



Fortschreibung Einzelhandelskonzept Trier 2025+ Beschlussvorlage

Auftraggeber: Stadt Trier

Projektleitung: Dr. Stefan Holl
Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag

Ludwigsburg, am 17.02.2020

Fortschreibung Einzelhandelskonzept Trier 2025+

- Anlage 1: Aufbau und Leitsätze des Einzelhandelskonzeptes Trier 2025+
- Anlage 2: Sortimentsliste 2018
- Anlage 3: Standortkonzept Trier 2018
- Anlage 4: Steuerungsregelungen 2018
- Anlage 5: Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelskonzeptes 2018
- Anlage 6: Präsentation Runder Tisch Einzelhandel 17.10.2019
- Anlage 7: Zusammenfassung des methodischen Vorgehens der GMA

Beschlussantrag:

- 1. Der Stadtrat beschließt den Aufbau und die Leitsätze der Fortschreibung Einzelhandelskonzept Trier 2025+ gemäß Anlage 1.**
- 2. Der Stadtrat beschließt die Trierer Sortimentsliste 2018 gemäß Anlage 2.**
- 3. Der Stadtrat beschließt das Standortkonzept 2018 gemäß Anlage 3**
- 4. Der Stadtrat beschließt die Steuerungsregelungen 2018 gemäß Anlage 4.**
- 5. Der Stadtrat beschließt die Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes Trier 2025+ gemäß Anlage 5.**

Ausgangslage:

Das Oberzentrum Trier steuert seine Einzelhandels- und Standortentwicklung bereits seit vielen Jahren erfolgreich über sein Einzelhandelskonzept. Die letzte Fortschreibung erfolgte im Jahr 2015 (Beschluss 19. März 2015). Ergänzt wurden erstmals zentrale Versorgungsbereiche, für den bestehenden großflächigen nicht-zentrenrelevanten Handel wurden Sonder- und Ergänzungsstandorte benannt. Beide Standortkategorien wurden mit leicht verändertem räumlichen Umfang (z. B. Sonderstandorte) in den Flächennutzungsplan der Stadt Trier aufgenommen.¹

In den vergangenen Jahren haben sich sowohl der Handel selbst als auch seine Umfeldbedingungen in Trier sowie in ganz Europa weiterentwickelt:

¹ Feststellungsbeschluss: 19.06.2018; genehmigt von der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord am 9. Januar 2019 und Bekanntmachung am 5. Februar 2019.

- /// Handel ist Wandel: Die **Einzelhandelsunternehmen setzen** in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen², Standorte³ und Vertriebskanäle⁴ zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**.⁵
- /// In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand. ⁶ Gerade in Grenzräumen können aufgrund unterschiedlicher Sortimente und Preise Kunden aus den angrenzenden Ländern gewonnen werden; dies gilt in Trier insbesondere für das angrenzende Luxemburg.
- /// Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** haben ebenfalls Veränderungen erfahren: Hier ist neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung zunächst die ausdifferenzierte Rechtsprechung der Mittelgerichte (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu nennen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.⁷

Vor diesem Hintergrund hat die Verwaltung 2018 die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) aus Ludwigsburg mit der „Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Trier 2025+“ beauftragt.

Die GMA hat ihr Gutachten zum Jahreswechsel 2018 / 2019 vorgelegt, auf dieser Grundlage eine erste Vorlage erstellt und einen innerhalb der Verwaltung abgestimmter Verfahrensvorschlag ins Abstimmungsverfahren mit den Trägern öffentlicher Belange (u. a. Runder Tisch Einzelhandel, Planungsgemeinschaft Region Trier, SGD Nord, benachbarte Kommunen) gegeben (vgl. Anlage 6). Anschließend wurde von der Verwaltung und dem beauftragtem Büro der vorliegende Beschlussvorschlag erarbeitet.

Nach Konsultation des Rundes Tisches Einzelhandel können folgende Grundsätze des Abstimmungsprozesses festgehalten werden:

² Nach Standorten werden etwa im Lebensmitteleinzelhandel vom gleichen Betreiber unterschiedliche Betriebsformen eingesetzt, so kleinere Lebensmittelvollsortimenter, größere Supermärkte oder SB-Warenhäuser.

³ B. Tietz hat hierfür den Begriff der primären und sekundären Einzelhandelsnetzes eingeführt, um die Orientierung auf innerörtliche Zentren und autokundenorientierte Lagen zu verdeutlichen.

⁴ Umgangssprachlich auch Multi-Channel-Selling oder Omni-Channeling.

⁵ Bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Onlinehandel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.

⁶ Vgl. hierzu exemplarisch Handelsmonitor Oberrhein 2008 – 2017: Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 – 2017; ISBN: 978-3-9819387-0-8.

⁷ Dabei ist auf das aktuelle Urteil vom 30. Januar 2018 hinzuweisen, wonach der Europäische Gerichtshof (C-31/16) entschieden hat, dass Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.

- /// Fokus auf das Wesentliche: „Angebote steuern“ (um Entwicklung dort zu ermöglichen, wo sie unter städtebaulichen und versorgungsbezogenen Gesichtspunkten notwendig und geboten sind)
- /// Verschlankung und Vereinfachung des Zentrenkonzeptes – wo möglich
- /// Kompatibilität mit rechtlichen Vorgaben.

Als notwendige Eckpunkte wurden festgehalten:

- /// eine belastbare Datengrundlage⁸
- /// einvernehmlich Ziele entwickeln
- /// abgestimmtes Sortimentskonzept
- /// Zentrenkonzept (Standortkonzept)
- /// klare Ansiedlungsregelungen mit einer regelmäßigen Sondergebietspflicht ab 800 m².

1. Rahmendaten des Einzelhandelsplatzes Trier

1.1 Status quo

Der Status quo des Handelsplatzes Trier lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- /// Mit gut 110.000 Einwohnern übernimmt das Oberzentrum Trier eine wesentliche Versorgungsfunktion für ein stabiles und ausgedehntes Marktgebiet von knapp 590.000 Einwohnern auf deutscher Seite.
- /// Zahlreiche internationale Shoppingtouristen (darunter hoher Anteil aus dem Potenzialraum Luxemburg), eine positive Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung sowie der Standortfaktor Hochschulstadt mit insgesamt 21.300 Studierenden⁹ stellen weitere Stärken des Einzelhandelsplatzes Trier dar.
- /// Nach wie vor erreicht die älteste Stadt Deutschlands sehr gute Zentralitätswerte, die je nach Quelle und Autor zwischen 188 und 210 schwanken¹⁰, diese Stellung ist im Wesentlichen auf die attraktive und verkaufsflächenbezogen dominante und attraktive Innenstadt mit einer Verkaufsfläche von knapp 150.000 m² (41 % der Gesamtverkaufsfläche in Trier) zurückzuführen.

⁸ Die vorliegende Datengrundlage der GMA 2018 beruht auf einer vollständigen und sortimentsgenauen Einzelhandelserhebung, aktuellen Demographiedaten, weiteren Marktdaten: vgl. hierzu auch Anlage 7, im Abstimmungsprozess wurde von Dritten stets die Validität der Daten gewürdigt.

⁹ Darin enthalten sind auch die Studierenden der Hochschule Trier am Standort Birkenfeld (2.203 Studierende Wintersemester 2018 / 2019).

¹⁰ Vgl. Angaben GMA, MB-Research, GfK, Comfort. Trotz steigender Bedeutung des Onlinehandels hat sich die rückläufige Tendenz seit 2010 verlangsamt. Der größte Rückgang erfolgte von 2006 – 2011 von 232 auf 200 (- 14 %). Trotz stark expandierendem Onlinehandel seit 2010 hat sich die rückläufige Tendenz stark verlangsamt. Von 200 (in 2011) auf 188 in 2018 (- 6 %). Der Strukturwandel im Einzelhandel hatte somit „nur“ moderate Auswirkungen auf die Gesamtattraktivität des Trierer Handels.

