzuheben, dass die Stadtentwicklungspolitik der letzten Jahre insbesondere durch eine Orientierung an den Erfordernissen der Innenstadt geprägt war, wodurch die innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen weitgehend stabil gehalten werden konnten. Für die Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes RehaU spielt die Innenstadt daher eine nach wie vor tragende Rolle. Die Anziehungskraft des Einzelhandels-/Versorgungsstandort RehaU beschränkt sich (angebots- und wettbewerbsbedingt) auf das eigene Stadtgebiet und das nahe Umland. ◀**

---

<sup>52</sup> Als 'strukturprägende Betriebe des Einzelhandels' werden hier Betriebe mit einer Verkaufsfläche ab ca. 500 m<sup>2</sup> bezeichnet. Warenangebot und Kundenanziehungskraft von Betrieben dieser Größe nehmen üblicherweise eine erhöhte Bedeutung für die Einzelhandelsstruktur einer Kommune ein.

## 4.3 Einzelhandels- und Gewerbestandort Innenstadt

### 4.3.1 Einzelhandelsstruktur im abgegrenzten Innenstadtbereich

- ▶ In der analog zum Einzelhandelsentwicklungskonzept aus dem Jahr 2011 abgegrenzten Innenstadt Rehaus sind derzeit **36 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.080 m<sup>2</sup> ansässig. **Gesamtstädtisch betrachtet liegt der Betriebsanteil damit bei ca. 61% und der Verkaufsflächenanteil bei ca. 26%**. Für die Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes Rehau nimmt die Innenstadt damit unverändert eine tragende Rolle ein.
- ▶ Wie in den meisten Innenstädten von Klein-/Mittelstädten ist der **innerstädtische Einzelhandelsbesatz überwiegend klein- und mittelflächig strukturiert**, nahezu 90% der Einzelhandelbetriebe in der Rehauer Innenstadt weisen eine Verkaufsfläche von maximal 100 m<sup>2</sup> auf. Ein Großteil dieser Betriebe ist inhabergeführt bzw. nicht filialisiert. Demgegenüber ist mit dem Drogeriemarkt-Filialisten Rossmann nur ein 'strukturprägender Betrieb des Einzelhandels' mit einer Verkaufsfläche von mehr als 500 m<sup>2</sup> und auch damit zusammenhängender erhöhter Leistungsfähigkeit und Attraktivität vorzufinden. Der Drogeriemarkt Rossmann stellt einen bedeutenden Kundenmagneten und Frequenzbringer dar, von dem auch andere Innenstadtanbieter profitieren (können).<sup>53</sup>
- ▶ Räumlich differenziert betrachtet **konzentriert sich der Einzelhandelbesatz v.a. auf den östlichen Bereich der Rehauer Innenstadt** (vgl. nachfolgende Karte). Insbesondere entlang der **Ludwig- und der Schützenstraße** sowie der davon nach Norden abzweigenden **Bahnhofstraße** sind verdichtete Standortstrukturen festzustellen (= innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich). Ein komplett durchgängiger Handelsbesatz besteht aber auch dort nicht; auch in den beiden Hauptachsen sind Lücken im Einzelhandelbesatz bzw. funktionale Lücken<sup>54</sup> festzustellen. Weitere mit jeweils mehreren Einzelhandelbetrieben besetzte Straßen sind insbesondere die Friedrich-Ebert-Straße sowie nachgeordnet auch die Garten-/Sophienstraße im westlichen Innenstadtbereich. Auffallend ist, dass am zentralen Maxplatz mit Ausnahme einer Apotheke kein weiterer Einzelhandel anzutreffen ist. In der parallel zur Hauptachse verlaufenden Pfarr- und Wallstraße sowie in den Seitenstraße ist der Einzelhandelsbesatz bereits stark begrenzt bzw. gar nicht mehr vorhanden.

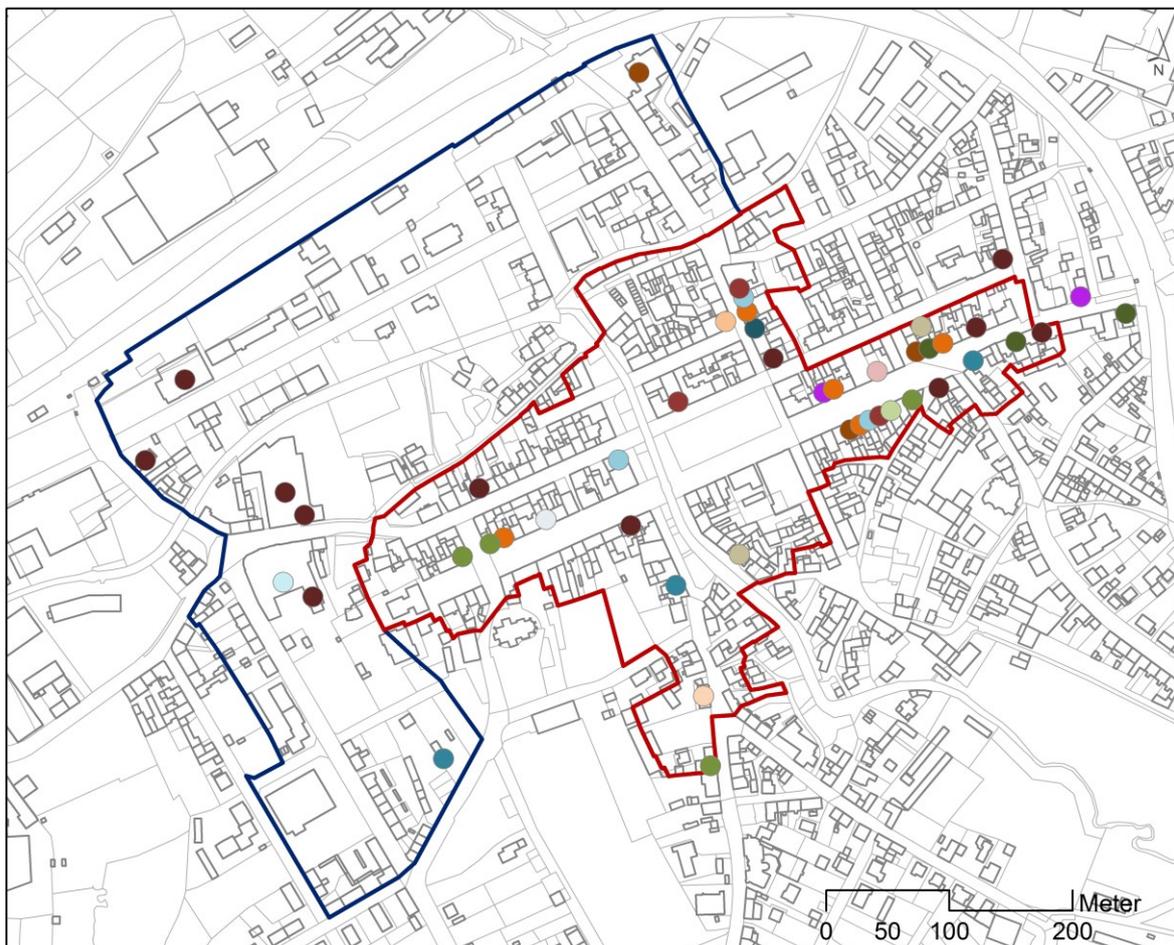
---

<sup>53</sup> Dies gilt umso mehr, als beim Rossmann-Markt in der Innenstadt neben dem flächenmäßig klar bestimmenden Hauptsortiment Drogerie-/Parfümeriewaren und dem heute durchwegs von Drogeriemärkten angebotenen, ergänzenden (Bio-) Lebensmittel- und Tiernahrungssortiment auch vereinzelte weitere und vor Ort nur begrenzt vorhandene (Innenstadt-)Sortimente, wie v.a. Spielwaren, als Teilsortiment angeboten werden. Dadurch erhöht sich die Anziehungskraft des Marktes, aber auch die Angebotsvielfalt der gesamten, vergleichsweise wenig mit spezialisierten Fachgeschäften ausgestatteten Innenstadt von Rehau.

<sup>54</sup> Vgl. Kap. 4.3.2.

## Einzelhandelsbesitz in der Innenstadt

Einzelhandelskonzept Stadt Rehau

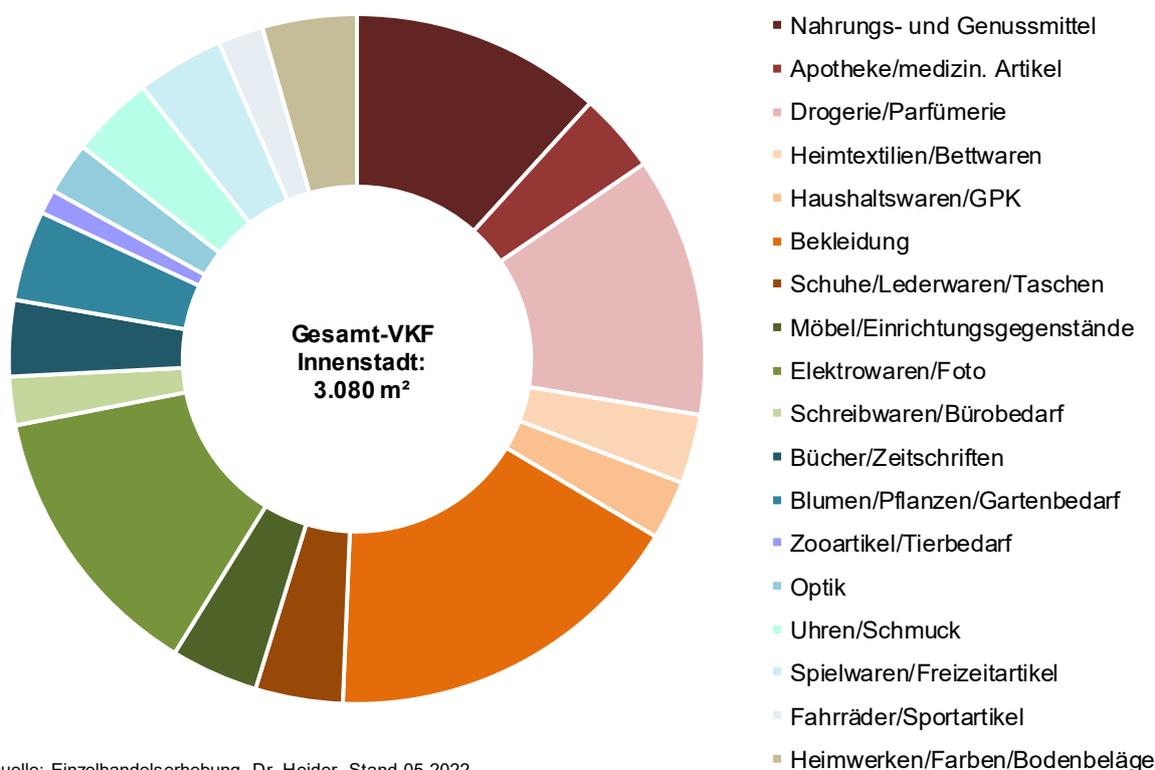


- |  |                              |
|--|------------------------------|
| Innenstadt                                 | Elektrowaren                 |
| Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011) | Schreibwaren/Bürobedarf      |
| Nahrungs- und Genussmittel                 | Bücher/Zeitschriften         |
| Apotheke/medizin. Artikel                  | Blumen/Pflanzen/Zoo          |
| Drogerie/Parfümerie                        | Optik                        |
| Heimtextilien/Bettwaren                    | Uhren/Schmuck                |
| Haushaltswaren/GPK                         | Spielwaren/Freizeitartikel   |
| Bekleidung                                 | Sportartikel/Fahrräder       |
| Schuhe/Lederwaren                          | Heimwerken/Farben/Boenbeläge |
| Möbel/Einrichtungsgegenstände              |                              |

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

- Die Innenstadt Rehaus ist nach wie vor und trotz des auch in Rehaus während der letzten Jahre/Jahrzehnte<sup>55</sup> stattgefundenen Wandels der Handelslandschaft, durch eine **grundsätzlich hohe Branchenvielfalt** gekennzeichnet. Alle Branchenbereiche sind als Haupt- bzw. Teilsortiment, teils mehrfach, vorhanden. Die breit diversifizierte Branchenvielfalt in der Innenstadt Rehaus zeigt folgende Grafik auf.

### Verkaufsflächenbesatz in der Innenstadt von Rehaus - differenziert nach Branchengruppen (in %)



Quelle: Einzelhandelserhebung Dr. Heider, Stand 05.2022

- Den höchsten Verkaufsflächenanteil weist mit ca. 17% der Bekleidungsbereich auf. Wenngleich diese für eine Innenstadt besondere wichtige Branche damit anteilmäßig am stärksten vertreten ist, ist das Bekleidungsangebot in der Rehauer Innenstadt dennoch für ein Mittelzentrum unterdurchschnittlich vertreten. Qualitativ ist mit dem Textil-Discounter NKD und dem auf Damen- und Kindermode spezialisierten Filialisten Ernsting´s family als Hauptanbieter v.a. das untere Preissegment abgedeckt.

<sup>55</sup> U.a. mit Schließung (meist kleinerer) Innenstadtbetriebe, Neuansiedlungen bzw. Betriebsmodernisierungen (inkl. Erweiterungen), die schwerpunktmäßig an Standortlagen außerhalb der Innenstadt stattfanden sowie Bedeutungszuwachs des Onlinehandels in den letzten Jahren.

- ▶ Auf den weiteren Plätzen folgen der Bereich Elektrowaren/Foto mit ca. 13% sowie mit jeweils 12% Nahrungs- und Genussmittel bzw. Drogerie-/Parfümeriewaren.<sup>56</sup> Alle weiteren Branchen/-bereiche weisen Verkaufsflächenanteile am Innenstadtbefehl von jeweils deutlich unter 10% auf.
- ▶ Für die Attraktivität und die Anziehungskraft des Einzelhandels einer Innenstadt sind, neben der reinen Verkaufsfläche, auch der Umfang und die **Zusammensetzung der typisch innenstadtrelevanten Einzelhandelssortimente** im Vergleich zum Gesamtbesatz im Stadtgebiet von entscheidender Bedeutung. Ohne die zwar ebenfalls innenstadtrelevanten, aber typischerweise auch nahversorgungsrelevanten und daher sinnvollerweise auch in den Wohngebieten außerhalb der Innenstadt ansässigen Nahrungs- und Genussmittel<sup>57</sup> sind rund 45% der Verkaufsfläche der typisch innenstadtrelevanten Sortimente<sup>58</sup> in RehaU der Innenstadt Rehaus zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteilwert der in der Innenstadt ansässigen typisch innenstadtrelevanten Sortimente ist damit als passabel einzustufen. Nimmt man die innenstadtnahen Standorte hinzu, erhöht sich der Anteilwert auf nahezu 75%. Damit ist die **Position des Zentrums im gesamtstädtischen Standortvergleich vergleichsweise stark**.
- ▶ Unter Berücksichtigung der hohen Bedeutung des Onlinehandels kann angemerkt werden, dass aktuell 28 der 36 Einzelhändler in der Innenstadt Rehaus (= ca. 78%) zwar online aufzufinden sind – i.d.R. durch eine mehr oder weniger gut gepflegte und ansprechende Homepage, teils auch (lediglich) durch einen facebook- oder instagram-Auftritt – einen eigenen bzw. mit der Homepage verknüpften Onlineshop weisen jedoch nur zehn (d.h. ca. 28%) der innerstädtischen Einzelhandelbetriebe auf.<sup>59</sup> Die Chancen bzw. angesichts der Bedeutung und des aller Wahrscheinlichkeit nach weiterhin rasanten Wachstums des Onlinehandels bestehenden Notwendigkeit einer angemessenen **Sichtbarkeit** des eigenen Betriebes/Angebotes **in der digitalen Welt** wurden somit noch nicht umfänglich erkannt bzw. zumindest noch nicht ausreichend umgesetzt. Hier besteht noch erkennbares Verbesserungs-/Ausbaupotenzial. Positiv kann in diesem Zusammenhang auf den sog. '**Rehauer Kompass**' auf der Homepage der Stadt RehaU hingewiesen werden, bei dem zahlreiche Rehauer Einzelhandels-/Gewerbebetriebe mit den wichtigsten Kurzinformationen gelistet sind.
- ▶ **Die Innenstadt Rehaus weist trotz begrenztem Betriebsbesatz unverändert eine breit diversifizierte, wenngleich wenig tiefe Branchenstruktur im Einzelhandel-**

<sup>56</sup> Hauptanbieter hierbei sind Euronics Sammet, Bio-Korner und die Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie Rossmann, der auch über ein größeres (Bio-)Lebensmittelangebot verfügt.

<sup>57</sup> Dem Lebensmittelbesatz kommt in den Wohn-/Streugebietslagen eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion zu, weshalb eine Ansiedlung aus versorgungsstruktureller Sicht dort durchaus Sinn macht.

<sup>58</sup> Hier: Alle Hauptsortimentsbereiche ohne Möbel/Einrichtungsgegenstände und Heimwerken/Farben/Bodenbeläge sowie aufgrund der Nahversorgungsrelevanz auch Nahrungs- und Genussmittel.

<sup>59</sup> Onlinecheck mit Hilfe eines gängigen Suchportals am 07.06.2022.

**bereich auf. Eine hohe Betriebskonzentration ist dabei v.a. im östlichen Innenstadtbereich festzustellen. Unter Hinzunahme der innenstadtnahen Standorte kann RehaU im gesamtstädtischen Standortvergleich ein relativ starkes Zentrum mit einem dichten, als typisch innenstadtrelevant einzustufenden Einzelhandelsbesatz konstatiert werden. Bei der digitalen Sichtbarkeit der Betriebe besteht noch Ausbaubedarf. ◀**

#### 4.3.2 Einzelhandelsergänzender Komplementärbesatz

Die den Einzelhandel ergänzenden (konsumorientierten<sup>60</sup>) **Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sowie auch die sonstigen Gewerbe-/Komplementäranbieter** sind ein ebenfalls wichtiger und keinesfalls zu unterschätzender Bestandteil des Einzelhandels- und Wirtschaftsstandortes Innenstadt. Diese sog. Komplementärangebote führen üblicherweise zu einer deutlichen Verbreiterung und Attraktivierung des Funktionsmixes und verstärken den zentrumsbildenden Charakter. Die durch ihr (gebündeltes) Vorhandensein ausgelösten Kopplungseffekte erhöhen üblicherweise den Kundenaustausch zwischen den Einzelhandels- und sonstigen gewerblichen, konsumnahen Anbietern und stärken dadurch die Innenstadt als Ganzes. Ähnliches gilt für oftmals gut frequentierte öffentliche, soziale und kulturelle Einrichtungen, wie z.B. Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, das Jugendzentrum sowie Museen/Ausstellungsräume etc.

Die für die Attraktivität und die Anziehungskraft der Innenstadt Rehaus wichtigen, den Einzelhandel ergänzenden Komplementärangebote stellen sich zusammengefasst im Wesentlichen folgendermaßen dar:

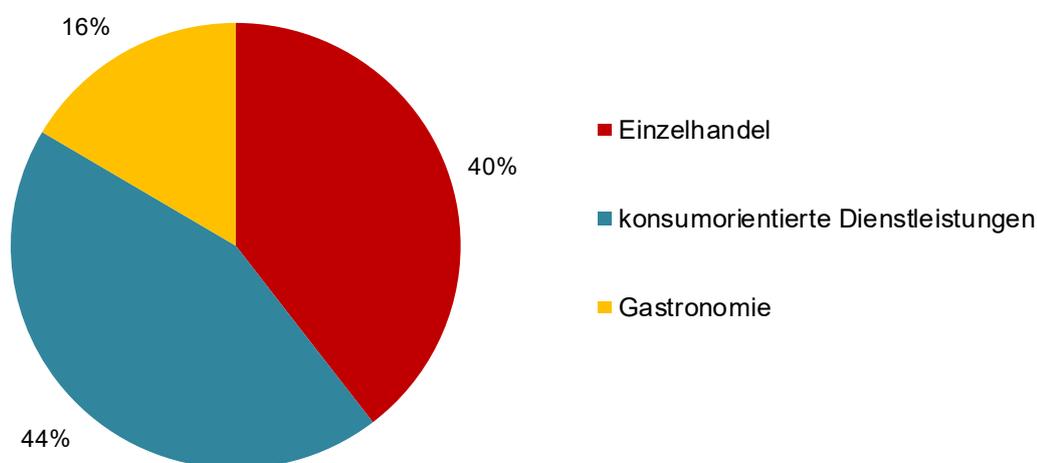
- ▶ **Neben den 36 Einzelhandelsbetrieben gibt es in der Innenstadt von RehaU 40 ergänzende konsumorientierte Dienstleistungsangebote<sup>61</sup>**, womit sich der endverbraucherorientierte Nutzungsbesatz in der Innenstadt allein schon dadurch mehr als verdoppelt. Im Einzelnen handelt es sich dabei u.a. um mehrere Banken und Versicherungen, einen relativ stark ausgeprägten Gesundheitssektor mit einem breiten Spektrum an (Fach-)Ärzten sowie verschiedenen Gesundheitsdienstleistern (z.B. Physiotherapie, Osteopathie), mehrere Friseure und Schönheitsdienstleister (z.B. Beautystudios), zwei Reisebüros, eine Textilreinigung sowie verschiedene weitere Anbieter. Viele dieser Anbieter (u.a. Ärzte, Gesundheitsdienstleister und Friseure) weisen üblicherweise eine hohe Kundenfrequenz auf, welche zur Kundenfrequenz in der Innenstadt einen wichtigen Beitrag leisten und von der auch die anderen Innenstadtnutzungen (inkl. Einzelhandel) deutlich profitieren können.

<sup>60</sup> = Dienstleistungsanbieter, die üblicherweise hohe Austauschbeziehungen mit Einzelhandelsbetrieben aufweisen (u.a. Friseure, Ärzte, Banken, aber z.B. keine Architekten, Planungsbüros etc.).

<sup>61</sup> I.d.R. in Erdgeschoss-, teils aber auch in Obergeschosslage.

- Das zudem bestehende **gastronomische Angebot** ist mit weiteren 15 Anbietern gut besetzt. Im Einzelnen gibt es u.a. mehrere Gasthäuser/Restaurants (nationale und internationale Küche, auch vegetarisch), Cafés<sup>62</sup>, eine Eisdiele, eine Café- und Tapasbar, Imbisse etc. In Bezug auf die Anziehungskraft ist insbesondere die angeschlossene Außengastronomie einiger Anbieter hervorzuheben, welche gerade im Sommer das Flair und den Wohlfühlfaktor der Besucher/Kunden deutlich steigern.

### Nutzungsbesatz in der Innenstadt Rehaus



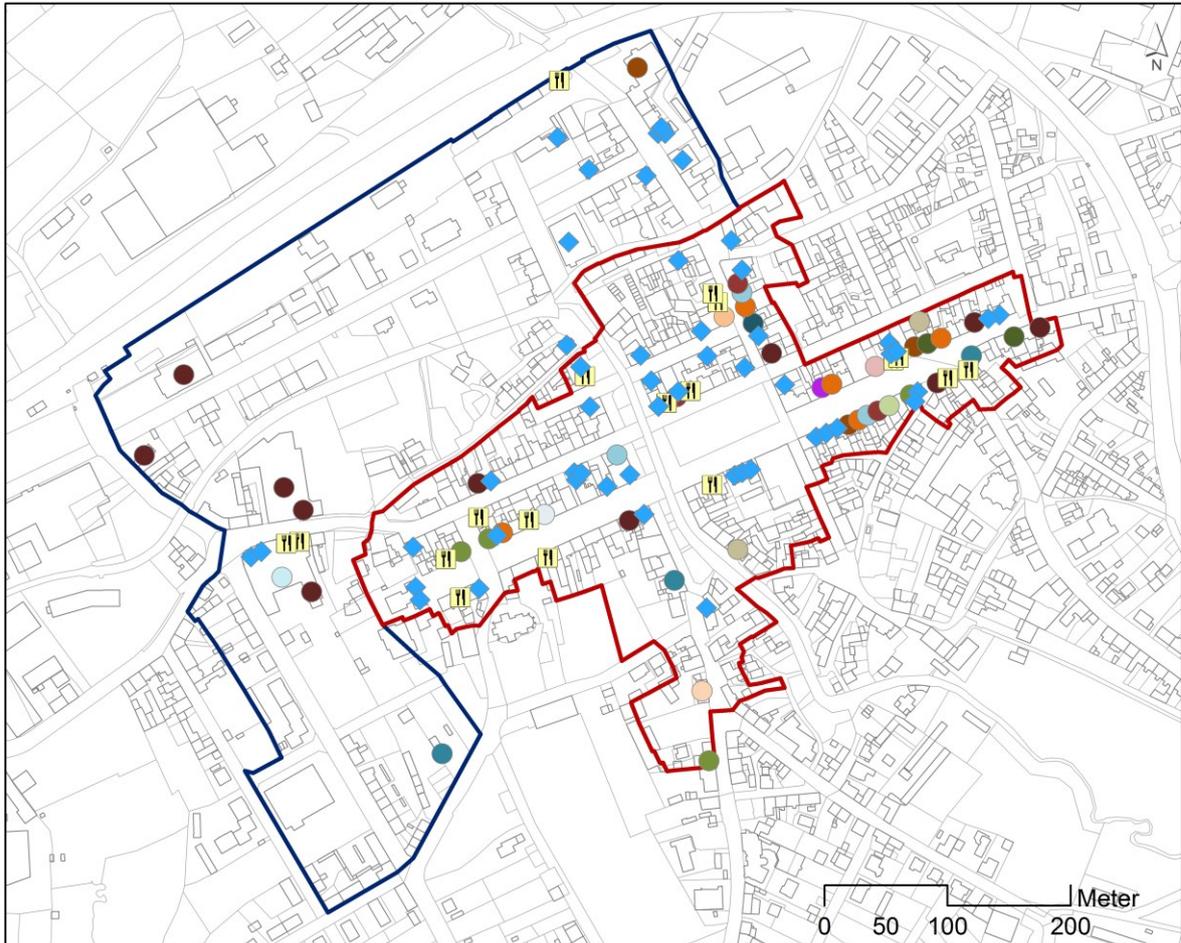
Quelle: Einzelhandelserhebung Dr. Heider, Stand: 05.2022

- Darüber hinaus gibt es mehrere **öffentliche, kulturelle und soziale Einrichtungen** (u.a. Museum, Kunsthaus mit angeschlossenen Skulpturenpark, Jugendzentrum, verschiedene Einrichtungen der Diakonie Rummelsberger etc.), welche als wichtige ergänzende Angebote und teils auch als zusätzliche Frequenzbringer fungieren.
- In der **'Innenstadtergänzungszone'** gibt es mehrere weitere Komplementäranbieter, welche den funktionalen Besatz im Zentrum ergänzen (vgl. nachfolgende Karte).

