



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Einzelhandelserfassung Thüringen 2022 / 2023

Stand und Entwicklung der
Einzelhandelslandschaft



Endbericht

Im Auftrag des Thüringer Ministeriums für Infrastruktur und Landwirtschaft
Hamburg/Dresden, 08.08.2023



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Einzelhandelserfassung Thüringen 2022 / 2023

Stand und Entwicklung der Einzelhandelslandschaft

Projektnummer: 22DLP3273

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Jonas Hopfmann, Aaron Albertsen

Im Auftrag des

Thüringer Ministeriums für Infrastruktur und Landwirtschaft

Abteilung 5

Referat 51

Werner-Seelenbinder-Straße 8

99096 Erfurt

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet.

Status- und Funktionsbezeichnungen in diesem Bericht gelten jeweils in weiblicher und männlicher Form.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	12
	Tabellenverzeichnis	14
1	Grundlagen	26
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	26
1.2	Untersuchungsdesign	27
2	Übergeordnete Entwicklungstrends im Einzelhandel	35
2.1	Betriebsformenwandel	35
2.2	Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung	37
2.3	Der Online-Handel erobert die Märkte	42
2.3.1	Der Online-Handel im ländlichen Raum	45
2.3.2	Prognose zur Entwicklung des Online-Handels	46
2.4	Entwicklungstendenzen im Einzelhandel im Lichte der COVID-19-Pandemie und des Ukraine-Kriegs	48
3	Angebotssituation in Thüringen gesamt	52
3.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	52
3.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	53
3.3	Entwicklung der Leerstandssituation	54
3.4	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	55
3.5	Verkaufsflächenentwicklung nach Zentralörtlichkeit	55
4	Angebotssituation in den Landkreisen/kreisfreien Städten	57
4.1	Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den Landkreisen/kreisfreien Städten im Vergleich	57
4.2	Landkreis Altenburger Land	62
4.2.1	Übersicht	62
4.2.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	63
4.2.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	63
4.2.4	Entwicklung der Leerstandssituation	64

	4.2.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	64
4.3		Landkreis Eichsfeld	66
	4.3.1	Übersicht	66
	4.3.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	67
	4.3.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	67
	4.3.4	Entwicklung der Leerstandssituation	68
	4.3.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	68
4.4		Landkreis Gotha	70
	4.4.1	Übersicht	70
	4.4.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	71
	4.4.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	71
	4.4.4	Entwicklung der Leerstandssituation	72
	4.4.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	72
4.5		Landkreis Greiz	74
	4.5.1	Übersicht	74
	4.5.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	75
	4.5.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	75
	4.5.4	Entwicklung der Leerstandssituation	76
	4.5.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	76
4.6		Landkreis Hildburghausen	78
	4.6.1	Übersicht	78
	4.6.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	79
	4.6.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	79
	4.6.4	Entwicklung der Leerstandssituation	80
	4.6.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	80
4.7		Landkreis Ilm-Kreis	82
	4.7.1	Übersicht	82
	4.7.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	83
	4.7.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	83
	4.7.4	Entwicklung der Leerstandssituation	84
	4.7.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	84
4.8		Landkreis Kyffhäuserkreis	86
	4.8.1	Übersicht	86

4.8.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	87
4.8.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	87
4.8.4	Entwicklung der Leerstandssituation	88
4.8.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	88
4.9	Landkreis Nordhausen	90
4.9.1	Übersicht	90
4.9.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	91
4.9.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	91
4.9.4	Entwicklung der Leerstandssituation	92
4.9.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	92
4.10	Landkreis Saale-Holzland-Kreis	94
4.10.1	Übersicht	94
4.10.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	95
4.10.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	95
4.10.4	Entwicklung der Leerstandssituation	96
4.10.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	96
4.11	Landkreis Saale-Orla-Kreis	98
4.11.1	Übersicht	98
4.11.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	99
4.11.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	99
4.11.4	Entwicklung der Leerstandssituation	100
4.11.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	100
4.12	Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	102
4.12.1	Übersicht	102
4.12.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	103
4.12.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	103
4.12.4	Entwicklung der Leerstandssituation	104
4.12.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	104
4.13	Landkreis Schmalkalden-Meiningen	106
4.13.1	Übersicht	106
4.13.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	107
4.13.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	107
4.13.4	Entwicklung der Leerstandssituation	108

	4.13.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	108
4.14		Landkreis Sömmerda	110
	4.14.1	Übersicht	110
	4.14.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	111
	4.14.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	111
	4.14.4	Entwicklung der Leerstandssituation	112
	4.14.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	112
4.15		Landkreis Sonneberg	114
	4.15.1	Übersicht	114
	4.15.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	115
	4.15.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	115
	4.15.4	Entwicklung der Leerstandssituation	116
	4.15.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	116
4.16		Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis	118
	4.16.1	Übersicht	118
	4.16.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	119
	4.16.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	119
	4.16.4	Entwicklung der Leerstandssituation	120
	4.16.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	120
4.17		Landkreis Wartburgkreis	122
	4.17.1	Übersicht	122
	4.17.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	123
	4.17.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	123
	4.17.4	Entwicklung der Leerstandssituation	124
	4.17.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	124
4.18		Landkreis Weimarer Land	126
	4.18.1	Übersicht	126
	4.18.2	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	127
	4.18.3	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	127
	4.18.4	Entwicklung der Leerstandssituation	128
	4.18.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	128

5.1	Überblick	130
5.1.1	Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenentwicklung in den Oberzentren im Vergleich	132
5.1.2	Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenentwicklung in den Mittelzentren im Vergleich	133
5.2	Oberzentrum Erfurt	136
5.2.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	136
5.2.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	136
5.2.3	Raumstruktur des Einzelhandels	137
5.2.4	Entwicklung der Leerstandssituation	138
5.2.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	138
5.3	Oberzentrum Gera	139
5.3.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	139
5.3.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	139
5.3.3	Raumstruktur des Einzelhandels	140
5.3.4	Entwicklung der Leerstandssituation	141
5.3.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	141
5.4	Oberzentrum Jena	141
5.4.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	141
5.4.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	142
5.4.3	Raumstruktur des Einzelhandels	143
5.4.4	Entwicklung der Leerstandssituation	143
5.4.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	144
5.5	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Altenburg	144
5.5.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	144
5.5.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	145
5.5.3	Raumstruktur des Einzelhandels	146
5.5.4	Entwicklung der Leerstandssituation	146
5.5.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	147
5.6	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Eisenach	147
5.6.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	147
5.6.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	148
5.6.3	Raumstruktur des Einzelhandels	149
5.6.4	Entwicklung der Leerstandssituation	149

	5.6.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	150
5.7		Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha	150
	5.7.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	150
	5.7.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	151
	5.7.3	Raumstruktur des Einzelhandels	152
	5.7.4	Entwicklung der Leerstandssituation	152
	5.7.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	153
5.8		Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Mühlhausen/Thüringen	153
	5.8.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	153
	5.8.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	154
	5.8.3	Raumstruktur des Einzelhandels	155
	5.8.4	Entwicklung der Leerstandssituation	155
	5.8.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	156
5.9		Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Nordhausen	156
	5.9.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	156
	5.9.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	157
	5.9.3	Raumstruktur des Einzelhandels	158
	5.9.4	Entwicklung der Leerstandssituation	158
	5.9.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	159
5.10		Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Weimar	159
	5.10.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	159
	5.10.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	160
	5.10.3	Raumstruktur des Einzelhandels	161
	5.10.4	Entwicklung der Leerstandssituation	161
	5.10.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	162
5.11		Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg	162
	5.11.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	162
	5.11.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	163
	5.11.3	Raumstruktur des Einzelhandels	164
	5.11.4	Entwicklung der Leerstandssituation	164
	5.11.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	165

5.12	Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Suhl/Zella-Mehlis	165
5.12.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	165
5.12.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	166
5.12.3	Raumstruktur des Einzelhandels	167
5.12.4	Entwicklung der Leerstandssituation	167
5.12.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	168
5.13	Mittelzentrum Apolda	169
5.13.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	169
5.13.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	169
5.13.3	Raumstruktur des Einzelhandels	170
5.13.4	Entwicklung der Leerstandssituation	171
5.13.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	171
5.14	Mittelzentrum Arnstadt	171
5.14.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	171
5.14.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	172
5.14.3	Raumstruktur des Einzelhandels	173
5.14.4	Entwicklung der Leerstandssituation	173
5.14.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	174
5.15	Mittelzentrum Artern/Unstrut	174
5.15.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	174
5.15.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	175
5.15.3	Raumstruktur des Einzelhandels	176
5.15.4	Entwicklung der Leerstandssituation	176
5.15.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	177
5.16	Mittelzentrum Bad Langensalza	178
5.16.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	178
5.16.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	178
5.16.3	Raumstruktur des Einzelhandels	179
5.16.4	Entwicklung der Leerstandssituation	180
5.16.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	180
5.17	Mittelzentrum Bad Lobenstein	181
5.17.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	181

5.17.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	181
5.17.3	Raumstruktur des Einzelhandels	182
5.17.4	Entwicklung der Leerstandssituation	183
5.17.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	183
5.18	Mittelzentrum Bad Salzungen	184
5.18.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	184
5.18.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	184
5.18.3	Raumstruktur des Einzelhandels	185
5.18.4	Entwicklung der Leerstandssituation	186
5.18.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	186
5.19	Mittelzentrum Eisenberg	187
5.19.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	187
5.19.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	187
5.19.3	Raumstruktur des Einzelhandels	188
5.19.4	Entwicklung der Leerstandssituation	189
5.19.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	189
5.20	Mittelzentrum Greiz	190
5.20.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	190
5.20.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	190
5.20.3	Raumstruktur des Einzelhandels	191
5.20.4	Entwicklung der Leerstandssituation	192
5.20.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	192
5.21	Mittelzentrum Heilbad Heiligenstadt	193
5.21.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	193
5.21.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	193
5.21.3	Raumstruktur des Einzelhandels	194
5.21.4	Entwicklung der Leerstandssituation	195
5.21.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	195
5.22	Mittelzentrum Hildburghausen	196
5.22.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	196
5.22.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	196
5.22.3	Raumstruktur des Einzelhandels	197
5.22.4	Entwicklung der Leerstandssituation	198

	5.22.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	198
5.23		Mittelzentrum Ilmenau	199
	5.23.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	199
	5.23.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	199
	5.23.3	Raumstruktur des Einzelhandels	200
	5.23.4	Entwicklung der Leerstandssituation	201
	5.23.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	201
5.24		Mittelzentrum Leinefelde-Worbis	202
	5.24.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	202
	5.24.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	202
	5.24.3	Raumstruktur des Einzelhandels	203
	5.24.4	Entwicklung der Leerstandssituation	204
	5.24.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	204
5.25		Mittelzentrum Meinigen	205
	5.25.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	205
	5.25.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	205
	5.25.3	Raumstruktur des Einzelhandels	206
	5.25.4	Entwicklung der Leerstandssituation	207
	5.25.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	207
5.26		Mittelzentrum Pößneck	208
	5.26.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	208
	5.26.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	208
	5.26.3	Raumstruktur des Einzelhandels	209
	5.26.4	Entwicklung der Leerstandssituation	210
	5.26.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	210
5.27		Mittelzentrum Schleiz	211
	5.27.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	211
	5.27.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	211
	5.27.3	Raumstruktur des Einzelhandels	212
	5.27.4	Entwicklung der Leerstandssituation	212
	5.27.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	213
5.28		Mittelzentrum Schmalkalden	213
	5.28.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	213

5.28.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	214
5.28.3	Raumstruktur des Einzelhandels	215
5.28.4	Entwicklung der Leerstandssituation	215
5.28.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	216
5.29	Mittelzentrum Sömmerda	216
5.29.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	216
5.29.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	217
5.29.3	Raumstruktur des Einzelhandels	218
5.29.4	Entwicklung der Leerstandssituation	218
5.29.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	219
5.30	Mittelzentrum Sondershausen	219
5.30.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	219
5.30.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	220
5.30.3	Raumstruktur des Einzelhandels	221
5.30.4	Entwicklung der Leerstandssituation	221
5.30.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	222
5.31	Mittelzentrum Sonneberg	222
5.31.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	222
5.31.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	223
5.31.3	Raumstruktur des Einzelhandels	224
5.31.4	Entwicklung der Leerstandssituation	224
5.31.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	225
5.32	Mittelzentrum Stadtroda	225
5.32.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	225
5.32.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	226
5.32.3	Raumstruktur des Einzelhandels	227
5.32.4	Entwicklung der Leerstandssituation	227
5.32.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	228
5.33	Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes	228
5.33.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	228
5.33.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	229
5.33.3	Raumstruktur des Einzelhandels	230
5.33.4	Entwicklung der Leerstandssituation	230

	5.33.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	231
5.34		Funktionsteiliges Mittelzentrum Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	231
	5.34.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	231
	5.34.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	232
	5.34.3	Raumstruktur des Einzelhandels	233
	5.34.4	Entwicklung der Leerstandssituation	233
	5.34.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	234
5.35		Funktionsteiliges Mittelzentrum Neuhaus am Rennweg/Lauscha	234
	5.35.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	234
	5.35.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	235
	5.35.3	Raumstruktur des Einzelhandels	236
	5.35.4	Entwicklung der Leerstandssituation	236
	5.35.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	237
5.36		Funktionsteiliges Mittelzentrum Schmöln/Gößnitz	238
	5.36.1	Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung	238
	5.36.2	Betriebs- und Verkaufsflächenbestand	238
	5.36.3	Raumstruktur des Einzelhandels	239
	5.36.4	Entwicklung der Leerstandssituation	240
	5.36.5	Entwicklung der Verkaufsflächendichten	240
6		Angebotssituation in den Grundzentren	241
6.1		Überblick	241
6.2		Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den Grundzentren im Vergleich	242
7		Angebotssituation in den Nicht-zentralen Orten	245
7.1		Überblick	245
7.2		Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den Nicht-zentralen Orten im zeitlichen Vergleich	246
8		Raumordnerische Bewertung und Ausblick	248