- Die Innenstadt nimmt v. a. bei innerstädtischen Leitsortimenten (Bücher, Schreib-, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Medien, Foto) mit gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteilen i. H. von 73 – 88 % einen unangefochtenen Spitzenplatz im Trierer Standortgefüge ein.¹¹ Die außerordentlich dominierende Stellung der Innenstadt als Einzelhandelsplatz zeigt sich letztlich auch in den nach wie vor hohen Einzelhandelsmieten.¹²

Für die Entwicklung der **Trierer Innenstadt** waren – so die GMA – in den zurückliegenden Jahren jedoch kaum zentralitätsbildende Angebotsergänzungen festzuhalten. Für die **Nahversorgungsangebote** (d. h. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und weitere Artikel des täglichen Bedarfs) hält die Analyse der GMA insgesamt eine gute Entwicklung innerhalb Triers fest. Neue maßstäbliche Versorgungsangebote haben die quartiersnahe Versorgung verbessert und zu einer Verringerung innerstädtischer Verkehrsmengen beigetragen; auch in der City konnte durch die Ansiedlung des Rewe-Marktes die Versorgung verbessert werden.

Klassische **Fachmarktstandorte** (mit Angeboten schwerpunktmäßig aus dem nicht-zentrenrelevanten Segment) wurden trotz der positiven Einwohner- bzw. Kaufkraftentwicklung kaum weiterentwickelt. Aktuell ist das Erscheinungsbild bestehender Fachmarktlagen (z. B. Funktionalität und Verkehrserschließung) teilweise als deutlich verbesserungs- und modernisierungsfähig zu bezeichnen.

Die Verbesserung der Nahversorgungsfunktion des Oberzentrums bei nahezu Beibehaltung des Status quo in der Innenstadt und den Gewerbegebietslagen hat eine stärkere Anbindung des weitreichenden Einzugsgebietes nicht begünstigt. Die Ziele des Einzelhandelskonzeptes Trier aus dem Jahr 2015 wurden von der GMA hinsichtlich ihrer Zielerreichung evaluiert und Empfehlungen zur Weiterentwicklung formuliert. Die Empfehlungen flossen in die Weiterentwicklung des bestehenden Zentrenkonzeptes ein (Anpassung Leitsätze, Weiterentwicklung Sortimentsliste, Weiterentwicklung Standortkonzept, Formulierung der Ansiedlungsregelungen).

¹¹ Diese Werte verdeutlichen, dass die bisherigen Steuerungsregelungen erfolgreich im Rahmen der Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente angewandt wurden.

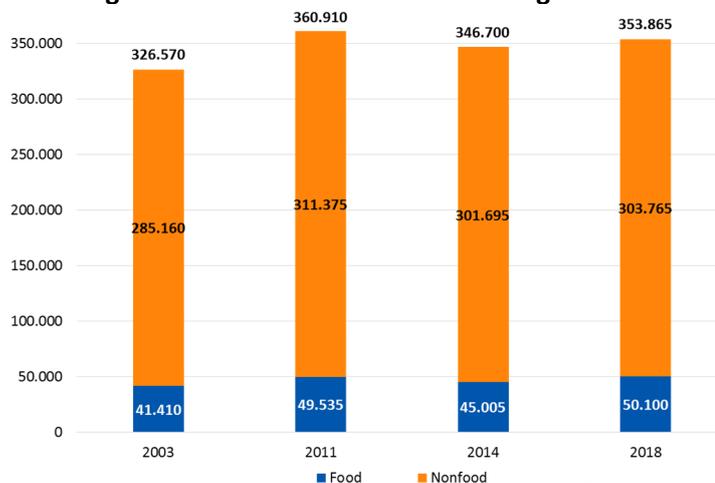
¹² Vgl. hierzu GMA-Städteranking 2017 im Vergleich der Mieten (1a-Lagen): 2. Platz der untersuchten deutschen Städte.

1.2 Veränderungen von 2015 bis 2018

Die wesentlichen Veränderungen von 2015 bis 2018 für Trier lassen sich wie folgt zusammenfassen:¹³

- Während die **Gesamtverkaufsfläche** weitgehend stagnierte, ging die Anzahl der Betriebe um 8 % zurück. Die Verkaufsfläche stieg langsamer (+ 2 %) als die Kaufkraft im Einzugsgebiet (knapp 4 %), was auf eine zurückhaltende Bestandsentwicklung der Stadt Trier in den vergangenen Jahren schließen lässt.¹⁴
- Betriebsstättenrückgänge** betrafen schwerpunktmäßig den Stadtteil Altstadt mit einem Abgang von insgesamt 60 Geschäften (- 11 %, saldiert). Der Wandel betraf insbesondere Nebenlagen der Innenstadt (z. B. Karl-Marx-Straße, Nagelstraße, Neustraße).
- Sortimentsbezo**gen ist in der Summe eine positive Entwicklung für den nahversorgungsrelevanten Bestand sowie die nicht-zentrenrelevanten Branchen nachzuweisen (z. B. Möbel, Teppiche).¹⁵
- Die in Trier durch den stationären Handel gebundene Kaufkraft (= Zentralität¹⁶) war weiter rückläufig und sank von 2014 – 2018 nochmals um ca. 6 %-Punkte auf heute 188 %; diese Entwicklung ist begleitet durch die Zunahme der Umsätze für den Onlinehandel.¹⁷ Die rückläufige Zentralität erfordert eine klare Handlungsstrategie für das Oberzentrum Trier, den stationären Einzelhandel adäquat weiterzuentwickeln.

Abbildung 1: Verkaufsflächenentwicklung 2003 bis 2018



GMA-Erhebungen 2018, ggf. Rundungsdifferenzen

¹³ In Anlage 2 des Gesamtberichtes der GMA 2018 ist die Zeitreihe zwischen 2003 – 2018 für die Gesamtstadt sowie für die Innenstadt und für 2014 – 2018 für alle Stadtteile getrennt nach Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz dargestellt.

¹⁴ Eine insgesamt nahezu stagnierende Verkaufsflächenentwicklung in Trier korrespondiert nicht mit den Entwicklungen anderer leistungsfähiger Oberzentren, für die der GMA aktuelle Vergleichswerte vorliegen; vgl. z. B. Offenburg: 2006 – 2017: + 13 %; Region Oberrhein 2008 – 2017(nur Oberzentren): + 6,3 %.

¹⁵ Die für die Innenstadtentwicklung von Trier bedeutenden zentrenrelevanten Sortimente weisen Rückgänge der Verkaufsfläche um - 2 % für Bekleidung und Wäsche, aber auch für Schuhe und Lederwaren (ca. - 4 %) auf.

¹⁶ Umsatz-Kaufkraft-Relation.