<sup>62</sup> Hinzu kommen die den Bäckereien angeschlossenen Cafébereiche.

## Gewerbliche Nutzungen in der Innenstadt

Einzelhandelskonzept Stadt Reha



- |  |                              |
|--|------------------------------|
| Innenstadt                                 | Schreibwaren/Bürobedarf      |
| Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011) | Bücher/Zeitschriften         |
| Nahrungs- und Genussmittel                 | Blumen/Pflanzen/Zoo          |
| Apotheke/medizin. Artikel                  | Optik                        |
| Drogerie/Parfümerie                        | Uhren/Schmuck                |
| Heimtextilien/Bettwaren                    | Spielwaren/Freizeitartikel   |
| Haushaltswaren/GPK                         | Sportartikel/Fahrräder       |
| Bekleidung                                 | Heimwerken/Farben/Boenbeläge |
| Schuhe/Lederwaren                          | Dienstleistungen             |
| Möbel/Einrichtungsgegenstände              | Gastronomie                  |
| Elektrowaren                               |                              |

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Reha  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

- ▶ **Mit dem bestehenden Einzelhandelsbesatz sowie den ergänzenden Dienstleistungs-/Gastronomiebetrieben und den weiteren Komplementäranbietern besteht ein relativ dichter und vielfältiger Betriebs-/Angebotsbesatz in der Innenstadt Rehaus. Ein gebündeltes Auftreten dieser Komplementäranbieter ist dabei v.a. im nördlichen Innenstadtbereich, also nördlich der Achse Friedrich-Ebert-Straße – Maxplatz – Ludwigstraße, festzustellen. Damit kann gerade in der innerstädtischen Hauptlage an der inneren Schützenstraße / Ludwigstraße / inneren Bahnhofstraße, trotz bestehender funktionaler Lücken, ein vergleichsweise kompakter und abwechslungsreicher Angebotsbesatz konstatiert werden. In Innenstadtnähe kommen weitere zentrumsnahe Komplementäranbieter hinzu, die den funktionalen Besatz im Zentrum ergänzen. ◀**

#### 4.3.3 Geschäftsleerstände

Aus funktionaler Sicht stellen in der Innenstadt von Reha, neben einzelnen Mindernutzungen (z.B. Spielhalle), zahlreiche Funktionslücken durch **Geschäftsflächenleerstände**, also leerstehende ehem. Einzelhandelsgeschäfte bzw. Leerstandsflächen aus dem Dienstleistungs- und Gastronomiebereich eine merkliche Beeinträchtigung dar.

- ▶ Zum Zeitpunkt der Erhebung handelte es sich um **26 leerstehende Einheiten** in Erdgeschosslage im Innenstadtbereich. Die relativ hohe Anzahl an Geschäftsleerständen in Verbindung mit den teils sichtlich renovierungsbedürftigen Gebäuden bzw. modernisierungsbedürftigen leerstehenden Flächeneinheiten weisen zumindest in Teilen eine prägende Wirkung für den Einzelhandels-/Wirtschaftsstandort Innenstadt auf. Teils handelt es sich um Dauerleerstände seit 2011, zudem läßt ein guter Teil der Leerstände schon von außen Mängel und Modernisierungsbedarf erkennen, sodass davon ausgegangen werden muss, dass Marktfähigkeit und Vermietbarkeit im derzeitigen Zustand deutlich eingeschränkt sind.
- ▶ **Die Leerstandsflächen verteilen sich dabei auf den gesamten Innenstadtbereich, räumliche Konzentrationen sind jedoch u.a. im Bereich Bahnhofstraße/Schulstraße festzustellen.** Auffallend ist zudem, dass auch in den prinzipiell gut besetzten Lagen, also neben der Bahnhofstraße v.a. auch in der Ludwig-/Schützenstraße, neben den bestehenden Einzelhandels-/Komplementäranbietern auch jeweils mehrere Geschäftsleerstände anzutreffen sind. Diese führen nicht nur zu einer unerwünschten Unterbrechung des Funktionsbesatzes, sondern beeinträchtigen auch den Eindruck des Geschäftsbereiches aus Kundensicht.
- ▶ Ergänzend ist anzumerken, dass in Innenstadtnähe mehrere weiterer Geschäftsleerstände hinzukommen (v.a. im nördlichen Teil der Bahnhofstraße sowie im Geschäftshaus an der Gerberstraße, welche sich ebenfalls störend auf das Gesamterscheinungsbild des Zentrums auswirken.

### Leerstehende Geschäftsflächen in der Innenstadt (Auswahl)

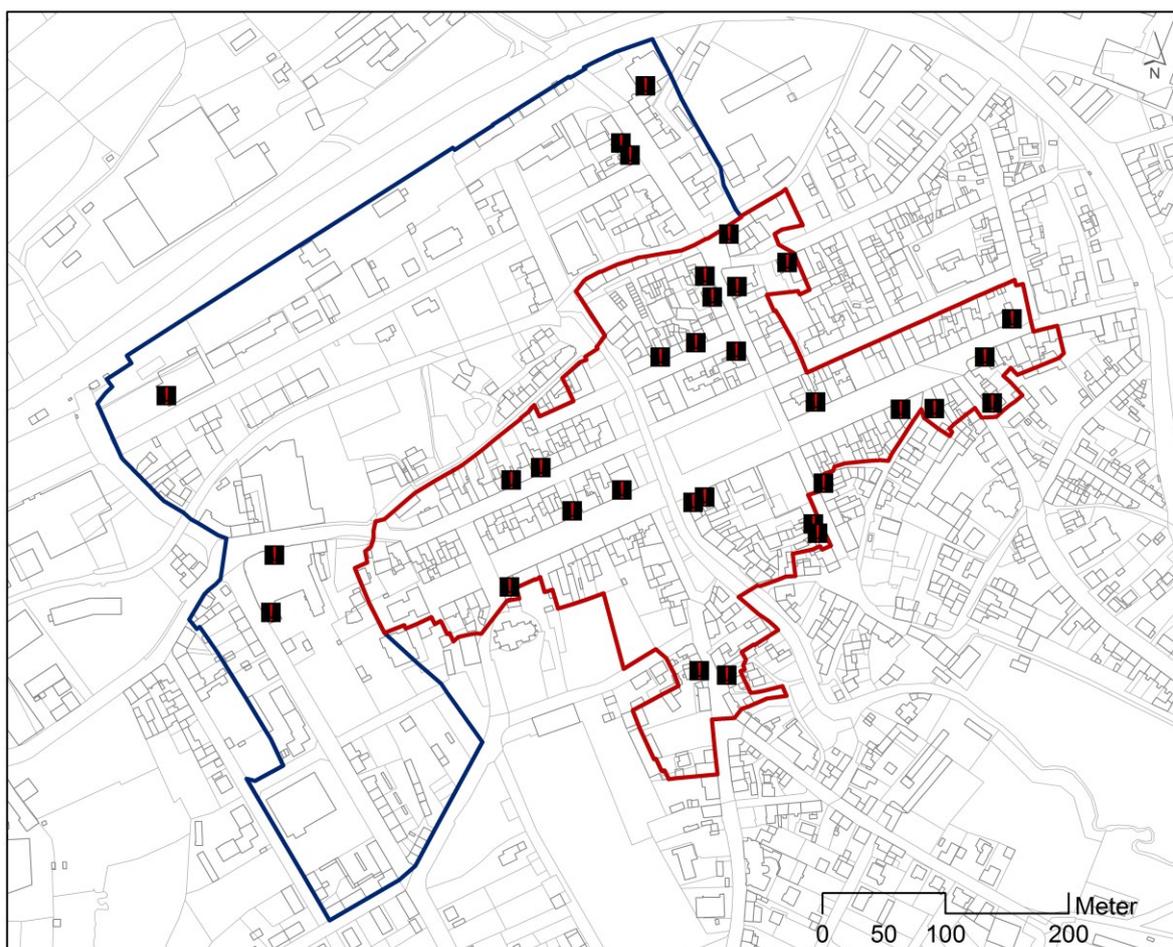


- Obwohl eine gewisse Fluktuation, inkl. einer temporären Leerstandsbildung, durchaus in innerstädtischen Standortbereichen üblich ist, stellen die innerstädtische Leerstandsproblematik in der Innenstadt Rehaus und die sich daraus ergebenden Folgen – v.a. Frequenzverlust, sich zunehmend verschlechternder Gebäudezustand etc. – ein ernst zu nehmendes Problemfeld dar, das es (weiter) aktiv zu bekämpfen gilt. Dies gilt umso mehr, als die Leerstandsproblematik bereits 2011 ein Problem darstellte, seither jedoch nur bedingt Fortschritte festzustellen sind. Die Zahl der Leerstände hat sich seit 2011 zwar ein wenig reduziert, stellt aber nach wie vor eine merkliche Beeinträchtigung dar. Aus diesem Grund sollte der Leerstandssituation weiter mit Nachdruck entgegen-gesteuert werden, damit die Innenstadt Rehaus nicht zusätzlich geschwächt wird, sondern auch zukünftig als vitaler und anziehungsstarker Einzelhandels-, Wirtschafts- und

Freizeitstandort mit hoher Treffpunktfunktion wahrgenommen werden kann. Eine Intensivierung des Leerstandsmanagements und der begonnenen Aufwertungsmaßnahmen inklusive der Schaffung moderner Geschäftsflächen – speziell auch für einzelhandelsergänzende Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe<sup>63</sup> – anzuraten.

## Gewerbliche Leerstände in der Innenstadt

Einzelhandelskonzept Stadt Rehau



- Innenstadt
- Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011)
- Leerstand

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

<sup>63</sup> Diese führen zu wichtigen Austausch- und Synergieeffekten und wirken sich so deutlich positiv auf den Standortbereich Innenstadt aus – gerade in den heutigen Zeiten, in denen der Einzelhandel zu einem nicht unwesentlichen Anteil auch online stattfindet und der innerstädtische Angebotsbestand daher noch deutlicher als früher durch attraktive Komplementärangebote ergänzt werden muss.

- ▶ Positiv hervorzuheben ist, dass ein großer, ehemaliger Leerstand in Innenstadtnähe durch Geyer Schuhe+Textilien nachbesetzt werden konnte. Durch das attraktive Angebot dieses Anbieters sowie auch durch seine Flächengröße konnte eine deutliche Aufwertung erreicht werden. Ähnliches gilt z.B. auch für ein Gebäude am Maxplatz, in dem jetzt eine Kinder- und Jugendärztin untergebracht ist und somit ein zentraler innerstädtischer Leerstand behoben werden konnte.
  
- ▶ **Die bestehende Leerstandsproblematik und die sich daraus ergebenden Folgen – v.a. Gebäudezustand, Erscheinungsbild Innenstadt, Ausstrahlungskraft, Kundenakzeptanz – stellen in der Innenstadt Rehaus ein nach wie vor ernst zu nehmendes Aufgabenfeld dar. Daher sollte im Rahmen des Leerstandsmanagements weiter aktiv daran gearbeitet werden, betroffene Immobilien zu renovieren bzw. in einen zeitgemäßen, vermarktbaren Zustand zu bringen und nach und nach eine standortgerechte Folge- bzw. zumindest Übergangsnutzung zu finden.**



#### 4.3.4 Qualität der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien in der Innenstadt

Erscheinungsbild und Flair sind neben dem bestehenden Angebotsmix für viele Kunden wichtige Kriterien für den Besuch und auch das Einkaufen in einer Innenstadt. Fehlt eine gewisse Aufenthaltsqualität werden Innenstädte i.d.R. nicht nur erkennbar weniger häufig besucht, die Aufenthaltszeit ist meist auch deutlich kürzer. Neben dem öffentlichen Raum, der möglichst attraktiv, einladend und zeitgemäß gestaltet sein sollte, stellen in diesem Zusammenhang insbesondere auch defizitäre Immobilien – in funktionaler, gestalterischer oder qualitativer Hinsicht – bedeutende, aber oftmals nicht ausreichend beachtete Hindernisse auf dem Weg zu einer attraktiven, von Bewohnern wie Besuchern geschätzten Innenstadt dar. Infolgedessen können Innenstädte ihr bestehendes Potenzial hinsichtlich Anziehungskraft und letztendlich auch Kundenzuspruch oft nicht voll ausschöpfen.

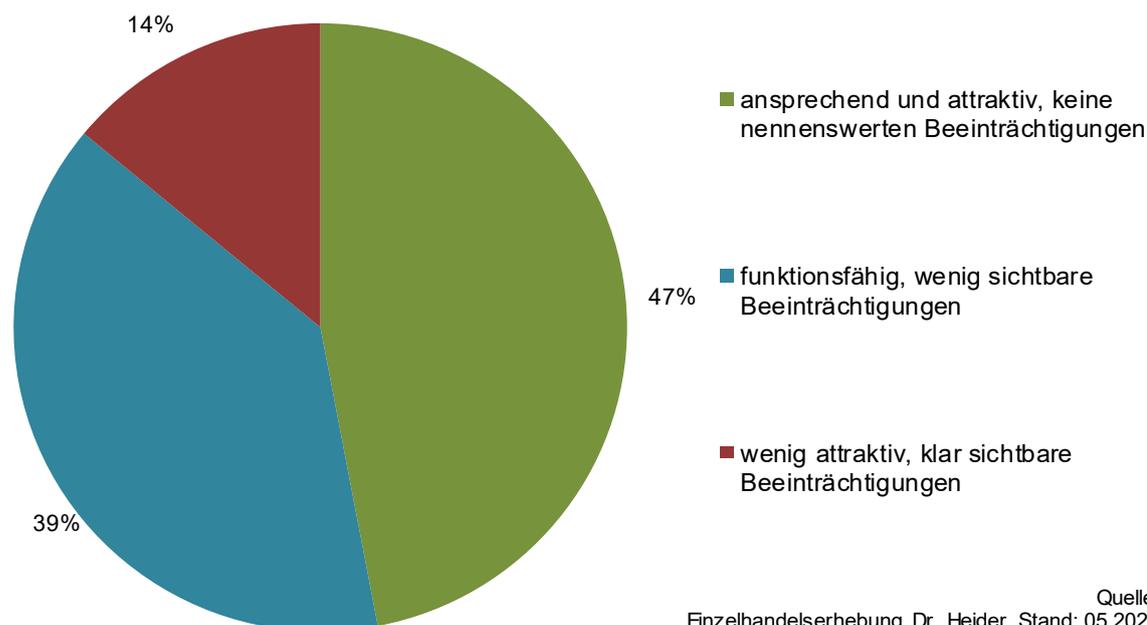
Im Rahmen dieser Analyse erfolgte auch eine **gebäudeweise Bewertung des Erscheinungsbildes der in der Innenstadt Rehaus vorhandenen gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien**. Hauptbewertungsaspekt waren dabei die Fassadengestaltung sowie der optische Eindruck des Fassadenzustandes der bewerteten Immobilien. Die Ergebnisse stellen sich zusammengefasst folgendermaßen dar:

- ▶ Das äußere Erscheinungsbild der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien in der Innenstadt Rehaus ist insgesamt betrachtet als recht ordentlich einzustufen. Eine Reihe von Immobilien weist eine teils sehr ansprechende, historische "Grundsubstanz" auf, die vielfach gut erhalten und renoviert ist. Hinzu kommen ansprechende Neu- bzw.

Umbauten. Dementsprechend ist oftmals ein überwiegend guter Gesamteindruck festzustellen, wenngleich es durchaus erkennbare Niveauunterschiede zwischen den verschiedenen Immobilien gibt und nicht durchwegs grundsätzlich bestehende Potenziale komplett ausgeschöpft werden.

- ▶ Ein Großteil (ca. 47%) der bewerteten Geschäftsimmobilien verfügt daher über ein recht ansprechendes Erscheinungsbild, einzelne Immobilien fallen aufgrund ihrer besonders gelungenen Gestaltung dabei positiv ins Auge. Dies kann als sichtbares Ergebnis bereits vollzogener Renovierungs-/Modernisierungsmaßnahmen gewertet werden.
- ▶ Sichtlich beeinträchtigte und auffallend unansehnliche Immobilien sind jedoch ebenfalls vorhanden, was sich zumindest auf deren Nahumfeld nachteilig auswirkt. Rund 14 Prozent der Immobilien weisen dabei mehr oder weniger deutliche Beeinträchtigungen am Renovierungszustand oder in der Fassadengestaltung auf (z.B. abbröckelnder Putz, wenig ansprechende Farbgestaltung, nicht mehr zeitgemäße Schaufenster-/Frontgestaltung etc.).
- ▶ Mehr oder weniger durchschnittlich einzustufende Immobilien mit nur wenigen sichtbaren Mängeln/Beeinträchtigungen machen weitere etwa 39% des Bestandes aus. Ihr Erscheinungsbild ist bis auf kleinere "Abnutzungsschäden" überwiegend ordentlich, sie fallen weder besonders positiv noch besonders negativ auf.

### Qualitätsbewertung der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien in der Innenstadt Rehaus



- ▶ Als Fazit und Empfehlung bleibt festzuhalten: Zumindest besonders augenscheinliche Mängel sollten möglichst zeitnah beseitigt und bestehende Potenziale, trotz eines insgesamt vergleichsweise guten Renovierungs-/Modernisierungszustandes, noch besser ausgeschöpft werden. Ziel muss es sein, weiter am äußeren Erscheinungsbild der Rehauer Innenstadt zu arbeiten und so das bereits heute **in weiten Teilen recht gute Gesamterscheinungsbild** nicht nur zu erhalten, sondern schrittweise weiter aufzuwerten. Hierfür ist es nötig, nach wie vor bestehende Immobilien mit augenscheinlichen Mängeln aufzuwerten, umfassend zu modernisieren bzw. im Einzelfall ggf. auch zu ersetzen. Eine **Fortsetzung der erkennbar stattgefundenen Immobilienaufwertung in der Innenstadt Rehaus** sollte zur weiteren Steigerung der Attraktivität des Gesamterscheinungsbildes daher unverändert fortgeführt und unterstützt werden.

#### 4.3.5 Ladenqualität der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt

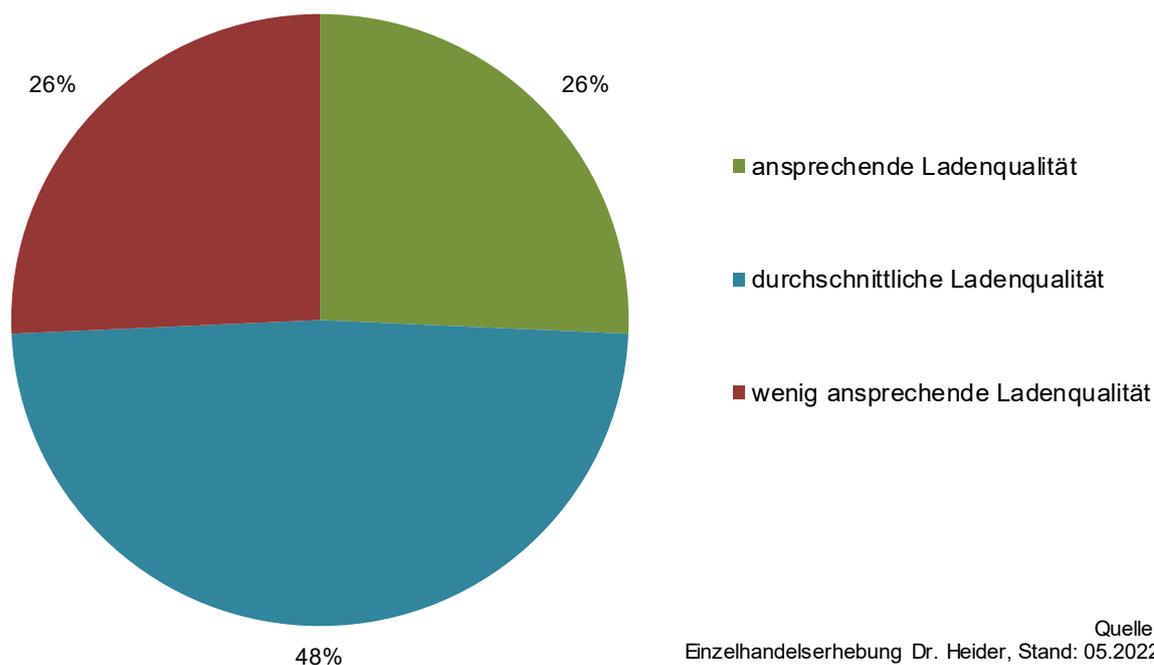
Die Ladenqualität stellt neben dem eigentlichen Angebot (Ware und Beratung) i.d.R. ein ebenfalls wichtiges Kriterium für oder gegen einen Einkauf in einem Laden/Geschäft dar. Gerade in Kleinstädten mit ausgeprägter regionaler Wettbewerbsposition, wie dies auch bei Rehau der Fall ist, ist in Folge geringerer Kundenfrequenzen und teils auch Umsätzen die Gefahr oftmals höher, dass durch ausbleibende Investitionen in das Ladendesign bzw. in den Geschäftsauftritt ein schrittweiser und zunehmend sichtbarer Niedergang erfolgt – was gerade auch deshalb vermieden werden sollte, da Kunden umfangreiche Vergleichsmöglichkeiten und dementsprechend üblicherweise auch gewisse Ansprüche an das Erscheinungsbild eines Ladens haben.

Zur Einschätzung der Ladenqualität des Rehauer Innenstadthandels wurde eine Sichtbewertung durchgeführt. Als Kriterien dienten die **Schaufenstergestaltung, die Außenwerbung sowie die Innengestaltung und Warenpräsentation der bestehenden Einzelhandelsbetriebe**. Bei Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben ist eine Bewertung des Innenzustandes bzw. der Warenpräsentation der Betriebe einerseits teils von eher untergeordneter Bedeutung und andererseits zudem oft nur eingeschränkt möglich und sinnvoll.

- ▶ Bei der Ladenqualität zeigt sich ein **relativ durchwachsenes Bild**. (Nur) bei gut einem Viertel der Betriebe (ca. 26%) kann von einem vergleichsweise ansprechenden, modernen Ladenauftritt gesprochen werden. Die Läden sind freundlich gestaltet und können als einladend eingestuft werden. Sie hinterlassen einen überwiegend positiven Eindruck und sind als überdurchschnittlich attraktiv zu bewerten.
- ▶ Rund 48% der Betriebe sind als "üblicher Durchschnitt" einzustufen. Die Ladengestaltung sowie die Warenpräsentation sind als weitgehend marktgerecht einzustufen, besonders auffallende "Highlights" können aber nicht ausgemacht werden.

- Erkennbar verbesserungsbedürftig ist u.E. rund ein Viertel (ca. 26%) der Läden gestaltet. Speziell die Schaufenstergestaltung und die Innenraumgestaltung inklusive der Warenpräsentation mussten dabei häufig als vergleichsweise unattraktiv und wenig ansprechend eingestuft werden. Es besteht somit **erkennbares Aufwertungspotenzial/-bedarf**, um den Eindruck der Kunden bzgl. des Ladens / der Ladenqualität zu verbessern. Standortverdichtungen un- bzw. wenig attraktiver Läden gibt es dabei nicht, vielmehr sind die betreffenden Betriebe quer über die gesamte Innenstadt verstreut. Qualitätssteigerungen bei den betreffenden Betrieben würden nicht nur diesen individuell verbessern, sondern zu einer Steigerung des Gesamteindruckes der Innenstadt beitragen und so letztendlich einen wichtigen Baustein zur Angebotsstärkung und Steigerung der Anziehungskraft der gesamten Innenstadt Rehaus liefern.