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen.....	36
Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel.....	37
Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland.....	38
Abbildung 4: Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel.....	39
Abbildung 5: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels.....	40
Abbildung 6: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels.....	41
Abbildung 7: Gesamtentwicklung stationärer und Online-Umsatz.....	42
Abbildung 8: Anteile des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz.....	43
Abbildung 9: Prognose zur jährlichen Wachstumsrate (CAGR) des Onlineumsatzes nach IFH Köln.....	47
Abbildung 10: Marktanteilsprognose zur Entwicklung des Online-Handels nach Branchen bis 2030.....	48
Abbildung 11: HDE-Konsumbarometer (01/2020 – 05/2022 / 2023).....	50
Abbildung 12: Verkaufsflächenbestand und Anzahl der Betriebe in Thüringen.....	52
Abbildung 13: Verkaufsflächenentwicklung nach Zentralörtlichkeit.....	56
Abbildung 14: Verkaufsflächendichte der Landkreise/kreisfreien Städte im Vergleich.....	57
Abbildung 15: Verkaufsflächenbestand in den Landkreisen/kreisfreien Städte.....	58
Abbildung 16: Leerstandsquote in den Landkreisen/kreisfreien Städten.....	59
Abbildung 17: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Altenburger Land.....	62
Abbildung 18: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Eichsfeld.....	66
Abbildung 19: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Gotha.....	70
Abbildung 20: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Greiz.....	74
Abbildung 21: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Hildburghausen.....	78
Abbildung 22: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Ilm-Kreis.....	82

Abbildung 23: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Kyffhäuserkreis.....	86
Abbildung 24: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Nordhausen	90
Abbildung 25: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Saale-Holzland-Kreis.....	94
Abbildung 26: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Saale-Orla-Kreis.....	98
Abbildung 27: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	102
Abbildung 28: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Schmalkalden-Meiningen	106
Abbildung 29: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Sömmerda	110
Abbildung 30: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Sonneberg	114
Abbildung 31: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis	118
Abbildung 32: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Wartburgkreis.....	122
Abbildung 33: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Weimarer Land.....	126
Abbildung 34: Verkaufsflächendichte in den Mittel- und Oberzentren	130
Abbildung 35: Absolute Verkaufsfläche in den Mittel- und Oberzentren.....	131
Abbildung 36: Leerstandsquote in den Mittel- und Oberzentren.....	132
Abbildung 37: Absolute Verkaufsfläche in den Grundzentren.....	241
Abbildung 38: Überblick Zentrale Orte und Nicht-zentrale Orte in Thüringen	245

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Branchengruppen	32
Tabelle 2: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Thüringen	53
Tabelle 3: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Thüringen	53
Tabelle 4: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Thüringen	54
Tabelle 5: Entwicklung der Leerstandssituation in Thüringen	54
Tabelle 6: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Thüringen	55
Tabelle 7: Anzahl der Betriebe nach Landkreisen/kreisfreien Städten im zeitlichen Vergleich.....	60
Tabelle 8: Verkaufsflächenbestand nach Landkreisen/kreisfreien Städten im zeitlichen Vergleich.....	61
Tabelle 9: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Altenburger Land.....	63
Tabelle 10: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Altenburger Land.....	63
Tabelle 11: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Altenburger Land.....	64
Tabelle 12: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Altenburger Land.....	64
Tabelle 13: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Altenburger Land.....	65
Tabelle 14: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Eichsfeld	67
Tabelle 15: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Eichsfeld.....	67
Tabelle 16: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Eichsfeld.....	68
Tabelle 17: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Eichsfeld	68
Tabelle 18: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Eichsfeld.....	69
Tabelle 19: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Gotha.....	71
Tabelle 20: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Gotha	71
Tabelle 21: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Gotha	72
Tabelle 22: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Gotha.....	72
Tabelle 23: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Gotha.....	73
Tabelle 24: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Greiz	75
Tabelle 25: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Greiz	75

Tabelle 26: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Greiz.....	76
Tabelle 27: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Greiz	76
Tabelle 28: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Greiz.....	77
Tabelle 29: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Hildburghausen	79
Tabelle 30: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Hildburghausen	79
Tabelle 31: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Hildburghausen.....	80
Tabelle 32: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Hildburghausen	80
Tabelle 33: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Hildburghausen	81
Tabelle 34: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Ilm-Kreis	83
Tabelle 35: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Ilm-Kreis	83
Tabelle 36: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Ilm-Kreis	84
Tabelle 37: Entwicklung der Leerstandssituation im Ilm-Kreis.....	84
Tabelle 38: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Ilm-Kreis.....	85
Tabelle 39: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Kyffhäuserkreis.....	87
Tabelle 40: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Kyffhäuserkreis.....	87
Tabelle 41: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Kyffhäuserkreis	88
Tabelle 42: Entwicklung der Leerstandssituation im Kyffhäuserkreis.....	88
Tabelle 43: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Kyffhäuserkreis	89
Tabelle 44: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Nordhausen	91
Tabelle 45: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Nordhausen.....	91
Tabelle 46: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Nordhausen.....	92
Tabelle 47: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Nordhausen	92
Tabelle 48: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Nordhausen.....	93
Tabelle 49: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Saale- Holzland-Kreis	95
Tabelle 50: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Saale-Holzland- Kreis.....	95
Tabelle 51: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Saale-Holzland- Kreis.....	96

Tabelle 52: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Saale-Holzland-Kreis.....	96
Tabelle 53: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Saale-Holzland-Kreis	97
Tabelle 54: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Saale-Orla-Kreis	99
Tabelle 55: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Saale-Orla-Kreis.....	99
Tabelle 56: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Saale-Orla-Kreis.....	100
Tabelle 57: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Saale-Orla-Kreis	100
Tabelle 58: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Saale-Orla-Kreis.....	101
Tabelle 59: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	103
Tabelle 60: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	103
Tabelle 61: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	104
Tabelle 62: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	104
Tabelle 63: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	105
Tabelle 64: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Schmalkalden-Meiningen.....	107
Tabelle 65: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Schmalkalden-Meiningen	107
Tabelle 66: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Schmalkalden-Meiningen	108
Tabelle 67: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Schmalkalden-Meiningen	108
Tabelle 68: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Schmalkalden-Meiningen	109
Tabelle 69: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Sömmerda	111
Tabelle 70: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Sömmerda.....	111

Tabelle 71: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Sömmerda	112
Tabelle 72: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Sömmerda	112
Tabelle 73: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Sömmerda	113
Tabelle 74: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Sonneberg.....	115
Tabelle 75: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Sonneberg	115
Tabelle 76: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Sonneberg	116
Tabelle 77: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Sonneberg	116
Tabelle 78: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Sonneberg	117
Tabelle 79: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Unstrut- Hainich-Kreis	119
Tabelle 80: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Unstrut-Hainich- Kreis	119
Tabelle 81: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Unstrut- Hainich-Kreis	120
Tabelle 82: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Unstrut- Hainich-Kreis	120
Tabelle 83: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Unstrut- Hainich-Kreis	121
Tabelle 84: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Wartburgkreis	123
Tabelle 85: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Wartburgkreis	123
Tabelle 86: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Wartburgkreis	124
Tabelle 87: Entwicklung der Leerstandssituation im Wartburgkreis	124
Tabelle 88: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Wartburgkreis	125
Tabelle 89: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Weimarer Land	127
Tabelle 90: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Weimarer Land	127
Tabelle 91: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Weimarer Land	128
Tabelle 92: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Weimarer Land	128
Tabelle 93: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Weimarer Land	129
Tabelle 94: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in den Oberzentren	133
Tabelle 95: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in den Oberzentren	133

Tabelle 96: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in den Mittelzentren	134
Tabelle 97: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in den Mittelzentren.....	135
Tabelle 98: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Erfurt	136
Tabelle 99: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Erfurt	136
Tabelle 100: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Erfurt	137
Tabelle 101: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Erfurt	138
Tabelle 102: Entwicklung der Leerstandssituation in Erfurt	138
Tabelle 103: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Erfurt	138
Tabelle 104: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Gera	139
Tabelle 105: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Gera	139
Tabelle 106: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gera	140
Tabelle 107: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Gera	140
Tabelle 108: Entwicklung der Leerstandssituation in Gera	141
Tabelle 109: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Gera	141
Tabelle 110: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Jena	142
Tabelle 111: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Jena.....	142
Tabelle 112: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Jena.....	143
Tabelle 113: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Jena.....	143
Tabelle 114: Entwicklung der Leerstandssituation in Jena.....	144
Tabelle 115: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Jena.....	144
Tabelle 116: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Altenburg.....	145
Tabelle 117: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Altenburg	145
Tabelle 118: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Altenburg.....	146
Tabelle 119: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Altenburg.....	146
Tabelle 120: Entwicklung der Leerstandssituation in Altenburg	147
Tabelle 121: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Altenburg.....	147
Tabelle 122: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Eisenach	148
Tabelle 123: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Eisenach	148
Tabelle 124: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Eisenach	149
Tabelle 125: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Eisenach	149

Tabelle 126: Entwicklung der Leerstandssituation in Eisenach	150
Tabelle 127: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Eisenach	150
Tabelle 128: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Gotha	151
Tabelle 129: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Gotha	151
Tabelle 130: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gotha	152
Tabelle 131: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Gotha	152
Tabelle 132: Entwicklung der Leerstandssituation in Gotha	153
Tabelle 133: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Gotha	153
Tabelle 134: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Mühlhausen/Thüringen	154
Tabelle 135: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Mühlhausen/Thüringen	154
Tabelle 136: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Mühlhausen/Thüringen	155
Tabelle 137: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Mühlhausen/Thüringen	155
Tabelle 138: Entwicklung der Leerstandssituation in Mühlhausen/Thüringen	156
Tabelle 139: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Mühlhausen/Thüringen	156
Tabelle 140: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Nordhausen	157
Tabelle 141: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Nordhausen	157
Tabelle 142: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Nordhausen	158
Tabelle 143: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Nordhausen	158
Tabelle 144: Entwicklung der Leerstandssituation in Nordhausen	159
Tabelle 145: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Nordhausen	159
Tabelle 146: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Weimar	160
Tabelle 147: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Weimar	160
Tabelle 148: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Weimar	161
Tabelle 149: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Weimar	161
Tabelle 150: Entwicklung der Leerstandssituation in Weimar	162
Tabelle 151: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Weimar	162
Tabelle 152: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg	163

Tabelle 153: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg.....	163
Tabelle 154: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg.....	164
Tabelle 155: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg.....	164
Tabelle 156: Entwicklung der Leerstandssituation in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg.....	165
Tabelle 157: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg.....	165
Tabelle 158: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Suhl/Zella-Mehlis	166
Tabelle 159: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Suhl/Zella-Mehlis	166
Tabelle 160: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Suhl/Zella-Mehlis	167
Tabelle 161: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Suhl/Zella-Mehlis.....	167
Tabelle 162: Entwicklung der Leerstandssituation in Suhl/Zella-Mehlis	168
Tabelle 163: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Suhl/Zella-Mehlis.....	168
Tabelle 164: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Apolda	169
Tabelle 165: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Apolda	169
Tabelle 166: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Apolda	170
Tabelle 167: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Apolda.....	170
Tabelle 168: Entwicklung der Leerstandssituation in Apolda	171
Tabelle 169: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Apolda.....	171
Tabelle 170: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Arnstadt	172
Tabelle 171: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Arnstadt.....	172
Tabelle 172: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Arnstadt	173
Tabelle 173: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Arnstadt	173
Tabelle 174: Entwicklung der Leerstandssituation in Arnstadt	174
Tabelle 175: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Arnstadt.....	174
Tabelle 176: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Artern/Unstrut	175
Tabelle 177: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Artern/Unstrut	175
Tabelle 178: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Artern/Unstrut.....	176
Tabelle 179: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Artern/Unstrut.....	176

Tabelle 180: Entwicklung der Leerstandssituation in Artern/Unstrut	177
Tabelle 181: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Artern/Unstrut.....	177
Tabelle 182: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Bad Langensalza.....	178
Tabelle 183: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Bad Langensalza	178
Tabelle 184: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bad Langensalza	179
Tabelle 185: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Bad Langensalza	179
Tabelle 186: Entwicklung der Leerstandssituation in Bad Langensalza	180
Tabelle 187: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Bad Langensalza.....	180
Tabelle 188: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Bad Lobenstein	181
Tabelle 189: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Bad Lobenstein.....	181
Tabelle 190: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bad Lobenstein.....	182
Tabelle 191: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Bad Lobenstein	182
Tabelle 192: Entwicklung der Leerstandssituation in Bad Lobenstein.....	183
Tabelle 193: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Bad Lobenstein	183
Tabelle 194: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Bad Salzungen	184
Tabelle 195: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Bad Salzungen	184
Tabelle 196: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bad Salzungen	185
Tabelle 197: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Bad Salzungen.....	185
Tabelle 198: Entwicklung der Leerstandssituation in Bad Salzungen	186
Tabelle 199: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Bad Salzungen.....	186
Tabelle 200: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Eisenberg.....	187
Tabelle 201: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Eisenberg	187
Tabelle 202: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Eisenberg	188
Tabelle 203: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Eisenberg	188
Tabelle 204: Entwicklung der Leerstandssituation in Eisenberg.....	189
Tabelle 205: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Eisenberg	189
Tabelle 206: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Greiz	190
Tabelle 207: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Greiz	190
Tabelle 208: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Greiz.....	191
Tabelle 209: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Greiz.....	191