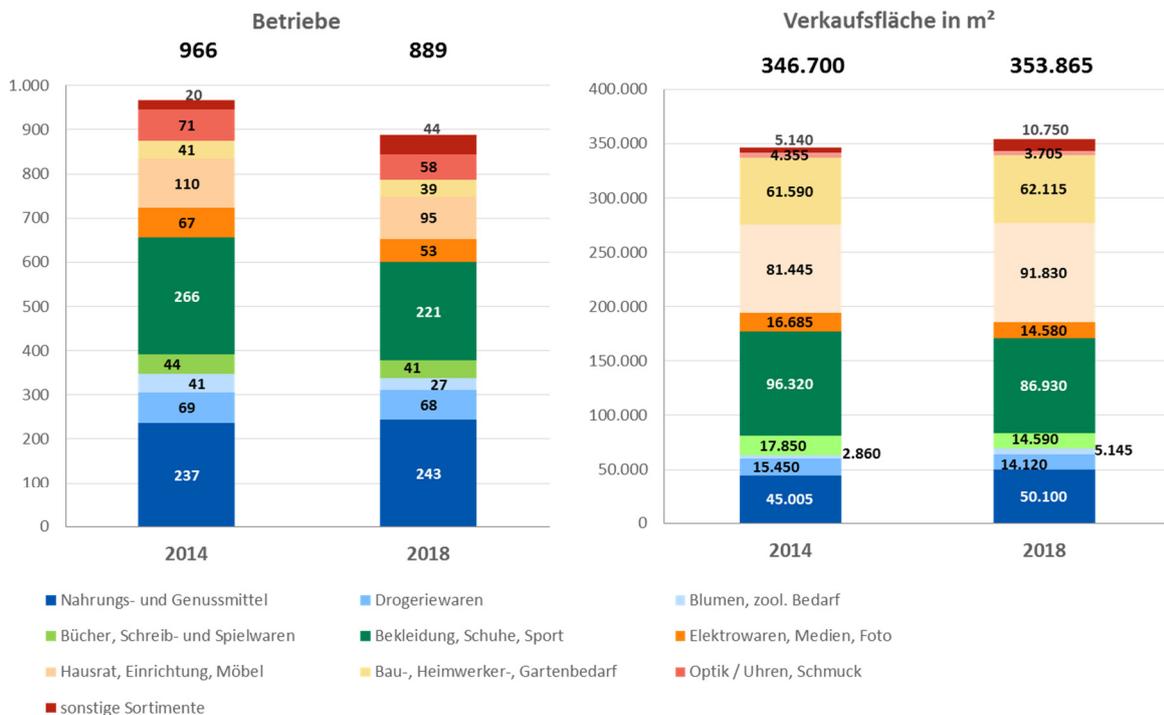
¹⁷ Im Zeitreihenvergleich ist darauf hinzuweisen, dass die Zentralitäten vor dem Markterfolg des Onlinehandels stärker sanken als nach 2011.

Eine positive Entwicklung ist im Vergleichszeitraum für die Grundversorgung festzuhalten:

- ▀ Verbesserung des Nahversorgungsnetzes bei Supermärkten und Drogeriemärkten (z. B. Ehrang, Feyen, Neu-Kürenz, Pfalzel)
- ▀ Umwidmung zzgl. Umstrukturierung Marktkauf zu E-Center
- ▀ laufende Anpassung der Sortimentskonzepte, Modernisierung mit Erweiterungen im Bestand sowie Entwicklung und Anpassung der Sortimentskonzepte (v. a. große Anbieter, Kaufland, real).

Im Nonfood-Segment ist die moderate Verkaufsflächenentwicklung durch Veränderungen im Möbel- und Baumarktsegment (Verlagerung Hornbach zzgl. Erweiterung, flächenneutrale Umwidmung von Hela zu Globus, Neuansiedlung Tedox und Poco, Fischers Lagerhaus) bestimmt.

Abbildung 2: Einzelhandelsentwicklung Trier insgesamt 2014 - 2018

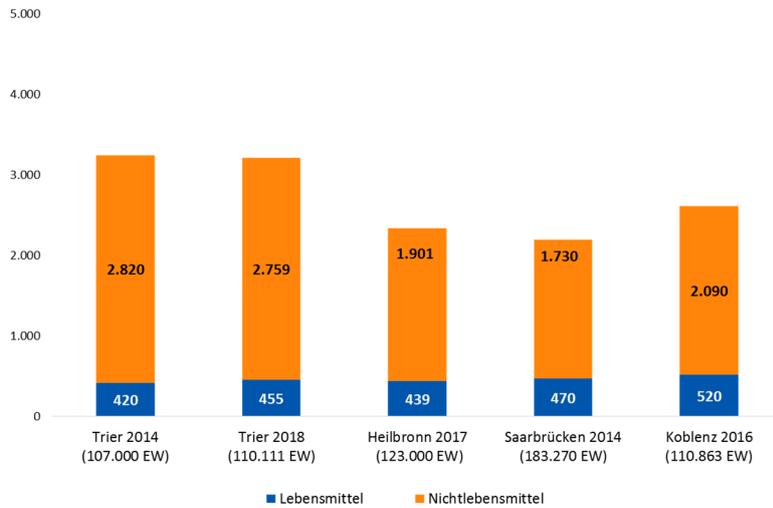


Quelle: GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2019

Die vergleichende Betrachtung von Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Einzelhandelsangebotes der Stadt Trier.¹⁸

¹⁸ Dieser Kennziffernvergleich liefert Anhaltspunkte zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefert. Es handelt sich um eine rechnerische Beurteilung des Bestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

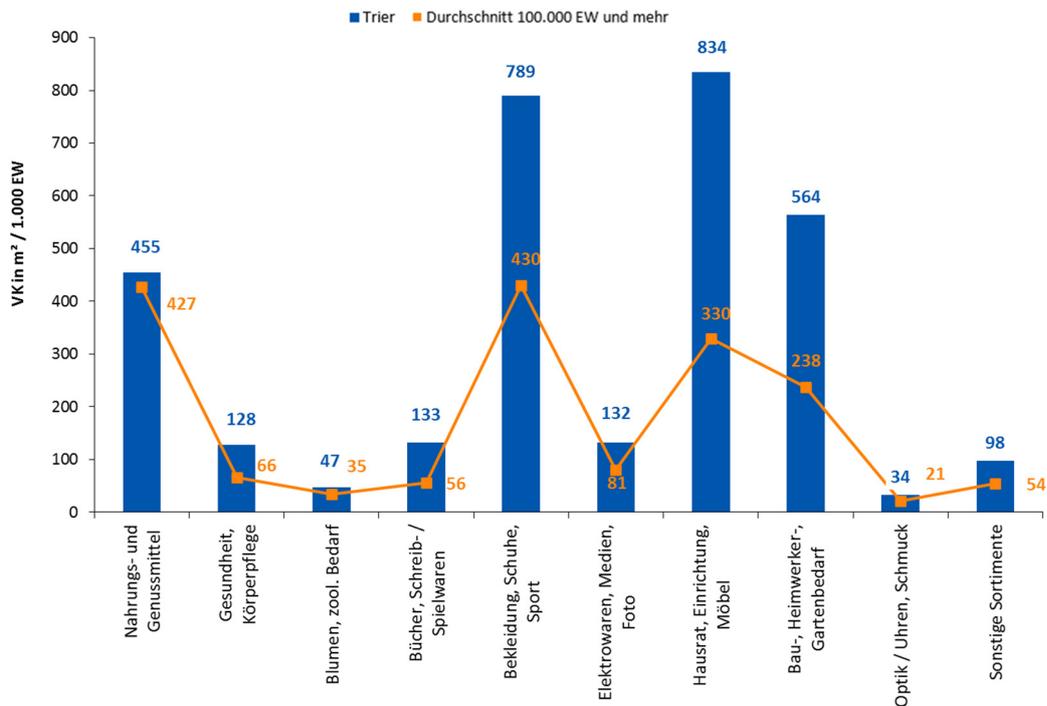
Abbildung 3: Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner (Kriterium Einwohnerzahl; Oberzentren)



Quelle: GMA-Erhebungen und –Berechnungen; für Trier 2014 und Saarbrücken (Oberzentrum): jew. Fremdgutachten.

Die Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Trier ist bei einem bundesweiten Vergleich zunächst für nahezu alle Branchen überdurchschnittlich.¹⁹

Abbildung 4: Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)



GMA-Erhebungen und Berechnungen 2018; GMA-Kennzifferstudie

¹⁹ Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung wurden etwa 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

2. Einzelhandelskonzept Trier 2025+ (aktueller Fortschreibungsentwurf)

2.1 Leitsätze des Einzelhandelskonzeptes Trier 2025+

Grundsätzlich haben sich die ab 2015 bestehenden Ziele und Leitsätze bewährt, wobei eine Vereinfachung und Verschlankung möglich war, wurden sie in Teilen zusammengefasst.