### Ladenqualität der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt Rehaus



#### 4.3.6 Barriersituation der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien

Ein zunehmend wichtiger werdender Aspekt in unseren Städten und Gemeinden stellt die Barrierefreiheit dar. Dabei geht es nicht nur um eine möglichst barrierearme bzw. barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raumes, sondern auch um eine ungehinderte, barrierefreie Zugänglichkeit öffentlicher wie auch gewerblich genutzter Gebäude. Dies gilt umso mehr, als im Hinblick auf den fortschreitenden, demografischen Wandel die Wichtigkeit des Aspektes 'Barrierefreiheit' stetig weiter zunehmen wird. Ähnliches gilt aber auch in Bezug auf eine angemessene Zugänglichkeit mit Kinderwägen, womit letztendlich auch ein familienfreundliches Image und damit ggf. auch ein wichtiges Abgrenzungsmerkmal erreicht werden kann.

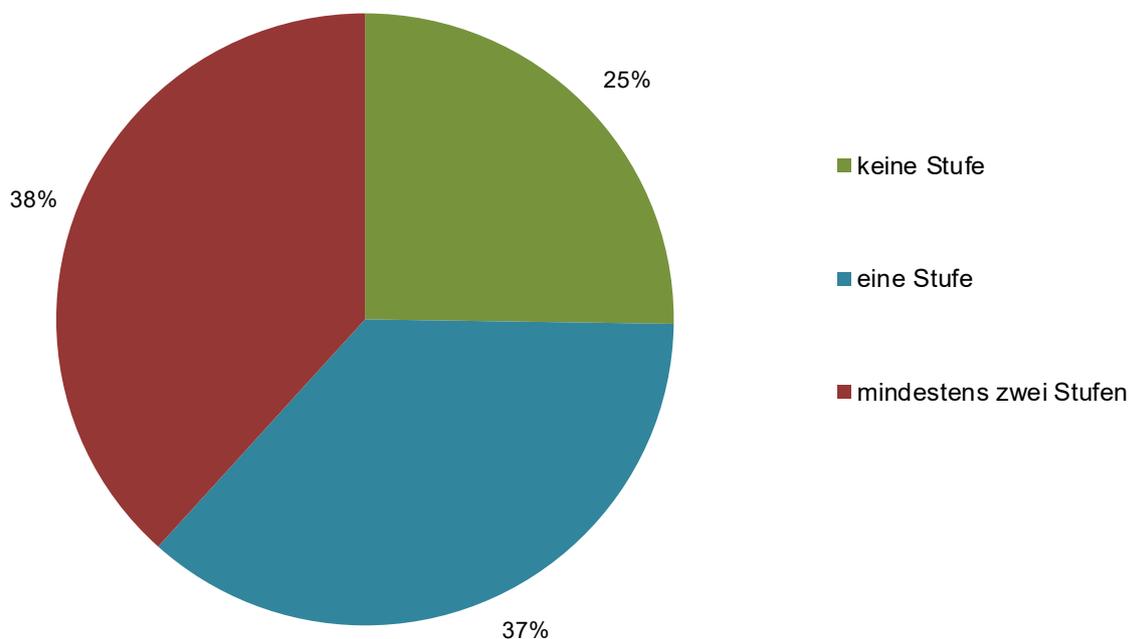
Im Rahmen dieser Untersuchungen wurde auch die **Zugänglichkeit der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien in der Innenstadt Rehaus** analysiert. Konkret wurde dabei insbesondere die Zahl der zu überwindenden Stufen bei Eintritt in ein gewerblich genutztes/nutzbare Gebäude aufgenommen. Die Erfassung fand dabei in drei Kategorien statt: keine (nennenswerte<sup>64</sup>) Stufe, eine Stufe bzw. zwei oder mehrere Stufen. Während ein ebener Eintritt bzw. zumindest eine Rampe eine ungehinderte Zugänglichkeit gewährleistet, sind Gebäuden mit zwei oder mehr Stufen deutliche Zugangsbarrieren zu konstatieren, die einen ungehinderten Eintritt für einzelne Bevölkerungsgruppen (v.a. Familien mit Kinderwägen, ältere und/oder gehbehinderte Menschen, ggf. mit Rollstuhl oder Rollator) deutlich erschweren, teils sogar kaum noch ermöglichen.

- ▶ In der Innenstadt Rehaus stellt sich die Zugänglichkeitssituation – teils auch topografisch bedingt – wechselhaft dar: nur ein Viertel der gewerblich genutzten/nutzbaren Immobilien weist einen barrierefreien oder zumindest weitestgehend barrierefreien Zugang ohne Stufen bzw. nur mit einer minimalen Stufe im Eingangsbereich auf. Beim Zutritt zu den Betrieben/Nutzungen in diesen Gebäuden besteht somit keine bzw. zumindest keine nennenswerte Zugangsbarriere im Eingangsbereich.
- ▶ Ca. 38% verfügt demgegenüber über mindestens zwei Stufen am Eingang. Dies bedeutet, dass bei mehr als jedem dritten Zugang zu von Einzelhandel oder Komplementärangeboten genutzten bzw. nutzbaren Immobilien für einzelne Personengruppen (v.a. Eltern mit Kinderwägen, Ältere und physisch Beeinträchtigte) deutliche Zugangsbarrieren überwunden werden müssen.
- ▶ Hinzu kommen zahlreiche Gebäude (ca. 37%) mit einer Stufe am Eingang, womit zumindest kleinere Zugangshürden bestehen.

---

<sup>64</sup> Maximal einige Millimeter.

### Zugänglichkeit der gewerblich genutzten bzw. nutzbaren Immobilien in der Innenstadt Rehaus



Quelle:  
Einzelhandelserhebung Dr. Heider, Stand: 05.2022

- Im Ergebnis heißt dies: **nur ein begrenzter Teil der Betriebe bzw. gewerblich genutzten Immobilien weist einen barrierefreien Zugang ohne Stufen und damit auch ohne nennenswerte Zugangsbarrieren auf.** Bei einem Großteil der Betriebe bzw. Immobilien, konkret bei drei Viertel der Zugänge zu von Einzelhandel oder Komplementärangeboten genutzten bzw. nutzbaren Immobilien, bestehen für einzelne Personengruppen mehr oder weniger deutliche Zugangsbarrieren. Hinzu kommt, dass auch nur bei eher wenigen Betrieben Geländer/Handläufe als Zugangshilfen bestehen, die den Zutritt für einzelne Personengruppen (v.a. ältere und/oder gehbehinderte Menschen) zumindest etwas erleichtern würden.

Hinsichtlich des Themas "Barrierefreiheit" ist somit noch **deutlicher Handlungsbedarf** zu erkennen. Wo die Schaffung eines ebenen Zugangs aufgrund baulicher oder sonstiger Gegebenheiten nicht unmittelbar umsetzbar ist, sollte zumindest die Vereinfachung des Zutritts durch die Anbringung eines Geländers oder eine (ggf. mobile) Rampe überdacht werden. So kann das Thema "Barrierefreiheit" in der Innenstadt Rehaus umfassend bzw. zumindest besser als bisher gelöst werden.

- ▶ **Eine hohe Ladenqualität und eine attraktiv gestaltete, gut renovierte Immobilie sowie eine unproblematische Gestaltung der Geschäftszugänge haben neben der eigentlichen Besatzstruktur und Besatzdichte positive Auswirkungen auf die Funktionalität eines Zentrums bzw. einer Innenstadt. Leerstände, Ladengeschäfte unterdurchschnittlicher Qualität sowie Beeinträchtigungen an der Immobilie bzw. deren Zugänglichkeit stellen hingegen bedeutende Negativfaktoren dar und schmälern die Funktionalität des Einzelhandels- und Geschäftsstandortes Innenstadt. Da bei Kunden oftmals bereits einzelne unattraktive Läden bzw. Geschäftsbetriebe einen negativen Gesamteindruck hinterlassen, führen Qualitätssteigerungen jedes einzelnen Betriebes zu einer Steigerung des positiven Gesamteindrucks des gesamten Standortbereiches.**

**Die Innenstadt Rehaus weist trotz teils erkennbarer funktionaler Mängel ein breit gestreutes Angebot aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und weiteren Komplementärangeboten auf. Das städtebauliche Umfeld, in dem sich der Innenstadtbetrieb präsentiert und auch der Marktauftritt einzelner Betriebe kann vielfach als recht ansprechend eingestuft werden. Dennoch sind weiterhin klare Verbesserungspotenziale zu erkennen, um den aktuellen Markt- und Kundenanforderungen besser gerecht werden zu können. Ein möglichst breites und attraktives Angebot sind ebenso wie eine ansprechende Außenpräsentation und ein kundenorientierter Marktauftritt der Einzelhandelsbetriebe sowie der weiteren kundenbezogenen Einrichtungen die entscheidenden Faktoren sich standortgerecht und zeitgemäß zu präsentieren und die Innenstadt Rehaus auch zukünftig als starken Einzelhandels-, Versorgungs- und Gewerbestandort im sich stetig verschärfenden Wettbewerb zu erhalten. ◀**

## 4.4 Lebensmitteleinzelhandel und Nahversorgung

Die Nahversorgungssituation bzw. speziell der Besatz mit Lebensmittelanbietern (d.h. Lebensmittelmärkten, -handwerksbetrieben und -spezialanbietern<sup>65</sup>) in der Stadt Rehau kann zum Erhebungszeitpunkt folgendermaßen beschrieben werden:

- ▶ Es sind **20 Anbieter mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittelbereich** vorhanden. Hinzu kommen einzelne weitere Anbieter (z.B. Drogeriemarkt, Buchhandlung), die Lebensmittel als nennenswertes Teilsortiment anbieten. Die Gesamtverkaufsfläche im Lebensmittelbereich<sup>66</sup> beträgt **ca. 5.730 m<sup>2</sup>**, was nahezu der Hälfte (ca. 49%) des gesamtstädtischen Einzelhandelbestandes entspricht.
- ▶ Wesentliche Anbieter stellen die filialisierten Lebensmittelmärkte (Rewe, Edeka, Aldi, Netto, Norma) mit ihrem umfassenden Lebensmittelangebot dar. Ein Bioladen (Bio-Korner), zwei Getränkemärkte (Markgrafen, Rewe), mehrere Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker, Metzger) sowie einzelne Spezialanbieter (z.B. Angels Share) verbreitern das Angebot und runden es qualitativ ab. Hinzu kommt ein Tankstellenshop sowie, wie bereits beschrieben, verschiedene weitere Betriebe, die Lebensmittel als untergeordnetes Rand-/Teilsortiment anbieten.
- ▶ Im **Vergleich zum Einzelhandelsentwicklungskonzept 2011** sind insbesondere die seither erfolgte Neuansiedlung eines Supermarktes mit angeschlossenem Getränkemarkt (Rewe an der Hirschberger Straße)<sup>67</sup> im Südwesten der Kernstadt sowie auch die Verlagerung zweier bereits vorher bestehender Lebensmitteldiscounter (Netto und Norma) anzuführen. Die drei Projekte trugen dazu bei, **das Lebensmittelangebot auszubauen und die Nahversorgungssituation zu stabilisieren und zu stärken.**
- ▶ Standorträumlich differenziert befinden sich sechs Anbieter mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel in der **Innenstadt**. Dabei handelt es sich durchwegs um Kleinflächenanbieter: ein Bioladen, jeweils zwei Bäckereien bzw. Metzgereien sowie ein Anbieter für Spirituosen und Zigarren. Die innerstädtischen Lebensmittelanbieter stammen damit durchwegs aus dem Lebensmittelspezial- und -handwerksbereich. Daneben weisen ein Drogeriemarkt sowie eine Buchhandlung ein mehr oder weniger großes Lebensmittel-/Feinkost-Teilsortiment auf. Einzelne Betriebe mit einem (minimalen)

<sup>65</sup> Wie z.B. Getränkemärkte, Bio-/Spezialitätenanbieter.

<sup>66</sup> Ohne Nonfood-Verkaufsflächen der Lebensmittelmärkte (z.B. Drogerie- oder Tiernahrungsrandsortiment), aber inkl. des Food-Teilsortimentes von Nonfood-Anbietern (z.B. Drogeriemarkt).

<sup>67</sup> Die Neuansiedlung des Rewe-Marktes schloss die durch die Standortaufgabe des bis 2009 an der Ahorner Straße ansässigen Rewe-Marktes bedingte Versorgungslücke. Eine Nachfolgenutzung an der Ahorner Straße durch einen Rossmann-Drogeriemarkt wurde aus städtebaulichen Gründen nicht gewünscht, um die Ansiedlung des Rossmann in der Ludwigstraße im städtebaulich priorisierten 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' zu erreichen. Der ehemalige Lebensmittelmarktstandort an der Ahorner Straße dient seit November 2019 der Gewog Wohnungsbaugesellschaft mbH der Stadt Rehau als Verwaltungszentrale mit Werkstätten.

Lebensmittelzusatzsortiment ergänzen das innerstädtische Lebensmittelangebot. Einen (größeren) Lebensmittelmarkt gibt es in der Innenstadt nicht. Damit kann die innerstädtische Lebensmittel-/Nahversorgung zwar qualitativ als recht gut eingestuft werden, eine Vollversorgung besteht – auch unter Berücksichtigung des mittwochs und samstags stattfindenden Wochenmarktes – jedoch nicht. Hierfür sind die großen Lebensmittelmärkte im weiteren Stadtgebiet außerhalb der Innenstadt aufzusuchen. Dem ergänzend ist anzumerken, dass durch das Fehlen eines größeren innerstädtischen Lebensmittelmarktes auch ein wichtiger Frequenzbringer fehlt, von dem die Innenstadt unmittelbar profitieren könnte. Allerdings ist positiv, dass unweit westlich der Innenstadt, mit einem Supermarkt (Edeka) und einem Lebensmitteldiscounter (Netto), zwei große Lebensmittelmärkte ansässig sind, denen eine Kundenzuführungswirkung auch zur Innenstadt konstatiert werden kann. Ähnliches gilt nachgeordnet auch für einen ebenfalls dort befindlichen Getränkemarkt (Markgrafen).

- ▶ Neben den innerstädtischen Kleinflächenanbietern sowie den beiden genannten Lebensmittelmärkten in Innenstadtnähe erfüllen ein weiterer Lebensmitteldiscounter (Norma) unweit östlich der Innenstadt in unmittelbarer **Wohngebietslage** sowie zwei weitere, zumindest angrenzend bzw. in der Nähe von größeren Wohngebieten befindliche Lebensmittelmärkte (Rewe und Aldi) eine ebenfalls wichtige, mehr oder weniger stark ausgeprägte wohnortnahe Versorgungsfunktion. Auch wenn die Nahversorgungsbedeutung einzelner Märkte lagebedingt begrenzt ist (v.a. Aldi), kann allen großen Lebensmittelmärkten eine grundsätzliche Nahversorgungsbedeutung eingeräumt werden. Eine wichtige gesamtstädtische bzw. oft auch eine über Rehau hinausgehende Versorgungsbedeutung kommt diesen Betrieben zudem in jedem Fall zu. Mehrere kleinere Lebensmittelanbieter (meist Lebensmittelhandwerksbetriebe) in wohngebietsnaher Streulage komplettieren das Angebot der großen Lebensmittelmärkte und runden so die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in der Kernstadt ab.
- ▶ Im Ergebnis kann eine **in weiten Teilen recht gute, wohnortnahe Lebensmittel-/Nahversorgung**<sup>68</sup> konstatiert werden. Viele Bereiche der dicht bewohnten Kernstadt, inklusive der Innenstadt, sind (fußläufig) gut versorgt. Speziell für den nördlichen Kernstadtbereich sowie auch für die Stadtteile außerhalb der Kernstadt gilt dies hingegen nicht; hier sind – trotz eines gesamtstädtisch relativ ausgeprägten Angebotes – **Nahversorgungslücken** auszumachen. Dies gilt umso mehr, als dort gar keine Grund-/Minimalversorgung vorhanden ist und sogar kleinflächige Anbieter bzw. Lebensmittelhandwerksbetriebe fehlen (vgl. nachfolgende Karten).
- ▶ Ein Ausbau der Nahversorgungsangebote in den unterversorgten Bereichen wäre aus versorgungsstruktureller Sicht zwar grundsätzlich anzustreben, wenngleich dies aus ökonomischer Sicht standort- bzw. lage- und größenbedingt eher unrealistisch ist. Das

---

<sup>68</sup> Durch einen ausreichend großen Lebensmittelmarkt (> 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit einem entsprechend umfassenden und differenzierten Lebensmittelangebot gewährleistet. Kleinere Lebensmittelanbieter sowie (ggf. auch große) Lebensmittelspezialanbieter, wie v.a. Getränkemarkte, können demgegenüber allein noch keine ausreichende (Nah-)Versorgung aufbieten.

Lebensmittelangebot bzw. die Lebensmittelausstattung Rehaus ist in der Gesamtbeurteilung als durchaus angemessen einzustufen. Ein Mangel bzw. gar eine Unterversorgung sind gesamtstädtisch betrachtet nicht festzustellen.

- Zur Verbesserung der Versorgungssituation in den unterversorgten Bereichen ist am Ehesten ein Ausbau der mobilen Versorgung bzw. die Einführung eines Lieferservices ortsansässiger Betriebe denkbar.

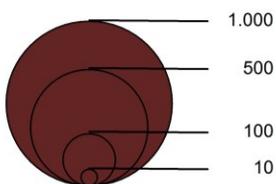
### Lebensmitteleinzelhandel im Stadtgebiet

Einzelhandelskonzept Stadt Rehau



- Innenstadt
- Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011)

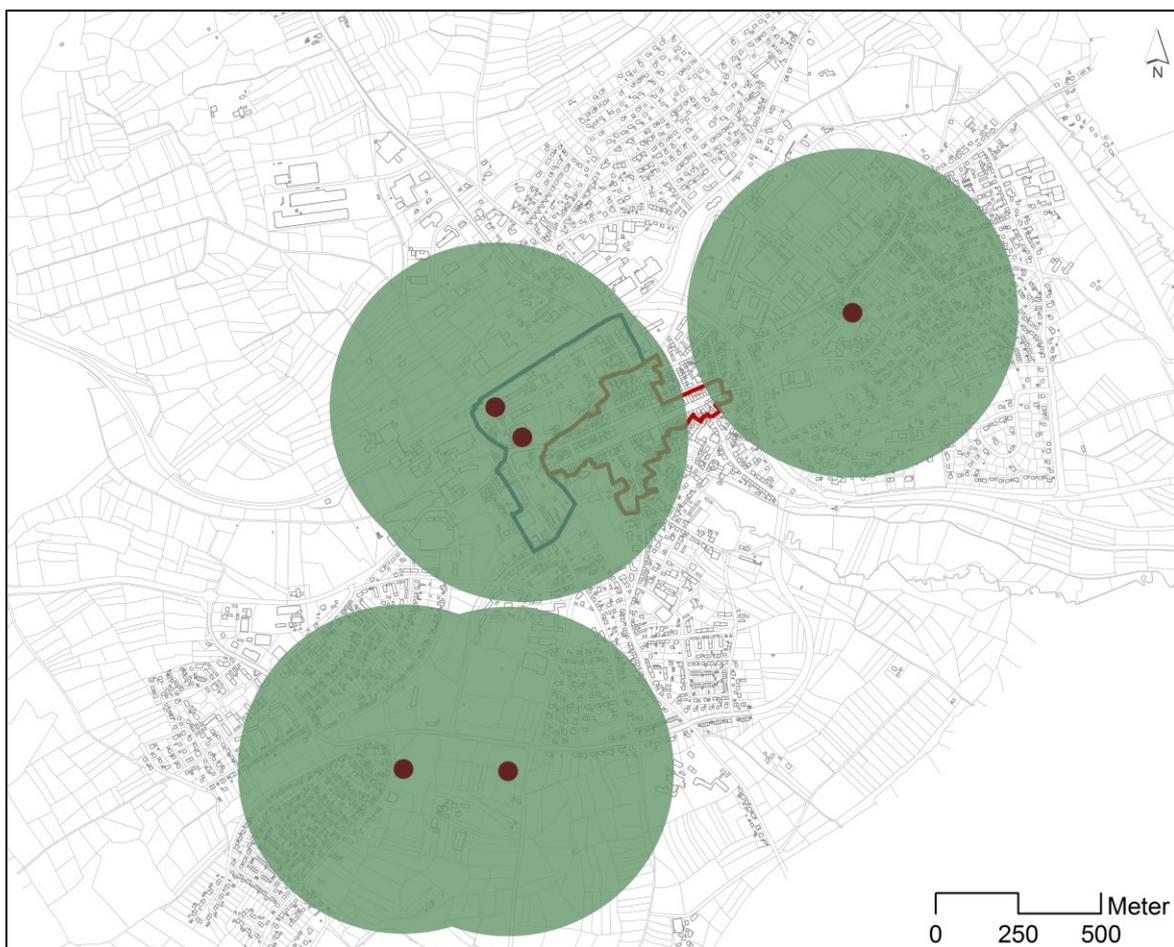
#### Verkaufsfläche der Lebensmittelbetriebe in m<sup>2</sup>



Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

## Nahversorgungssituation im Stadtgebiet

Einzelhandelskonzept Stadt Rehau



- Innenstadt
- Innenstadtergänzungszone (Abgrenzung 2011)
- Lebensmittelmärkte ab 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- fußläufiger Einzugsbereich (Luftliniendistanz 500m)

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022



- ▶ **Rehau verfügt über ein recht gutes und angemessen differenziertes Lebensmittelangebot zur Versorgung der eigenen Bevölkerung wie teils auch der des näheren Umlandes. Räumlich sind bei der Nahversorgung zwar im Stadtgebiet teilweise Lücken festzustellen, ein weitergehender Ausbau der Nahversorgung stößt jedoch an Grenzen der Tragfähigkeit, daher sollte primär ein Erhalt der bestehenden Anbieter angestrebt werden. Modernisierungen, ggf. auch verbunden mit einem marktgerechten Ausbau, bestehender Anbieter wären grundsätzlich sinnvoll. ◀**

## 5 Entwicklungspotenziale

Die Analyse der bestehenden Einzelhandelsstruktur hat aufgezeigt, dass in der Stadt RehaU in Anbetracht der regionalen Wettbewerbssituation und unter Berücksichtigung des Onlinehandels ein zwar vergleichsweise stark auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtetes Angebot besteht, das aber im Wesentlichen markt- und standortgerecht ist. Eine gute und angemessene Versorgung ist speziell im nahversorgungsorientierten, kurzfristigen Bedarfsbereich<sup>69</sup> gesichert, aber auch im mittel- und langfristige Bedarfsbereich besteht ein zwar flächenmäßig begrenztes, aber dennoch differenziertes, alle Warenbereich umfassendes Warenangebot.

Bei der Ermittlung realistisch vorhandener Ausbaumöglichkeiten im Einzelhandel sind neben dem bestehenden Besatz und den daraus abzuleitenden Branchen-/Besatzlücken auch die bestehende bzw. zu erreichende Anziehungs-/Ausstrahlungskraft, der Einzelhandelsbesatz und die Versorgungsfunktion der Städte/Zentren in der Region, die voraussichtlich weiter zunehmende Bedeutung des Onlinehandels sowie auch der aus der prognostizierten rückläufigen Einwohnerentwicklung<sup>70</sup> entstehende Bedarf zu berücksichtigen. Unter Berücksichtigung der bestehenden Standort-/Wettbewerbsbedingungen und Marktanforderungen (inkl. des potenziell weiter an Bedeutung gewinnenden Onlinehandels) erscheint ein größerer Ausbau des Einzelhandelsbesatzes somit wenig realistisch – zumal unter Beachtung des bereits genehmigten, rechtsverbindlichen Verkaufsflächen- und Sortimentsausbaus im laufenden ersten Bauabschnitt des nahe gelegenen 'Outlet Centers Selb'<sup>71</sup>. **In RehaU können aus heutiger Perspektive dementsprechend keine nennenswerten Ausbau-/Ergänzungspotenziale festgestellt werden.** Die Marktpotentiale sind unter Ansatz durchschnittlich bzw. üblicherweise erreichbarer Abschöpfungsquoten und realistisch erwartbarer Besatzstrukturen weitgehend ausgeschöpft.<sup>72</sup> Die zukünftige Flächenentwicklung im Einzelhandel sollte sich daher primär auf eine Sicherung des Bestandes inklusive einer marktgerechten Modernisierung und ggf. auch moderaten, innenstadt- und (nah-)versorgungsstrukturell verträglichen Erweiterung bestehender Anbieter konzentrieren.

Eine völlige Stagnation der Flächenentwicklung, d.h. eine Beibehaltung des Status-Quo, stellt dennoch kein primär anzustrebendes Ziel dar, da damit eine Modernisierung des Bestandes und eine Anpassung des Angebotes an sich ändernde Kundenansprüche von vornherein ausgeschlossen wären. Zum Erhalt bzw. sogar zu einer Verbesserung der Marktposition sind zusätzliche Verkaufsflächen bzw. Anbieter – trotz begrenzter Marktpotentiale – grundsätzlich möglich und sinnvoll. Diese kommen besonders dann in Betracht,

<sup>69</sup> Dieser beinhaltet den Nahrungs- und Genussmittelbereich, den Drogeriewarenbereich sowie den Bereich Apotheke/medizinische Artikel.