Tabelle 210: Entwicklung der Leerstandssituation in Greiz	192
Tabelle 211: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Greiz	192
Tabelle 212: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Heilbad Heiligenstadt	193
Tabelle 213: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Heilbad Heiligenstadt	193
Tabelle 214: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Heilbad Heiligenstadt	194
Tabelle 215: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen im Heilbad Heiligenstadt	194
Tabelle 216: Entwicklung der Leerstandssituation im Heilbad Heiligenstadt	195
Tabelle 217: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Heilbad Heiligenstadt	195
Tabelle 218: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Hildburghausen	196
Tabelle 219: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Hildburghausen	196
Tabelle 220: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Hildburghausen	197
Tabelle 221: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Hildburghausen	197
Tabelle 222: Entwicklung der Leerstandssituation in Hildburghausen	198
Tabelle 223: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Hildburghausen	198
Tabelle 224: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Ilmenau	199
Tabelle 225: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Ilmenau	199
Tabelle 226: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Ilmenau	200
Tabelle 227: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Ilmenau	200
Tabelle 228: Entwicklung der Leerstandssituation in Ilmenau	201
Tabelle 229: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Ilmenau	201
Tabelle 230: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Leinefelde-Worbis	202
Tabelle 231: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Leinefelde-Worbis	202
Tabelle 232: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Leinefelde-Worbis	203
Tabelle 233: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Leinefelde-Worbis	203
Tabelle 234: Entwicklung der Leerstandssituation in Leinefelde-Worbis	204
Tabelle 235: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Leinefelde-Worbis	204
Tabelle 236: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Meiningen	205
Tabelle 237: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Meiningen	205
Tabelle 238: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Meiningen	206

Tabelle 239: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Meiningen.....	206
Tabelle 240: Entwicklung der Leerstandssituation in Meiningen.....	207
Tabelle 241: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Meiningen	207
Tabelle 242: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Pößneck	208
Tabelle 243: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Pößneck	208
Tabelle 244: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Pößneck	209
Tabelle 245: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Pößneck	209
Tabelle 246: Entwicklung der Leerstandssituation in Pößneck	210
Tabelle 247: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Pößneck.....	210
Tabelle 248: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Schleiz	211
Tabelle 249: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Schleiz.....	211
Tabelle 250: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Schleiz.....	212
Tabelle 251: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Schleiz	212
Tabelle 252: Entwicklung der Leerstandssituation in Schleiz.....	213
Tabelle 253: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Schleiz	213
Tabelle 254: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Schmalkalden	214
Tabelle 255: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Schmalkalden	214
Tabelle 256: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Schmalkalden	215
Tabelle 257: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Schmalkalden.....	215
Tabelle 258: Entwicklung der Leerstandssituation in Schmalkalden	216
Tabelle 259: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Schmalkalden.....	216
Tabelle 260: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Sömmerda.....	217
Tabelle 261: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Sömmerda	217
Tabelle 262: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Sömmerda	218
Tabelle 263: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Sömmerda.....	218
Tabelle 264: Entwicklung der Leerstandssituation in Sömmerda.....	219
Tabelle 265: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Sömmerda.....	219
Tabelle 266: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Sondershausen.....	220
Tabelle 267: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Sondershausen.....	220
Tabelle 268: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Sondershausen	221

Tabelle 269: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Sondershausen	221
Tabelle 270: Entwicklung der Leerstandssituation in Sondershausen.....	222
Tabelle 271: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Sondershausen	222
Tabelle 272: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Sonneberg	223
Tabelle 273: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Sonneberg	223
Tabelle 274: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Sonneberg	224
Tabelle 275: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Sonneberg	224
Tabelle 276: Entwicklung der Leerstandssituation in Sonneberg	225
Tabelle 277: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Sonneberg	225
Tabelle 278: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Stadtroda.....	226
Tabelle 279: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Stadtroda	226
Tabelle 280: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Stadtroda.....	227
Tabelle 281: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Stadtroda	227
Tabelle 282: Entwicklung der Leerstandssituation in Stadtroda.....	228
Tabelle 283: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Stadtroda	228
Tabelle 284: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Zeulenroda-Triebes	229
Tabelle 285: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Zeulenroda-Triebes	229
Tabelle 286: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Zeulenroda-Triebes	230
Tabelle 287: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Zeulenroda-Triebes.....	230
Tabelle 288: Entwicklung der Leerstandssituation in Zeulenroda-Triebes	231
Tabelle 289: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Zeulenroda-Triebes	231
Tabelle 290: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	232
Tabelle 291: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	232
Tabelle 292: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	233
Tabelle 293: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	233
Tabelle 294: Entwicklung der Leerstandssituation in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	234

Tabelle 295: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz	234
Tabelle 296: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Neuhaus am Rennweg/Lauscha.....	235
Tabelle 297: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Neuhaus am Rennweg/Lauscha.....	235
Tabelle 298: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Neuhaus am Rennweg/Lauscha.....	236
Tabelle 299: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Neuhaus am Rennweg/Lauscha.....	236
Tabelle 300: Entwicklung der Leerstandssituation in Neuhaus am Rennweg/Lauscha.....	237
Tabelle 301: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Neuhaus am Rennweg/Lauscha.....	237
Tabelle 302: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Schmölln/Gößnitz.....	238
Tabelle 303: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Schmölln/Gößnitz	238
Tabelle 304: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Schmölln/Gößnitz	239
Tabelle 305: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Schmölln/Gößnitz	239
Tabelle 306: Entwicklung der Leerstandssituation in Schmölln/Gößnitz	240
Tabelle 307: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Schmölln/Gößnitz.....	240
Tabelle 308: Anzahl der Betriebe in den Grundzentren im zeitlichen Vergleich	243
Tabelle 309: Verkaufsflächenbestände in den Grundzentren im zeitlichen Vergleich.....	244
Tabelle 310: Anzahl der Betriebe in den Nicht-zentralen Orten im zeitlichen Vergleich.....	246
Tabelle 311: Verkaufsflächenbestand in den Nicht-zentralen Orten im zeitlichen Vergleich.....	246

1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Der stationäre Einzelhandel befindet sich inmitten eines tiefgreifenden Strukturwandels. Durch die dynamische Entwicklung des Online-Handels gerät vor allem der stationäre Nonfood-Einzelhandel immer stärker unter Druck. Verschärft wurde die Entwicklung nicht zuletzt durch die COVID-19-Pandemie und deren Folgewirkungen, die als Wachstumstreiber des Online-Handels einzuordnen sind und zu erheblichen und zeitlich stark komprimierten strukturellen Umwälzungen geführt haben. Temporär angeordnete Geschäftsschließungen, Hygienevorgaben und Abstandsregeln sowie eine generelle Kaufzurückhaltung infolge unsicherer Arbeitsplatz- und Einkommensperspektiven haben vor allem den Nonfood-Einzelhandel in den Innenstädten stark belastet. Gerade in den Klein- und Mittelstädten droht dies in Verbindung mit der geringen Kaufkraft und den längeren Versorgungswegen zu einer Abwärtsspirale zu führen, an deren Ende eine Verödung der Innenstädte und eine nur noch schwer aufrecht zu erhaltende verbrauchernahe Versorgung stehen könnten. Aktuell erholen sich die Passantenfrequenzen in den Innenstädten zwar, das Vor-COVID-19-Pandemie-Niveau wird aber noch nicht überall wieder erreicht.

Die Thüringer Landesregierung versucht daher auf verschiedenen Ebenen gegenzusteuern – sei es durch raumordnerische Vorgaben zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, durch das Aktionsbündnis „Innenstädte mit Zukunft“ oder durch das Förderprogramm 24-Stunden-Dorfläden. Hierfür ist allerdings eine genaue Kenntnis der Einzelhandelsausstattung und Standortlagen des Einzelhandels sowie der Leerstandssituation vonnöten, weshalb 2017/18 erstmals flächendeckend alle Einzelhandels- und Leerstandsflächen in Thüringen erfasst worden sind.

Vor dem Hintergrund der Umwälzungen infolge der COVID-19-Pandemie sollte die Einzelhandelserfassung nunmehr aktualisiert werden, um bereits eingetretene Veränderungen in der Thüringer Einzelhandelslandschaft frühzeitig erkennen zu können und einen aktuellen Überblick über die Einzelhandelsausstattung im Land zu bekommen.

1.2 Untersuchungsdesign

Die Untersuchung gliederte sich in zwei Bausteine, die im Folgenden hinsichtlich der methodischen Herangehensweise beschrieben werden sollen:

Baustein 1: Einzelhandelserfassung

Der erste Untersuchungsbaustein beinhaltete die **flächendeckende, aktualisierende Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe**¹ in sämtlichen Kommunen (inkl. aller Ortsteile) Thüringens. Neben den aktiv betriebenen Einzelhandelsflächen wurden auch sämtliche Leerstandsflächen erfasst, die ehemals durch Einzelhandelsnutzungen belegt waren oder potenziell für eine Einzelhandelsnutzung infrage kommen.

Grundlage waren die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Datensätze (ca. 19.000 Datensätze) der Erhebungen aus 2017/2018, die es entsprechend um Flächenzu- und -abgänge sowie um Veränderungen (z.B. Erweiterung der Verkaufsfläche) zu aktualisieren galt.

Dr. Lademann & Partner haben die Bestandserhebungen mittels physischer Begehungen sämtlicher Ladenlokale durchgeführt.² D.h. es wurden nicht nur die Großflächen, sondern alle Flächen (auch Kleinflächen) begangen. Dafür kam eine eigens für Dr. Lademann & Partner programmierte Erhebungs-App für Smartphones zum Einsatz, in die sämtliche im Rahmen der Vor-Ort-Erhebung erfassten Daten direkt vor Ort eingegeben wurden. Um Datenverluste zu vermeiden, wurden die eingegebenen Datensätze in Echtzeit in eine Datenbank übertragen. Die gesammelten Datensätze wurden abschließend auf Plausibilität geprüft. Dies erfolgte vor allem anhand von Sekundärdaten aus anderen Quellen (z.B. Einzelhandelskonzepte). Zudem wurden sämtliche Datensätze georeferenziert.

Um Veränderungen zur Erhebung in 2017/18 darstellen zu können, war dieselbe Erfassungsmethodik zu verwenden. Dies beinhaltete die Verkaufsflächendefinition (Was ist Verkaufsfläche und was nicht?), die Branchensystematik (Nach welchem Branchenschlüssel werden die Sortimente erhoben?) und den Genauigkeitsgrad der Erhebung (Sind die Erhebungen sortimentsspezifisch durchzuführen?).

¹ Erfasst wird der Einzelhandel „im engeren Sinne“. Dieser umfasst den Absatz von Waren an Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Medikamenten. Ladenhandwerk, Tankstellenshops und Kioske werden berücksichtigt. Der Großhandel war explizit nicht Bestandteil der Einzelhandelserfassung. Der ambulante Handel (z.B. Marktstände) war ebenfalls nicht Bestandteil der Erfassungen.

² Neben dem Abschreiten der Ladenlokale kann auch das Zählen von standardisierten Deckenplatten zur Erfassung der Verkaufsfläche zum Einsatz kommen. Erfahrungsgemäß sind aber bei weitem nicht alle Ladenlokale mit standardisierten Deckenplatten ausgestattet, sodass diese Methode nur sporadisch unterstützend eingesetzt wurde.

Noch genauere Verkaufsflächenangaben lassen sich mittels Laser-Messgeräten erzielen. Für eine flächendeckende Erhebung des hier ausgeschriebenen Umfangs war diese Methode jedoch nicht geeignet, da sie sehr zeitaufwändig ist und von den Einzelhändlern auch nicht immer akzeptiert wird. So muss i.d.R. zunächst der Geschäftsinhaber oder Filialleiter um Erlaubnis gefragt werden, ob die Ladenfläche mit einem Lasermesser erfasst werden darf. Erfahrungsgemäß steht dieser aber nicht immer direkt zur Verfügung und häufig wird der Vermessung mit Lasermessgerät auch nicht zugestimmt, aus Angst, dass dies die Kunden beeinträchtigen könnte.

Die erhobenen Daten wurden in einer Datenbank zusammengeführt und beinhalten folgende Erhebungsinformationen:

- Name des Betriebs
- Adresse des Betriebs (Straßenname, Hausnummer, PLZ, Ort)
- Lage- bzw. Standortkategorie (aus den jeweiligen Einzelhandelskonzepten entnommen und falls nicht vorhanden selbst abgegrenzt)
 - Hauptzentrum/Innenstadt (Zentraler Versorgungsbereich -> Innenstadt/Ortskern)
 - Nebenzentrum (Untergeordneter Zentraler Versorgungsbereich -> z.B. Nahversorgungszentrum, Stadtteilzentrum, Ortsteilzentrum)
 - Integrierte Agglomeration (kein Zentraler Versorgungsbereich -> Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte in integrierter Lage (wohngietsnah))
 - Periphere Agglomeration (kein Zentraler Versorgungsbereich -> Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte in peripherer Lage (autoorientiert))
 - Streulage (kein Zentraler Versorgungsbereich -> solitär gelegene Einzelhandelsstandorte)
- Betriebstyp
- Verkaufsfläche
- Branche/Hauptsortiment
- Neben-/Randsortimente (bei Betrieben ab 800 qm Verkaufsfläche)
- Merkmale der Einzelhandelsbetriebe (ab 800 qm Verkaufsfläche)
 - Frequenz (Einschätzung der Parkplatzbelegung bzw. Fußgängerfrequenz in innerstädtischen Bereichen; Einschätzung vor dem Hintergrund der jeweiligen Branche des Betriebs)
 - Zustand (Eindruck der Immobilie, Einschätzung Gesamtzustand)
 - Betreiber (Qualitätssegment; Einschätzung vor dem Hintergrund der jeweiligen Branche; hochwertiger Anbieter oder „Billigladen“)
 - Leistungsfähigkeit (Einschätzung der Leistungsfähigkeit des Betreibers im Vergleich zu branchengleichen Anbietern)

Die Kleinflächen unter 800 qm Verkaufsfläche wurden nach dem sogenannten „Schwerpunktprinzip“ erhoben. D.h. die Verkaufsfläche wurde vollständig dem Hauptsortiment zugeschlagen. Betriebe über 800 qm Verkaufsfläche wurden hingegen sortimentsspezifisch nach dem sogenannten „Angebotsprinzip“ erhoben. D.h. wenn in einem Geschäft Waren mehrerer Branchen angeboten werden (wie z.B. von einem Warenhaus), wurde nicht die gesamte Verkaufsfläche der Hauptbranche

zugeschlüsselt, sondern es wurden alle angebotenen Sortimente sortimentspezifisch erfasst.³

Dr. Lademann & Partner orientierten sich zur Bestimmung der Verkaufsflächengrößen an der **Verkaufsflächendefinition** gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24.11.2005 (4 C 10.04). Neben den durch die Kunden zu betretenden reinen Verkaufsflächen zählen danach auch folgende Bereiche zur Verkaufsfläche:⁴

- Fisch-, Käse-, Bäckertheken (einsehbare Thekenbereiche) inklusive des Bereichs hinter den Theken, der vom Kunden nicht betreten werden darf,
- Kassenzonen inklusive der Vorkassenzonen, der Bereich zum Einpacken der Ware und zum Entsorgen des Verpackungsmaterials,
- Treppen/Rolltreppen, Fahrstuhl innerhalb der Läden,
- Beratungsstände innerhalb der Läden (dem Verkauf dienende Flächen),
- TV-Studio, HiFi-Studio (dem Verkauf dienende Flächen),
- Schaufenster,
- Umkleidebereiche (für Kunden),
- Podeste (zum Auslegen der Waren), Standflächen für Einrichtungsgegenstände,
- Kinderecken,
- Bewegungsflächen und Gänge innerhalb der Läden (keine Mallbereiche),
- Eingangsbereiche, Windfang,
- Außenverkaufsflächen (sofern nicht nur temporär)⁵,
- Einkaufswagenabstellbereiche innerhalb des Gebäudes, Pfandräume,
- Drive-In-Zonen in Baumärkten.