Abbildung 5: Standortkonzept 2015 (alt): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Trier 2025+ (es gilt die Textfassung Stand 2015*)

Zentrenkonzept Trier	Zentrenrelevantes Kernsortiment	Nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment	Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment
Hauptzentrum City	Uneingeschränkte Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung
Nebenzentren (Tarforst, Trier-West, Feyen, Ehrang)	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion	Kleinflächig- und großflächig soweit Standortpotenziale gegeben	Großflächig möglich (keine negative Auswirkung auf benachbarte Zentrenlagen)
Nahversorgungszentren (Trier-Süd, Heiligkreuz, Euren, Gartenfeld/Kürenz, Im Treff, Petrisberg)	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion (im Bestand)	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion	Ggf. großflächig möglich (keine negative Auswirkung auf benachbarte Zentrenlagen)
Stadtteillagen mit ergänzenden Nahversorgungsangeboten (Pfalzel, Ruwer, Olewig, Mariahof, Zewen)	Keine Ansiedlung	Keine Ansiedlung	Kleinflächig entsprechend örtlicher Versorgungsfunktion (keine negative Auswirkung auf benachbarte Zentrenlagen)
Stadtteile mit allenfalls rudimentären Versorgungsansätzen			
Sonderstandorte Ergänzungsstandorte	Keine Ansiedlung	Großflächig möglich	Keine Ansiedlung

* Nell's Ländchen noch nicht Bestandteil des Konzeptes 2015, aber im Flächennutzungsplan enthalten
Quelle: Stadt Trier 2015

Nach Einzelfallprüfung ist nunmehr die Entwicklung moderner Nahversorgungskonzepte mit > 800 m² VK außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen in sog. Nahversorgungslagen möglich (Ziel: Ausbau der verbrauchernahen Versorgung).

Als „Öffnungsklausel“ wird vor dem Hintergrund der Sicherung und des möglichen Ausbaus der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Trier die von der Landesplanung vorgesehene Einzelfallprüfung in den Zielekanon übernommen (Ziel 8, Stichwort: Rechtssicherheit). Diese Möglichkeit, die bislang nicht im Trierer Zentrenkonzept angesprochen wurde, ist jedoch in der Umsetzung an sehr enge Voraussetzungen gebunden (Einzelfallprüfung im Rahmen der regionalen und raumordnerischen Vorgaben). Somit wird das Trierer Zentrenkonzept an die Vorgaben des BauGB und die übliche Genehmigungspraxis angepasst und weiterentwickelt. Die zentralen Leitsätze sind der Anlage 1 zu entnehmen.

2.2 Sortimentskonzept (Beschlussvorschlag)

Das Sortimentskonzept bildet – wie bei früheren Einzelhandelskonzepten – die sortimentsbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Umsetzung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Es zeigt auf, welche Einzelhandels-sortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden bzw. auch zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden dürfen.²⁰ In Anlage 2 ist die aktualisierte Liste dargestellt. Hervorzuheben ist:

- /// Die Liste der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** zeigt auf, welche Sortimente auch im Falle von Ansiedlungen außerhalb der Zentren nicht kritisch auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes wirken.²¹
- /// Die Liste wurde von der GMA hinsichtlich Sortimentsbezeichnungen geringfügig überarbeitet, neue Sortimentsbereiche, die sich aus Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft ergeben, ergänzt.²²

Folgende wesentliche Änderungen schlägt GMA im Vergleich zu 2015 vor:

- /// Auflösung des Sortiments Geschenkartikel (inhaltlich unbestimmt)
- /// Ergänzung nicht zentrenrelevanter Sortimente um Matratzen, Bettwaren; Kfz-Bedarf
- /// Weiterentwicklung der Begrifflichkeiten im Elektrosortiment
- /// Zuordnung der Orientteppiche zu den übrigen Teppichen (nicht zentrenrelevant)
- /// weitere Feingliederung bei Sportartikeln und Sportbekleidung.

Für den Großteil der Sortimente ergibt sich bei der Überprüfung keine Änderung. Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht-zentrenrelevant) ist rechtssicher und wird in Trier im Rahmen der Bauleitplanung umgesetzt. So werden unter Anwendung der Regelungssystematik der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente außerhalb der Innenstadt bzw. in dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen.

²⁰ Die der Überprüfung zugrunde gelegten Kriterien und die Methodik wurden umfassend hergeleitet.

²¹ Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente hat lediglich exemplarischen Charakter und ist um weitere Sortimente ergänzbar.

²² Dabei wurde auf die größtmögliche Vergleichbarkeit geachtet.

2.3 Standortkonzept 2025+ (neu)

Für die aktuelle Fortschreibung ist festzuhalten, dass die Innenstadt, die Nebenzentren²³ und die Nahversorgungszentren weiterhin als Zentrale Versorgungsbereiche eingestuft werden. Die bisherigen Stadtteillagen²⁴ mit ergänzenden Nahversorgungsangeboten²⁵ und die Stadtteile mit allenfalls rudimentären Versorgungsansätzen werden in der Einzelhandelskonzeption 2018 als städtebaulich integrierte „Nahversorgungslagen“ weitergeführt; auf eine weitere Ausweisung als zentrale Versorgungsbereiche wird verzichtet.²⁶

2.3.1 Hauptzentrum City²⁷

Das Konzept 2015 formuliert als Ziel 1: *„Die Trierer City ist vielfältig und innovativ weiterzuentwickeln. Vielfältige Handlungsansätze resultieren aus den dokumentierten Lage- und Quartierspotenzialen. Die Einzelhandelszentralität der City liegt 2025 wieder bei deutlich über 200. Den Wettbewerbsentwicklungen in Luxemburg sind eigene Gestaltungs- und Entwicklungsimpulse entgegenzusetzen.“*

Die kritische Diskussion der Zentralität nebst der Frage einer methodisch korrekten Herleitung verdeutlicht, dass ergänzend zur Ausrichtung auf die Zentralität künftig mehrere Parameter im Hinblick auf die Zielerreichung gemessen werden sollten (z. B. Leerstandsquote, Frequenzen auf heutigem Niveau halten, Attraktivität des öffentlichen Raumes, Aufenthaltsqualität, attraktive Nutzungsmischung, Multifunktionalität, Vermeidung von Fehlnutzungen / trading down). Als zusätzliche Ziele der weiteren **Innenstadtentwicklung** können verankert werden:

- / Durch die qualitative und quantitative Weiterentwicklung der Innenstadt und weiterer Standorte sollen die regionalen und überregionalen Kaufkraftzuflüsse, insbesondere von Kunden aus Luxemburg, um 10 – 15 %²⁸ gesteigert werden (Messgröße: Kundenanteile bestimmt durch Kundenbefragungen).
- / Durch die zielgerichtete Weiterentwicklung der Handelsangebote insbesondere der Innenstadt wird das Oberzentrum als Einkaufsstadt im Südwesten von Rheinland-Pfalz, dem Saarland und Luxemburg weiter positioniert. Neue und innovative Betriebskonzepte und Unternehmen prägen den Bestand in der Innenstadt (Messgröße: zusätzliche Zahl innovativer Handelsunternehmen).

²³ Im Konzept aus 2015 als Ziel 1 – 3 definierte zentrale Versorgungsbereiche.

²⁴ Auch als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen.

²⁵ Im Konzept aus 2015 als Ziel 4 und 5 definierte zentrale Versorgungsbereiche.

²⁶ Der in 2019 beschlossene und in die Rechtsgültigkeit überführte Flächennutzungsplan der Stadt Trier entspricht in diesen Punkten nicht dem aktualisierten Einzelhandelskonzept. Die Änderungen im Einzelhandelskonzept 2025+ können bei Bedarf eingepflegt werden oder werden im Rahmen der nächsten Fortschreibung des Flächennutzungsplanes ergänzt.