<sup>70</sup> Vgl. Kap. 3.2.

<sup>71</sup> Vgl. Kap. 6 zum 'Outlet Center Selb'

<sup>72</sup> Dies schließt explizit nicht aus, dass es zu Ansiedlungswünschen/-anfragen kommen kann.

wenn damit aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht zu fördernde Standortbereiche aufgewertet und städtebauliche Ziele (v.a. Stärkung der Innenstadt, Verbesserung der Nahversorgung) erreicht werden können. Wesentliches Instrument dies zu erreichen, ist eine **Flächensteuerung der Einzelhandelsentwicklung basierend auf städtebaulichen Zielen**. Diese städtebaulich begründeten Steuerungsmaßnahmen der Einzelhandelsentwicklung dürfen nicht aus Konkurrenzschutz<sup>73</sup> erfolgen, sondern um städtebaulich bedeutsame Standortbereiche (v.a. die Innenstadt) zu schützen und nachhaltige Versorgungsstrukturen zu gewährleisten. Ein städtebaulich verträgliches Vorgehen soll also gewährleisten, 'wo' und 'nach welchen Kriterien' eine Weiterentwicklung des Einzelhandels stattfindet, darüber hinaus aber keinen Wettbewerb verhindern.

Begrenzte Ausbaumöglichkeiten sind grundsätzlich auch für den Dienstleistungs-/Komplementärbereich anzunehmen. Beim bestehenden Anbieterspektrum sind keine nennenswerten Lücken auszumachen, alle erwartbaren Anbieter sind im Wesentlichen vorhanden.

Sollten sich trotz des begrenzten Entwicklungspotenzials Ansiedlungsmöglichkeiten für Anbieter aus dem Einzelhandels- oder Dienstleistungs-/Komplementärbereich ergeben, so sollten diese insbesondere zur Stärkung der Innenstadt als zentralen Einzelhandels-, Gewerbe- und Versorgungsstandort bzw. nachgeordnet auch der lokalen Nahversorgung genutzt werden.

- ▶ **In RehaU können nach derzeitigem Stand keine nennenswerten Ausbau-/Ergänzungspotenziale im Einzelhandel festgestellt werden. Die Marktpotenziale sind unter Ansatz erreichbarer Abschöpfungsquoten und realistisch erwartbarer Besatzstrukturen weitgehend ausgeschöpft.<sup>74</sup> Sollten sich trotz des begrenzten Entwicklungspotenzials Ansiedlungsmöglichkeiten für Anbieter aus dem Einzelhandelsbereich ergeben, so sollten diese insbesondere zur Stärkung der Innenstadt als zentralen Einzelhandels-, Gewerbe- und Versorgungsstandort, bzw. im Lebensmittelbereich auch der lokalen Nahversorgung dienen. Die Innenstadtorientierung gilt auch für den einzelhandelsergänzenden Dienstleistungs-/Komplementärbereich. ◀**

---

<sup>73</sup> D.h. einen Bestandsschutz einzelner Betriebe.

<sup>74</sup> Dies schließt explizit nicht aus, dass es zu Ansiedlungswünschen/-anfragen kommen kann.

## 6 Auswirkungen des Outlet Center-Vorhabens in der Stadt Selb auf den Einzelhandel der Stadt Rehau – Konsequenzen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Rehau

Im 'Outlet Center Selb' in der nur wenige Kilometer südöstlich gelegenen und über die A93 gut zu erreichenden Stadt Selb bestehen derzeit rund 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf welchen v.a. GPK/Haushaltswaren und Heimtextilien sowie nachgeordnet auch Bekleidung und Schuhe/Lederwaren angeboten werden. Der komplette erste Bauabschnitt umfasst rund 11.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ist bereits genehmigt. Nach dessen Fertigstellung ist v.a. ein deutlicher Ausbau des (Sport-)Bekleidungs- und (Sport-)Schuhbereiches (inkl. Lederwaren) zu erwarten. Im aktuell geplanten zweiten Bauabschnitt sollen weitere ca. 10.270 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hinzukommen. Es ist von einem outletcentertypischen Angebotsmix aus 60-65% (Sport-)Bekleidung, 10-15% (Sport-)Schuhe/Lederwaren und ca. 20-30% verschiedenen weiteren, hauptsächlich innenstadtrelevanten Sortimenten (neben den bereits heute angebotenen Angebotsbereichen GPK/Haushaltswaren und Heimtextilien) auszugehen. Insgesamt sind bei Endausbau etwa 90-110 überwiegend klein- bis mittelflächige Outlet-Stores mit durchschnittlich ca. 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erwarten. Outletcentertypisch ist von einem mittel- bis höherpreisigem Angebotssegment auszugehen.<sup>75</sup>

Die aus Rehau und auch dem Rehauer Marktgebiet sehr gute Erreichbarkeit dieses bei kompletter Inbetriebnahme und unter Annahme eines marktüblichen Angebotsbesatzes als sehr attraktiv einzustufenden Outlet Center-Erweiterungsvorhabens in Selb lässt in der gesamten Region eine Neuausrichtung bestehender Einkaufsorientierungen erwarten. Umsatzumlenkungen zu Ungunsten auch des Einzelhandelsstandortes/-angebotes in Rehau können dabei ohne eine nähere Betrachtung nicht ausgeschlossen werden.

Aus baurechtlicher Sicht gilt: Das Outlet Center-Vorhaben ist mit der geplanten Verkaufsfläche ein großflächiger Handelsbetrieb i.S.d. § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 BauNVO, welcher den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt. Großflächige Handelsbetriebe, die sich nach Art, Lage und Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Das Erfordernis zur Ausweisung eines Sondergebietes dient dazu, dass keine Vorhaben entstehen, welche planungsrechtlichen Belangen entgegenstehen. Von diesen Belangen weisen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche gem. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und § 2 Abs. 2 BauGB besondere Relevanz für die Stadt Rehau auf.

---

<sup>75</sup> Vgl. hierzu auch entsprechende Angaben in: ecostra (2020): Auswirkungsanalyse in Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des in Betrieb befindlichen "Outlet Center Selb" in der Stadt Selb (LK Wunsiedel im Fichtelgebirge).

Aufgrund der vorliegenden Markt- und Standortverflechtungen sowie des überörtlich bzw. (über-)regional ausgelegten Betriebskonzeptes des Outlet Center-Vorhabens in Selb sind wesentliche Auswirkungen auch auf den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' von Rehau möglich bzw. zumindest nicht vorab auszuschließen. Um die Auswirkungen des geplanten 'Outlet Centers Selb' für die Stadt Rehau zu erfassen und geeignete Konsequenzen ziehen zu können, soll im Rahmen der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Rehau eine Analyse der zu erwartenden Auswirkungen des Selber Outlet Center-Vorhabens auf den Einzelhandel der Stadt Rehau, mit Vertiefung für den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' Rehaus, erfolgen. Wesentliche Bewertungsgrundlage stellt neben der erarbeiteten und in den vorstehenden Kapiteln dargestellten Einzelhandelsanalyse des Einzelhandelsstandortes Rehau bzw. speziell der Rehauer Innenstadt auch die von ecostra im Jahr 2020 erstellte 'Auswirkungsanalyse in Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des in Betrieb befindlichen "Outlet Center Selb" in der Stadt Selb (LK Wunsiedel im Fichtelgebirge)' dar.

In der 'Auswirkungsanalyse in Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des in Betrieb befindlichen "Outlet Center Selb" in der Stadt Selb (LK Wunsiedel im Fichtelgebirge)' wurde neben der Standortgemeinde Selb die Einzelhandelssituation speziell der im Umland bzw. im und angrenzend an das Einzugsgebiet des geplanten 'Outlet Centers Selb' gelegenen Mittel- und Oberzentrum – und damit auch Rehaus – untersucht und bewertet. Unter Berücksichtigung der geplanten Erweiterungsflächen des (bereits genehmigten) laufenden ersten und des geplanten (noch ungenehmigten) zweiten Bauabschnittes, einem zu erwartenden, outletcentertypischen Angebotsmix sowie der bestehenden Lage-, Angebots- und Wettbewerbssituation wurden die als plausibel anzunehmenden städtebaulichen Auswirkungen des geplanten 'Outlet Centers Selb' auf die zentralen Orte (speziell Mittel- und Oberzentren) und deren Innenstädte sowie die bestehenden Nahversorgungsstrukturen analysiert und bewertet. Zudem fand auch eine landesplanerische Einordnung des Outlet Center-Vorhabens statt. Fazit dieser gutachterlichen Untersuchung ist, dass die vorgesehenen Verkaufsflächenerweiterungen des 'Outlet Centers Selb' als wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und landesplanerisch/raumordnerisch verträglich einzuordnen sind. Die ermittelten Umverteilungsquoten gegenüber den Städten bzw. speziell auch Innenstädten im Untersuchungsraum seien zwar teilweise auf einem bereits höheren Niveau, aber unter zusätzlicher Betrachtung auch der absolut umzuverteilenden Beträge durchwegs verkraftbar und verträglich. Negative städtebauliche Auswirkungen könnten daher, so das Fazit der ecostra-Auswirkungsanalyse, ausgeschlossen werden. Ähnliches wird auch aus landesplanerischer/raumordnerischer Sicht konstatiert – wenngleich die in Bayern zugrunde zu legende Untersuchungssystematik dabei nicht ausreichend berücksichtigt wurde (Stichwort: zulässige Abschöpfungsquoten bzw. Verkaufsflächen).

Das geplante Vorhaben in Selb ist unter den für die landesplanerisch-raumordnerisch zu Grunde zu legenden Zielen des Landesentwicklungsprogrammes Bayern (LEP) für Einzelhandelsgroßprojekte folgendermaßen zu bewerten:

Lage im Raum (Z 5.3.1): die Stadt Selb ist als Oberzentrum ein geeigneter zentraler Ort für das geplante Vorhaben

Lage in der Gemeinde (Z 5.3.2): die Situierung des Vorhabens erfüllt die Anforderungen dieses Zieles an die städtebauliche Integration des Standortes

zulässige Verkaufsflächen (Z 5.3.3): die Erfüllung des Zieles an den aus landesplanerischen Anforderungen geeigneten sortimentspezifischen Umfang von Verkaufsflächen in diesem Einzelhandelsgroßprojekt, welcher die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung aufrechterhalten soll, wird vorliegend nicht erfüllt. Der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich des Oberzentrums Selb<sup>76</sup> mit 55.020 Einwohnern<sup>77</sup> führt dazu, dass die in einem FOC am Standort Selb laut LEP, gemäß der landesplanerischen Ermittlungsmethodik, zulässige Verkaufsfläche z.B. bei Bekleidung bei ca. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bei Schuhen bei ca. 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und bei Lederwaren bei ca. 120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich diese maximal zulässige Verkaufsfläche über alle am Standort des Vorhabens vorliegenden Verkaufsflächen des jeweiligen Sortimentsbereiches erstreckt. Der bereits genehmigte Ausbaustand des FOC in Selb übersteigt die gemäß LEP landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen in wesentlichen Sortimenten deutlich. Für den zweiten Bauabschnitt kann damit das Ziel 5.3.3 zulässige Verkaufsflächen gar nicht erfüllt werden.

Aus städtebaulicher Sicht wird für Rehau und dessen Innenstadt angesichts einer gemäß ecostra-Einschätzung sehr begrenzten projektrelevanten Angebotssituation - nicht nur in der Rehauer Innenstadt, sondern auch in der Gesamtstadt und darüber hinaus - auch aufgrund weitestgehend fehlender, direkter Konkurrenten (Stichwort: Preis-/Qualitätsniveau) von nur sehr geringfügigen Umsatzabzügen (jeweils weniger als 0,1 Mio. € pro untersuchter Teilbranche, also Bekleidung und Sportbekleidung, Schuhe und Lederwaren bzw. sonstige Sortimente)<sup>78</sup> und darauf aufbauend von Umverteilungswirkungen unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit ausgegangen. Dementsprechend wird eine städtebauliche Verträglichkeit gegenüber Rehau und der Rehauer Innenstadt konstatiert. Im Kap. 6.4.9 der ecostra-Auswirkungsanalyse heißt es diesbezüglich: *"Gegenüber dem Mittelzentrum Rehau (...) wird durch das Planvorhaben ein Umsatzabzug von ca. 0,1-0,2 Mio. € ausgelöst, was einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von ca. 1,8% entspricht. (...) In der Innenstadt von Rehau bewegen sich die Umsatzabzüge im Bereich von <0,1 Mio. €, sodass mögliche Wirkungen hier bereits nicht mehr nachweisbar sind. (...) Da die*

<sup>76</sup> Zusammen mit dem benachbarten, tschechischen Asch.

<sup>77</sup> Vgl. Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat Abteilung Landesentwicklung und Heimat: Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern, Stand: 01.02.2019.

<sup>78</sup> Vgl. ecostra (2020): Auswirkungsanalyse in Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des in Betrieb befindlichen "Outlet Center Selb" in der Stadt Selb (LK Wunsiedel im Fichtelgebirge), Tab. 25.

*Innenstadt von Rehau nur über ein sehr begrenztes projektrelevantes Angebot verfügt und die entsprechenden Betriebe meist im niedrigpreisigen Segment angesiedelt sind, bestehen hier nur marginale Wettbewerbsverflechtungen. Insgesamt hat die Innenstadt von Rehau handelsbezogen nur eine sehr schwache Ausstattung und zeigt an vielen Stellen gestalterische und angebotsbezogenen Defizite. In vielen Teilräumen hat die Innenstadt ihre Handelsfunktion sogar fast vollständig verloren. Es kann ausgeschlossen werden, dass das Planvorhaben in Selb in nennenswerten Maße Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Handelsstruktur der Rehauer Innenstadt nimmt. Fazit: Bezogen auf die Innenstadt von Rehau sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht als verträglich zu bewerten. (...) Bezogen auf die sonstigen Einzelhandelslagen in Rehau sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht als verträglich zu bewerten."*

Hinsichtlich der ecostra-Auswirkungsanalyse kann folgende Einschätzung getroffen werden:

Die erfolgte Analyse der Auswirkungen des Selber Outlet Center-Vorhabens auf den Einzelhandel bzw. die betroffenen Einzelhandelsstandorte der Region kann als methodisch angemessen, inhaltlich nachvollziehbar<sup>79</sup> und im Ergebnis – soweit eine Betrachtung im Rahmen der vorliegenden Beurteilung notwendig war – als weitgehend plausibel bewertet werden. Dies gilt im Prinzip auch für Rehau und dessen Einzelhandel. Wesentliche Kriterien/Aspekte wurden in angemessener Form erfasst und bewertet, wenngleich die vergleichsweise kritische Einschätzung v.a. der städtebaulichen Situation der Rehauer Innenstadt – trotz bestehender und in vorstehender Analyse beschriebener Defizite – nur in Teilen nachvollzogen werden kann. Die begrenzte Einzelhandelsausstattung wie auch Ausstrahlungskraft des Rehauer Einzelhandels sowie auch des Innenstadthandels und dessen überdurchschnittliche Ausrichtung auf Nahversorgungsaufgaben bzw. auf den kurzfristigen Bedarfsbereich bei gleichzeitig zwar durchwegs bestehendem, aber dennoch begrenztem Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, wurde jedoch richtig erkannt. Gleiches gilt auf die als begrenzt eingestufte, direkte Wettbewerbssituation in den besonders centerrelevanten Branchen. Der in Rehau bestehende Bekleidungsbereich ist überwiegend für die lokale Versorgung und zudem großteils niedrigpreisig ausgerichtet, wodurch kaum bzw. keine nennenswerten Überschneidungen mit dem zu erwartenden, eher mittel- bis hochpreisigen Centerangebot anzunehmen sind. Der Schuhbereich beschränkt sich im Wesentlichen auf einen in Innenstadtzuordnung befindlichen Schuh- und Textilmarkt, der als modern und wettbewerbsstark einzustufen ist. Eine gewisse Verschärfung der Wettbewerbssituation erscheint in der Gesamtabwägung, insbesondere unter Berücksichtigung der Einwohnerstärke der Stadt und des Einzugsgebietes sowie der als einziger relevanter Anbieter bestehenden Marktbedeutung dieses Anbieters, verkraftbar. Die

---

<sup>79</sup> Der Untersuchungsraum wird dem Vorhaben gerecht, der Erhebungs-/Analyseumfang kann als ausreichend eingestuft werden, die erfolgten Berechnungen wurden auf ihre Schlüssigkeit hin überprüft.

weiteren zu erwartenden Sortimente des 'Outlet Centers Selb' sind in Rehau und speziell in der Rehauer Innenstadt nicht oder nur in (sehr) begrenztem Maße ansässig, teils auch nur als Rand-/Teilsortiment (z.B. Sport-<sup>80</sup> bzw. Spielwaren). Hinzu kommt, dass v.a. die weiteren größeren, potenziell frequenzstarken und damit für die Anziehungskraft besonders wichtigen Anbieter in der Innenstadt Rehaus – dabei handelt es sich v.a. um Rossmann, Euronics Sammet und den Bio-Korner – kaum als typisch centerrelevant einzustufen sind; wesentliche Auswirkungen sind damit unplausibel. Eine Verträglichkeit der Centerplanungen mit den bestehenden Innenstadtstrukturen Rehaus kann in der Gesamtbeurteilung somit als weitestgehend gegeben eingestuft werden. Ein Ausbau des Rehauer (Innenstadt-)Besatzes würde bei Umsetzung der FOC-Planung in Selb hingegen zusätzlich deutlich erschwert. Eine zur Funktionsstärkung grundsätzlich anzustrebende Abrundung des Einzelhandelsangebotes in Rehau und seiner Innenstadt würde zumindest im mittel- und höherpreisigen innenstadtrelevanten Angebotssegment – über die ohnehin markttechnisch kaum erzielbaren Ansiedlungschancen - weitgehend unterbunden.

- ▶ **In städtebaulicher Hinsicht kann den Aussagen von ecostra grundsätzlich gefolgt werden. Die in der Auswirkungsanalyse konstatierte Vereinbarkeit bzw. Verträglichkeit der Centerplanungen mit den bestehenden Einzelhandels- und Innenstadtstrukturen Rehaus erscheint grundsätzlich nachvollziehbar und kann bestätigt werden. Ein größerer Ausbau des (Innenstadt-)Besatzes Rehaus würde bei Umsetzung der Centerplanungen jedoch nochmals deutlich erschwert bzw. zumindest im mittel- und höherpreisigen innenstadtrelevanten Angebotssegment wohl sogar weitestgehend unterbunden werden.**

In landesplanerischer und raumordnerischer Hinsicht ist zu konstatieren, dass die erhebliche Überschreitung der gemäß den Vorgaben des Landesentwicklungsprogrammes Bayern (LEP) landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen in einzelnen Sortimenten (v.a. Bekleidung, Schuhe) des geplanten 2. Bauabschnittes des FOC Selb auf die Gewährleistung einer ausgewogenen Entwicklung der zentralörtlichen Strukturen im Raum negativ wirkt und klar zu Ungunsten der Entwicklungsfähigkeit der Zentralen Orte und der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung im Umfeld des Vorhabens gehen würde. Längerfristig lässt eine fehlende Entwicklungsfähigkeit auch eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Ort im Umfeld des FOC Selb erwarten. Dies sind Negativeffekte, die auch die zentralörtliche Stellung und Bedeutung des Mittelzentrums und Einzelhandelsstandortes Rehau negativ berühren würden. ◀

---

<sup>80</sup> Mit Ausnahme von Fahrrädern besteht in Rehau kein weiteres Sportangebot.

## 7 Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen

Die nachfolgende Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen der Stadt Rehau basiert auf den dargestellten Analysen sowie ergänzenden Begutachtungen und Bewertungen. In Form einer Kurzübersicht werden die wichtigsten Eckdaten des Einzelhandels-/Gewerbstandortes Rehau nochmals gebündelt aufgezeigt. Der Fokus dieser Stärken-Schwächen-Analyse ist dabei auf die Bereiche Einzelhandel/Gewerbe und Innenstadt mit deren Einfluss- und Abhängigkeitsfaktoren unter besonderer Berücksichtigung einer Sicherung und Stärkung der Innenstadt und einer nachhaltigen Weiterentwicklung des Gesamtstandortes Rehau gerichtet.

### 7.1 Allgemeine Standortrahmenbedingungen

<b>Stärken/Chancen</b>	<b>Schwächen/Risiken</b>
landesplanerische Funktion: Mittelzentrum → überörtliche Versorgungsfunktion für Güter des kurzfristigen, täglichen Bedarfs wie auch für gehobene Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs	räumliche Nähe zu den Oberzentren Hof und Selb, wobei aktuell v.a. Hof als besonders anziehungsstark einzustufen ist → Begrenzung der räumlichen Ausstrahlungs- und Anziehungskraft Rehaus
speziell die A93 sowie auch die B289 und die B15 bedingen eine sehr gute Erreichbarkeit im Individualverkehr aus der umliegenden Region und darüber hinaus	Einbindung in das regionale Bahn- und Busangebot mit ausbaufähiger Taktfrequenz, wenngleich der sog. Hofer Landbus sowie auch das bestehende carsharing-Angebot eine gute Ergänzung und wahrnehmbare Verbesserung bietet
amtliche Bevölkerungsprognose deutlich besser als die des Landkreises Hof → regional betrachtet kann Rehau damit als vergleichsweise stabil eingeordnet werden.	stagnative Bevölkerungsentwicklung seit 2015 sowie prognostisch zumindest leicht sinkende Bevölkerungszahlen in den nächsten Jahren
beliebter Wohnstandort mit einer in vielen Teilen gut ausgebauten soziale/öffentlichen Infrastruktur (u.a. bzgl. Schulen und der (Klein-)Kinderbetreuung, wie auch im Seniorenbereich)	relativ "ungünstige" Bevölkerungsstruktur mit einem vergleichsweise hohen Anteil an älteren Bevölkerungsgruppen → weiteres Fortschreiten des demografischen Wandels in der altersstrukturellen Zusammensetzung der Bevölkerung zu erwarten

Wohnungsbautätigkeit weist speziell in den letzten Jahren eine erkennbare Dynamik bzw. einen wahrnehmbaren Positivtrend auf	
bestehende Wohnbaugebiete ermöglichen eine Fortsetzung der hohen Wohnbautätigkeit der letzten Jahre	schwieriges Marktumfeld (Inflation, steigende Bauzinsen) können sich deutlich negativ auf den bisherigen Trend auswirken
überregional attraktive Sehenswürdigkeiten (u.a. Museumszentrum) als Anziehungspunkte v.a. im Tagestourismus	Chancen der 'Genussregion Oberfranken' werden nur bedingt genutzt
	geringe Bedeutung im Übernachtungstourismus
hochindustrialisierter Wirtschaftsstandort mit überdurchschnittlich hoher Anzahl an Beschäftigten sowie hoher Beschäftigtendichte und deutlich positivem Pendlersaldo; trotz Corona-Pandemie nach wie vor relativ geringe Arbeitslosenquote in der Region	vergleichsweise wenig diversifizierte und stark auf das 'Produzierende Gewerbe' ausgerichtete Wirtschaftsstruktur
leistungsfähiger Gewerbebesatz mit einzelnen, sehr starken/bedeutsamen Arbeitgebern	Stärke des Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandortes in hohem Maß von einem bis zwei Betrieben abhängig

## 7.2 Einzelhandel und Innenstadt

<b>Stärken/Chancen</b>	<b>Schwächen/Risiken</b>
über das Stadtgebiet hinausreichendes Markt-/Einzugsgebiet → nach wie vor regional bedeutsamer Einzelhandelsstandort	hoher Wettbewerbsdruck v.a. von umliegenden Oberzentren sowie stetig zunehmende Bedeutung des Onlinehandels, der den Wettbewerbsdruck nochmals verstärkt → begrenzte überörtliche Anziehungskraft → geringes Ausbau-/Ergänzungspotenzial
begrenzt, stark auf den Nahversorgungsbereich bzw. auf den kurzfristigen Bedarfsbereich ausgerichtetes, aber standort-/wettbewerbsbezogen dennoch weitgehend angemessenes und in den letzten Jahren deutlich stabilisiertes Einzelhandelsangebot	außerhalb des Lebensmittelbereiches i.d.R. eher wenig diversifiziertes Angebot pro Branchengruppe, einzelne Sortimentsbereiche sind nur durch einen Anbieter besetzt bzw. werden nur als Teilsortiment angeboten → die zuge dachte landes-/regionalplanerische Versorgungsfunktion kann nur bedingt erfüllt werden

marktgerechte Anzahl an besonders anziehungstarken, sog. 'strukturprägenden Betrieben des Einzelhandels' am Ort – teils auch in der Innenstadt und der Innenstadtergänzungszone	
trotz flächenmäßig begrenztem Einzelhandelsumfang relativ hoher Betriebsbesatz sowie breit gefächertes Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt	überwiegend kleinteilige Angebotsstrukturen im Innenstadtbereich → begrenztes Warenangebot, Wettbewerbsnachteile
Stadtentwicklungspolitik der letzten Jahre insbesondere durch eine Orientierung an den Erfordernissen der Innenstadt geprägt → weitestgehend stabile innerstädtische Einzelhandelsstrukturen	Ausbaupotenzial bei der digitalen Sichtbarkeit des bestehenden Einzelhandels-/Versorgungsangebotes – trotz bestehendem sog. Rehauer Kompass
inkl. ergänzender Dienstleistungs-/ Gastronomiebetriebe und den weiteren Komplementärgebern besteht ein relativ dichter und vielfältiger Betriebs-/Angebotsbesatz in der Innenstadt; in Innenstadtnähe kommen weitere zentrumsnahe Komplementäranbieter hinzu	trotz eines zweimal die Woche stattfindenden Wochenmarktes und der recht hohen städtebaulichen Qualität ist der Maxplatz bisher nur bedingt ein seiner Größe und Möglichkeit entsprechender, lebendiger Treffpunkt und sozialer Mittelpunkt der Stadtbevölkerung
Leerstandsmanagement zur Reduzierung bestehender funktionaler Lücken und zur Reaktivierung leerstehender Gewerbeflächen/-immobilien vorhanden	bestehende Leerstandsproblematik und die sich daraus ergebenden Folgen stellen in der Innenstadt Rehaus ein nach wie vor dringliches Aufgabenfeld dar; Zwischennutzungen, innovative – auch temporäre Ladennutzungskonzepte – mit Ausbaupotenzial zur Leerstands-inwertsetzung
das städtebauliche Umfeld, in dem sich der Innenstadtbetrieb präsentiert und auch der Marktauftritt einer Reihe von Betrieben kann als recht ansprechend eingestuft werden	klare Verbesserungspotenziale hinsichtlich des Marktauftritts einzelner Betriebe zu erkennen, um den aktuellen Markt- und Kundenanforderungen besser gerecht werden zu können
grundsätzlich recht gute, wohnortnahe Lebensmittelversorgung mit mehreren großen und modernen Lebensmittelmärkten, einzelnen Spezialanbietern sowie verschiedenen Lebensmittelhandwerksbetrieben	in Teilen der Kernstadt sowie in den deutlich kleineren Stadtteilen außerhalb der Kernstadt komplett fehlende Nahversorgungsangebote, d.h. die dortigen Bewohner sind stark mobilitätsabhängig

## 7.3 Kommunikation und Marketing

<b>Stärken/Chancen</b>	<b>Schwächen/Risiken</b>
übersichtlich gestalteter Internetauftritt, der regelmäßig aktualisiert wird	
Veranstaltungskalender gut auffindbar, mit link auf Hauptseite der Homepage positioniert	kein eigener Stadtmarketing-/Citymanager für Marketing-, Image-/Standortpflege und Organisation von Veranstaltungen/Events
'Rehauer Kompass' auf der städtischen Homepage als wichtiges Instrument zur Auffindbarkeit der Rehauer Einzelhandels-, Dienstleistungs- und sonstigen Gewerbebetriebe	keine öffentlichkeitswirksamen Organisations- und Vermarktungsstrukturen des lokalen Gewerbes (z.B. Gewerbeverband o.ä.) erkennbar

## 8 Einzelhandelsentwicklungskonzept Rehau

### 8.1 Ziele und Begründung

Die Fragen der weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rehau im Hinblick auf Art, Umfang und Standortpositionierung von Einzelhandelsvorhaben wie auch der Sicherung, Modernisierung und Aufwertung bzw. Ergänzung des bereits bestehenden Angebotes müssen beantwortet werden. Hierzu bedarf es einer an der aktuellen Einzelhandelsituation und den planungsrechtlichen Vorgaben ausgerichteten Gesamtstrategie, welche als geeignete Grundlage in der Planungspraxis herangezogen werden kann. Dies soll durch das aktualisierte Einzelhandelsentwicklungskonzept erreicht werden.