Nicht einzubeziehen waren dagegen Flächen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen, Sozialräume etc.

Die Erfassung der potenziellen Verkaufsfläche für die leerstehenden Ladenlokale konnte aufgrund der häufig nur eingeschränkten Einsehbarkeit und der Nicht-Zugänglichkeit der Flächen nur grob erfolgen.

³ Abweichend davon wurden im Lebensmitteleinzelhandel alle Betriebe bis 2.700 qm vollständig auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel verbucht (sowohl was die Daten aus 2017/18 als auch was die aktuellen Daten anbelangt), um Vergleiche zu den alten Bestandsdaten herstellen zu können.

⁴ Bei sich daraus ergebenden Abweichungen zur Erfassungsmethodik aus 2017/18 wurden diese mit dem Auftraggeber diskutiert und es wurde ggf. auf die bekannte Methodik aus der Erfassung 2017/18 abgestellt.

⁵ Außenverkaufsflächen und Kalthallen (z.B. bei Baumärkten) wurden als Verkaufsfläche erfasst. Im Datensatz wurde dies allerdings gesondert vermerkt.

Die einzelnen Betriebe wurden dabei nach folgender **Betriebstypendefinition** erfasst:

BL	Blumenladen
DC	Lebensmitteldiscounter
FG	Fachgeschäft < 800 qm VKF
FGAPO	Apotheke
FGDRO	Drogeriefachgeschäft
FGPFM	Parfümerie
FGSAW	Sanitätshaus
FM	Fachmarkt > 800 qm Verkaufsfläche
FMDRO	Drogeriefachmarkt
FMKÜ	Küchenfachmarkt
GM	Getränkemarkt
HB	Bäcker/Konditoren
HF	Fleischerei
KH	Kaufhaus
KI	Kiosk
LG	Lebensmittelgeschäft < 400 qm VKF
LS	Leerstand
RF	Reformhaus
SBW	SB-Warenhaus > 5.000 qm VKF
SM	Supermarkt 400-799 qm VKF
SO	Sonstige Betriebsform
TKS	Tankstellenshop
VG	Verbrauchermarkt, groß > 1.500 qm VKF
VK	Verbrauchermarkt, klein 800-1.499 qm VKF
WH	Warenhaus

Die Bestandserfassungen erfolgten nach folgendem **Branchenschlüssel**:

NUG	Nahrungs- und Genussmittel
DRO	Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel
PMB	pharmazeutischer und medizinischer Bedarf
TNA	Tiernahrung und Schnittblumen
BEK	Bekleidung/Wäsche
SCL	Schuhe, Lederwaren
SCB	Sportartikel (inkl. Fahrräder)
BZS	Bücher/Zeitungen, Schreibwaren
SPW	Spielwaren und Hobbybedarf
HSR	Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik
OPT/USM	Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck
EMC	Elektrobedarf
HHT	Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör
WMA	Möbel
BUG	Bau-, Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör
SO	Sonstiges (z.B. Musikalien)

Um eine Vergleichbarkeit mit den Daten aus der 2017/18er-Erhebung herstellen zu können, wurden die Altdaten auf den aktuell verwendeten Branchenschlüssel nach folgendem Muster umkodiert:

Übertragung des GMA-Branchenschlüssels auf den DLP-Branchenschlüssel		
Branchen-nummer GMA	Branche/Warengruppe GMA	Branche/Warengruppe DLP
10	Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
11	Lebensmittel, Reformwaren	Nahrungs- und Genussmittel
12	Getränke, Spirituosen, Tabak	
13	Back- und Konditoreiwaren (z. B. Bäckerei)	
14	Fleisch- und Wurstwaren (z. B. Metzgerei)	
20	Gesundheit, Körperpflege	Gesundheit, Körperpflege
21	Drogeriewaren, Kosmetik, Parfümerie	Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel
23	pharmazeutische Artikel (z. B. Apotheken)	pharmazeutischer und medizinischer Bedarf
24	Sanitätswaren (med., orthop.)	
30	Blumen, zoolog. Bedarf	Blumen, zoolog. Bedarf
31	Schnittblumen, Sträuße	Blumen
32	Zoologischer Bedarf	Zoo-/Tierbedarf
40	Bücher, Schreib-, Spielwaren	Bücher, Schreib-, Spielwaren
41	Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren
42	Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Künstler- und Bastelbedarf	
44	Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau	Spielwaren, Hobbybedarf
50	Bekleidung, Schuhe, Sport	Bekleidung, Schuhe, Sport
51	Oberbekleidung, gem. Sortiment	Bekleidung/Wäsche
52	Damenbekleidung	
53	Herrenbekleidung	
54	Kinderbekleidung	
57	Schuhe	Schuhe, Lederwaren
58	Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Hüte	
59	Sport (Bekleidung, Schuhe)	Sportbekleidung/Sportschuhe
60	Elektrowaren	Elektrowaren
611	Elektrohaushaltsgeräte (kleinteilig)	Elektrobedarf
612	Elektrohaushaltsgeräte (großteilig)	
62	Telekommunikation für Privatkunden (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones)	
63	Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto, Ton- und Bildträger)	
65	Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)	Hausrat, Einrichtung, Möbel
70	Hausrat, Einrichtung, Möbel	
71	Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	
72	Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Garten-, Bad-, Büromöbel, Spiegel inkl. Einrichtung	
73	Küchenmöbel / -einrichtung (inkl. Einbaugeräte)	Möbel
74	Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder (inkl. Briefmarken, Münzen, Stempel)	
76	Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Gardinen, Wolle, Stoffe)	Haus- und Heimtextilien, Einrichtungszubehör
77	Leuchten, Lampen und Zubehör	
80	Sonstiger Einzelhandel	Sonstiger Einzelhandel
81	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke, Markisen, Beschläge, Baustoffe, Fliesen, Bauelemente)	Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör
82	Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)	
83	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen)	Optik
84	Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
85	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung	Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör
86	Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.) und Zubehör	Fahrräder, Camping, Sportgroßgeräte
87	Sonstiges (z. B. Musikalien, Waffen)	vollständig den anderen Sortimenten zugeschlüsselt
99	Leerstand	Leerstand

Tabelle 1: Branchengruppen

Baustein 2: Analyse der Veränderungen

Der zweite Untersuchungsbaustein beinhaltete die Datenanalyse und diente vor allem dazu, die aktuelle Versorgungssituation und die Veränderungen gegenüber 2017/18 herauszuarbeiten und entsprechend darzustellen.

Vorangestellt wurde dabei zunächst eine Darstellung über die **Auswirkungen und Herausforderungen der COVID-19-Pandemie für den Einzelhandel** im Generellen sowie für den stationären Einzelhandel im Speziellen. Im Einzelnen widmete sich Dr. Lademann und Partner dabei folgenden Fragestellungen:

- 1) Wie haben sich die Einzelhandelsumsätze in den letzten zehn Jahren (also vor der COVID-19-Pandemie und während der COVID-19-Pandemie), differenziert nach stationär und online, entwickelt? Welche Rolle spielte die COVID-19-Pandemie für die Dynamik im Online-Handel?
- 2) Welche branchenspezifischen Auffälligkeiten sind bei der Umsatzentwicklung zu erkennen? Welche Branchen zählen zu den „Gewinnern“ und welche zu den „Verlierern“?
- 3) Mit welchen mittel- bis langfristigen Verschiebungen vom stationären Einzelhandel in den Online-Handel ist zu rechnen und welche Konsequenzen hat dies für die Zukunftsfähigkeit der unterschiedlichen Einzelhandelslagen?
- 4) Welche Funktionen neben dem Einzelhandel werden künftig eine noch größere Rolle für die Attraktivitätssicherung der Innenstädte spielen?

Zur Aufbereitung der Zahlen wurden aktuelle Publikationen wie z.B. der HDE-Zahlen-spiegel⁶ und der HDE Online-Monitor⁷ herangezogen. Für Aussagen zu den Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels im Lichte der COVID-19-Pandemie wurde sich insbesondere auf den Branchenreport Onlinehandel und die Studie Handelsszenario 2030 des renommierten Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln (IFH) bezogen.

Daran anknüpfend wurde analysiert, **wie sich die aktuelle Situation für den stationären Einzelhandel in Thüringen darstellt und welche Veränderungen sich sowohl auf Branchenebene als auch auf räumlicher Ebene gegenüber dem letzten Erfassungszeitpunkt 2017/18 (vor der COVID-19-Pandemie) ergeben haben**. Dabei wurden unterschiedliche räumliche Einheiten betrachtet (Thüringen, Landkreise, kreisfreie Städte, Oberzentren, Mittelzentren, Grundzentren, Nicht-zentrale Orte). Für diese räumlichen Ebenen wurden Daten zur **Anzahl der Betriebe und zu den Verkaufsflächen** – jeweils differenziert nach Branchen/Sortimenten und nach Lagen/Standortkategorien – aufbereitet. Dabei wurden die verschiedenen Lagen/Standortkategorien bei den Oberzentren in Hauptzentrum, Nebenzentrum,

⁶ Zahlenspiegel 2022. Handelsverband Deutschland e. V. (HDE).

⁷ Online Monitor 2023. Handelsverband Deutschland e.V. (HDE).

Agglomeration (peripher und integriert) und Streulagen aufgegliedert und alle zu den jeweiligen Lagen zugehörigen Betriebe darunter zusammengefasst. Da bei einer Vielzahl an Mittelzentren, aufgrund der geringen Größe der Städte, nur die Innenstädte als Lagekategorie ausgewiesen sind, wurden hier zur Vereinheitlichung nur diese dargestellt und alle anderen Standorte unter sonstige Lagen zusammengefasst.

Zudem wurde analysiert, wie sich die Leerstandssituation jeweils darstellt.

Ausgehend von dieser Datenbasis wurden die Ausstattungskennziffern (Verkaufsfläche/Einwohner) ermittelt und den Vergleichswerten gegenübergestellt, um die Versorgungslage (quantitativ) in den einzelnen Landkreisen/kreisfreien Städten und Zentralen Orten bestimmen zu können.

Basierend auf den Analyseergebnissen wurden abschließend die Problemlagen und Herausforderungen für den stationären Einzelhandel und die Zentralen Orte in Thüringen skizziert und es wurde herausgearbeitet, wo der größte raumordnerische Handlungsbedarf vor dem Hintergrund der Ziele des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 besteht. Besonders im Fokus stand dabei die Frage, ob sich die Versorgungsfunktion in den Zentralen Orten insgesamt oder bezogen auf einzelne Orte verschlechtert hat und die Leerstände zugenommen haben.

2 Übergeordnete Entwicklungstrends im Einzelhandel

Im Folgenden werden die wesentlichen Trends der Einzelhandelsentwicklung als grundlegende Rahmenbedingungen erörtert. Die COVID-19-Pandemie muss als eine deutliche Zäsur in der Entwicklung des Einzelhandels eingeordnet werden. Daher werden nicht nur die allgemeinen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel dargestellt, sondern es wird im Speziellen auch darauf eingegangen, welchen Einfluss die COVID-19-Pandemie vor allem im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Online-Handels und den stationären Einzelhandel hatte und welchen Herausforderungen der Einzelhandel in der Post-COVID-19-Pandemie-Zeit ausgesetzt ist.

2.1 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen **Präferenzverschiebungen** einher. U.a. sind im Bereich des Food- und Nearfood-Segments (Sortiment von Artikeln für den Haushalt und persönlichen Bedarf, die keine Lebensmittel sind, aber alltägliche Gebrauchsgüter darstellen) in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein und Nachfrage nach mehr „Convenience“, der Wunsch nach Fair Trade/Bio, Regionalität und „Handwerk“ gestiegen. Veränderte Haushaltsgrößen („Singlesierung“) fragen andere Produktgrößen nach. Im Bereich Nonfood spielt u.a. der Trend zur Individualisierung – jedoch bei Produkten ohne Mehrwert nach wie vor auch der Preis – eine Rolle. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, **neue Konzepte** zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung 1). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten, was sich anhand der Insolvenz des KarstadtKaufhof-Konzerns aktuell gut ablesen lässt. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen, das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den weiteren Abschwung zu verhindern.

Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich in den letzten Jahren für den Betriebstyp des SB-Warenhauses und damit für ein Großflächenformat mit Kernkompetenz im Food-Segment. Die Veräußerung von Real war Anfang 2020 gleichbedeutend mit dem weitgehenden Marktaustritt der bis dahin bereits „kränkelnden“ Vertriebslinie. Eine Vielzahl

der Standorte ging an den Wettbewerb über und wurde redimensioniert (Verkleinerung der Verkaufsfläche).

Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der **B2C E-Commerce**⁸ sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

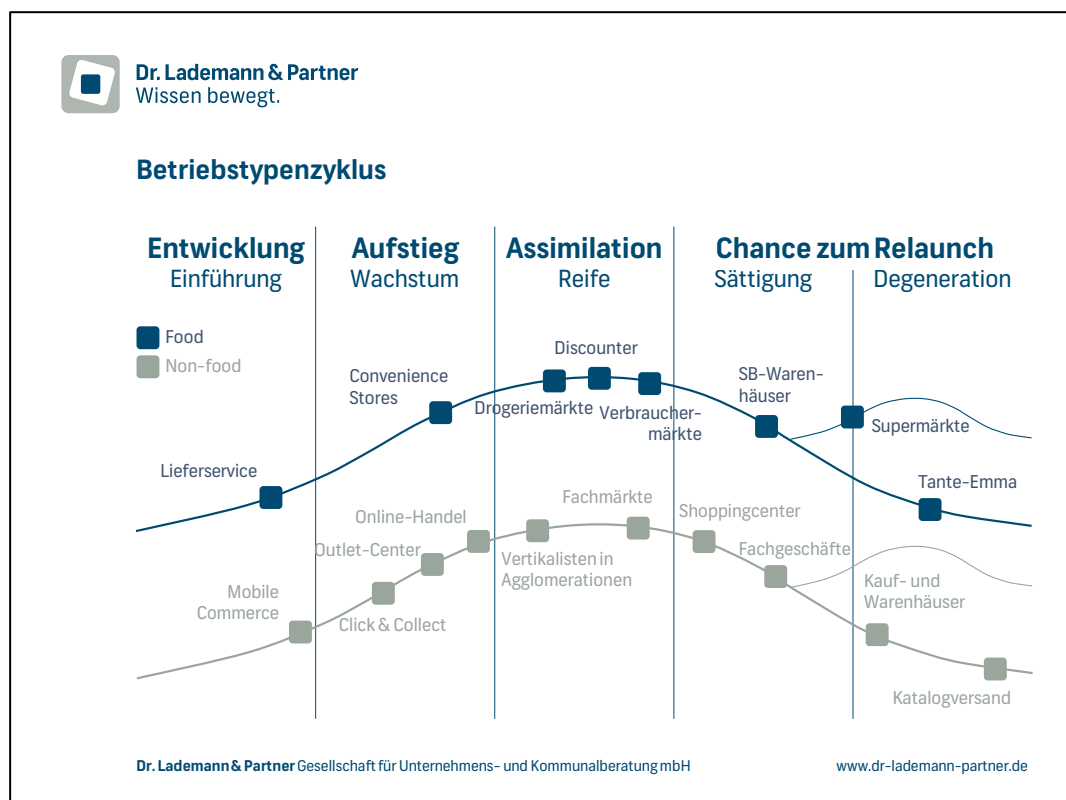


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das **Gewicht hin zu discount- und fachmarktorientierten Konzepten**. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen, wenngleich sich der Trend nicht gleichermaßen fortgesetzt hat und zuletzt gerade im Lebensmittelsegment auch wieder hochwertigere Angebotsformate (Super- und Verbrauchermärkte) eine positive Entwicklung verzeichnen.

Zu den Gewinnern zählen jüngere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzzrückgang,

⁸ B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den Online-Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.

welchem u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von handelsergänzenden und digitalen Angeboten mit dem Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place“). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte. Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere Betriebstypen darstellt.

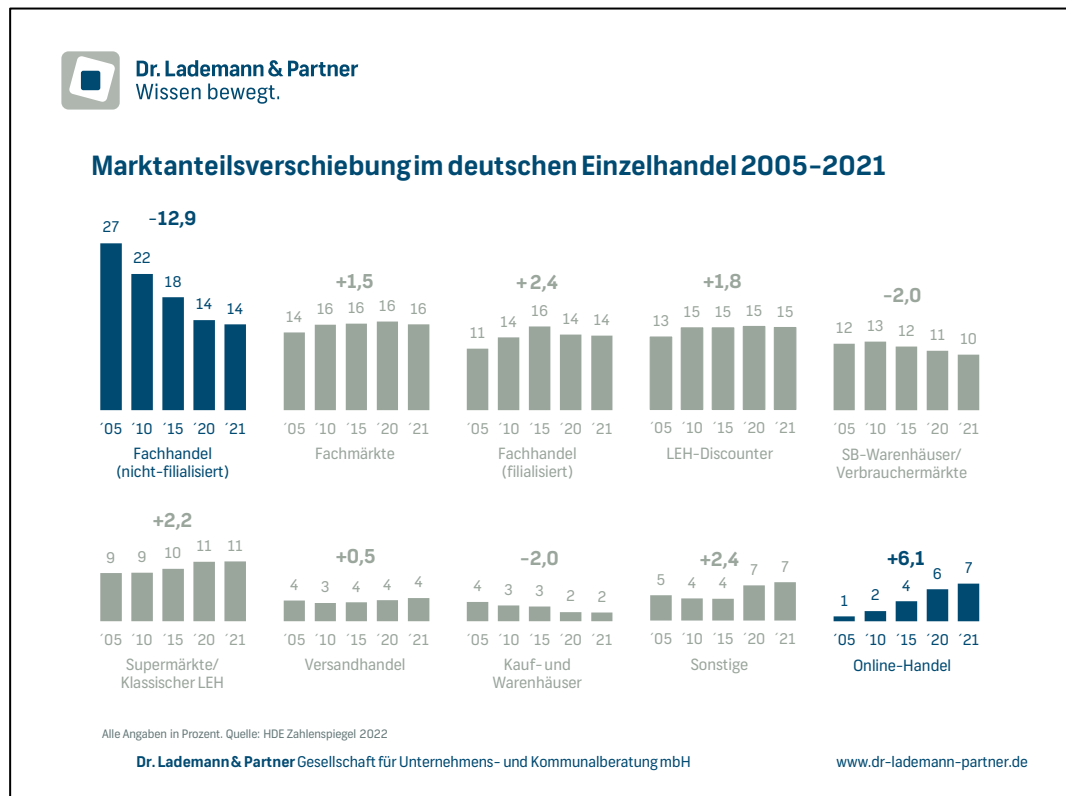


Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

2.2 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung

Die **Verkaufsflächenentwicklung** in Deutschland stagniert seit 2010 bei etwa 122 bis 125 Mio. qm VKF weitgehend. Sind bis 2010 noch erhebliche Wachstumssprünge zu erkennen, so ist die Verkaufsfläche in Deutschland in den letzten zehn Jahren nur noch geringfügig angestiegen. Wachstumsfaktoren in den letzten Jahren waren vor allem die Expansionsbestrebungen im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriemarktsegment sowie die Tendenzen zur Verkaufsflächenerweiterung dieser Läden. Im Gegensatz dazu wirkten sich Warenhausschließungen, die Redimensionierung bei Elektrofachmärkten und großen SB-Warenhäusern sowie der voranschreitende Verkaufsflächenschwund von kleinen Ladengeschäften vor allem in Kleinstädten, die absatzwirtschaftlich über ein zu geringes Bevölkerungspotenzial verfügen oder dem

anhaltenden Konkurrenzdruck durch größere Handelsstandorte sowie dem Online-Handel nicht mehr gewachsen sind, negativ auf das Flächenwachstum aus. Hinzu kommen Firmeninsolvenzen, die schlagartig zu umfangreichen Flächenaufgaben führten.

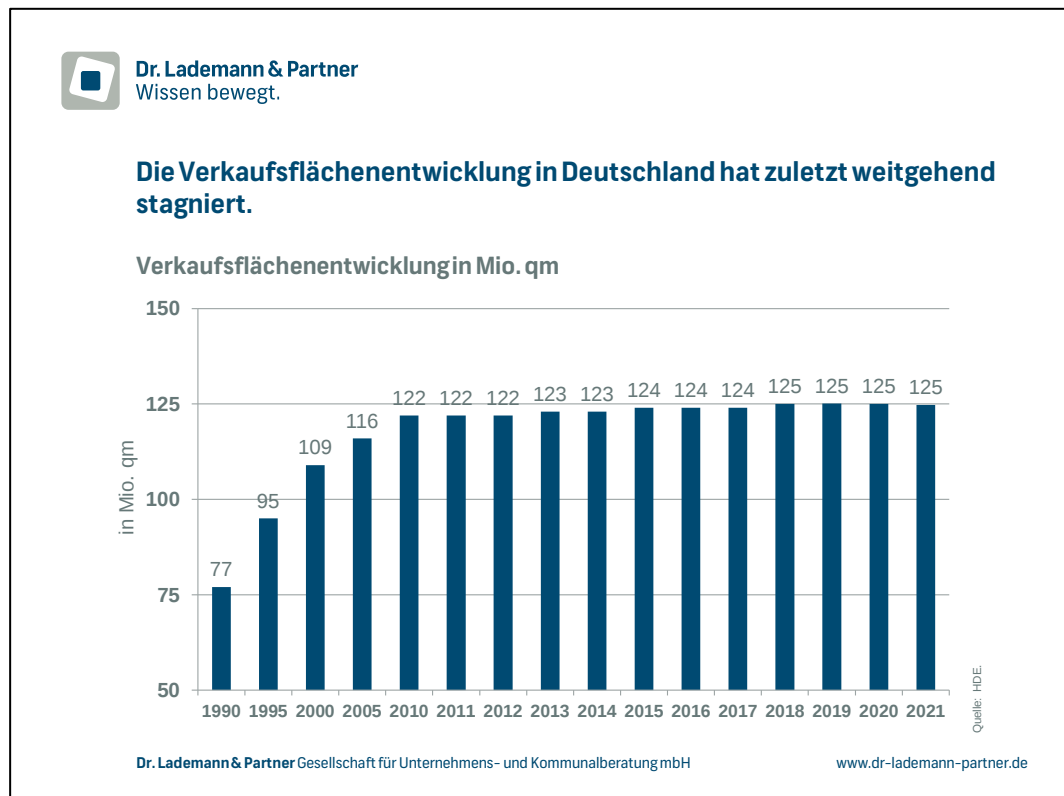


Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland

Auch die **Entwicklung der Shoppingcenter-Fläche** in Deutschland ist weitgehend zum Erliegen gekommen. Wuchs die Centerfläche zwischen 2000 und 2015 noch um rd. 5,6 Mio. qm Verkaufsfläche, betrug der Anstieg zwischen 2015 und 2021 lediglich noch rd. 1,1 Mio. qm. Von 2020 auf 2021 kamen nur noch rd. 120.000 qm Fläche neu hinzu.⁹

Stark rückläufig ist die **Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel**, die innerhalb der letzten zehn Jahre von rd. 375.000 auf rd. 320.000 zurückgegangen ist, was einem Rückgang von etwa 15 % bzw. über 55.000 Unternehmen entspricht. Einen besonders starken Rückgang hat es dabei im Jahr 2020 der COVID-19-Pandemie gegeben. Da im selben Zeitraum die Verkaufsfläche weitgehend stabil geblieben ist, deutet dies auf eine **Substitution von kleinen Händlern durch mittlere und größere Filialisten und Fachmärkte hin**. Während die Zahl der kleinen, inhabergeführten Fachgeschäfte (v.a. auch aufgrund der Nachfolgeproblematik) stetig abnimmt, steigt die Zahl großer Fachhandelsunternehmen leicht an, kann den Rückgang der kleinen Unternehmen aber nicht kompensieren. Ein Abbau an Unternehmen hat vor allem im Fashion-Handel

⁹ EHI Shoppingcenter Report 2021.

sowie im Segment Glas/Porzellan/Keramik stattgefunden. Erhöht hat sich die Zahl der Unternehmen nur in wenigen Branchen, wie z.B. im Fahrrad- und Sportfachhandel oder bei Haus- und Heimtextilien.

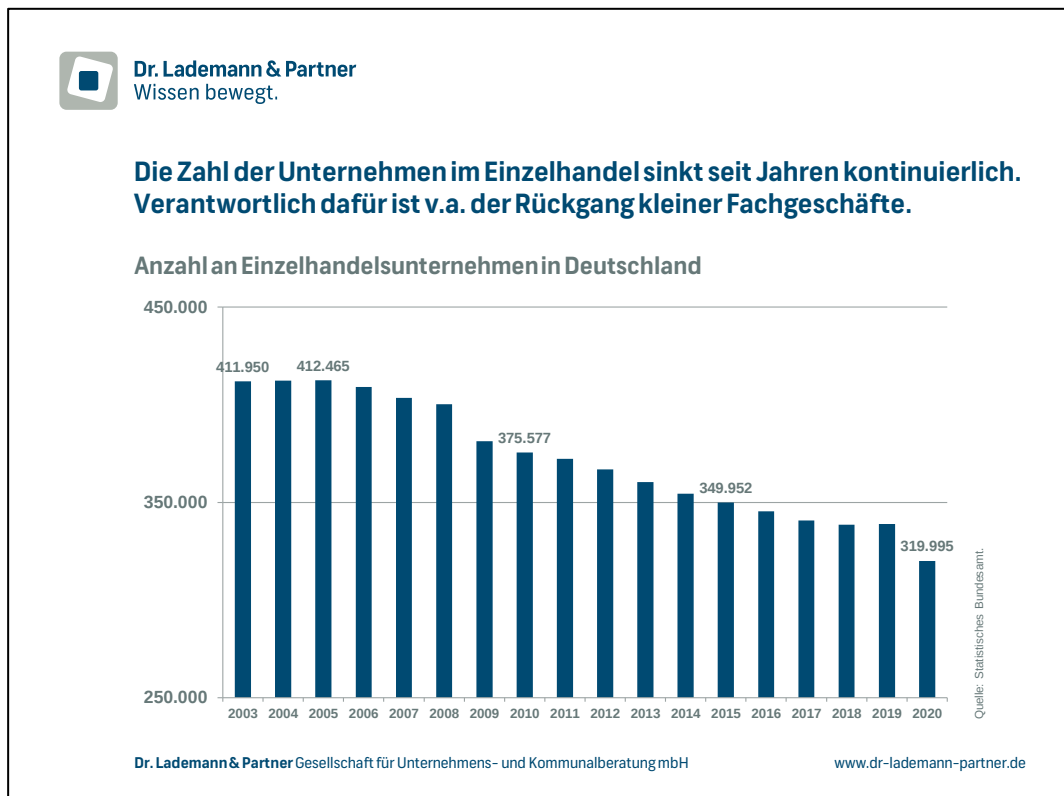


Abbildung 4: Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel

Anders verhält es sich jedoch hinsichtlich der **Umsätze im Einzelhandel**, welche (z.T. auch inflationsbedingt) in den vergangenen Jahren nahezu kontinuierlich angestiegen sind. Nach Angaben des HDE (Handelsverband Deutschland) erwirtschaftete der gesamte Einzelhandel in Deutschland (inklusive Online-Handel) im Jahr 2022 einen Netto-Umsatz von rd. 632 Mrd. Euro. Wachstumstreiber im Einzelhandel ist zwar in erster Linie der Online-Handel, aber auch im stationären Handel sind die Umsätze kontinuierlich angestiegen. Bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung haben die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel (wenn auch nicht in allen Branchen und nicht an allen Standorten) im Schnitt leicht zugelegt.