²⁷ Kapitel IV. 1.2.1 bis 1.2.9 in enger Anlehnung an die Ausarbeitungen von Amt für Stadtentwicklung und Statistik Trier.

²⁸ Einzelhandelskonzept Trier 2025+, der Kaufkraftzufluss nach Trier beträgt 610,1 Mio. EUR, davon entfallen auf die Kunden aus Luxemburg ca. 140 – 155 Mio. EUR. Nach Unterlagen der GMA gibt es noch „freie“ Potenziale im Marktgebiet Luxemburg, die aus der GMA-Fortschreibung Trier 2025+ / der Bevölkerungs- und Kaufkraftdynamik im Großherzogtum Luxemburg resultiert, die Trier nutzen sollte/könnte (vgl. S. 39).

Ergänzend sind die **1a-Einkaufslagen** in ihrem Angebot weiterzuentwickeln und die Nebenlagen KonstantinQuartier, Nagelstraße, Neustraße und Karl-Marx-Straße als **individuelle Szene-Einkaufsquartiere mit besonderem Flair und eigenen Akzenten** zu positionieren.²⁹

Die Abgrenzung und Ausweisung der Innenstadt / City als Zentraler Versorgungsbereich bleibt nach dem Flächennutzungsplan unverändert. Großflächiger Handel in den Teilräumen außerhalb der Innenstadt ist regelmäßig sondergebietspflichtig und wird im Einzelfall sorgfältig geprüft (Im Zentrenkonzept 2015 Gebiete Ziel 2 bis Ziel 8).

2.3.2 Nebenzentren

Mit dem Konzept 2015 wurden als Ziel 2: Stadtteilzentren mit stadtteilübergreifender Versorgungsfunktion beschlossen: *„Bis 2025+ sind die vier stadtteilübergreifenden Nebenzentren Tarforst, Trier-West, Feyen (Castelnau), Ehrang realisiert. Sie sind geprägt durch ein leistungsstarkes Angebot von Vollsortimentern und Lebensmitteldiscountern, ergänzt um mindestens einen leistungsstarken Drogeriefachmarkt. Die Verkaufsflächen der Zentrenlagen liegen von 2.500 m² bis zu 5.000 m².“*

Ergänzend können in den Zentrenlagen konsumige Fachmärkte unterhalb der Großflächigkeit mit zentrenrelevantem Sortiment (in der Regel Textilien, Schuhe) und ergänzender Facheinzelhandel (Schnittblumen, Zeitschriften/Buchhandlung, Optiker/Akustiker) hinzutreten.“³⁰

Das aktuelle Konzept empfiehlt für Nebenzentren:

- / Die Nebenzentren (früher Ziel 2) werden grundsätzlich entsprechend des vom Rat verabschiedeten Einzelhandelskonzeptes 2015 beibehalten. Die Flächenobergrenzen von 2015 werden nicht weiter verfolgt, da rechtlich so nicht umsetzbar.
- / Das Nebenzentrum Ehrang ist entsprechend weiterzuentwickeln. Hier stehen weitere Flächen für dem Ziel entsprechende Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung. Bei der Entwicklung des Nebenzentrums sind die Angebotsergänzungen im Bereich der Nahversorgung in der Stadt Schweich und in deren Umland zu beachten.³¹

2.3.3 Nahversorgungszentren

2015 hielt das Konzept für Nahversorgungszentren mit umfassender Stadtteilversorgung (Ziel 3-Gebiete) folgende Ziele fest: *„Die Nahversorgungszentren mit umfassender Stadtteilversorgung erhalten auch nach 2025 ihre heutige Attraktivität und Versorgungsfunktion. Der Einzelhandelsbesatz liegt hier in der Regel zwischen 1.500 m² und 3.500 m² Verkaufsfläche mit der Kombination von Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter. Im günstigsten Fall ist zusätzlich ein*

²⁹ Hierzu und zu weiteren Punkten hat Amt 12 ein breit gefächertes Ziel- und Maßnahmenbündel geschnürt:

- Maßnahmen und Initiativen zum Erhalt und zur Steigerung der Besucherfrequenzen
- Aufbau eines Panels zur Bewertung der Innenstadt auf Basis der Befragung „vitale Innenstädte“
- Steigerung der Attraktivität des öffentlichen Raumes und Inszenierung / Besspielung der innerörtlichen Plätze
- Erarbeitung eines strategischen und umsetzungsorientierten Masterplans Innenstadt.

³⁰ Eine durch den Ausweis zentraler Versorgungsbereiche vorgesehene Ansiedlung großflächiger neuer Anbieter (zentrenrelevant / nicht-zentrenrelevant) fand dort nicht statt.

³¹ Die heutigen Ziel 2-Gebiete wurden im Konzept 2015 außerhalb Ehrang und Feyen auf Grundlage der bestehenden Einzelhandelsflächen festgesetzt. Durch den Wegfall der Flächenobergrenzen eröffnen sich nun neue Entwicklungsperspektiven.

Drogeriefachmarkt etabliert.³² Über den Bestandsschutz hinaus sind hier keine konsumigen Fachmärkte anzusiedeln.

Für das aktuelle Konzept sind für die **Nahversorgungszentren** folgende Veränderungen vorgesehen:

Durch die Entwicklungen Tarforst / Kohlenstraße und Petrisberg / Robert-Schumann-Allee ist die Nahversorgungsfunktion im Treff nicht mehr ausgeprägt. Vor diesem Hintergrund wird das Nahversorgungszentrum Im Treff nach Ziel 4 im Zuge der aktuellen Fortschreibung abgestuft. Auch dort sind die Flächenkontingentierungen aufzulösen.

2.3.4 Integrierte Nahversorgungslagen

2015 wurde unter Ziel 4 für Stadtteillagen mit ergänzenden Nahversorgungsangeboten formuliert: *„Die ausgewiesenen Nahversorgungslagen mit stadtteiler ergänzender Versorgungsfunktion sollten bis 2025 mindestens ihr bisheriges Nahversorgungsangebot halten. Es besteht in der Regel aus einem Lebensmitteldiscounter oder einem Vollsortimenter bis maximal 1.500 m² Verkaufsfläche insgesamt. Angebotsergänzende Absatzformen der Nahversorgung können in den abgegrenzten Zentrenlagen in der Regel unterhalb der Großflächigkeit noch zusätzlich etabliert werden. Die Ausgestaltung ist fallweise vor dem Hintergrund der konkreten Standortbewertung zu prüfen.“* Unter Ziel 5 waren 2015 Zielsetzungen für Stadtteile mit allenfalls rudimentären Versorgungsansätzen formuliert.

Die GMA schlägt für Nahversorgung in Wohngebieten außerhalb der Zentrenlagen (Neben- und Nahversorgungszentren) die Planungsziele aus dem Konzept 2015 für die städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen beizubehalten.

- /// Sie werden jedoch nicht mehr als zentrale Versorgungslagen festgesetzt (früher Ziel 4 -Gebiete.
- /// Die bestehende Stadtteillage Gartenfeld wird im Zuge der aktuellen Fortschreibung als „integrierte Nahversorgungslage“ aufgenommen.
- /// Ziel 5-Gebiete werden nicht mehr als zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen.

Für die Sicherung der Nahversorgung in Wohngebieten außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche und der Nebenlagen sind neue Nahversorgungsbetriebe in neu geplanten Wohngebieten ausnahmsweise zulässig, wenn diese nicht durch zentrale Versorgungsbereiche oder anderer Standorte in direkter Nachbarschaft versorgt sind und in diesen Bereichen kein eigener zentraler Versorgungsbereich oder keine Nebenlage entwickelt werden kann.³³

³² Gilt nicht für Gartenfeld/Kürenz (BK 24).