Das fortgeschriebene Einzelhandelsentwicklungskonzept Rehau baut auf den Zielen und Aussagen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes 2011 auf. Das fortgeschriebene Einzelhandelsentwicklungskonzept resultiert auf Erfassung, Analyse und Bewertung der aktuellen Standort- und marktstrukturellen Gegebenheiten sowie der einzelhandelsrelevanten Anforderungen und Entwicklungsperspektiven. Es richtet sich an den Zielen einer städtebaulich orientierten Einzelhandelsentwicklung mit Priorität zur Sicherung der Funktionsfähigkeit planungsrechtlich geschützter zentraler Versorgungsbereiche und Versorgungsstrukturen aus, berücksichtigt Potenziale und Entwicklungsansprüche des Einzelhandelsstandortes Rehau und stellt eine Gesamtstrategie zur gezielten Lenkung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Rehau dar.

Vor dem Hintergrund sich zunehmend verändernder Einkaufsgewohnheiten der Verbraucher<sup>81</sup>, steigender Markt- und Standortanforderungen der Betriebe sowie der sich weiter verschärfenden Herausforderungen für die Innenstädte hinsichtlich ihrer zukünftigen funktionalen Bedeutung, gilt es die Ist-Situation möglichst zu erhalten, die bestehenden Chancen zur Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels-/Versorgungsstandortes Rehau – unter besonderer Berücksichtigung der Innenstadt – konsequent zu nutzen. Das begrenzte Ausbaupotenzial erfordert dabei einen nachhaltigen Ausbau des Einzelhandels, der auf den aktuellen Besatz und die bestehenden Marktchancen abgestimmt ist. Über den Einzelhandel hinausgehende Entwicklungschancen gilt es verstärkt zu nutzen und auch das nach wie vor bestehende Erfordernis Innenentwicklungspotenziale weiterhin konsequent auszuschöpfen verlangt eine zielgerichtete Steuerung der weiteren Standort- und Einzelhandelsentwicklung.

Das **Sortiments- und Zentrenkonzept** ordnet die Weiterentwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet Rehaus. Hauptintention ist es dabei die Bedeutung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' als traditionelles, möglichst funktions- und anziehungsstarkes

---

<sup>81</sup> Vgl. Kap. 2.1.

Zentrum der Stadt RehaU zu sichern und unter den gegebenen Bedingungen zukunftsgerichtet weiter zu entwickeln. Die Innenstadt ist nicht nur die gewachsene historische Mitte, sondern auch der Standortbereich mit der höchsten Identifikationsfunktion für die Bürger der Stadt. Sie besitzt infolge dessen eine auch künftig unverzichtbare Versorgungs- und Zentralitätsfunktion für die Bevölkerung. Ziel der Einzelhandels- und Gewerbeentwicklung muss es daher unverändert sein, den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' als den städtebaulich priorisierten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet Rehaus im Fokus zu behalten, Investitionen gezielt auf ihn zu lenken und standortstärkende Projekte aktiv anzugehen. Zur bestmöglichen Nahversorgung der Bevölkerung ist zudem eine standortgerechte, möglichst umfassende und auch fußläufig erreichbare Nahversorgung anzustreben. Hierfür sind sich ergebende Möglichkeiten einer strukturellen Verbesserung konsequent zu nutzen.

Im **Stärkungskonzept Innenstadt** werden Maßnahmen im Hinblick auf die als unverzichtbar einzustufende Funktionssicherung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt aufgezeigt. Neben dem Einzelhandel besitzt hier das ergänzende und zentrumsstärkende Komplementärangebot (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit/Kultur<sup>82</sup>) eine ebenfalls hohe Bedeutung. Zudem sollte eine starke, funktionsfähige Innenstadt immer auch ein attraktiver und ansprechender öffentlicher Raum mit hoher Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität sein. Auch eine angemessene Präsenz in der digitalen Welt ist für Einzelhandel und Innenstadt unerlässlich.

- **Durch das aktualisierte Einzelhandelsentwicklungskonzept soll der Einzelhandels-/Geschäftsstandort RehaU und dabei speziell die Zukunfts- und Funktionsfähigkeit der Innenstadt als 'zentraler Versorgungsbereich' wie auch die lokale Nahversorgung gesichert und gestärkt werden. Die Planungs-, Aktivierungs- und Genehmigungspolitik der Stadtverwaltung im Einzelhandel und die einzelhandelsbezogenen Komplementärnutzungen sowie die städtebaulichen und standortfördernden Aktivitäten sollten sich zukünftig konsequent an diesen Grundsätzen ausrichten. Dies erfordert v.a. die Schaffung entsprechender bauleitplanerischer Voraussetzungen, die Ausrichtung von Genehmigungen an den Zielvorstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sowie die aktive Verbesserung einzelhandelsrelevanter Rahmenbedingungen insbesondere im Bereich der Innenstadt. Das aktualisierte Einzelhandelsentwicklungskonzept bildet aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht eine zweckmäßige und für die nächsten Jahre geeignete Grundlage für die lokale Planungs- und Handlungspraxis.**

---

<sup>82</sup> Zwischen Einzelhandel sowie Freizeitverhalten bestehen beträchtliche Wechselwirkungen. Durch Gäste und Besucher ergeben sich zusätzliche Umsatzmöglichkeiten, die dem lokalen Einzelhandel bzw. der gesamten Ökonomie vor Ort zu Gute kommen. Die Verweildauer als Basis zusätzliche Ausgaben und Erledigungen vor Ort zu binden, kann durch attraktive Freizeit- und Gastronomieangebote erhöht werden. Dies stellt auch für RehaU eine potenzielle Ausbau- und Profilierungsmöglichkeit dar.

## 8.2 Leitlinien

Die zentralen Leitlinien für die Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt RehaU lassen sich auf Basis der vorliegenden Ergebnisse und Anforderungen folgendermaßen definieren:

### Leitlinien der Einzelhandels- und Standortentwicklung in RehaU:

- ▶ Fortführung der aktiv gestaltenden und städtebaulich ausgerichteten Einzelhandels- und Standortentwicklung unter Nutzung planerischer Mittel sowie standortstärkender Maßnahmen der öffentlichen Hand
- ▶ Beibehaltung der Priorisierung der Innenstadt zur Sicherung ihrer Position in der Stadt mit Konzentration standortstärkender Nutzungen in der Innenstadt, Inwertsetzung von Nachverdichtungspotenzialen sowie Erhöhung der Anziehungskraft der Innenstadt durch Angebotsausbau/-modernisierung und Qualitätssteigerung
- ▶ zukunftsichere Gestaltung der Nahversorgungssituation im Stadtgebiet mit möglichst umfassenden wohnortnahen Versorgungsstrukturen
- ▶ Erhalt der bestehenden Einzelhandelsattraktivität zur Sicherung der überörtlichen Versorgungsbedeutung des Einzelhandels-/Versorgungsstandortes RehaU
- ▶ Implementierung eines umfassenden Ansatzes der Innenstadttärkung, welcher unter Einbeziehung privater Gewerbe- und Immobilienakteure die historische Bausubstanz und die weiteren Innenstadtimmobilien, den funktionalen Betriebsbesatz (inkl. öffentlicher, sozialer und kultureller Einrichtungen), das städtebauliche Umfeld und eines forcierten Innenstadtmarketings das Image und auch eine angemessene digitale Sichtbarkeit als wichtige Faktoren der Standortstärkung berücksichtigt.

Die Umsetzung der Leitlinien der Einzelhandels- und Standortentwicklung soll durch ein Sortiments- und Zentrenkonzept sowie die aktiv vorangetriebene Stärkung der Innenstadt erfolgen.

- ▶ **Sortimentskonzept:** Im Sortimentskonzept (Kap. 8.3) wird geklärt und definiert, welche Sortimente besonders zur Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' beitragen und aus diesem Grund auch gezielt dort konzentriert werden sollten, welche Sortimente speziell der Nahversorgung dienen und welche Sortimente auch außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' zugelassen werden können.
- ▶ **Zentrenkonzept:** In Abhängigkeit von der Bedeutung der verschiedenen Standortlagen für den Einzelhandels- und Versorgungsstandort RehaU sowie unter Beachtung

der notwendigen Sicherung der Funktionsfähigkeit und Weiterentwicklung der Innenstadt und der (Nah-)Versorgungsstrukturen wird die räumlich-funktionale Aufgabenteilung der Versorgungsstandorte geklärt und an die sich seit 2011 geänderten Standortgegebenheiten angepasst. Ergebnis ist, wie bereits bisher, ein arbeitsteiliges, räumlich und funktional unter Beachtung städtebaulicher Aspekte definiertes, hierarchisch aufgebautes Versorgungssystem des Einzelhandels. Die Abgrenzung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt', ebenso wie eine den Versorgungsaufgaben entsprechende Gliederung der weiteren/dezentralen Standortlagen bilden einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Weiterentwicklung des Rehauer Einzelhandels (vgl. Kap. 8.4).

- ▶ **Stärkungs- und Entwicklungskonzept für die Innenstadt:** Ein möglichst abwechslungsreicher, funktionsstarker und zeitgemäß gestalteter Geschäfts-/Betriebsbesatz mit deutlicher qualitativer Ausrichtung, ein einladendes Erscheinungsbild (Immobilien und öffentlicher Raum) und eine hohe Aufenthaltsqualität stellen zentrale Voraussetzungen für eine attraktive und lebendige Innenstadt Rehau dar. Hinzu kommt eine unverzichtbare digitale Sichtbarkeit der Stadt und ihrer funktionalen Angebote. Um dies zu erreichen, müssen alle Verantwortlichen und relevanten Akteure – also insbesondere Gewerbetreibende, Grund- und Immobilienbesitzer wie auch Stadtrat und -verwaltung – an einem Strang ziehen sowie auf die definierten Leitlinien der lokalen Einzelhandels- und Standortentwicklung abgestimmte Einzelmaßnahmen umsetzen. Hierzu werden Maßnahmen in den Bereichen Priorisierung / Konzentration, Innenstadtmanagement, Betriebe, Stadtbild / öffentlicher Raum und Image / Marketing / Digitalisierung als erforderlich erachtet (vgl. Kap. 8.5).

### 8.3 Sortimentskonzept

Die Attraktivität der Innenstadt wird in hohem Maße durch das Vorhandensein eines möglichst breiten Branchenspektrums aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen (öffentlich und privat), Gastronomie und Freizeit/Kultur bestimmt. Fallen nach und nach mehrere Betriebe aus diesen Angebotsbereichen weg und werden nicht durch adäquate Folgenutzungen nachbesetzt, reduziert sich die Gesamtattraktivität eines Zentrums bzw. einer Innenstadt. D.h. nicht nur der jeweilige Betrieb und die zugehörige Immobilie sind betroffen, über den Rückgang der Besatzdichte nimmt die Einkaufs-/Kundenorientierung auf den Standortbereich insgesamt ab. Hieraus ergeben sich i.d.R. wiederum Negativfolgen für die verbleibenden Betriebe/Immobilien. Ohne entsprechendes Gegenlenken verschärft sich dadurch deren wirtschaftliche Situation zunehmend, weitere Schwächungen des Standortraumes bis hin zu Betriebsaufgaben und funktionsgefährdenden Auswirkungen auf die Einzelhandels-/Besatzstruktur sind nicht auszuschließen bzw. sogar zu erwarten.

Hauptintention einer gezielten Lenkung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in RehaU ist es daher nach wie vor, die für die Innenstadt (= zentraler Versorgungsbereich) wichtigen und zu deren Stärkung besonders geeigneten Warenangebote so weit als möglich dort zu konzentrieren. Für mögliche zusätzliche Einzelhandelsan-/umsiedlungen bedeutet dies, dass 'innenstadtrelevante Sortimente' vorrangig auf den konzeptionell ausgewiesenen 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' auszurichten sind. Dadurch soll die Gesamtstandortattraktivität der Innenstadt nachhaltig gesichert und gestärkt sowie der Ausdünnung oder gar dem Verschwinden von wichtigen Sortimentsbereichen oder Sortimenten entgegengewirkt werden.

Kern des Steuerungsinstrumentariums ist daher unverändert die Unterscheidung der Einzelhandelssortimente nach 'Innenstadtrelevanz' und 'Nicht-Innenstadtrelevanz'. Diese Einteilung unterscheidet die Sortimente des Einzelhandels im Hinblick auf deren Bedeutung für die Attraktivität und Funktionsvielfalt der Rehauer Innenstadt. Wesentliche Merkmale 'innenstadtrelevanter Sortimente' sind:

- ▶ Sie ziehen üblicherweise viele Besucher/Kunden an.
- ▶ Sie tragen in hohem Maße zur Attraktivität und Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandortes bei.
- ▶ Sie werden häufig mit anderen Nutzungen in der Innenstadt nachgefragt, d.h. die Sortimente lösen üblicherweise hohe Synergieeffekte aus.
- ▶ Sie können oftmals auch gut ohne Pkw transportiert werden, d.h. die Waren lassen sich häufig auch problemlos per Hand bzw. in Einkaufstüten/-körben transportieren.
- ▶ Sie haben zumindest in Teilen einen eher geringen Flächenanspruch und können somit auch auf/in den teils kleinteiligen Flächen der Innenstadt wirtschaftlich angeboten werden.

'Innenstadtrelevante Sortimente' zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und deshalb für deren Funktionsfähigkeit und Attraktivität besonders bedeutsam sind. Innenstadtrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente, deren Ansiedlung in peripheren Lagen durch Umsatzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungs-/Verlagerungseffekte im zentralen Versorgungsbereich zu Funktions- und Bedeutungsverlusten führen können.

Die Einstufung als 'innenstadtrelevantes Sortiment' setzt dabei nicht zwingend voraus, dass dieses Sortiment bereits in der Innenstadt vertreten ist. Es können auch Sortimente als 'innenstadtrelevant' eingestuft werden, die noch nicht, nicht mehr bzw. nur noch in einem geringen Umfang in der Innenstadt angeboten werden, jedoch geeignet sind, deren Attraktivität und Angebotsstärke zu erhöhen.

Neben den Sortimenten, welche aus Gründen der Attraktivität und Funktionsfähigkeit vorrangig der Ortsmitte vorbehalten sein sollten, gibt es Sortimente, die speziell der Nahversorgung der Bevölkerung dienen und daher in unmittelbarer Nähe der ansässigen Bewohner angesiedelt sein sollen. Diese Sortimente werden als 'nahversorgungsrelevant' bezeichnet. Da die Nahversorgung auch in der Innenstadt von hoher Bedeutung ist, sind diese 'nahversorgungsrelevanten' Sortimente immer auch 'innenstadtrelevant', d.h. sie bilden eine Untergruppe der 'innenstadtrelevanten Sortimente'. Bei den 'nahversorgungsrelevanten Sortimenten' kommt dem Aspekt einer möglichst flächendeckenden Versorgung im Stadtgebiet eine grundsätzlich hohe Bedeutung zu.

Diejenigen Sortimente, die üblicherweise nur bedingt in einer Innenstadt bzw. einem zentralen Versorgungsbereich vertreten sind und deren Angebotsspektrum i.d.R. keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorruft, sind demgegenüber als 'nicht-innenstadtrelevant' einzustufen. Diese Sortimente sind entsprechend ihrer geringen bzw. nicht bestehenden Beeinträchtigungspotenziale für den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' prinzipiell im gesamten Stadtgebiet zulässig. Im Sinne betriebs- und standortorientierter Interessen wie auch unter Belangen eines ressourcenschonenden Flächen- und Infrastruktureinsatzes soll eine Bündelung dieser Angebote in städtebaulich geeigneten Standortbereichen angestrebt werden – möglichst im Zusammenhang mit bereits bestehenden Einzelhandelsangeboten.

Zur Einstufung der 'Innenstadtrelevanz' von Sortimenten in Rehau erfolgte die Bewertung der räumlichen Bestandsstruktur, die Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' sowie die Bewertung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Attraktivität des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt'.

Die vorliegende Einstufung der 'Innenstadtrelevanz' orientiert sich bei der Sortimentszuordnung und Terminologie an der Sortimentsliste des Landesentwicklungsprogrammes Bayern (LEP), welche nach Prüfung der spezifischen Situation in Rehau angepasst wurde. So weist der bestehende Besatz im Hinblick auf die anzustrebende Funktionssicherung der Innenstadt der Angebotsbereich 'Fahrräder und Zubehör', standortbezogen – aufgrund des in diesem Sortimentsbereich ausschließlich in der Innenstadt Rehaus bestehenden Angebotes – eine fundierte Begründung für eine abweichende Zuordnung von der Sortimentseinteilung des LEP auf.

## Sortimentsliste Stadt Rehau

Nach Einzelprüfung sind für den Stadt Rehau folgende Sortimente als 'innenstadtrelevant' bzw. 'nicht-innenstadtrelevant' einzustufen:

innenstadtrelevante Sortimente	nicht-innenstadtrelevante Sortimente
Arzneimittel, medizin. und orthopäd. Produkte	Autoteile und Autozubehör
Baby- und Kinderartikel	Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
Bekleidung	Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse	Boote und Zubehör
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
Drogerie- und Parfümeriewaren	Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
Elektronikartikel ('braune und weiße Ware', Computer und Zubehör, Foto/Film)	Leuchten und Zubehör
Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Geschenkartikel, Haushaltswaren	Möbel, Küchen
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	Zooartikel, Tiere
Lederwaren	
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	
Schuhe	
Spielwaren	
Sport- und Campingartikel	
Fahrräder und Zubehör	
Uhren und Schmuck	
<b>innenstadtrelevant und zudem auch nahversorgungsrelevant:</b>	
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	

## 8.4 Zentrenkonzept

In Abhängigkeit von der Bedeutung der verschiedenen Standortlagen für den Einzelhandels- und Versorgungsstandort Rehau sowie speziell auch im Hinblick auf die notwendige Sicherung der Funktionsfähigkeit und die angestrebte Weiterentwicklung der Innenstadt, ergibt sich hinsichtlich der städtebaulichen Eignung für den Einzelhandel im Ergebnis eine vierteilige Gliederung des Stadtgebietes: zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, Innenstadtergänzungszone, Nahversorgungsstandorte und die Randzone des Einzelhandels. Die städtebaulich begründete Differenzierung des Stadtgebietes für den Einzelhandel, inklusive der Abgrenzung des 'zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt' und der 'Innenstadtergänzungszone', erfolgte dabei anhand folgender Kriterien:

- ▶ bestehender Einzelhandelsbesatz
- ▶ ergänzender Besatz mit funktional bedeutsamen<sup>83</sup> Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben und öffentlichen/sozialen/kulturellen Einrichtungen
- ▶ eingenommene Versorgungsbedeutung
- ▶ fußläufige Wegebeziehungen und räumlich-funktionale Zusammenhänge.

Die Faktoren sind dabei sowohl auf qualitative als auch quantitative Kriterien hin untersucht worden und basieren auf einem entsprechenden Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes, nach dem zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt/Gemeinde sind, denen aufgrund ihrer Lage und den vorhandenen Einzelhandelsnutzungen, welche häufig durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt werden, eine bedeutende Versorgungsfunktion zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch den tatsächlichen Verhältnissen ergeben.<sup>84</sup>

Ergänzend ist anzumerken, dass eine reine Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich – wie in Rehau aktuell sowieso nicht vorhanden – diesen allein noch nicht zu einem zentralen Versorgungsbereich macht. Eine alleinige Ansammlung/Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben lässt planungsrechtlich keinen zentralen Versorgungsbereich begründen, auch wenn diesen Betrieben eine hohe Versorgungsfunktion zukommt.<sup>85</sup>

Die standorträumliche Differenzierung stellt sich für Rehau folgendermaßen dar:

---

<sup>83</sup> D.h. u.a. frequenzsteigernd, konsumnah und / oder kopplungsstark.

<sup>84</sup> Vgl. BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007.

<sup>85</sup> Vgl. OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

► **Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt:**

= Standort- und Entwicklungsbereich des Einzelhandels in der Innenstadt mit vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen als prioritärer Standortbereich der Stadt Rehau zur Ausübung der gesamtörtlichen Versorgungsfunktion; grundsätzlich geeigneter und zu bevorzugender Standort für 'innenstadtrelevante Sortimente'.

Der 'zentrale Versorgungsbereich Innenstadt' Rehaus ist das historisch gewachsene Hauptzentrum Rehaus. Die Abgrenzung entspricht der aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept 2011, es war kein Erfordernis erkennbar, hier Anpassungen vorzunehmen.

Innerhalb dieses Standortbereiches ist eine deutliche Konzentration des gesamt- wie auch innerstädtischen Einzelhandels- und Komplementärbesatzes aus (konsumnahen) Dienstleistungsanbietern, Gastronomiebetrieben sowie auch frequenzsteigernden öffentlichen, sozialen und kulturellen Einrichtungen (u.a. Museen, Senioreneinrichtungen etc.) anzutreffen. In der Summe zeichnet sich der 'zentrale Versorgungsbereich Innenstadt' durch einen vielfältigen, multifunktionalen und räumlich verdichteten Angebotsbesatz aus. In keinem Bereich des Gemeindegebietes außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' konzentriert sich der Geschäfts-/Gewerbebesatz (Einzelhandel- und Komplementärangebote) stärker, keinem anderen Bereich kommt eine höhere Zentrums- wie auch Identifikationsfunktion zu.

Der 'zentrale Versorgungsbereich Innenstadt' ist der aus städtebaulichen Gründen und Entwicklungserfordernissen besonders schützenswerte Standortbereich innerhalb des Rehauer Stadtgebietes. Die dort ansässigen Einzelhandels- und endverbraucherbezogenen, konsumnahen Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie auch die zudem bestehenden öffentlichen, sozialen und kulturellen Angebote/Einrichtungen verfügen über ein hohes Kopplungs- und Kundenaustauschpotenzial. Darüber hinaus weist der Bereich als gewachsenes/traditionelles Hauptzentrum Rehaus eine hohe Identifikations- und Treffpunktfunktion<sup>86</sup> für die Bürger auf. Ziel muss es daher unverändert sein, den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' in besonderem Maße und mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln in seiner Funktion zu erhalten, soweit als möglich zu stärken und schrittweise weiter aufzuwerten.