Der nicht unerhebliche Anstieg gegenüber dem Jahr 2021 resultiert dabei vor allem aus den hohen Inflationsraten – inflationsbereinigt fällt das Umsatzwachstum deutlich geringer aus. Aktuelle Zahlen des Statistischen Bundesamts zeigen, dass der Einzelhandelsumsatz zwar nominal weiter zulegt (im 1. Quartal 2022/2023 um rd. 3,9 %), real (inflationsbereinigt) sind die Einzelhandelsumsätze jedoch um 5,4 % gesunken. Zum Vorjahresmonat hat der Einzelhandel in Deutschland im März 2022/2023 real sogar 8,6 % Umsatz verloren. Die hohe Inflation führt zu Kaufzurückhaltung und damit zu

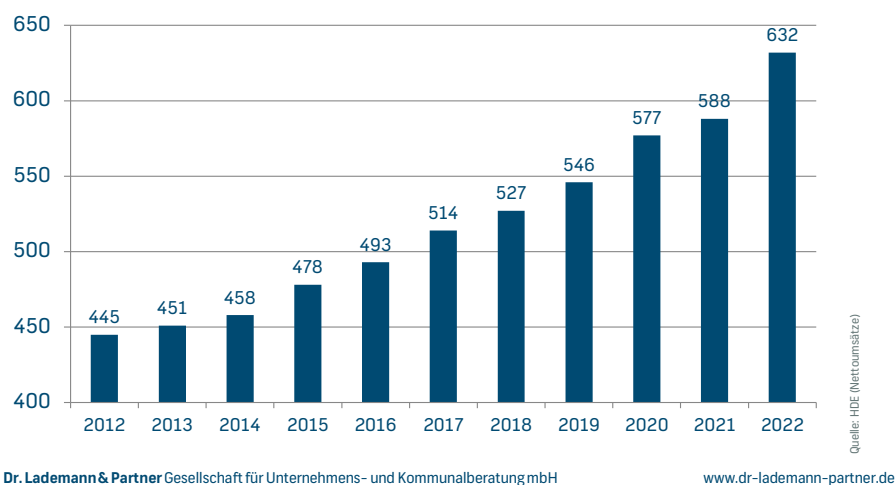
(real) sinkenden Umsätzen im Einzelhandel. Hiervon ist jedoch nicht nur der stationäre Einzelhandel, sondern der Online-Handel in gleichem Maße betroffen.



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Umsätze im Einzelhandel in Deutschland sind seit 2008 deutlich angestiegen.

Einzelhandelsumsatz in Deutschland in Mrd. €



Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

www.dr-lademann-partner.de

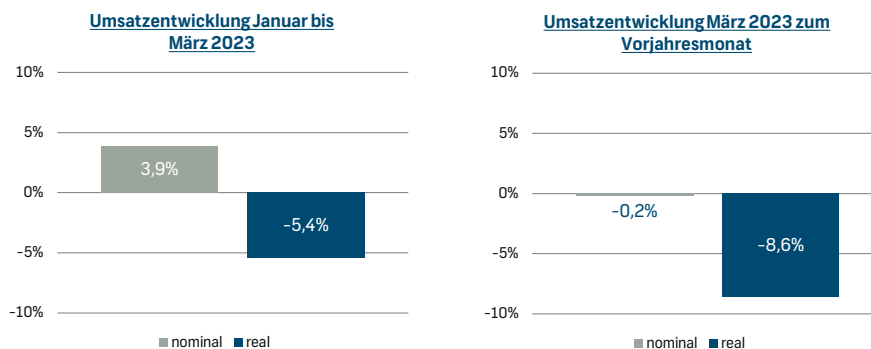
Abbildung 5: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Umsatzentwicklung nominal vs. real

Nominal legt der Einzelhandelsumsatz weiter zu – real (inflationsbereinigt) sinken die Einzelhandelsumsätze jedoch. Die hohe Inflation führt zu Kaufzurückhaltung und damit zu (real) sinkenden Umsätzen im Einzelhandel.



Quelle: Statistisches Bundesamt.

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 6: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels

Aufgrund der bereits hohen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland und dem stark wachsenden Online-Handel **befindet sich der stationäre Einzelhandel zunehmend in einer Phase der Marktsättigung und Konsolidierung.** Angesichts der Entwicklungstendenzen im Online-Handel, worauf im Folgenden auch noch einmal gesondert eingegangen wird, muss davon ausgegangen werden, **dass die Verkaufsflächenausstattung in Deutschland perspektivisch rückläufig sein wird.** Denn wenn der Anteil der in den Online-Handel abfließenden Kaufkraft stetig zunimmt, geraten die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel zunehmend unter Druck, sodass Flächenaustritte unausweichlich sind.

Gleichwohl wird sich die Verkaufsflächenentwicklung regional und sektoral sehr unterschiedlich vollziehen. Der Handel wird sich zunehmend aus der Fläche zurückziehen und stattdessen auf zentrale Standorte mit günstigen Rahmenbedingungen wie einer stabilen Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, einer verkehrsgünstigen Lage und einem weiträumigen Einzugsgebiet konzentrieren.

Starke und über Jahre etablierte Handelsstandorte wie die Top 7-Städte (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München, Köln und Stuttgart), sich dynamisch entwickelnde Großstädte (z.B. Leipzig und Dresden) sowie kaufkraftstarke Mittelstädte mit über die Stadtgrenzen hinausreichenden Einzugsgebieten und/oder erhöhter Tourismusrelevanz werden weit weniger von Flächenaustritten betroffen sein als Kleinstädte und schrumpfende Mittelstädte sowie unattraktive Nebenzentren in größeren Städten. Insbesondere in vielen Regionen der Neuen Bundesländer, aber auch in einigen strukturschwachen Gebieten der Alten Bundesländer zeigen sich stagnierende bis zum Teil deutlich rückläufige Einwohnerzahlen, die vielerorts bereits dazu geführt haben, dass sich zwischen Verkaufsflächenbestand und Umsatzpotenzial eine immer größere Diskrepanz aufgetan hat. Die Konsequenz sind sinkende Flächenproduktivitäten und Marktaustritte. **Somit wird es in Zukunft zu einer stärkeren Polarisierung der Verkaufsflächenentwicklung kommen.**

Im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ist im Gegensatz zum Nonfood-Einzelhandel eher von einem weiteren Ausbau der Verkaufsflächenausstattung auszugehen, da sich der nahversorgungsrelevante Einzelhandel gegenüber dem Online-Handel deutlich resilienter (widerstandsfähiger) zeigt.

Rückläufig haben sich bereits in den letzten Jahren die Einkaufsfrequenzen entwickelt. Sowohl die Anzahl der Shoppingtrips als auch die Anzahl der Konsumenten, die stationär einkaufen, gehen zurück, wovon insbesondere der innerstädtische Einzelhandel betroffen ist.

2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte

Wie bereits dargestellt, ist der Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den letzten Jahren stetig angestiegen. Hierzu hat auch der stationäre Einzelhandel beigetragen, der von 2010 bis 2020 um etwa 20 % bzw. rund 100 Mrd. € zugelegt hat. **Allerdings weist der Online-Handel ein deutlich stärkeres Wachstum auf – insbesondere in den Jahren 2020 und 2021 – also während der COVID-19-Pandemie.** Zwar ist der Online-Handel seit 2010 „nur“ um rd. 65 Mrd. € gewachsen, hat sich dabei aber mehr als vervierfacht und entwickelt sich somit mit einer deutlich höheren Wachstumsdynamik. Hinzu kommt, dass der stationäre Handel zuletzt fast nur noch im Food-Segment sowie in einzelnen Nonfood-Branchen (z.B. Fahrräder, Heimtierbedarf, Uhren/Schmuck) wächst, während in vielen Branchen des stationären Nonfood-Handels stagnierende oder schrumpfende Umsatzzahlen (v.a. bei Elektro/Technik, Bekleidung, Wohnaccessoires, Büchern, Spielwaren) zu erkennen sind.

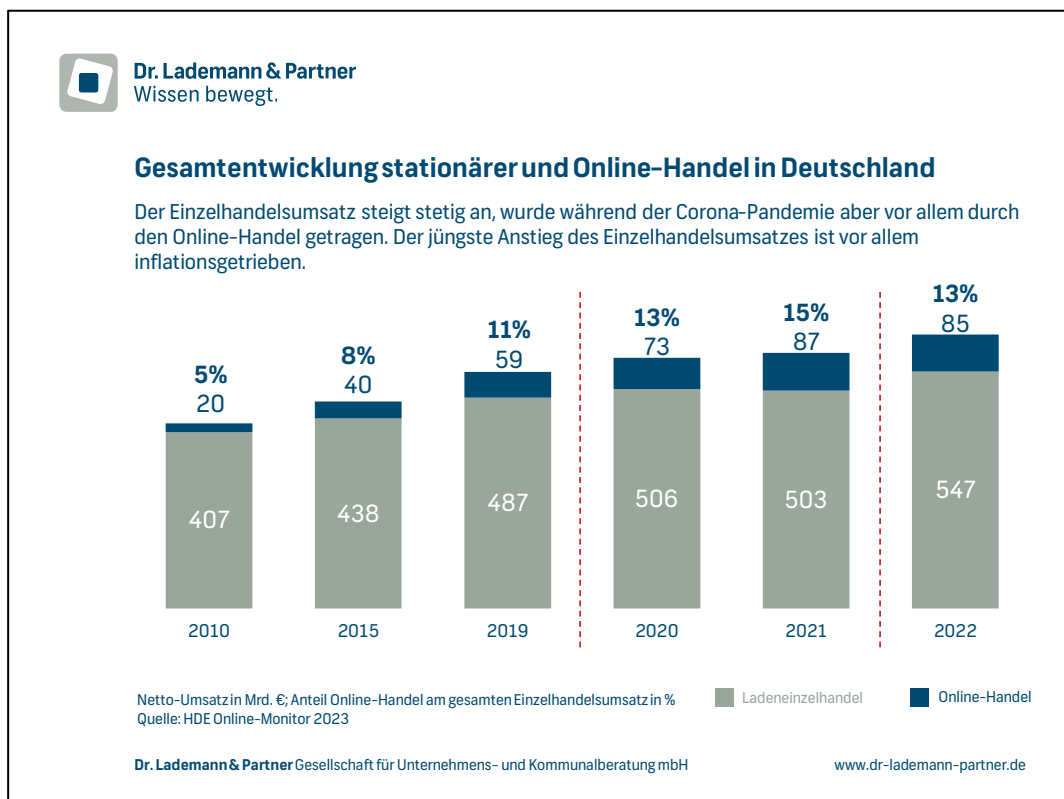


Abbildung 7: Gesamtentwicklung stationärer und Online-Umsatz

Die Ausweitung des Online-Handels führt dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung des Online-Handels am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) stetig zunimmt. Während der Online-Handel im Jahr 2010 lediglich rd. 5 % Marktanteil am gesamten Einzelhandelsumsatz verzeichnen konnte, waren es im Jahr 2021 bereits 15 % und zuletzt wieder 13 % – die hohe Wachstumsdynamik während der COVID-19-Pandemie konnte der Online-Handel nicht aufrechterhalten. In einzelnen Nonfood-Branchen (z.B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren,

Unterhaltungselektronik oder Bücher) erreicht der Online-Handel jedoch aktuell Marktanteile von zum Teil über 40 %.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Umsatzanteile (online vs. stationär) verschiedener Einzelhandelsbranchen im Jahr 2022. Die Marktanteile sind dabei gegenüber der COVID-19-Pandemie-Zeit in allen Segmenten (bis auf Lebensmittel/Drogeriewaren) wieder zurückgegangen, bewegen sich gleichwohl aber deutlich oberhalb des Vor-COVID-19-Pandemie-Niveaus.

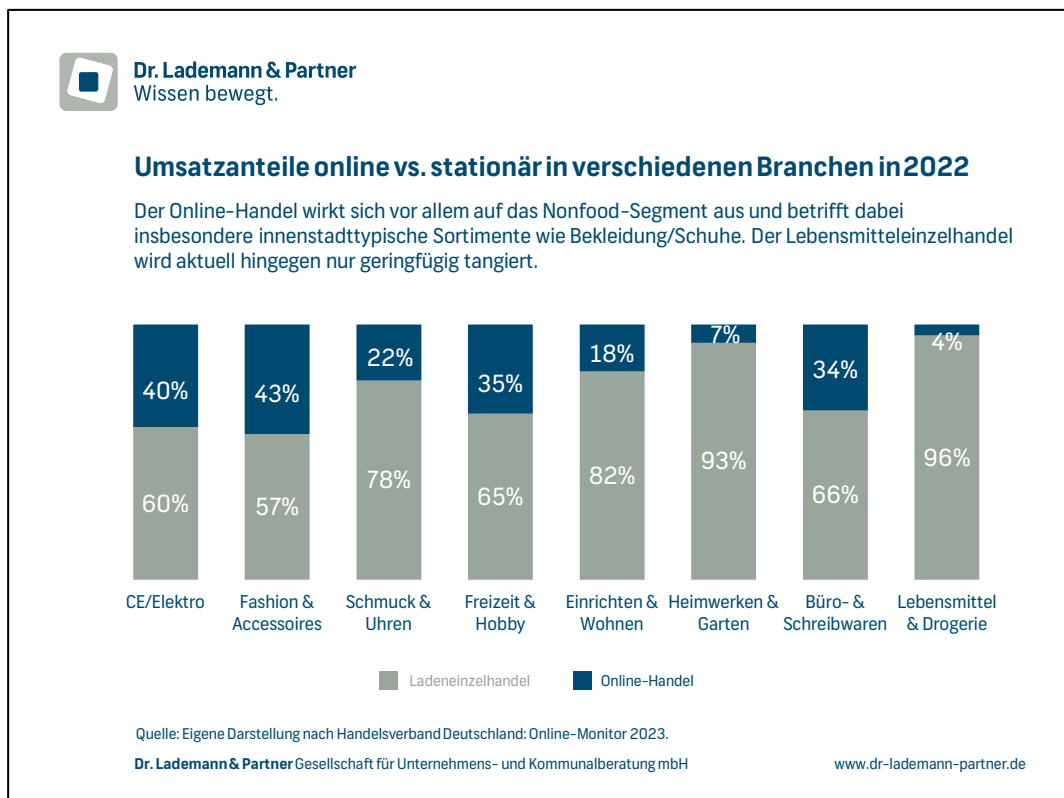


Abbildung 8: Anteile des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz

Es verwundert daher nicht, dass die Entwicklung des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen gerade zulasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat, da innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher oder Elektronik besonders stark vom Online-Handel betroffen sind. Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Handel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo sich Branchen durch Innovationen verändern (z.B. Buchhandel);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt (z.B. Elektrofachmärkte);
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- wo der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;

- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen oder faktischen Platzmangels nicht wachsen kann;
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet);
- wo es dem stationären Handel nicht gelingt, Einkaufserlebnisse für seine Kunden zu erzeugen.

Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der starken Bedeutung im Bereich der Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer“ der Entwicklung vor allem kleinere Mittelstädte sind. Umgekehrt ist für die Metropolen und Großstädte in Deutschland sowie für Mittelstädte mit beachtlichem Einzugsgebiet und Tourismusbedeutung ein weiteres Wachstum zu erwarten.

Wie bereits angedeutet, schlägt sich das Wachstum des Online-Handels branchenspezifisch in unterschiedlichem Maße nieder. Während das Nonfood-Segment besonders stark vom Online-Handel betroffen ist, werden die Umsätze im periodischen Bedarfsbereich auch weiterhin ganz überwiegend im stationären Lebensmittel- und Drogerie-einzelhandel generiert. Die Sortimente des täglichen Bedarfs werden vom Online-Handel derzeit nur geringfügig tangiert, was u.a. in der komplexen Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) begründet liegt.

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „online“ muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht mehr möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen die Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Mehr als die Hälfte aller stationären Nonfood-Käufe wird mittlerweile online vorbereitet, während die kaufvorbereitende stationäre Informationssuche beim Online-Kauf („Beratungsklaus“) immer mehr an Bedeutung verliert.

Faktisch muss auch auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit für stationäre Händler, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen. So trägt die Verknüpfung der Vertriebskanäle¹⁰ zur

¹⁰ D.h., dass bisher rein stationär aktive Einzelhändler (z.B. mit einem Laden in der Innenstadt) neue Vertriebswege erschließen und z.B. durch die Einrichtung eines eigenen Online-Shops den Online-Handel stärker in den Verkaufsprozess einbinden. Hiermit können

Stabilisierung des stationären Handels bei. **Der stationäre Handel wird also auch künftig noch eine bedeutende Rolle einnehmen.**

Insgesamt betrachtet wird der stationäre Handel durch die weiterhin starken Wachstumstendenzen des Online-Handels aber weiter unter Druck gesetzt werden und durch Verkaufsflächenrückgänge gekennzeichnet sein. Tendenziell kann man davon ausgehen, dass die „Großstädter“ vor allem bedingt durch ihre jüngere Altersstruktur zwar onlineaffiner sind, die Kaufkraftabwanderungen ins Netz können attraktive Großstädte aber durch Kaufkraftzuflüsse aus den ländlichen Regionen, wo die Angebotsvielfalt bereits vielerorts spürbar zurückgegangen ist, und durch Touristen weitgehend auffangen. **Trotz erhöhter Onlineaffinität zeigen sich die Großstädte daher etwas resilienter in Bezug auf den Online-Handel als die Klein- und Mittelstädte.**

So ist derzeit nicht zu beobachten, dass die ländliche Bevölkerung massenweise ins Netz abwandert, wenn die Angebotsvielfalt vor Ort zurückgeht. Vielmehr hat Shopping als Freizeitattraktion immer noch eine sehr hohe Bedeutung¹¹ und treibt die Verbraucher in Richtung der großen Shopping-Center und Innenstädte in den Großstädten. Dieser Effekt fällt umso höher aus, je stärker sich das Angebot für die Verbraucher vor Ort verknappt und je attraktiver die konkurrierende Einkaufsdestination im Hinblick auf Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität ist. Eher resilient gegen die Zunahme des Online-Handels sind zudem Tourismusorte, da Shoppen als Freizeitbeschäftigung einen hohen Stellenwert genießt und viele Konsumenten ihre Shoppingaktivitäten in den Urlaub verlagern.

2.3.1 Der Online-Handel im ländlichen Raum

Seit vielen Jahren hat sich der Trend des Rückzugs von Versorgungseinrichtungen für Güter des täglichen Bedarfs in ländlichen Räumen verstetigt. Hierzu tragen vor allem die bereits beschriebenen nachfrageseitig veränderten Rahmenbedingungen (demografischer Wandel, Ausdifferenzierung von Konsummustern, erhöhte Mobilität) bei. Auf diese Entwicklungen haben die Anbieter entsprechend mit Anpassungen reagiert, die vor allem von Konzentrationsprozessen, einer sinkenden Anzahl von Verkaufsstellen, größeren Verkaufsflächen und höheren Mindesteinwohnerzahlen in Einzugsbereichen gekennzeichnet sind und mit neuen Standortanforderungen einhergehen. In diesem Zusammenhang kam es in den vergangenen Jahrzehnten zu einer signifikanten Ausdünnung der stationären Einzelhandelsangebote im ländlichen Raum. Hiervon sind vor allem Gebiete und Kommunen betroffen, welche unterdurchschnittliche

potenzielle Kunden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle erreicht und zum Kauf angeregt werden. Mit einer Verknüpfung von Offline- und Online-Aktivitäten können sich Einzelhändler breiter aufstellen und die Vorteile des stationären Handels mit den Vorteilen des Online-Handels verknüpfen.

¹¹ Fast 90 % der Konsumenten geben Shopping als (mindestens selten ausgeübte) Freizeitaktivität an.

Bevölkerungsdichten und Kaufkraftniveaus aufweisen und von Bevölkerungsrückgängen betroffen sind.

Insgesamt hat sich die Lage des stationären Einzelhandels im dünn besiedelten ländlichen Raum wesentlich verschlechtert. Dies wiederum hat dazu geführt, dass der Online-Handel vor allem in ländlichen Räumen mit einer unterdurchschnittlichen Versorgungslage stark an Bedeutung gewonnen hat. Dies gilt aber im Wesentlichen für onlineaffine Sortimente (z.B. Elektroartikel, Bücher, Bekleidung) und weniger für nahversorgungsrelevante Sortimente wie Lebensmittel und Drogeriewaren. Denn der Online-Handel mit Lebensmitteln, insbesondere mit verderblichen Waren, stellt sehr hohe Ansprüche an die Logistik, die häufig nur durch hohe Preisaufschläge zu bewerkstelligen ist. Je ländlicher der Raum, desto stärker steigen dabei die Logistikkosten. Gerade preissensible Kunden in Deutschland sind i.d.R. jedoch nicht bereit, entsprechend hohe Aufschläge zu bezahlen. So werden Lebensmittel derzeit vor allem dort online vertrieben, wo das Standortnetz eigentlich dicht genug ist (in Städten) und eben nicht dort, wo es Lücken in der Versorgungsstruktur gibt (auf dem Land).

Vor diesem Hintergrund sind in den letzten Jahren digitale Nahversorgungskonzepte in den Fokus gerückt, die als Chance für ländliche Räume gesehen werden können, gleichzeitig aber einen erheblichen Entwicklungsaufwand mit sich bringen. Einen nicht gänzlich neuen Ansatz bilden Online-Marktplätze, die vornehmlich dazu dienen, den lokalen stationären Händlern einen weiteren Vertriebskanal zu erschließen und damit sinkenden stationären Umsätzen durch die Frequenzverluste im ländlichen Raum entgegenzuwirken. Dies kann die Präsenz vor Ort mittelfristig durch online getätigte Zusatzumsätze sichern. Da erfolgreicher Online-Handel immer mit einer stabilen Präsenz im Internet verbunden ist, ist der zeitliche, personelle und monetäre Aufwand für viele kleine Händler aber oftmals zu hoch. Hierbei lohnt es sich eher auf bereits bestehende, bekannte Strukturen (wie z.B. eBay) zurückzugreifen, die den Einrichtungsaufwand für kleine Händler begrenzen können.

2.3.2 Prognose zur Entwicklung des Online-Handels

Wie bereits dargelegt, ist die COVID-19-Pandemie als Wachstumsbeschleuniger für den Online-Handel einzuordnen. Je mehr Kaufkraft in den Online-Handel abfließt, desto stärker wird der stationäre Einzelhandel unter Druck geraten, da die Marktanteilszuwächse des Online-Handels nicht ohne Umsatzrückgänge im stationären Handel verlaufen. Auch wenn mittlerweile wieder eine Normalisierung des gesellschaftlichen Lebens eingetreten ist und der Onlinehandel an Wachstumsdynamik verloren hat, können selbst unter der Annahme eines langfristigen Anstiegs der Konsumausgaben die Abflüsse in den Online-Handel (im Nonfood-Segment) bei weitem nicht kompensiert werden.

Das IFH Köln geht in seiner jüngsten Studie (Branchenreport Onlinehandel 2022) davon aus, dass der Umsatz im Onlinehandel (inkl. Fast Moving Consumer Goods (FMCG), also Konsumgüter des alltäglichen Bedarfs) in den nächsten fünf Jahren (bis 2026) je nach Prognosevariante um 3,7 bis 10,2 % ansteigen wird. Die Zuwachsraten fallen damit aber geringer aus als es noch in zurückliegenden Prognosen des IFH der Fall war.

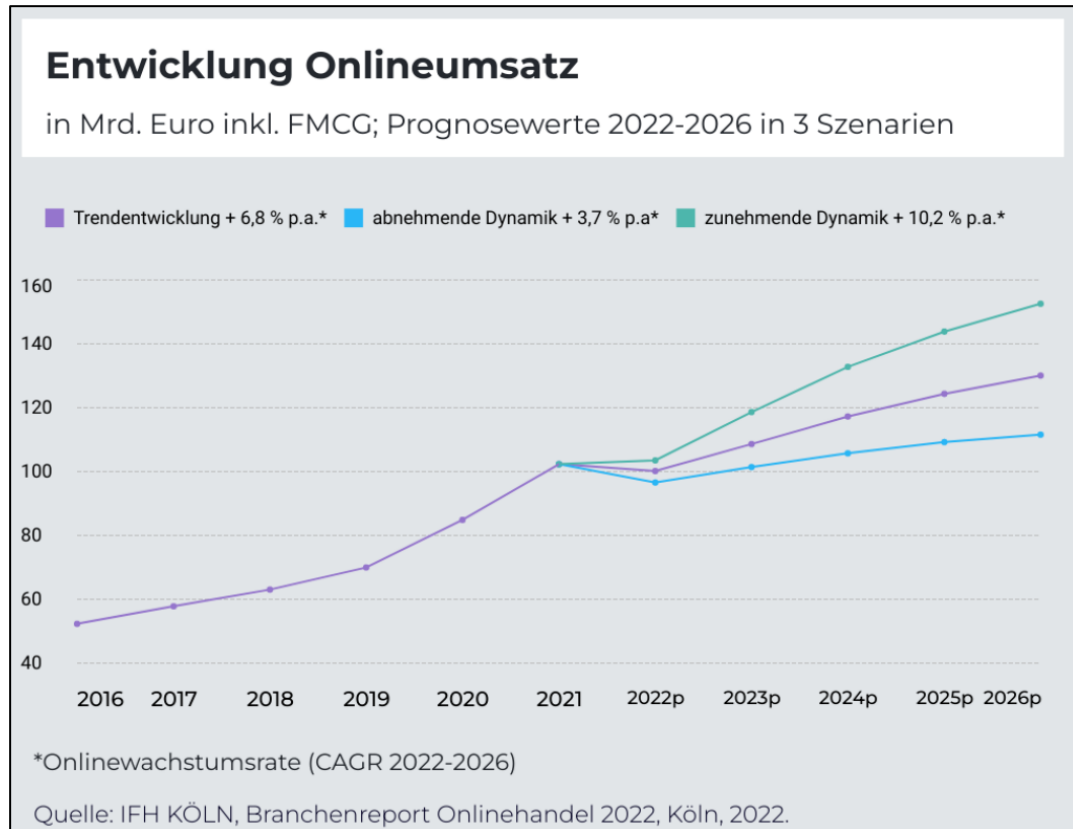


Abbildung 9: Prognose zur jährlichen Wachstumsrate (CAGR)¹² des Onlineumsatzes nach IFH Köln

Bezogen auf das Jahr 2030 ist von einer weiteren Marktanteilsverschiebung vom stationären Handel in den Online-Handel auszugehen, der je nach Branche sehr unterschiedlich ausfällt. Nach den Prognosen des IFH Köln¹³ werden differenziert nach Branchen/Sortimenten vor allem im Modischen Bedarf sowie bei Elektro/Technik die Online-Umsätze weiter stark ansteigen und es in diesen Segmenten zu signifikanten Umsatzrückgängen und Flächenabschmelzungen im stationären Einzelhandel kommen. Hohe Marktanteile des Online-Handels sind aber auch für Wohnaccessoires, Bücher/Musik/Spielwaren und Sport/Freizeit zu erwarten. Auch im periodischen Bedarf muss zwar von steigenden Online-Umsätzen ausgegangen werden. Flächenabschmelzungen sind hier jedoch nicht zu erwarten, da der Onlineanteil moderat bleiben wird.