³³ Folgende Rahmenbedingungen sind zu beachten:

1. Im Einzelfall wird gutachterlich geprüft, welche Verkaufsfläche zwischen 800 - 1.200 m² verträglich ist (Prüfungsmaßstab: benachbarte zentralen Versorgungsbereiche, benachbarte städtebaulich integrierte Nahversorgungsangebote)
2. Das Gutachten wird von der Stadt Trier beauftragt, abgenommen und vom jeweiligen Vorhabenträger finanziert.
3. Großflächige Nahversorgungsbetriebe sind generell sondergebietspflichtig.

2.3.5 Sonderstandorte

Das Konzept 2015 hält fest: „Bis 2025 ist in der Stadt Trier in ausgewiesenen Ergänzungs- und Sonderstandorten nur großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten umgesetzt. Die Randsortimente bei großflächigem Einzelhandel sind durchgängig auf 10 % der Verkaufsfläche, maximal 800 m² Verkaufsfläche begrenzt. Für bestehenden großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und /oder großflächigem Einzelhandel mit Randsortimenten über 10 % und/oder über 800 m² besteht Bestandsschutz.“

Für die Gewerbe- und Industriegebiete (2015: Ziel 6-Gebiete) werden aktuell folgende Ziele definiert:

- // In **neuen Gewerbe- und Industriegebieten** sind grundsätzlich Standorte für Einzelhandel auszuschließen, da diese Ansiedlungen in der Regel störend oder sondergebietspflichtig sind.
- // In **Bestandsgebieten** ist Einzelhandel regelmäßig mit nicht innenstadtrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten bis zur Großflächigkeit zulässig ($\leq 800 \text{ m}^2$).
- // Betriebe, die ausschließlich der Nahversorgung der Wohnbevölkerung im Umfeld dienen, können in zu begründenden **Einzelfällen** und bei nachgewiesener Nicht-Verfügbarkeit alternativer Flächen in Wohn- / Mischgebieten in bestehenden Industrie- und Gewerbegebieten ausnahmsweise zugelassen werden.³⁴

Mit dem Konzept 2015 und der nachfolgenden Festsetzung zentraler Versorgungsbereiche war beabsichtigt, nur in zentralen Versorgungsbereichen Ansiedlungsmöglichkeiten für großflächige Neuansiedlungen anzubieten. Aufgrund der bestandsorientierten Ausweisung dieser Standorte und fehlender Ansiedlungsflächen waren Flächenentwicklungen dort nicht darstellbar.

Als mögliches Ziel 8 wurde von GMA 2018/2019 vorgeschlagen:

„Zur Sicherung und Weiterentwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Trier sind außerhalb der abgegrenzten Standorte (...) und der bereits bestehenden Ergänzungs- und Sonderstandorte (...) nach Einzelfallprüfung (Attraktivitätszuwachs, Standort, Sortiment, Wirkungen) geeignete neue Sonderstandorte zu erschließen; hierfür sind strenge Prüfkriterien anzulegen.

Diesen Sonderstatus dürfen nach Einzelfallprüfung nur Standorte/Betreiber erhalten, die einen deutlich messbaren Beitrag zur Erhöhung der Attraktivität und Versorgungsfunktion des Oberzentrums Trier liefern. Für eine Genehmigung sind neben dem Einzelfallbeschluss die Belange der Landesplanung und Raumordnung zu prüfen.“³⁵

Nach verwaltungsinterner Abstimmung und Anhörung des Runden Tisches Einzelhandel sollen Sonderstandorte nur im Einzelfall unter möglicher Berücksichtigung der landesplanerisch vorgesehenen Zielabweichung genehmigt werden (= Öffnungsklausel). Die Festsetzung einer eigenständigen Gebietskategorie wird hingegen politisch nicht weiterverfolgt. Das hier begründete Zentrenkonzept ist der Anlage 4 zu entnehmen.

³⁴ Es erfolgt eine Verträglichkeitsprüfung analog Ziffer 2.3.5.
³⁵ GMA, S. 131.

3. Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelskonzeptes 2025+

Zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Trier werden vom Gutachter folgende Maßnahmen vorgeschlagen (vgl. auch Anlage 5):

Ordnungspolitik:

- /// Herstellung einer Verbindlichkeit des Zentrenkonzeptes Trier 2025+ durch Ratsbeschluss
- /// Laufende Überprüfung der räumlichen und inhaltlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
- /// Regionalkooperation bei der Handelsplanung

Angebotspolitik:

- /// Fortsetzung der Akquisestrategie
- /// Verbesserung und Weiterentwicklung des Marktauftrittes grüner Märkte / Wochenmarkt
- /// Gastronomie und Evening-Economy als innerstädtische Funktion in Ergänzung zum Einzelhandel (z. B. Clubs, Varieté-Theater, Bars)

Städtebauliche Aufwertung:

- /// Schaffung höherer Aufenthaltsqualität innerhalb der Innenstadt, insbesondere in 1a-Lagen und in Randlagen der Fußgängerzone

Immobilienentwicklung:

- /// Erhalt und Weiterentwicklung der drei Warenhaus-Standorte als zentrale innerstädtische Handelsschwerpunkte
- /// gezielte Bearbeitung potenzieller größerer Entwicklungsflächen innerhalb der Innenstadt (z. B. Trevisis-Passage).

Kommunikationspolitik:

- /// Gezielte Marketingmaßnahmen in Richtung Luxemburg zur Unterstützung von Kaufkraftzuflüssen
- /// Verankerung der Innenstadtentwicklung als Gemeinschaftsaufgabe von Verwaltung und innerstädtischen Akteuren, wie z. B. City Initiative, Handel, Gastro, Kammern), die nur konsensual gemeistert werden kann.

Anlage 1: Aufbau und Leitsätze des Einzelhandelskonzeptes Trier 2025+ (Beschlussvorschlag)

- **Oberzentrale Versorgungsfunktion vervollständigen:** Sicherung, Ausbau und Weiterentwicklung der oberzentralen Funktion der Stadt Trier auch für das Umland
- **„City first“:** Schutz, Stärkung und strategische Weiterentwicklung der **Innenstadt** als dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage
- **Verbrauchernahe Versorgung ausbauen:** Sicherung, Weiterentwicklung und Modernisierung der verbrauchernahen Versorgung
- **Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in bestehenden Gewerbegebietslagen:** Sicherung und Weiterentwicklung von Bestandsbetrieben bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten; Flächenangebote
- **Genehmigung von Sonderstandorten mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten,** für welche nach Einzelfallprüfung Ansiedlungsvorteile überwiegen unter Berücksichtigung der Anforderungen der Landesplanung

Sortimentskonzept

Abgrenzung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente unter Berücksichtigung

- der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels
- der städtebaulichen Zielsetzungen
- der landesplanerischen Vorgaben (gemäß RROP Region Trier, Entwurf 2014 bzw. LEP IV)

Standortkonzept

Festlegung einer Zentren- und Standortstruktur

- Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zzgl. Begründung
- Entwicklung und Sicherung der Nahversorgung
- Sicherung und Weiterentwicklung der Gewerbegebiete (sortiments- und größenbezogene Steuerung, Ertüchtigung, ggf. Ausschluss Einzelhandel)
- standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung

GMA-Darstellung 2020

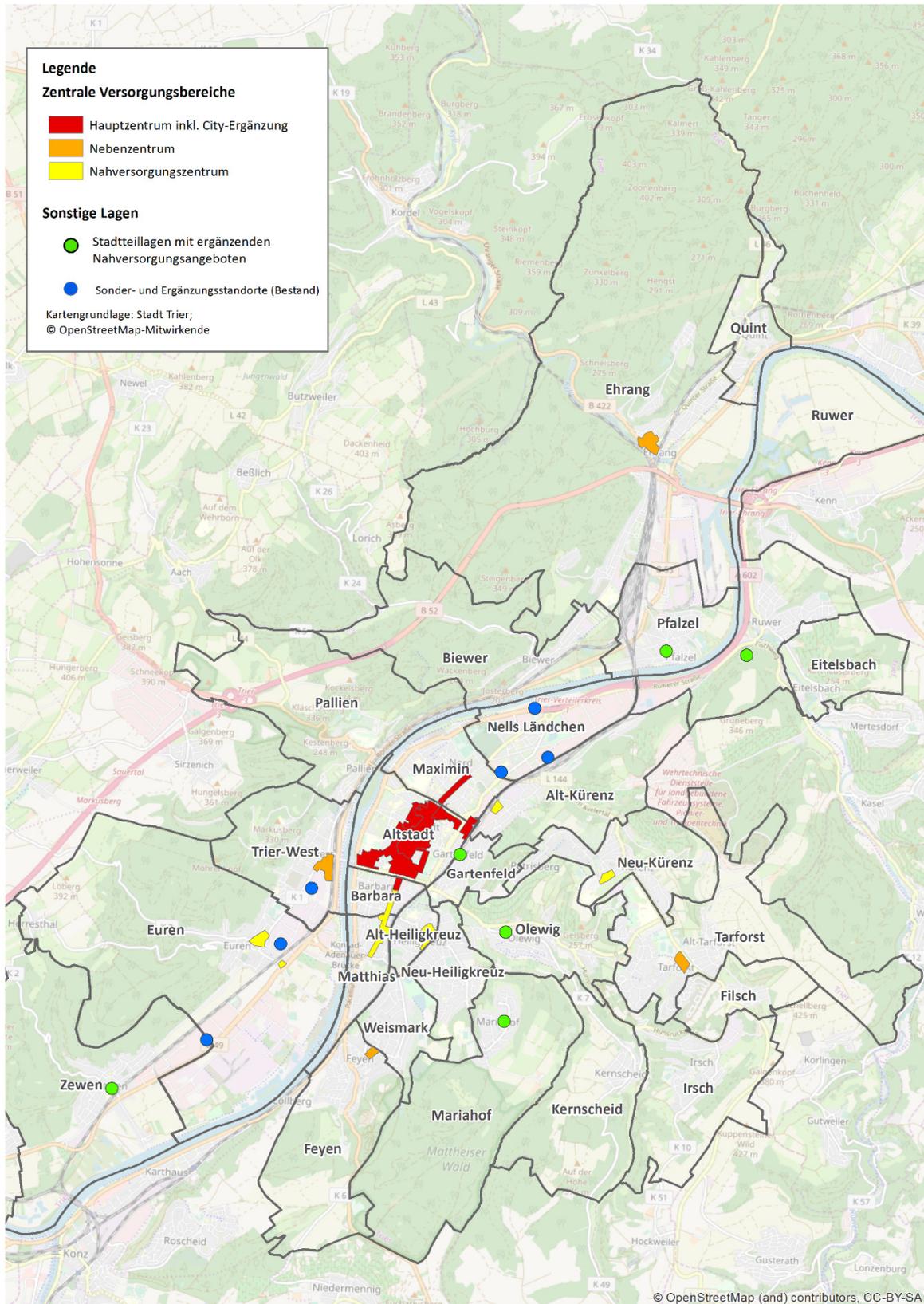
Anlage 2: Trierer Sortimentsliste 2018 (Beschlussvorschlag)

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör) ▪ Bastelartikel ▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Bücher ▪ Elektro-Haushaltsgeräte (Kleinteile wie Mixer, Bügeleisen (außer Elektrogroßgeräte) ▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Korbwaren ▪ Heimtextilien, Bettwäsche inkl. Meter-, Kurz- und Handarbeitswaren ▪ medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren ▪ Musikinstrumente, Musikalien (sofern im Instrumentenkoffer transportierbar) ▪ Optik / Akustik ▪ Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf ▪ Sammelbriefmarken, Numismatik ▪ Schuhe, Lederwaren, Reisegepäck ▪ Spielwaren, Bastelbedarf, Modellbau ▪ Sportartikel, Sportkleingeräte ▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe) ▪ Uhren, Schmuck (inkl. Modeschmuck) ▪ Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto / Video ▪ Ton- und Bildträger ▪ Waffen, Jagdbedarf zusätzlich auch nahversorgungsrelevant ▪ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke) ▪ Drogeriewaren (inkl. Hygiene-, Wasch- und Putzmittel) ▪ pharmazeutische Artikel / Arzneimittel ▪ Reformwaren ▪ Schnittblumen ▪ Tierfutter ▪ Zeitungen, Zeitschriften 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baby- und Kinderartikel (v. a. sperrige Ware wie Kinderwägen, Autositze) ▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge ▪ Büromaschinen, Büroorganisationsmittel, Bürogeräte ▪ Campingartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) ▪ Elektrogroßgeräte, Herde, Öfen ▪ Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung) ▪ Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) ▪ Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds** ▪ Kfz-Zubehör, Motorradzubehör ▪ Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper ▪ Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) ▪ Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel), Antiquitäten ▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel ▪ Reit- und Golfsportartikel ▪ Sanitärartikel, Fliesen ▪ Sportgroßgeräte ▪ Teppiche (inkl. Orientteppiche), Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten ▪ Tiere, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist nicht abschließend.

GMA-Empfehlungen 2018; nach Abstimmung mit Amt 12, in Anlehnung an WZ-Klassifikation

Anlage 3: Standortkonzept Trier 2018 (Beschlussvorschlag)



Anlage 4: Steuerungsregelungen (Beschlussvorschlag)

Zentrale Versorgungsbereiche*	Zentrenrelevantes Kernsortiment	Nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment	Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche
Hauptzentrum City	Uneingeschränkte Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung	
Nebenzentren (Tarforst, Trier-West, Feyen, Ehrang)	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion	Kleinflächig und großflächig soweit Standortpotenziale gegeben	Großflächig möglich (keine negative Auswirkungen auf benachbarte Zentrenlagen)	
Nahversorgungszentren (Trier-Süd, Heiligkreuz, Euren, Kürenz (= BK 24), Petrisberg)	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion (im Bestand)	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion	Auch großflächig möglich (keine negative Auswirkungen auf benachbarte Zentrenlagen)	
	Keine Ansiedlung	Keine Ansiedlung	Auch großflächig möglich (keine negative Auswirkungen auf benachbarte Zentrenlagen)	integrierte Nahversorgungslagen (nicht abschließend) (z. B. Gartenfeld, Olewig, Mariahof, Ruwer, Pfalzel, Zewen)
	Bestand und nach Einzelfallprüfung */**	Bestand und nach Einzelfallprüfung */**	Bestand und nach Einzelfallprüfung */**	Sonderstandorte Ergänzungsstandorte (Bestand und Entwicklung)

* Nells's Ländchen bleibt an dieser Stelle unberücksichtigt, ebenfalls ist im Flächennutzungsplan Heiligkreuz als Nebenzentrum dargestellt (= nicht Bestandteil Einzelhandelskonzept 2015)

** Prüfmaßstab Regelungen BauGB, BauNVO, Landesplanung (LEP 2008) und Regionalplanung (1995; Entwurf 2014); Quelle: Stadt Trier 2015; GMA-Bearbeitung 2020

Anlage 5: Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes (Beschlussvorschlag)

Ordnungspolitische Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Trier:

- /// Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat von Trier³⁶ als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage der vorliegenden Analyse. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
 - Städtebauliche Ziele / Leitsätze der Stadt Trier für die Einzelhandelsentwicklung
 - Trierer Sortimentsliste
 - Festlegung der Zentren- und Standortstruktur (zzgl. Festlegung zVB)
 - Steuerungsempfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung.
- /// Laufende Überprüfung der räumlichen und inhaltlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.
- /// **Planungsrechtliche Umsetzung im Rahmen der Bauleitplanung:** Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten vor allem im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entgegensteht.³⁷ Die Stadt Trier hat bereits ihre Inhalte aus dem Zentrenkonzept 2015 in den jüngst genehmigten und veröffentlichten Flächennutzungsplan Trier übergeleitet.
- /// Ein **häufiges Abweichen** vom Konzept entwertet dieses nicht nur, sondern wird auch von den Gerichten als „vorsätzliche Missachtung“ gewertet. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelskonzept keinen Abwägungsbelang im Sinne des BauGB dar, Rechtssicherheit von Planungen ist nicht mehr gegeben.
- /// Schlussendlich haben Erfahrungen auch aus anderen Städten gezeigt, dass es nicht ausreichend ist, ein gutes Konzept zu erarbeiten und dieses zu beschließen; vielmehr geht es um einen **fortwährenden Umsetzungsprozess**, getragen von allen Beteiligten. Hier kann ein Konsultationskreis, ggf. gemeinsam mit dem Umland, zur Abstimmung großflächiger Einzelhandelsvorhaben einen wichtigen Beitrag leisten.³⁸

³⁶ Eine sortiments- und standortregelnde Bauleitplanung ohne Beschluss als Konzept nach § 1 Abs. 3 Nr. 11 BauGB ist nicht möglich.