Aus konzeptioneller Sicht ist der 'zentrale Versorgungsbereich Innenstadt' der bevorzugte Standortraum für die oben definierten 'innenstadtrelevanten Sortimente'. Sie sollten bei der Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Rehau weiter konsequent auf diesen Raum konzentriert werden – zur Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' und zur Beibehaltung seiner Mittelpunkt-, Magnet- und

---

<sup>86</sup> Dies gilt speziell für den zentral gelegenen Maxplatz.

Zentralitätsfunktion. Dies gilt umso mehr, da die Ausbaupotenziale stark begrenzt sind und mindestens ein Erhalt, besser eine Angebotsabrundung mit weiterer Diversifizierung des Angebots im 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' anzustreben sind. Eine Neuansiedlung bzw. ein Ausbau 'innenstadtrelevanter Sortimente' außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' sollte – wenn überhaupt – daher nur im Ausnahmefall und nur nach sorgfältiger Prüfung möglich sein. Räumlich sind etwaige Ansiedlungen 'innenstadtrelevanter Sortimente' außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' auf die 'Innenstadtergänzungszone' zu begrenzen um zumindest Kopplungseffekte für den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' zu ermöglichen. Entsprechende Vorhaben sollten dabei nur dann zugelassen werden, wenn die städtebauliche Zielsetzung einer prioritär anzustrebenden Sicherung und Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' nicht gefährdet wird. Hierzu ist im Bedarfsfall eine umfassende Einzelfallprüfung mit einer sortiments-, größen- und betriebstypbezogenen Beurteilung anzuraten, um die Verträglichkeit mit den bestehenden Strukturen im und der angestrebten Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' sicherstellen zu können.

Angesichts stark begrenzter Ausbaupotenziale im Einzelhandel<sup>87</sup> und durch die bestehenden Entwicklungstrends bedingten, grundsätzlich schwierigen Bedingungen im Einzelhandel sollte auch für ergänzende, endverbraucherbezogene und konsumnahe Komplementärangebote eine priorisierte Ausrichtung auf den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' gelten. D.h. insbesondere solche Dienstleistungsanbieter, Gastronomieanbieter, öffentliche, soziale und kulturelle Einrichtungen, die ebenfalls gut dazu geeignet sind, den Besatz funktional zu stärken, die Angebotsdichte zu erhöhen und abzurunden, die Frequenz zu steigern und so im Ergebnis die Zentrumsfunktion der Innenstadt zu fördern, sollten ebenfalls gezielt auf den 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' konzentriert werden.

---

<sup>87</sup> Vgl. Kap. 5.

► **Innenstadtergänzungszone:**

= Standorträume, die dem 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' nordwestlich in Richtung der beiden innenstadtnahen Hauptversorger im Lebensmittelbereich (Edeka und Netto) und nördlich in Richtung Bahnhof liegen; diese Standorträume sind durch die unmittelbare räumliche Zuordnung und die bestehenden Angebotsstrukturen gut dazu geeignet, den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' funktional zu ergänzen.

Aufgrund unverändert fehlender und realistisch nicht mehr zu erwartender Besitzstrukturen sowie nicht mehr verfügbarer Flächenoptionen<sup>88</sup> wurden Standortbereiche gemäß Einzelhandelsentwicklungskonzept 2011 nicht mehr diesem Standortbereich zugeordnet; Ziel ist dabei auch, das Zentrum mit dem 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' und der ergänzenden 'Innenstadtergänzungszone' möglichst kompakt zu halten.

Aufgrund der Flächenknappheit im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt', der räumlichen Nähe, bereits bestehender Versorgungsangebote mit direkter Anbindung zum 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' und dementsprechend plausibel anzunehmender Kundenaustauschbeziehungen können die beiden an den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' direkt angrenzenden Standortbereiche als mögliche Potenzialstandorte für einen den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz eingestuft werden. Bereits im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' bestehende 'innenstadtrelevante Einzelhandels assortimente' sollten bei einer funktionalen Aufwertung der 'Innenstadtergänzungszone' jedoch nur nach sorgfältiger Prüfung angesiedelt werden, um die städtebauliche Zielsetzung einer prioritär anzustrebenden Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' nicht zu gefährden.<sup>89</sup> Um die Verträglichkeit von Vorhaben in der 'Innenstadtergänzungszone' sicherzustellen, wird dementsprechend eine jeweilige assortiments-, größen- und betriebstypbezogene Beurteilung erforderlich.

---

<sup>88</sup> Insbesondere die Nachnutzung eines ehem. leerstehenden Lebensmittelmarktes an der Adlerstraße 30 durch die Gewog Rehau und damit dessen Wegfall als potenziell im Einzelhandel nutzbare Fläche sowie auch eine Neubewertung des Bereiches entlang der Goethestraße führte zu der geänderten (Neu-) Abgrenzung der 'Innenstadtergänzungszone'.

<sup>89</sup> Anzustreben sind somit nicht Verlagerungen, sondern um eine bestandsorientierte Ergänzung des Innenstadtbestandes.

► **Nahversorgungsstandorte:**

= Standorträume außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' und der 'Innenstadtergänzungszone' mit direkter Wohngebietszuordnung, bei dem die dort bestehenden größeren Lebensmittelbetriebe/-märkte mit einem umfassenden hauptsächlich auf 'nahversorgungsrelevante Sortimente' beschränkten Warenangebot<sup>90</sup>, eine umfassende Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung übernehmen.

Als '**Nahversorgungsstandorte**' können, aufgrund der Lage in einem stark von Wohnbebauung geprägten Bereich ein Lebensmittelmarkt (Norma) mit angeschlossenen Lebensmittelhandwerksbetrieben an der Unlitzstraße sowie ein weiterer Lebensmittelmarkt (Rewe) mit angeschlossenem Getränkemarkt und integrierter Bäckerei an der Hirschberger Straße mit dessen Lage unmittelbar angrenzend an das Wohngebiet zwischen Hirschberger Straße und Jägerstraße, ausgewiesen werden.<sup>91</sup> Diese Betriebe nehmen, neben ihrer gesamt- / überörtlichen Versorgungsfunktion insbesondere auch eine herausgehobene Nahversorgungsfunktion für die umliegende bzw. unmittelbar angrenzende und dementsprechend auch fußläufig gut zu erreichende Wohnbevölkerung ein. Daher gilt es, diese Standorte als versorgungsstrukturell wichtige 'Nahversorgungsstandorte' zu sichern und langfristig zu erhalten. Angesichts der fortschreitenden Marktentwicklung kann im Falle einer ggf. gewünschten Modernisierung der dortigen Betriebe auch ein standortgerechter Verkaufsflächen-/Angebotsausbau speziell der 'nahversorgungsrelevanten Sortimente' erfolgen, solange eine Innenstadtverträglichkeit nachgewiesen werden kann.<sup>92</sup> Die zusätzliche Ansiedlung von 'innenstadtrelevanten Sortimenten', welche über die Nahversorgungsrelevanz hinausgehen, wird zugunsten des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' und dessen Zentralitäts-/Versorgungsfunktion hingegen ausgeschlossen.

Die Ausweisung zusätzlicher, d.h. aktuell noch nicht bestehender 'Nahversorgungsstandorte' wird angesichts begrenzter Ausbaupotenziale und der daraus resultierenden Gefahr betriebsgefährdender Umverteilungsprozesse ggü. Bestandsbetrieben und einer in weiten Teilen guten und den Standortbedingungen angemessenen Versorgungssituation derzeit als nicht notwendig erachtet. Vielmehr sollten die bestehenden Nahversorgungsstrukturen gestärkt und gesichert werden.

---

<sup>90</sup> Darüber hinaus bestehende, üblicherweise in einem modernen Lebensmittelmarkt bestehende Teilsortimente weisen aktuell und sollen auch weiterhin einen deutlich nahgeordneten Verkaufsflächenanteil aufweisen (10-15%).

<sup>91</sup> Für einen weiteren Lebensmitteldiscounter (Aldi) gilt dies aufgrund seiner durch die B 289 deutlich von Wohngebieten separierten Solitärlage nicht.

<sup>92</sup> Hierfür ist eine Einzelfallprüfung der städtebaulichen Verträglichkeit notwendig.

► **Randzone des Einzelhandels:**

= das sonstige Stadtgebiet, außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt', der 'Innenstadtergänzungszone' sowie der 'Nahversorgungsstandorte' stellt die 'Randzone des Einzelhandels' dar.

Hier soll grundsätzlich die Ansiedlung von Betrieben mit 'nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten' zulässig sein, Betriebe mit 'innenstadtrelevante Sortimenten' sind dort auszuschließen. Potenzielle Neuansiedlungen von Kleinanbietern aus dem Lebensmittelbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Hofladen o.ä.) können zum Ausbau der wohnortnahen Grundversorgung im Lebensmittelbereich in und ggf. auch unmittelbar angrenzend an bewohnte Siedlungsbereiche jedoch zugelassen werden. Bestehende Betriebe mit 'innenstadt- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten' genießen Bestandsschutz inkl. einer moderaten, städtebaulich verträglichen Erweiterungs-/Modernisierungsoption zur Bestandssicherung.<sup>93</sup>

Diese Regelungen gelten insbesondere vor dem Hintergrund, als dass die bestehenden Ausbaupotenziale begrenzt sind<sup>94</sup> und diese prioritär für mögliche Entwicklungen im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' bzw. ggf. ausnahmsweise in der 'Innenstadtergänzungszone', oder im Fall von 'nahversorgungsrelevanten Sortimenten' auch von den ausgewiesenen 'Nahversorgungsstandorten' genutzt werden sollen.

Als Spezialfall sind Betriebe mit 'nicht-innenstadtrelevanten' Hauptsortiment sowie ergänzenden 'innenstadtrelevanten' Randsortimenten einzustufen. Bei einigen modernen Betriebsformen des Einzelhandels mit 'nicht-innenstadtrelevantem' Hauptsortiment sind 'innenstadtrelevante' Randsortimente üblich (z.B. Heimtextilien und Haushaltswaren bei Baumärkten bzw. Möbelhäusern). Zum Umgang mit entsprechenden Betrieben in der Planungspraxis bedarf es einer gesonderten Regelung, welche die städtebauliche Verträglichkeit von Vorhaben mit 'nicht-innenstadtrelevanten' Hauptsortiment gewährleistet. Die Größe der maximal möglichen 'innenstadtrelevanten' Randsortimente ist dabei individuell so zu bestimmen, dass schädliche Auswirkungen auf den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' ausgeschlossen werden können. Hierfür ist im Bedarfsfall eine Einzelfallprüfung anzuraten, um die Verträglichkeit sicherzustellen.

Um einen übermäßigen Flächenverbrauch zu vermeiden und eine sinnvolle Bündelung der Versorgungsstrukturen erreichen zu können, sollte auch in der 'Randzone des Einzelhandels' eine Konzentration auf einen bzw. wenige, verkehrlich ausreichend gut angebundene Standorte erfolgen – möglichst im räumlichen Zusammenhang bereits bestehender Einzelhandels- oder Gewerbenutzungen.

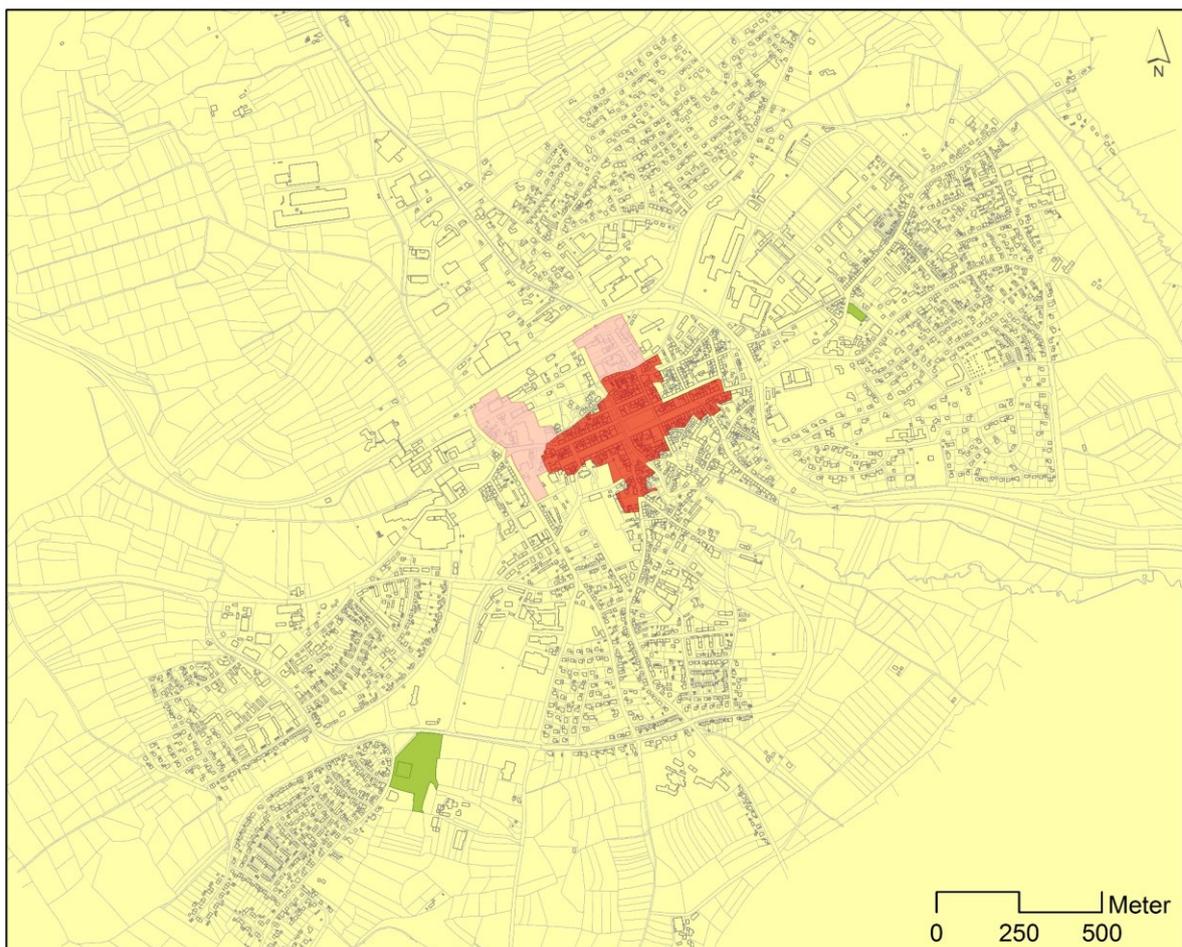
<sup>93</sup> Hierfür ist eine Einzelfallprüfung der städtebaulichen Verträglichkeit notwendig.

<sup>94</sup> Vgl. Kap. 5.

Aus Betreiber-/Investorensicht sind üblicherweise verkehrlich gut angebundene und gut einsehbare Gewerbegebietslagen in Randlage von großem Interesse; dies gilt für 'innenstadtrelevante' wie für 'nicht-innenstadtrelevante' Sortimente gleichermaßen. Eine den konzeptionellen Zielen und Aussagen gemäße Überplanung (d.h. ein Ausschluss 'innenstadtrelevanter' Sortimente) speziell dieser Standorte von Seiten der Stadtverwaltung ist daher – zumindest im Bedarfsfall – zu empfehlen.

## Zentrenkonzept des Einzelhandels

### Einzelhandelskonzept Stadt Rehau



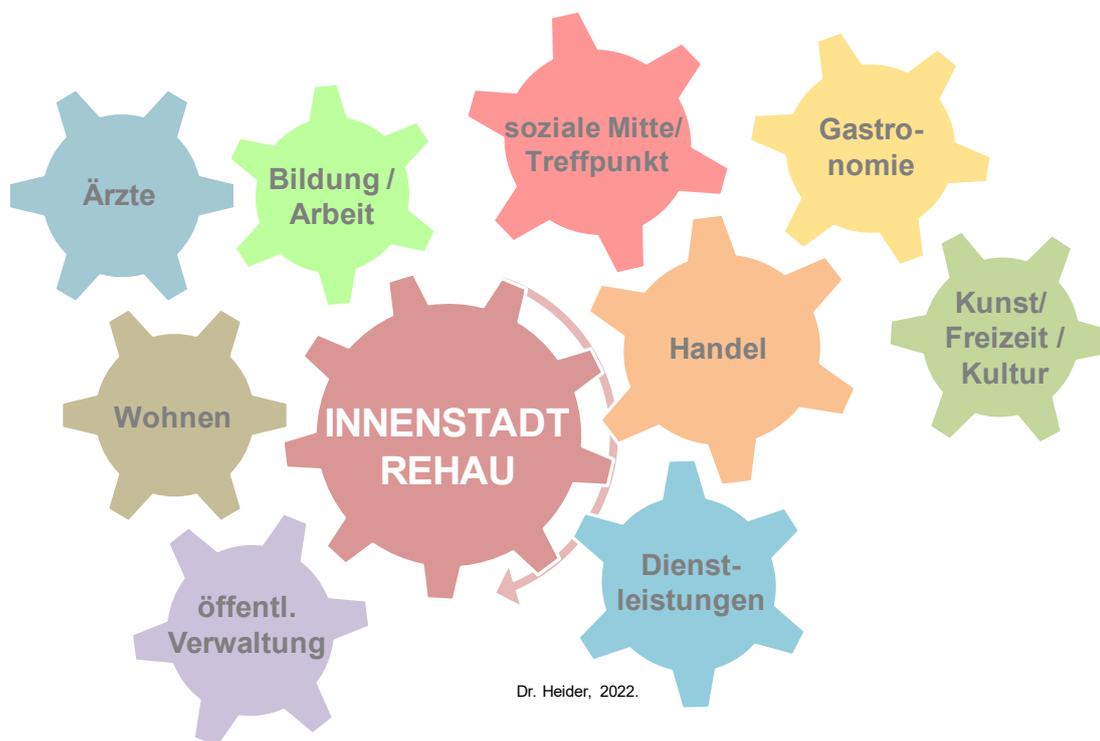
- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Innenstadtergänzungszone
- Nahversorgungsstandort
- Randzone des Einzelhandels

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt Rehau  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

## 8.5 Stärkungs- und Entwicklungskonzept Innenstadt

Das Vorhandensein eines **möglichst breiten Angebotsspektrums aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, öffentliche Verwaltung, sozialer Angebote und Freizeit/Kultur** bestimmt in hohem Maße die Attraktivität einer Innenstadt. Auch in Rehaue kann es nur ein breiter Angebotsmix aus diesen Angebotsbereichen schaffen, die Innenstadt als gewachsenes, traditionelles Hauptzentrum der Stadt attraktiv und anziehungsstark zu halten. Neben dem weiterhin als Leitfunktion einzustufenden Einzelhandel wird es angesichts der nochmals forcierten Umbrüche (Stichworte: Corona, Onlinehandel) dabei zukünftig noch deutlich wichtiger als bereits bisher werden, dass dem Einzelhandel ein vielfältiges Angebot an ergänzenden Komplementärnutzungen zur Seite steht. Hierzu zählen Ärzte und Gesundheitsdienstleister (z.B. Physiotherapie, Massagepraxen etc.) sowie weitere Dienstleistungsanbieter (z.B. Post, Banken, Friseure etc.), attraktive Gastronomiebetriebe, Freizeit-/Kultur- und Sozialeinrichtungen, öffentliche (Verwaltungs-)Einrichtungen, Bildungs- und Arbeitsplatzangebote. Auch die Wohnfunktion muss zwingend erhalten und gestärkt werden – nicht nur um einen lebendigen Standortraum zu garantieren, sondern auch um die notwendige Mantelbevölkerung für dortige (Nah-)Versorgungsangebote gewährleisten zu können. Vitalität, Flair, Erlebnischarakter und ausreichende Kopplungsmöglichkeiten zwischen Einkäufen/Erledigungen und Freizeitverhalten sind die Voraussetzungen, dass die Innenstadt auch bei weiterem Erstarken des Onlinehandels aus Kundensicht ein lohnendes Ziel bleibt.

### Wichtige Nutzungen und Identitätspole einer funktionsstarken, vitalen Innenstadt



Dr. Heider, 2022.

Wesentlicher **Grundgedanke des anzustrebenden Stärkungs- und Entwicklungskonzeptes für die Rehauer Innenstadt bzw. den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt'** ist die priorisierte Ausrichtung und aktive Lenkung vorhandener Potenziale und Entwicklungschancen auf diesen nicht nur unter städtebaulichen Aspekten herausgehobenen Standortbereich. Die Innenstadt Rehaus verfügt über ein recht ansprechendes, insbesondere von den historischen Bauten rund um relativ großzügig gestalteten Maxplatz geprägtes Erscheinungsbild. Aus funktionaler Sicht besteht ein guter vielfältiger und verdichteter Besatz an unterschiedlichen Nutzungen/Angeboten vor allem entlang des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches sowie ergänzend dazu auch im weiteren, westlich daran angrenzenden Innenstadtbereich, nördlich der Achse Friedrich-Ebert-Straße – Maxplatz – Ludwigstraße<sup>95</sup>. Die Innenstadt stellt nach wie vor den aus funktionaler Sicht am dichtesten besetzten Standortbereich im Stadtgebiet dar. Hinzu kommen eine wichtige Mittelpunktfunktion und ein hohes Identifikationspotenzial für die Einwohner der Stadt. Somit bestehen zahlreiche Gründe, um die Innenstadt in besonderem Maße in ihrer Funktion zu erhalten, zu schützen und funktional weiterzuentwickeln.

Wichtiges Ziel der weiteren Stadtentwicklung muss es daher sein, die für die Innenstadt wichtigen und zu deren Stärkung besonders geeigneten Waren-/Dienstleistungsangebote weiterhin soweit als möglich dort zu konzentrieren. Dies gilt im Einzelhandel, wie oben erläutert, speziell für die 'innenstadtrelevanten Sortimente'. Daneben sind aber auch die ebenso wichtigen, komplementären Angebotsbereiche zu sichern und aktiv zu stärken. Es geht darum, in der Innenstadt Rehaus einen möglichst vielfältigen und ansprechenden Angebotsmix aus Einkaufsangeboten, ergänzenden Dienstleistungen, einladenden gastronomischen Angeboten, öffentlichen Einrichtungen sowie auch ein möglichst interessantes und spannendes Freizeit-/Kulturangebot anbieten zu können, das Einwohner, Kunden und Besucher/Touristen anspricht. In der Innenstadt müssen die Bedürfnisse von Einkauf über Erledigungen bis hin zu Arzt- und Gastronomiebesuchen erfüllt werden können und dies in einem Ambiente und einer Qualität, welche so attraktiv sind, dass dies in wachsendem Maß angenommen wird und zu einer noch stärkeren Belebung und Frequentierung, d.h. zu einer weiteren Vitalisierung der Innenstadt führt. Ambiente und "Wohlfühleffekte" spielen heute eine wichtige Rolle in der Erwartungshaltung der Bürger/Kunden.

Neben den Einkaufs- und Dienstleistungsangeboten sollte die Innenstadt auch verstärkt die Bedürfnisse der Kunden vor und um den Einkauf bzw. die Erledigungen herum abdecken. Hierzu gehört, dass sich der Handel und die Dienstleister stetig und konsequent in Puncto Service, Erlebnis- und Erfahrungswert an den gesellschaftlichen Entwicklungen und Erwartungen ausrichten müssen. So zeugt u.a. eine aktive und intensive Betreuung der Kunden von Qualitätsbewusstsein im eigenen Betrieb und ist geeignet, trotz ggf. höherer Preise als bei discountorientierten Wettbewerbern oder speziell auch anonymen Internetanbietern eine langfristige Kundenbindung zu erreichen. Ähnliches gilt in Bezug auf Erscheinungsbild und Zugänglichkeit der Betriebe/Immobilien, aber z.B. auch im nicht zu

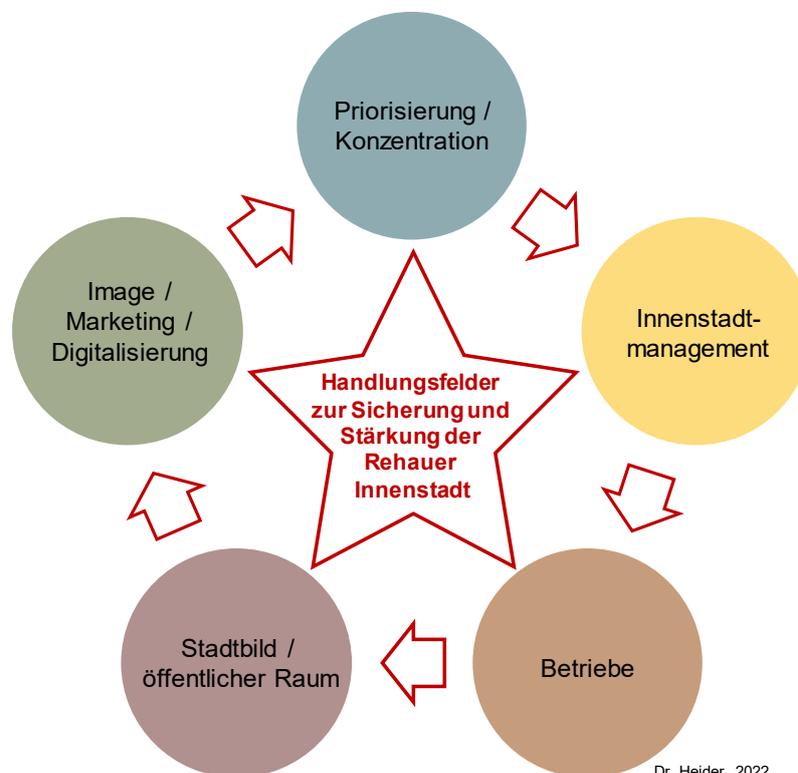
---

<sup>95</sup> Vgl. Kap. 4.3.1. und 4.3.2.

unterschätzenden Austausch mit den Kunden; so können z.B. zusätzliche Postings in sozialen Medien, mit denen Kunden informiert und auf neue Angebote oder auch besondere Aktionen, Rabatte o.ä. hingewiesen werden, die Kundenbeziehung und damit auch die Nachfrage und Frequentierung gezielt stärken.

Neben einer Sicherung und anzustrebenden Ergänzung des Einzelhandels- und Komplementärangebotes gilt es darüber hinaus auch, weitere städtebauliche Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung und Standortsicherung zu ergreifen. In Verbindung mit einem engagierten, abgestimmten, aktiven und langfristig orientierten Vorgehen bestehen in Rehaugute Chancen, die Innenstadt weiter zu stabilisieren, funktional zu stärken und auch zukünftig als attraktives und lebendiges Zentrum zu erhalten. Detaillierter betrachtet können zur Sicherung und kontinuierlichen Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt', neben der Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet an den oben aufgezeigten Zielen einer zentrumsorientierten Standort-/Einzelhandelsentwicklung, in Anlehnung und aktualisierter Differenzierung an das Einzelhandelsentwicklungskonzept 2011, fünf Handlungsfelder definiert und entsprechende Maßnahmen abgeleitet werden. Sie bilden die Grundlage des aktualisierten **Stärkungs- und Entwicklungskonzeptes**. Die Verknüpfung der verschiedenen Handlungsfelder sowie die Konkretisierung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen sind im Rahmen der weiteren Stadtentwicklung aktiv voranzutreiben.

### Stärkungs-/Entwicklungskonzept für die Rehauer Innenstadt – Handlungsfelder



### 8.5.1 Handlungsfeld Priorisierung / Konzentration

#### Nutzungssicherung und -verdichtung in der Innenstadt

##### Maßnahmen:

- ▶ Beschluss des fortgeschriebenen **Einzelhandelsentwicklungskonzeptes** im Stadtrat als Steuerungsinstrument und als gesamtörtliche Planungsgrundlage Rehaus zur Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der Innenstadt
- ▶ Konzentration der Stärkungsmaßnahmen auf die Innenstadt zur **funktionalen Sicherung** dieses städtebaulich bedeutendsten Standortbereiches Rehaus (= Hauptzentrum und zentraler Versorgungsbereich) als wichtigen Einkaufs- und Geschäftsraum, aber auch als Verwaltungs-, Freizeit-/Kultur- und Wohnstandort und zentralen Identifikationsraum der Stadt mit möglichst hoher Nutzungsvielfalt, Kundenanziehungskraft und Treffpunktfunktion
- ▶ **Unterstützung bestehender Einzelhandels- und Gewerbebetriebe** zum Erhalt der Versorgungsqualität der Innenstadt durch Attraktivierung des Standortumfeldes und Unterstützung/Ermöglichung von Modernisierungsmaßnahmen
- ▶ auf kurze Wege ausgerichtete Betreuung innenstadtansässiger und standortsuchender Dienstleistungs-/Gewerbebetriebe, inkl. **Vermittlung und Entwicklung geeigneter Betriebsstandorte** auch in der Innenstadt als Ersatz- oder Neustandorte<sup>96</sup>
- ▶ **Nutzungsverdichtung** durch Reaktivierung nicht- oder mindergenutzter Gebäude / Immobilien<sup>97</sup> bzw. Frei- / Brachflächen für zusätzliche Angebote aus Einzelhandel, Gastronomie, Freizeit/Kultur, Soziales etc.
- ▶ neben der funktionalen ist auch eine weitere **optisch-gestalterische Aufwertung der Innenstadt** anzustreben – um noch mehr Aufenthaltsqualität zu schaffen, die Innenstadt mit ihrem großen Maxplatz stärker zu beleben, funktionale Defizite zu beseitigen und die gesamte Innenstadt mit ihrem historischen Erbe modern/zeitgemäß, ansprechend und möglichst anziehungsstark zu halten/gestalten.

---

<sup>96</sup> Dabei eignet sich die Innenstadt insbesondere für nicht störende, gewerbliche Nutzungen mit keinen oder unerheblichen Emissionen, wie dies v.a. bei Dienstleistungsbetrieben oder freien Berufen gewährleistet ist.

<sup>97</sup> Vgl. hierzu auch Kap. 4.3.3 Geschäftsleerstände.

## 8.5.2 Handlungsfeld Innenstadtmanagement

### Projektentwicklungen, Nutzung Flächen- und Immobilienpotenziale

#### Maßnahmen:

- ▶ Ermittlung, Analyse und Inwertsetzung von Innenentwicklungspotenzialen<sup>98</sup> durch Erweiterung des bestehenden Leerstandsmanagements zu einem **umsetzungsorientierten Innenstadtmanagement** mit aktiv vorangetriebener Flächenreaktivierung, Funktionsverdichtung und begleitender Kommunikationsstrategie
- ▶ gezielte Förderung und Initiierung von **Projektentwicklungen** zur **Aktivierung von Flächen- und Immobilienpotenzialen** sowie **Etablierung zusätzlicher Angebote/Frequenzbringer** in der Innenstadt
- ▶ Bedeutung der **Innenstadt als attraktiven Arbeitsplatz- / Wirtschaftsstandort** durch Wirtschaftsförderungsmaßnahmen sowie auch durch Unterstützung von potenziellen Gründern<sup>99</sup> forcieren
- ▶ **Sicherstellung einer modernen und an den Bedürfnissen der heutigen Zeit ausgerichteten Infrastruktur** – von möglichst barrierefreien Wegen/Plätzen über die E-Ladesäule bis hin zum Glasfaser- und 5G-Anschluss
- ▶ Organisation temporärer **Zwischennutzungen für Leerstandsflächen**, zur Schaffung möglichst interessanter Blickfänge und Anziehungspunkte sowie insbesondere auch um dauerhaft leere Schaufenster zu vermeiden
- ▶ **Umnutzung/Modernisierung bestehender Immobilien und Nachverdichtung zur Schaffung neuen, zeitgemäßen Wohnraums** speziell auch in der Innenstadt, um bestehende Missstände zu beseitigen und ausreichend attraktive Wohnflächen sowie ggf. auch neue Wohnformen für Bürger wie Neubürger bereitstellen zu können<sup>100</sup> – wie aktuell z.B. in der Bahnhofstraße 3
- ▶ die **Gewährleistung eines ansprechenden städtebaulichen Umfeldes** im direkten Umfeld erhöht die Positiveffekte von Projektentwicklungen zusätzlich.

---

<sup>98</sup> Zu solchen reaktivierbaren Flächenpotenzialen zählen z.B. Grundstücke im Innenbereich mit bestehendem Baurecht, Baulücken, ehemalige Industrie- und Gewerbeflächen, welche inzwischen brachliegen, leerstehende (Wohn-)Gebäude sowie Flächen auf denen Aus- oder Anbauten möglich sind.

<sup>99</sup> Ggf. mittels Durchführung eines Existenzgründerwettbewerbs zur Generierung neuer Ideen und Nutzungskonzepte.

<sup>100</sup> Auch um die nötige Mantelbevölkerung für Einzelhändler und Komplementäranbieter im Innenstadtbereich gewährleisten und eine wichtige Voraussetzung für eine vitale Innenstadt erfüllen zu können.

## Gebäudeattraktivierung

### Maßnahmen:

- ▶ aktive Kontakte zu Immobilieneigentümern, um immobilienbezogene Verbesserungen anzustoßen und zu unterstützen
- ▶ Organisation professioneller Unterstützung für Fragen zur Immobilienentwicklung (Modernisierungs- und Sanierungsfragen, Nach-/Umnutzung etc.)
- ▶ Aufzeigen von Möglichkeiten zur Ausweitung der Barrierefreiheit (bei Geschäfts-/Immobilienzugängen sowie ggf. auch in den Betrieben) im Hinblick auf die zu erwartende alternde Gesellschaft, aber auch hinsichtlich Kinderwagenfreundlichkeit etc.
- ▶ Durchführung von Fassaden- und Schaufensterwettbewerben (Einbeziehung Eigentümer, Gewerbetreibende, Presse, Heimatpflege etc.)
- ▶ Weiterführung des bestehenden kommunalen Fassadengestaltungsprogramms zur Beseitigung baulicher Mängel innenstadtprägender Liegenschaften und zur notwendigen Modernisierung/Neugestaltung weiterer Bauten im Innenstadtbereich – in den bestehenden innerstädtischen Sanierungsgebieten, aber z.B. auch entlang und im Umfeld der Sophienstraße im neuen Sanierungsgebiet VI "Fichtig-Mühlberg"
- ▶ Einführung eines kommunalen Geschäftsflächenprogrammes als Anreiz für die Verbesserung bzw. Wiedernutzbarkeit nicht mehr zeitgemäßer Ladengeschäftsflächen.

### 8.5.3 Handlungsfeld Betriebe

#### Sicherung von Leitbetrieben, Aktivierung der Betriebspotenziale

### Maßnahmen:

- ▶ Ermöglichung etwaig angestrebter Modernisierungs- ggf. Erweiterungsmöglichkeiten der wesentlich für die Attraktivität und Versorgungsfunktion der Innenstadt beitragenden Betriebe aus dem Einzelhandels- und Komplementärbereich zur Standort-/Betriebssicherung
- ▶ Hilfestellung für die Betriebe durch Beratungs- und Serviceleistungen (Bau, Gestaltung, Betriebswirtschaft, Ladeneindruck, Warenpräsentation, Marketing) zur Verbesserung der Ladenqualität sowie auch hinsichtlich ökonomischer Aspekte und neuer Herausforderungen hinsichtlich notwendiger Digitalisierungsmaßnahmen bei den Geschäftsprozessen
- ▶ Betriebs- und Vertriebskonzepte zukunftsfähig weiterentwickeln, d.h. u.a. Einsatz ergänzender Präsentations-/Vertriebswege durch digitale Inhalte und Vermarktungsmöglichkeiten.

## Servicequalität

### Maßnahmen:

- ▶ Initiierung einer **Serviceinitiative** in den Einzelhandels-/Gewerbebetrieben der Innenstadt
- ▶ Entwicklung von betriebsübergreifenden Initiativen zur Standortstärkung und Teil einer umfassenden **Standortprofilierung**
- ▶ **Barrierefreiheit** in den Ladengeschäften auch als Qualitäts- und Serviceargument vermitteln.

## Betriebsnachfolge

### Maßnahmen:

- ▶ **Klärung der bestehenden Nachfolgeproblematik** als wichtigen Baustein zur Bestandsicherung des aktuell bestehenden Besatzes, d.h. Eruiierung bei welchen Betrieben steht wann eine potenzielle Unternehmensnachfolge an
- ▶ **Sensibilisierung und Unterstützung in Nachfolgefragen**, v.a. auch hinsichtlich der rechtzeitigen Vorbereitung einer Unternehmensnachfolge und der frühzeitigen Suche nach einem möglichen Nachfolger (mind. 3 Jahre vor geplanter Übergabe), aber u.a. auch hinsichtlich realistischer Preisvorstellungen
- ▶ **Unterstützung bei der Ermittlung geeigneter Nachfolgenutzungen und Betreiber** durch aktive Suche und Ansprache möglicher Nachfolgekandidaten: aus dem eigenen Betrieb, bei Lieferanten, ggf. im Kundenkreis, über Inserate und bestehende Unternehmensbörsen (z.B. der IHKs etc.) bzw. auch bei Gründeragenturen.

## 8.5.4 Handlungsfeld Stadtbild und Funktionalität

### optische und funktionale Aufwertung

#### Maßnahmen:

- ▶ **Aufwertung des Straßenraumes**: sukzessive Durchführung von weiteren Sanierungs- und Attraktivierungsmaßnahmen im öffentlichen Innenstadtbereich, in den bestehenden innerstädtischen Sanierungsgebieten, aber z.B. auch im Bereich Sophienstraße / Perlenbach im neuen Sanierungsgebiet VI "Fichtig-Mühlberg"
- ▶ **Stärkung der Aufenthaltsqualität**, u.a. auch durch Schaffung eines ansprechenden Erscheinungsbildes / Flairs, so dass man gerne länger verweilt

- ▶ Vorrang der Nachnutzung von Leerständen in funktionierenden Geschäftslagen durch frequenzerzeugende Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen zur Sicherung zusammenhängender Geschäftsbereiche
- ▶ Erhalt der guten Pkw-Erreichbarkeit und des Parkplatzangebotes in der Innenstadt
- ▶ Sicherung der ÖPNV-Anbindung der Innenstadt aus dem gesamten Stadtgebiet, inkl. der außerhalb der Kernstadt liegenden Stadtteile
- ▶ Weiterführung der straßenbegleitenden Begrünung in den bisher nicht begrüntem Straßenbereichen der Innenstadt zur Aufwertung des Stadtbildes sowie zur Entwicklung einer klimaresilienten Innenstadt
- ▶ Erschließung der Innenstadt für Fahrrad- / Ebikennutzer mit entsprechender Infrastruktur (Radwegführung / -netz, Fahrradabstellmöglichkeiten, Lademöglichkeiten)
- ▶ weiterer Ausbau der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum
- ▶ Aufwertung der Eingangssituation (Beschilderung, Begrüßung, attraktive Straßenraumüberspannungen, Wegweiser für Parkplätze etc.), d.h. Schaffung einer attraktiven Einfahrts-/Auftaktsituation; dies gilt speziell an den bedeutendsten Zufahrtsstraßen Schützenstraße, Gerberstraße und Ascher Straße, aber auch am Bahnhof als weiteren wichtigen, zentralen Ankunftsort von Besuchern/Kunden<sup>101</sup>.

### 8.5.5 Handlungsfeld Image / Marketing / Digitalisierung

#### Optimierung der Wahrnehmung als Standort

##### Maßnahmen:

- ▶ Erarbeitung eines umfassenden und standortangepassten Marketing-Konzeptes mit Fokus Innenstadt, Definition der "Marke" Innenstadt Rehau
- ▶ Ausbau Aktionen und Events zur Standortprofilierung und als zusätzliche Anreize für Einkäufe und Besuche in der Innenstadt
- ▶ stärkere Nutzung des hochattraktiven Maxplatzes als Treffpunkts- und Veranstaltungsraum
- ▶ Profilierung als attraktiver Wirtschafts- und Wohnstandort sowie Positionierung der Innenstadt als vielfältig besetzten und qualitativ ausgerichteten Standortbereich
- ▶ Intensivierung des Marketings für den Innenstadtbereich und dessen Angebote (online und offline)

---

<sup>101</sup> Die erfolgte Modernisierung des Bahnhofsgebäudes mit dessen moderner Überdachung ist diesbezüglich bereits positiv hervorzuheben.

- ▶ Errichtung **Informations- / Werbetafeln** (ggf. mit wechselnden Inhalten) an gut frequentierten Stellen, die für Angebote / Betriebe, Aktivitäten, Veranstaltungen in Rehau und speziell der Innenstadt werben
- ▶ Modernisierung der Verwaltungs- und Umsetzungsprozesse durch **forcierte Nutzung digitaler Hilfsmittel und Möglichkeiten**<sup>102</sup>
- ▶ **Weiterentwicklung des 'Kompass Rehau'** mit dessen Übersichtsfunktion zu Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie Vereinen zu einem umfassenden und funktional breiter aufgestellten '**Digitalstandort Rehau**', um – unter Berücksichtigung der bereits heute hohen und perspektivisch weiterwachsenden Onlineaffinität vieler Bürger – nicht nur über bestehende Angebote zu informieren, sondern auch die Möglichkeit zu bieten, damit vor Ort einzukaufen, Dienstleistungen direkt zu buchen, über Leben und Veranstaltungen in Rehau im Sinne einer vertieften Standortbindung zu informieren sowie generell die Aufmerksamkeit zu erhöhen und neue Kunden anzusprechen
- ▶ **der Aufbau 'Digitalstandort Rehau' erfordert** personelle Kapazitäten, welche das notwendige fachliche Know-How ebenso wie ausreichend content<sup>103</sup> liefern können, um Handel, Dienstleister/Gewerbe, Vereine und Politik sowie lokalen Besonderheiten (z.B. Kunsthaus, Skulpturenpark, Rehau Art, Rehauer Perlenkönigin) und Veranstaltungsangebote (u.a. Kulturnacht, Wochenmärkte, Lebkuchenmarkt etc.) eine zeitgemäße Präsenz im digitalen Raum zu geben und in der Onlinecommunity angemessen wahrgenommen zu werden. In diesem Zusammenhang wäre darauf zu verweisen, dass dies idealerweise im Rahmen eines weitaus umfassenderen Ansatzes zur langfristig orientierten kommunalen Digital-Agenda zu integrieren wäre.

Nachfolgend die räumlich verortbaren Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt im Überblick:

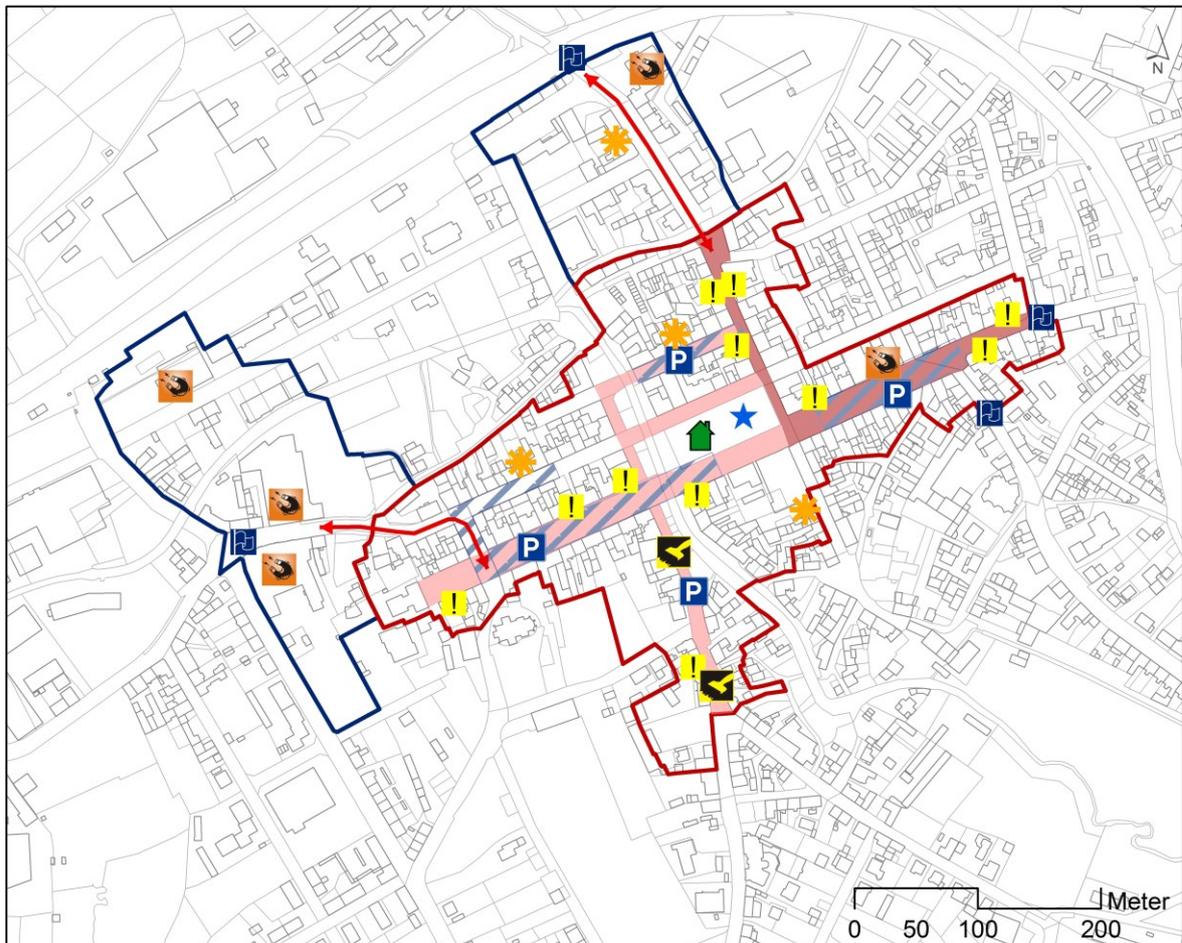
---

<sup>102</sup> In diesem Zusammenhang kann z.B. auf die Initiative 'Digitales Dorf' der Bayerischen Staatsregierung hingewiesen werden. Dabei wurden in Zusammenarbeit u.a. mit dem Fraunhofer Institut mehrere Pilotprojekte in verschiedenen Regionen Bayerns gestartet, die das Ziel haben, die Chancen der Digitalisierung anhand verschiedener Themen (u.a. Nahversorgung, Gesundheitsversorgung, Bürgerinformation/Behördengänge etc.) praxisnah zu erforschen und tragfähige, skalierbare Modelle zu entwickeln. Mit dem "'Kompetenzzentrum Handel'" möchte auch das BMWi die notwendige digitale Transformation im Handel begleiten und den Wissenstransfer fördern. Primäre Zielgruppe sind dabei kleine und mittlere Unternehmen, denen die notwendige Digitalisierungsoffensive oft besonders schwerfällt.

<sup>103</sup> D.h. (digitale) Inhalte wie Texte, Bilder, Videos oder sonstige Inhalte einer Webseite bzw. in digitalen / sozialen Medien.

## Maßnahmenkonzept Innenstadt

Einzelhandelskonzept Stadt RehaU



- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Innenstadtergänzungszone
- innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich - vorrangig zu sichernde und zu stärkende Kernzone mit frequenzstarkem Nutzungsmix
- funktionale Sicherung und Bestandsergänzung wichtiger Nebenlagen
- Sicherung besonders frequenzstarker, strukturprägender Betriebe des Einzelhandels
- ★ stärkere Belebung des Maxplatzes z.B. weitere Veranstaltungen, Aktionen, Intensivierung Außengastronomie
- ♣ Sicherung des mittwochs und samstags stattfindenden Wochenmarktes
- ! Nachnutzung bestehender Leerstände durch Einzelhandel oder zentrumsstärkende Komplementäranbieter
- ✱ Standortbereich mit vorrangiger Leerstandsnachnutzung durch Wohnen und Büros
- Beeinträchtigung Geschäftsstraßeneindruck durch einzelne Immobilien mit deutlichem Attraktivierungsbedarf
- Aufwertung/Attraktivierung des öffentlichen (Straßen-) Raumes
- ↔ Verbesserung/Attraktivierung der Wege-/Funktionsverknüpfung
- P Sicherung des Parkplatzangebotes im gesamten Innenstadtbereich
- P Aufwertung der Eingangssituation in die Innenstadt

Stand: Mai 2022  
 Quelle: eigene Erhebungen  
 Kartengrundlage: Stadt RehaU  
 Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2022

## 9 Zusammenfassung

- ▶ Für die oberfränkische Stadt Rehau (Landkreis Hof) stellen die Versorgungssicherung, die Attraktivität als Einkaufsstadt und die Funktionsfähigkeit der Innenstadt zentrale Inhalte der Stadtentwicklung dar. Mit Unterstützung der Städtebauförderung in Bayern durchgeführte Stadt-sanierungsmaßnahmen sind wichtige Bestandteile der Stadt- und Innenstadtentwicklung und bedeutsam für die Sicherung der Einzelhandelsfunktion Rehaus. So konnten bspw. durch eine konsequente Ausrichtung der Nahversorgungsstandorte sowie die Etablierung von Ankernutzungen in der Innenstadt wichtige Erfolge erzielt werden. Dennoch steht die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Rehau weiterhin vor erheblichen Herausforderungen.
- ▶ Da die in den letzten Jahren erfolgten Veränderungen in der Einzelhandelsstruktur Rehaus wie auch bei wesentlichen strukturbestimmenden Rahmenbedingungen<sup>104</sup> ein durchaus erhebliches Ausmaß aufweisen, wurden die 2011 formulierten Ziele und Konzeptinhalte einer aktualisierenden Betrachtung und Anpassung unterzogen. Besonderes Augenmerk für die Innenstadt und Einkaufsstadt Rehau erforderte auch die Factory-Outlet-Entwicklung im nahegelegenen Selb. Das aktualisierte Einzelhandelsentwicklungskonzept reagiert auf die angeführten Veränderungen und Entwicklungen und definiert – unter besonderer Beachtung städtebaulicher Erfordernisse – den Rahmen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung Rehaus. Das aktualisierte Einzelhandelsentwicklungskonzept bildet damit eine aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht zweckmäßige und für die nächsten Jahre geeignete Grundlage für die lokale Planungspraxis.
- ▶ Die Stadt Rehau weist ca. 9.320 Einwohner<sup>105</sup> auf und verfügt über eine herausragende Arbeitsplatzfunktion mit einer deutlich überdurchschnittlichen Beschäftigten-dichte<sup>106</sup> und einem deutlich positiven Pendlersaldo<sup>107</sup>. Als Tourismusdestination und Übernachtungsstandort ist Rehau nur von geringer Bedeutung.