³⁷ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

³⁸ Der regionale Dialog Einzelhandel in der Region Trier hatte diese Zielsetzung. Mangels Interesse wurde der Prozess 2018 von der IHK Trier eingestellt.

/ Regionalkooperation bei der Handelsplanung:

In der Planungspraxis haben sich interkommunale Kooperationen in Fragen der Einzelhandelssteuerung in unterschiedlichen Formen³⁹ bewährt, hierzu zählen u. a.

- periodische Abstimmungsrunden, Runde Tische
- besondere Arbeitsgemeinschaften
- Städtenetze oder länderübergreifende Zusammenarbeit.

³⁹ Beispielhaft seien genannt: Aachen: Gesetz zur Bildung der Städteregion (Aachen-Gesetz) 2009 / Regionales Einzelhandelskonzept für das nördliche Ruhrgebiet (Verein) / Staatsvertrag zwischen dem Land Niedersachsen und der Freien Hansestadt Bremen zu einer grenzübergreifenden Raumordnung und Landesentwicklung 2009.

Anlage 6: Vorlage Runder Tisch Einzelhandel 17.10.2019

Anlage 7: Zusammenfassung des methodischen Vorgehens der GMA

Methodik der Untersuchung

Die Fortschreibung Einzelhandelskonzept Trier 2025+ basiert auf folgenden Fakten:

- /// **Abgrenzung des Einzugsgebietes** auf Grundlage mehrerer Kundenbefragungen der Stadt Trier (zuletzt 2014), Kundenwohnorterhebungen in Trier, Marktuntersuchungen für die Stadt Konz (Möbel Martin) sowie weiterer Quellen.
- /// **Nachfrageanalyse** im Einzugsgebiet anhand aktueller Bevölkerungswerte im Einzugsgebiet (Statistische Ämter) unter Heranziehung von Kaufkraftdaten (GMA-Werte und MB Research).
- /// **Angebotsanalyse** auf Grundlage einer vollständigen Einzelhandelserhebung 2018 durch MitarbeiterInnen der GMA. Grundlage der Erhebung war der mit der Stadt Trier abgestimmte Erhebungsleitfaden⁴⁰ auf Basis der Vorgaben durch die Vorgängererhebungen und fachlicher Standards und Anforderungen.⁴¹
- /// Die **Berechnung der Leistungs- und Ausstattungskennziffern** erfolgte anhand der von GMA ermittelten Umsatzleistungen.
- /// Auf Grundlage der Bestandsdaten war eine nachvollziehbare Messung der Attraktivität des Handelsplatzes ebenso möglich wie eine auf den faktischen Verhältnissen basierende Überprüfung des Sortimentskonzeptes zur Evaluierung des Steuerungsinstruments „Einzelhandelskonzept Trier“. Die Nachfrage- und Angebotsanalyse wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber in Anlehnung an den LEP IV Rheinland-Pfalz, den RROP Trier aus dem Jahr 1985 (zzgl. Fortschreibung 1995; ein Entwurf Januar 2014 liegt ebenfalls vor), die WZ-Klassifikation und der Vorgängeruntersuchungen eine **Branchensystematik** mit 33 Sortimentsgruppen festgelegt.
- /// Die von GMA zugrunde gelegte Warengruppensystematik entspricht den Anforderungen der mittelgerichtlichen Rechtsprechung.

⁴⁰ Die sich aus der veränderten Rechtsprechung ergeben.

⁴¹ Im Zuge der Georeferenzierung wurde eine vollständige, räumlich korrekte Zuordnung der Bestandsdaten gesichert.

Branchensystematik Fortschreibung Einzelhandelskonzept Trier 2025+

Fristigkeit	nicht zentrenrelevant			
	zentrenrelevant			
	nahversorgungsrelevant			
kurzfristiger Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)			
	Gesundheit, Körperpflege			
	Drogeriewaren, Kosmetik, Parfümerie ¹			
	pharmazeutische Artikel / Arzneimittel (z. B. Apotheken)			
	Sanitätswaren (med., orthop.)			
	Blumen, zoolog. Bedarf			
	Schnittblumen, Floristik			
mittelfristiger Bedarf	Zoologischer Bedarf (inkl. Lebewesen) ²			
	Bücher, Schreib-, Spielwaren			
	Zeitungen, Zeitschriften			
	Bücher			
	Schreib-, Papierwaren, Büro- und Schulartikel			
	Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau, Bastelartikel			
	Bekleidung, Schuhe, Sport			
	Oberbekleidung ³			
	Schuhe			
	Lederwaren, Reisegepäck (inkl. Handtaschen, Hüte)			
langfristiger Bedarf	Sport (Bekleidung, Schuhe)			
	Elektrowaren			
	Elektrohaushaltsgeräte (kleinteilig, z.B. Rührstab)			
	Elektrohaushaltsgeräte (großteilig, z.B. Kühlschrank)			
	Telekommunikation für Privatkunden (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphone), IT (Drucker, Computer)			
	Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto, Ton- und Bildträger)			
	Hausrat, Einrichtung, Möbel			
	Haushaltswaren, Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik ⁴			
	Möbel (inkl. Matratzen), Garten-, Bad-, Büromöbel, Küchen, Spiegel, inkl. Einbaugeräte			
	Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder			
	Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe)			
	Lampen, Leuchten und Zubehör			
	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf			
	Bau-, Heimwerkerbedarf (inkl. Sanitär, Holz, Markisen)			
	Farben, Tapeten, Lacke, Bodenbeläge (Laminat, Teppiche) ⁵			
	Pflanzen, Gartenbedarf			
	Optik, Akustik, Uhren, Schmuck			
	Optik, Akustik			
	Uhren, Schmuck (inkl. Modeschmuck)			
	Sonstige Sortimente			
Fahrräder				
Kfz-Zubehör (inkl. Bekleidung)				
Sportgeräte (kleinteilig, z.B. Tischtennisschläger)				
Sportgeräte (großteilig, z.B. Tischtennisplatte)				
Sonstiges ⁶ , z.B. Musikalien, Waffen, Sammelhobbies, Erotik				
Leerstand				

- 1 zentrenrelevant Parfümerie
- 2 nahversorgungsrelevant ist lediglich Tierfutter (sowohl 2014 als auch 2018)
- 3 Gemischt, DOB, HAKA, KIKO, Wäsche
- 4 Geschenkartikel nicht mehr Bestandteil, da unbestimmtes Sortiment
- 5 Ausnahme: Orientteppiche: Zentrenrelevant (= künftig: zu Teppiche) und damit nicht-zentrenrelevant in Abhängigkeit von Sortiment zentren- oder nicht zentrenrelevant
- 6

Quelle: GMA 2018 in enger Abstimmung mit der Stadt Trier, auf Basis des Einzelhandelskonzeptes Trier 2025+ bzw. LEP IV, RROP Trier und WZ-Klassifikation