Der Wirtschaftsstandort Rehau ist hochindustrialisiert, die Wirtschaftsstruktur ist dabei stark auf das 'Produzierende Gewerbe' ausgerichtet. Rehau stellt zudem auch einen vergleichsweise beliebten Wohnstandort mit zuletzt nahezu stabilen Einwohnerzahlen im eher strukturschwachen und stetig an Bevölkerung verlierenden Landkreis Hof dar. Nach den Bevölkerungsvorausberechnungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik wird die Bevölkerungszahl in Rehau, trotz der starken wirtschaftlichen Stellung,

---

<sup>104</sup> Stichworte: Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung, stark gestiegene Bedeutung des Onlinehandels und Auswirkungen der Corona-Pandemie.

<sup>105</sup> Gemäß Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik, Stand: 31.12.2020.

<sup>106</sup> Derzeit sind in Rehau rund 5.890 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt (am Arbeitsort; Stand: 30.06.2020), die Beschäftigtendichte als Quotient der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort pro Einwohner liegt mit einem Wert von 0,63 weit über den Werten Bayerns und des Landkreises Hof.

<sup>107</sup> Laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit standen in Rehau 2020 4.291 Einpendlern 2.164 Auspendler gegenüber (jeweils über Gemeindegrenzen).

unter den derzeit vorliegenden und absehbaren Rahmenbedingungen rückläufig sein. Mit einer Fortsetzung des deutlichen Anstiegs der älteren Bevölkerungsgruppen muss gerechnet werden – mit entsprechenden Folgen für die Gesellschaft, die soziale Infrastruktur, den Arbeitsmarkt sowie das Einkaufsverhalten und die Ansprüche an die ansässigen Versorgungsbetriebe.

- ▶ Im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) sowie im Regionalplan der Region Oberfranken-Ost ist RehaU als Mittelzentrum im ländlichen Raum mit besonderem Handlungsbedarf eingestuft. Aus landesplanerischer Sicht hat RehaU demnach nicht nur eine lokale, sondern auch eine wichtige überörtliche Versorgungsfunktion zu erfüllen.<sup>108</sup> Dies gilt neben Gütern des kurzfristigen, täglichen Bedarfs auch für die gehobenen Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs. Um dies dauerhaft gewährleisten zu können sind besondere Anstrengungen und Fördermaßnahmen notwendig.
- ▶ Das Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes RehaU umfasst neben den Einwohnern des eigenen Stadtgebietes auch die der nördlich gelegenen Gemeinden Regnitzlosau und Gattendorf und weist somit ein Einwohnerpotenzial von aktuell ca. 12.640 Einwohnern auf. Darüber hinaus kommen ergänzend zum Marktgebiet, allerdings bei deutlich reduzierten Orientierungen auf RehaU, die südlich angrenzende Gemeinde Schönwald sowie auch das westlich gelegene Schwarzenbach a.d. Saale hinzu. In diesem ergänzenden Marktgebiet leben weitere ca. 10.080 Einwohner.

Das Kaufkraftvolumen, das in RehaU und seinem Marktgebiet für Ausgaben im Einzelhandel bereitsteht, beträgt ca. 79,3 Mio. €. Im ergänzenden Marktgebiet stehen weitere ca. 61,9 Mio. € an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bereit.

- ▶ In RehaU sind zum Erhebungszeitpunkt Anfang Mai 2022 59 Ladengeschäfte des Einzelhandels ansässig, die Verkaufsfläche des Einzelhandels und des einzelhandelsorientierten Ladenhandwerks beträgt insgesamt ca. 11.755 m<sup>2</sup>. Analog zur allgemeinen Einzelhandelsentwicklung hat sich die Betriebsanzahl im Vergleich zu 2011 etwas reduziert, der Verkaufsflächenbesatz konnte hingegen erkennbar gesteigert werden. Der 2011 festgestellte, massive Rückgang im Einzelhandelsbesatz Rehaus konnte gestoppt und das Angebot stabilisiert werden.
- ▶ RehaU verfügt für ein (relativ kleines) Mittelzentrum, lage- und wettbewerbsbedingt, über ein zwar in mehreren Sortimenten (stark) begrenztes, aber insgesamt dennoch relativ breites Einzelhandelsangebot. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt dabei im kurzfristigen Bedarfsbereich, was für ein Mittelzentrum eher unüblich ist. Besonders ausgeprägt und auch differenziert besetzt ist insbesondere der Lebensmittelbereich. Standorträumlich betrachtet stellt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt zwar

---

<sup>108</sup> Der Nahbereich Rehaus umfasst zwar nur das eigene Stadtgebiet (vgl. Regionalplan Oberfranken-Ost), dem einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich sind jedoch 28.281 Einwohner zugeordnet, (vgl. Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat Abteilung Landesentwicklung und Heimat: Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern, Stand: 01.02.2019).

den bei Weitem am dichtesten und auch einen relativ vielfältig besetzten Standortbereich im Stadtgebiet dar, der Verkaufsflächenanteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsbesatz ist dennoch begrenzt. Dies ist jedoch zu einem hohen Anteil auf die durchwegs außerhalb der Innenstadt gelegenen großen Lebensmittelmärkte zurück zu führen, welche mit zwei Betrieben durch ihre Innenstadtnähe die Gesamtanziehungskraft und Ausstattung der Innenstadt Rehaus ergänzen. Positiv ist hervorzuheben, dass die Stadtentwicklungspolitik der letzten Jahre insbesondere durch eine Orientierung an den Erfordernissen der Innenstadt geprägt war, wodurch die innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen weitgehend stabil gehalten werden konnten. Für die Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes Rehau spielt die Innenstadt daher eine nach wie vor tragende Rolle.

- ▶ Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist trotz begrenztem Betriebsbesatz unverändert eine breit diversifizierte, wenngleich wenig tiefe Branchenstruktur im Einzelhandel auf. Mit den ergänzenden Dienstleistungs-/Gastronomiebetrieben und den weiteren Komplementäranbietern besteht jedoch ein relativ dichter und vielfältiger Betriebs-/Angebotsbesatz. Im Einzelhandel ist dabei v.a. im östlichen Innenstadtbereich eine hohe Betriebskonzentration festzustellen. Die einzelhandelsergänzenden Komplementäranbieter bündeln sich v.a. nördlich der Achse Friedrich-Ebert-Straße – Maxplatz – Ludwigstraße. Zusammen betrachtet kann damit gerade in der innerstädtischen Hauptlage an der inneren Schützenstraße / Ludwigstraße / inneren Bahnhofstraße – trotz erkennbarer funktionaler Mängel<sup>109</sup> und einer seit 2011 bestehenden Leerstandsproblematik, welche sich in den letzten Jahren nochmals verschärft hat – ein vergleichsweise kompakter, abwechslungsreicher und anziehungsstarker Angebotsbesatz konstatiert werden. Nimmt man die an den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nördlich und westlich angrenzende 'Innenstadtergänzungszone' mit weiteren, auch größeren Einzelhandelsbetrieben<sup>110</sup> und zusätzlichen Komplementäranbieter hinzu, kann Rehau im gesamtstädtischen Standortvergleich ein starkes Zentrum mit einem dichten, als typisch innenstadtrelevant einzustufenden Einzelhandelbesatz und dichtem Komplementärbesatz konstatiert werden. Das städtebauliche Umfeld, in dem sich der Innenstadtbetrieb präsentiert und auch der Marktauftritt einzelner Betriebe kann dabei vielfach als recht ansprechend eingestuft werden. Dennoch sind weiterhin klare Verbesserungspotenziale zu erkennen, um den aktuellen Markt- und Kundenanforderungen besser gerecht werden zu können.
- ▶ Am Einzelhandelsstandort Rehau werden derzeit ca. 50,1 Mio. € an Einzelhandelsumsätzen erzielt. Im Vergleich zum Vorgängergutachten aus dem Jahr 2011 konnte dieser Wert somit erkennbar gesteigert werden. Die erfolgten Angebotsverbesserungen

---

<sup>109</sup> U.a. hinsichtlich Immobilien- und Ladenqualität, Barrierefreiheit etc.

<sup>110</sup> Dort sind insbesondere ein großer Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter sowie auch ein in den letzten Jahren neu hinzugekommener Fachmarkt für Schuhe und Bekleidung ansässig.

(u.a. Ansiedlung Rewe und Rossmann, Neubau Norma und Netto, Umzug und Angebotsausweitung von Schuhe+Mode Geyer) sind neben dem erfolgten Preisanstieg und den gestiegenen Pro-Kopf-Ausgaben wichtige Gründe dieser Entwicklung.

Drei Viertel der Umsätze des Einzelhandels in Rehaü kommen von der eigenen Bevölkerung, die weiteren Umsätze stammen aus dem überörtlichen bzw. dem ergänzenden Marktgebiet oder werden durch Streuumsätze aus der Region, durch Touristen/Tagesbesucher und Zufallskunden generiert. Die Umsatzzusammensetzung verdeutlicht die hohe Bedeutung der eigenen Bevölkerung für den Einzelhandelsstandort Rehaü.

- ▶ Rehaü verfügt über ein recht gutes und angemessen differenziertes Lebensmittelangebot zur Versorgung der eigenen Bevölkerung wie teils auch der des angrenzenden Umlandes. Die Entwicklungen der letzten Jahre (v.a. Ansiedlung Rewe und Neubau Norma) haben sich positiv auf die Versorgungssituation ausgewirkt. Aus versorgungsstruktureller Sicht sind bei der räumlichen Nahversorgung zwar dennoch erkennbare Lücken festzustellen, ein weiterer größerer Ausbau der Nahversorgungsstrukturen<sup>111</sup> ist unter wirtschaftlichen Aspekten jedoch als kaum tragfähig einzustufen. Daher sollte primär ein Erhalt der bestehenden Anbieter angestrebt werden. Eine weitere Modernisierung ggf. auch inklusive eines marktgerechten Ausbaus bestehender Anbieter sind darüber hinaus grundsätzlich sinnvoll und möglich.
- ▶ In Rehaü können nach derzeitigem Stand keine nennenswerten Ausbau-/Ergänzungspotenziale im Einzelhandel festgestellt werden. Die Marktpotentiale sind unter Ansatz erreichbarer Abschöpfungsquoten und realistisch erwartbarer Besatzstrukturen weitgehend ausgeschöpft.<sup>112</sup> Sollten sich trotz des begrenzten Ausbaupotenzials Ansiedlungsmöglichkeiten für Anbieter aus dem Einzelhandelsbereich ergeben, so sollten diese besonders zur Stärkung der Innenstadt als zentralen Einzelhandels-, Gewerbe- und Versorgungsstandort bzw. nachgeordnet auch der lokalen Nahversorgung dienen. Ähnliches gilt auch für den ergänzenden Dienstleistungs-/Komplementärbereich.
- ▶ Die Auswirkungen des Outlet Center-Vorhabens in der Stadt Selb auf den Einzelhandel der Stadt Rehaü bzw. die 'Auswirkungsanalyse in Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des in Betrieb befindlichen "Outlet Center Selb" in der Stadt Selb (LK Wunsiedel im Fichtelgebirge)' des Büros ecostra sind folgendermaßen zu bewerten:  
  
In städtebaulicher Hinsicht kann den Aussagen von ecostra grundsätzlich gefolgt werden. Die in der Auswirkungsanalyse konstatierte Vereinbarkeit bzw. Verträglichkeit der Centerplanungen mit den bestehenden Einzelhandels- und Innenstadtstrukturen Rehaus erscheint grundsätzlich nachvollziehbar und kann bestätigt werden. Ein größerer Ausbau des (Innenstadt-)Besatzes Rehaus würde bei Umsetzung der Centerplanungen jedoch nochmals deutlich erschwert bzw. zumindest im mittel- und höherpreisigen innenstadtrelevanten Angebotssegment wohl sogar weitestgehend unterbunden werden.

<sup>111</sup> Speziell In Bezug auf einer Ergänzung durch größere Lebensmittelanbieter / -märkte.

<sup>112</sup> Dies schließt explizit nicht aus, dass es zu Ansiedlungswünschen/-anfragen kommen kann.

In landesplanerischer und raumordnerischer Hinsicht ist zu konstatieren, dass die erhebliche Überschreitung der gemäß den Vorgaben des Landesentwicklungsprogrammes Bayern (LEP) landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen in einzelnen Sortimenten (v.a. Bekleidung, Schuhe) des geplanten 2. Bauabschnittes des FOC Selb auf die Gewährleistung einer ausgewogenen Entwicklung der zentralörtlichen Strukturen im Raum negativ wirkt und klar zu Ungunsten der Entwicklungsfähigkeit der Zentralen Orte und der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung im Umfeld des Vorhabens gehen würde. Längerfristig lässt eine fehlende Entwicklungsfähigkeit auch eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Ort im Umfeld des FOC Selb erwarten. Dies sind Negativeffekte, die auch die zentralörtliche Stellung und Bedeutung des Mittel-zentrums und Einzelhandelsstandortes Rehau negativ berühren würden.

- ▶ Die Analyse der Einzelhandelsstruktur hat aufgezeigt, dass in Rehau ein im Wesentlichen marktgerechtes Angebot besteht. Unter Berücksichtigung der bestehenden Standort-/Wettbewerbsbedingungen und Marktanforderungen erscheint ein größerer Ausbau des Einzelhandelsbesatzes wenig realistisch. Die zukünftige Flächenentwicklung im Einzelhandel sollte sich daher primär auf eine Sicherung des Bestandes inklusive einer marktgerechten Modernisierung (inkl. standortgerechter Erweiterung, sofern gewünscht) bestehender Anbieter konzentrieren. Grundsätzlich gilt: Sollten sich Ansiedlungsmöglichkeiten für zusätzliche Anbieter ergeben, so sollten diese weiterhin v.a. zur Stärkung der Innenstadt als Einzelhandels-, Wirtschafts- und Versorgungsstandort dienen. Dies gilt neben dem Einzelhandel insbesondere auch für den ergänzende Dienstleistungs-/ Komplementärbereich.
- ▶ Die zentralen **Leitlinien für die künftige Einzelhandels- und Standortentwicklung** in Rehau sind:
  - Fortführung der aktiv gestaltenden und städtebaulich ausgerichteten Einzelhandels- und Standortentwicklung unter Nutzung planerischer Mittel sowie standortstärkender Maßnahmen der öffentlichen Hand
  - Beibehaltung der Priorisierung der Innenstadt zur Sicherung ihrer Position im Gesamtort mit Konzentration standortstärkender Nutzungen in der Innenstadt, Inwertsetzung von Nachverdichtungspotenzialen sowie Erhöhung der Anziehungskraft der Innenstadt durch Angebotsausbau/-modernisierung und Qualitätssteigerung
  - zukunftssichere Gestaltung der Nahversorgungssituation im Stadtgebiet mit möglichst umfassenden wohnortnahen Versorgungsstrukturen
  - Erhalt der bestehenden Einzelhandelsattraktivität zur Sicherung der überörtlichen Versorgungsbedeutung des Einzelhandels-/Versorgungsstandortes Rehau
  - Implementierung eines umfassenden Ansatzes der Innenstadtstärkung, welcher unter Einbeziehung privater Gewerbe- und Immobilienakteure die historische Bausubstanz und die weiteren Innenstadtimmobilien, den funktionalen Betriebsbesatz

- (inkl. öffentlicher, sozialer und kultureller Einrichtungen), das städtebauliche Umfeld und eines forcierten Innenstadtmarketings das Image und auch eine angemessene digitale Sichtbarkeit als wichtige Faktoren der Standortstärkung berücksichtigt.
- ▶ Die Umsetzung der Leitlinien des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wird planungsrechtlich insbesondere durch das aktualisierte, an den vorliegenden Bedingungen angepasste Sortiments- und Zentrenkonzept ermöglicht:
    - **Sortimentskonzept:** Im Sortimentskonzept wird geklärt und definiert, welche Sortimente besonders zur Stärkung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' beitragen und aus diesem Grund auch gezielt dort konzentriert werden sollten, welche Sortimente speziell der Nahversorgung dienen und welche Sortimente auch außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' zugelassen werden können.
    - **Zentrenkonzept:** In Abhängigkeit von der Bedeutung der verschiedenen Standortlagen für den Einzelhandels- und Versorgungsstandort Rehau sowie unter Beachtung der notwendigen Sicherung der Funktionsfähigkeit und Weiterentwicklung der Innenstadt wie auch der gesamtstädtischen (Nah-) Versorgungsstrukturen wird die bestehende Struktur der räumlich-funktionalen Aufgabenteilung der Versorgungsstandorte geklärt und an die sich seit 2011 geänderten Standortgegebenheiten angepasst. Ergebnis ist, wie bereits bisher, ein arbeitsteiliges, räumlich und funktional unter Beachtung städtebaulicher Aspekte definiertes, hierarchisch aufgebautes Versorgungssystem des Einzelhandels mit nun vier Standortkategorien - zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, Innenstadtergänzungszone, Nahversorgungsstandorte und die Randzone des Einzelhandels. Die Abgrenzung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt', ebenso wie eine den Versorgungsaufgaben entsprechende Gliederung der weiteren / dezentralen Standortlagen bilden einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Weiterentwicklung des Rehauer Einzelhandels.
  - ▶ Ergänzend zum Sortiments- und Zentrenkonzept wird zwingend auch die Umsetzung bzw. die Forcierung eines breit aufgestellten **Stärkungs- und Entwicklungskonzept für die Innenstadt** empfohlen. Ein möglichst abwechslungsreicher, funktionsstarker und zeitgemäß gestalteter Geschäfts- / Betriebsbesatz mit deutlicher qualitativer Ausrichtung, ein einladendes Erscheinungsbild (Immobilien und öffentlicher Raum) und eine hohe Aufenthaltsqualität stellen zentrale Voraussetzungen für eine attraktive und lebendige Innenstadt Rehau dar. Hinzu kommt eine unverzichtbare digitale Sichtbarkeit der Stadt und ihrer funktionalen Angebote. Um dies zu erreichen, müssen alle Verantwortlichen und relevanten Akteure – also insbesondere Gewerbetreibende, Grund- und Immobilienbesitzer wie auch Stadtrat und -verwaltung – an einem Strang ziehen sowie auf die definierten Leitlinien der lokalen Einzelhandels- und Standortentwicklung abgestimmte Einzelmaßnahmen umsetzen. Hierzu werden Maßnahmen in

den Bereichen Priorisierung / Konzentration, Innenstadtmanagement, Betriebe, Stadtbild / öffentlicher Raum und Image / Marketing / Digitalisierung als erforderlich erachtet. Die Verknüpfung der verschiedenen Handlungsfelder sowie die Konkretisierung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen sind im Rahmen der weiteren Stadtentwicklung aktiv voranzutreiben.

## Anhang

### Sortimentsgliederung ladenrelevanter Einzelhandel

Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfes	Nahrungs-/Genussmittel	Lebensmittel inkl. Getränke, Reformwaren, Naturkost, Tabak
	Apotheke / medizin. Artikel	Apothekerwaren, Medikamente, medizinische Artikel
	Drogerie / Parfümerie	Drogerie, Parfümerie, Kosmetika
Waren des mittel- und längerfristigen Bedarfes	Heimtextilien / Kurzwaren	Haus- und Heimtextilien, Kurzwaren, Gardinen; Nähmaschinen u. Zubehör
	Haushaltswaren / GPK	Haushaltswaren, G(las) / P(orzellan) / K(eramik)
	Bekleidung	Bekleidung (inkl. Wäsche, Wolle, Stoffe, sonst. Textilwaren, Baby- und Kinderausstattung)
	Schuhe / Lederwaren / Taschen	Schuhe, Lederwaren, Taschen
	Möbel / Einrichtungsgegenstände	Möbel, Antiquitäten (inkl. Küchen, Büromöbel, Korbwaren, Kunstgegenstände), Matratzen; Einrichtungsgegenstände, Dekoartikel
	Elektrowaren / Foto	Elektroartikel (inkl. Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik), Leuchten, PC, Telekommunikation, Bürotechnik, Elektroinstallationsbedarf, Medien (Tonträger, Bildtonträger), Fotoartikel
	Schreibwaren / Bürobedarf	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Büromaschinen, -technik
	Bücher / Zeitschriften	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen
	Blumen / Pflanzen / Gartenbedarf	Blumen / Pflanzen, Düngemittel, Pflanzgefäße, Gartenmöbel, Gartenmaschinen und -werkzeuge, Zäune, Gartenhäuser / Gewächshäuser
	Zooartikel / Tierbedarf	zoologischer Fachhandel / Tiernahrung
Optik	Optik, Hörgeräte	

	Uhren / Schmuck	Uhren, (Mode-)Schmuck
	Spielwaren / Freizeitartikel	Spielwaren, Musikalien / Musikinstrumente, Camping-/Outdoorartikel
	Sportartikel / Fahrräder	Sportartikel, Fahrräder (inkl. Zweiräder), Waffen / Jagd-, Angelbedarf
	Heimwerken / Farben / Bodenbeläge	Baummarktartikel, Heimwerkerbedarf, Beschläge / Eisenwaren, Herde / Öfen, Farben, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge, Platten / Kork, Holz / Holzmaterialien / Fenster / Türen Baustoffe, Bauelemente, Sanitärwaren, Fliesen, Badeinrichtungen, Rollos, Werkzeuge / Maschinen und -zubehör,

## Begriffsdefinitionen

### **Ladenrelevanter Einzelhandel**

Bei der Abgrenzung des in vorliegender Arbeit relevanten Einzelhandels wurden Ladengeschäfte des Einzelhandels plus Ladenhandwerk mit überwiegender Einzelhandelsfunktion eingeschlossen. Dies beinhaltet im Wesentlichen den ladenbezogenen Einzelhandel ohne Kraftfahrzeuge, Brenn- und Kraftstoffe, zuzüglich der Apotheken und des Nahrungsmittelhandwerks (Bäckerei, Konditorei, Metzgerei), die verwendeten Verbrauchsausgaben beziehen sich entsprechend auf diese Einzelhandelsabgrenzung.

### **Umsätze**

Die in vorliegender Arbeit dargestellten umsatz- und ausgabenbezogenen Beträge im Einzelhandel verstehen sich inklusive der Mehrwertsteuer.

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

Unter der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft versteht man denjenigen Anteil des verfügbaren Einkommens, welcher der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer stellt diesen raumeinheitsbezogenen Wert in Relation zum Bundesdurchschnitt.

Um eine regionale Vergleichbarkeit der Daten zu erleichtern, wird ein Pro-Kopf-Index (BRD=100,0) ausgewiesen. Ein Index mit einem Wert über 100,0 besagt, dass die durchschnittliche Pro-Kopf-Kennziffer über dem Durchschnitt der Bundesrepublik liegt, ein Wert unter 100,0 bedeutet, dass es sich um eine Raumeinheit handelt, die unter dem Durchschnitt der Bundesrepublik liegt.

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung**

Stellt das Kaufkraftpotential der jeweiligen Raumeinheit als Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, welche der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht, dar.

### **Zentralitätskennziffer**

Die Relation von Einzelhandelsumsatz eines bestimmten Gebietes zu einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Wohnbevölkerung dieses Gebietes bildet die Einzelhandelszentralität. Übersteigt der Umsatz im Einzelhandel die am Ort verfügbare Kaufkraft der Wohnbevölkerung, handelt es sich um ein Gebiet mit Kaufkraftzufluss, dies wird durch einen Kennzifferwert über 100,0 ausgedrückt. Umgekehrt bedeutet ein Kennzifferwert von unter 100,0 ein Gebiet mit Kaufkraftabfluss, der Umsatz des Einzelhandels am Ort ist niedriger als die Kaufkraft der dortigen Wohnbevölkerung. Die Zentralitätskennziffer zeigt das Maß an Attraktivität ('Magnetwirkung') eines Gebietes für sein Umland.

**Zentrale Versorgungsbereiche**

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt oder Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelseinrichtungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus stadtentwicklerischen Zielvorstellungen und Planungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Ihre aus städtebaulichen Aspekten abgeleitete Schutzwürdigkeit wird im BauGB sowie in der BauNVO gesetzlich geregelt.

**Dezentrale Standortbereiche**

Dezentrale Standortbereiche des Einzelhandels befinden sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt/Gemeinde. Diese dezentralen Standortbereiche sind die bevorzugten Standorte von 'nicht zentrenrelevanten Sortimenten'. 'Zentrenrelevante Sortimente' sind dort, wenn keine weiteren Besonderheiten im Hinblick auf die Funktionserfüllung vorliegen, nicht zulässig. Bestehende Einzelhandelsbetriebe mit 'innenstadt-/zentrenrelevantem Sortimentsangebot' genießen jedoch i.d.R. Bestandsschutz.