¹² CAGR = Compound Annual Growth Rate

¹³ Das IFH Köln stellt in dem im März 2021 herausgegebenen „Handelsszenario 2030 – Wettbewerb zwischen Wertschätzung und Wertschöpfung“ insgesamt vier Entwicklungsszenarien dar, wie sich der stationäre und der Online-Handel bis zum Jahre 2030 entwickeln könnten. Die hier dargestellten Marktanteile des Online-Handels bilden jeweils den Mittelwert der vier Szenarien ab.

und die Umsatzverlagerungen in den Online-Handel durch steigende Konsumausgaben für Lebensmittel kompensiert werden können.

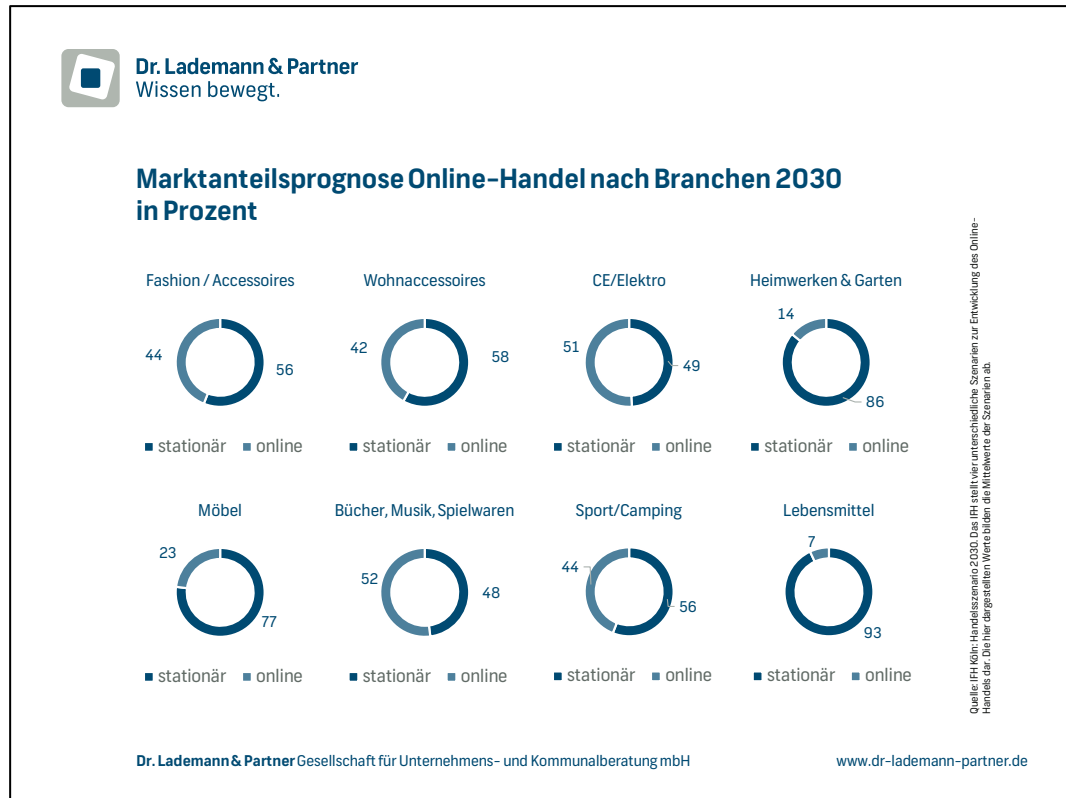


Abbildung 10: Marktanteilsprognose zur Entwicklung des Online-Handels nach Branchen bis 2030

2.4 Entwicklungstendenzen im Einzelhandel im Lichte der COVID-19-Pandemie und des Ukraine-Kriegs

Durch die COVID-19-Pandemie und deren ökonomische und soziale Folgeeffekte hat sich die gesamtwirtschaftliche Situation in Deutschland und damit auch die Situation für den Einzelhandel im Jahr 2020 dramatisch verändert. Die angeordneten Geschäftsschließungen im Zuge des „Lockdowns“ im Frühjahr 2020 und im Winter/Frühjahr 2020/21 haben den stationären Nonfood-Einzelhandel unmittelbar betroffen. Die von den angeordneten Geschäftsschließungen betroffenen Händler mussten während der Schließzeit nahezu einen kompletten Umsatzausfall verkraften, der durch eilig eingerichtete Lieferservices oder online Vertriebskanäle nicht annähernd ausgeglichen werden konnte.

Nach dem ersten „Lockdown“ und der Wiedereröffnung der Läden im Sommer 2020 erholte sich der Umsatz nur langsam, was auch in den geringen Passantenfrequenzen in den ersten Wochen nach der Wiedereröffnung abzulesen war, die deutlich unter

dem Vorjahresniveau lagen. Ursächlich hierfür war die massiv eingebrochene Konsumlaune der Verbraucher, die zum einen durch Arbeitsplatz- und Einkommensverluste und zum anderen durch die Einschränkungen des Einkaufskomforts infolge von Maskenpflicht, Abstandsregelungen und Zugangsbeschränkungen negativ beeinflusst wurde. Hinzu kommt, dass insbesondere die Risikogruppen aus Angst vor einer Infektion den stationären Einkauf mieden. Dies spiegelte sich auch im massiven Einbruch des HDE-Konsumbarometers wider.

Hat sich die Situation für den stationären Einzelhandel aufgrund der Lockerungen über die Sommermonate 2020 etwas entspannt, stellte der erneute „Lockdown“ im Winter/Frühjahr 2020/21 wieder eine erhebliche Verschärfung der Situation dar, zumal auch das für den Einzelhandel so wichtige Weihnachtsgeschäft betroffen war. Der im November 2020 angeordnete "Teil-Lockdown" hatte zunächst keine direkten Auswirkungen auf den Einzelhandel. Aufgrund der Schließung von Gastronomie-, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie der Absage fast aller Veranstaltungen und auch infolge von Einschränkungen im Tourismus war insbesondere der innerstädtische Einzelhandel aber erneut von deutlichen Frequenzrückgängen betroffen, bevor der Einzelhandel dann ab Mitte Dezember 2020 ebenfalls wieder schließen musste. Das Auslaufen zahlreicher Beschränkungen im Frühjahr 2022 führte dann schrittweise zu einem Wiederaufflammen des öffentlichen Lebens und zu einer Stabilisierung der Einzelhandelsumsätze.

Allerdings hat der Online-Handel in den Pandemie Jahren einen erheblichen **Wachstumsschub** erfahren. Viele Verbraucher, die während des „Lockdowns“ zwangsläufig und erstmals online einkauften, orientieren sich danach zum Teil dauerhaft auf den Online-Handel um. So wuchs der Onlinehandelsumsatz (brutto) laut Zahlen des bevh (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland) von 2019 zu 2021 von rd. 72,6 Mrd. € auf rd. 99,1 Mrd. € und damit um rd. 37 %. Aktuelle Zahlen für das Jahr 2022 zeigen jedoch, dass der von vielen Instituten prognostizierte weitere Anstieg des Onlineumsatzes auch für die Zeit nach der COVID-19-Pandemie so nicht eingetreten ist. 2022 setzte der Onlinehandel einen (Brutto)-Umsatz von rd. 90,4 Mrd. € um und hat sich damit rückläufig entwickelt. Allerdings bewegen sich die Onlineumsätze damit immer noch weit oberhalb des Vor-COVID-19-Pandemie-Niveaus. **Die hohe Wachstumsdynamik aus der COVID-19-Pandemie-Zeit setzt sich im Onlinehandel allerdings nicht fort, wenngleich für die nächsten Jahren von weiteren (moderaten) Umsatzzuwächsen im Onlinehandel auszugehen ist.**

Die Wachstumsdynamik im Onlinehandel, gepaart mit den Einschränkungen für den stationären Einzelhandel während der COVID-19-Pandemie hat zu zahlreichen Firmeninsolvenzen im Einzelhandel geführt. Zu berücksichtigen ist dabei allerdings auch, dass vor allem solche Firmen betroffen waren, die schon vor der COVID-19-Pandemie-Krise erhebliche strukturelle Probleme hatten und für deren Niedergang die Pandemie lediglich als Katalysator für eine Marktberreinigung wirkte (z.B. Galeria, Esprit, P&C,

Reno, Görtz, Adler). Vor allem im Textil- und Schuheinzelhandel sind dabei zahlreiche Insolvenzen und Marktbereinigungen zu beobachten.

Mit dem Ende der COVID-19-Pandemie ergeben sich ausgelöst durch die **ökonomischen Folgen des Ukraine-Kriegs** jedoch neue Herausforderung für den Einzelhandel in Deutschland. Die infolge der Gasmangellage hohen Energiekosten belasten nicht nur den Einzelhandel, sondern haben in Verbindung mit einem starken Anstieg der Erzeugerpreise im Nahrungsmittelsegment auch zu einer anhaltend hohen Inflation geführt, die wiederum Tendenzen zur Kaufzurückhaltung erkennen lässt. Zwar sind die Umsätze im Einzelhandel nominal weiter angestiegen bzw. sektoral nicht wesentlich zurückgegangen, jedoch ist dies fast ausschließlich auf die erheblichen Preissteigerungen zurückzuführen. Die höheren Umsätze haben jedenfalls nicht zwangsläufig zu Gewinnsteigerungen bei den Unternehmen geführt. Die reale Umsatzentwicklung ist in vielen Branchen sogar rückläufig. Denn die hohe Inflation drückt die Konsumstimmung und führt zu Kaufzurückhaltung bei den Konsumenten.

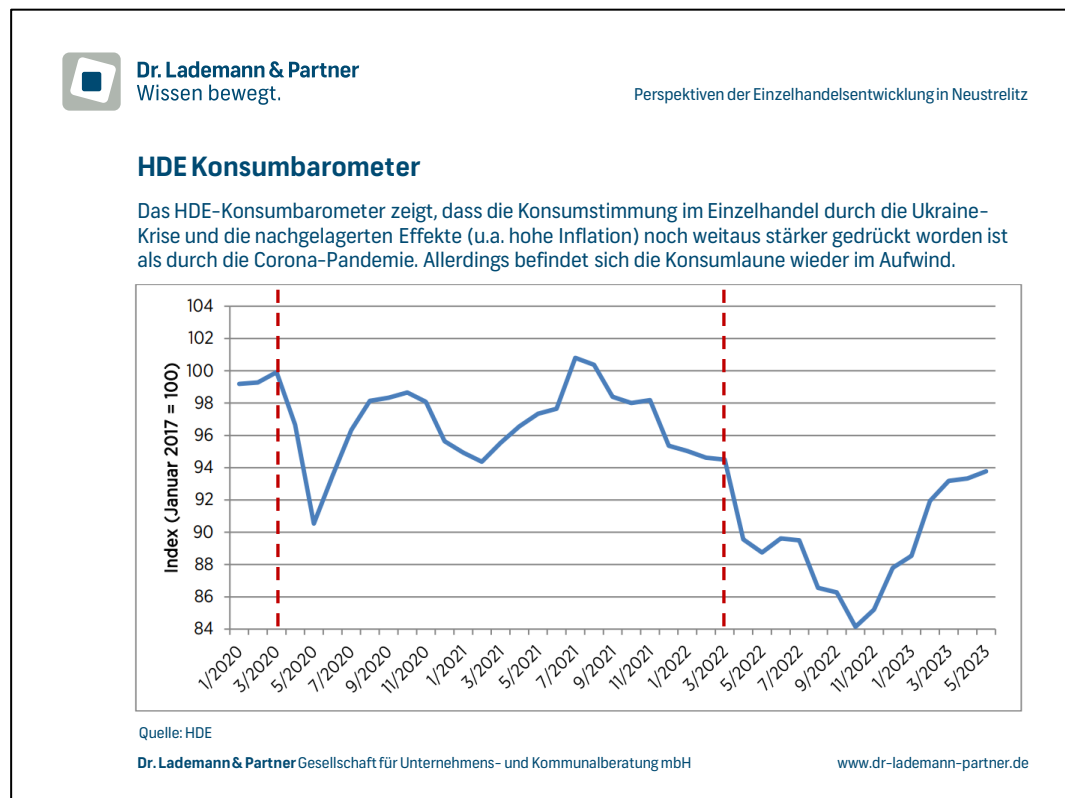


Abbildung 11: HDE-Konsumbarometer (01/2020 – 05/2022 / 2023)

Es ist derzeit nicht abzusehen, wie sich der Energiesektor in naher Zukunft entwickeln wird und wie langanhaltend von einer hohen Inflation auszugehen ist. Belastbare Prognosen zur Entwicklung der (realen) Umsatzentwicklung im Einzelhandel sind daher kaum möglich, zumal diese auch von der Lohnentwicklung abhängt. Blickt man auf die Entwicklung des HDE-Konsumbarometers, zeigt sich aber recht deutlich, dass der Ukraine-Krieg die Konsumlaune der Verbraucher weitaus stärker gedrückt hat als die

COVID-19-Pandemie, wenngleich sich die Konsumlaune zuletzt wieder verbessert hat. So ist von der aktuellen Krise auch nicht nur der stationäre Einzelhandel betroffen, sondern der Onlinehandel gleichermaßen. Einen Krisengewinner gibt es derzeit allenfalls in den Discountformaten, die von den realen Einkommensverlusten profitieren.

Angesichts der aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen (Dynamik im Onlinehandel und hohe Inflation) wird der stationäre (Nonfood-)Einzelhandel weiter unter Druck stehen. Es muss davon ausgegangen werden, dass die Anzahl der Betriebe im Einzelhandel aufgrund von Geschäftsaufgaben, Insolvenzen und Filialnetzverkleinerungen weiter zurückgehen wird.

Die Einzelhandelsentwicklung ist in den letzten Jahren von einer rückläufigen Anzahl von Betrieben bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung geprägt gewesen. Signifikante Verkaufsflächenzuwächse sind dabei zuletzt nur noch im Bereich des Handels mit Lebensmitteln und Drogeriewaren zu beobachten gewesen. Die Einzelhandelsumsätze haben sich zwar kontinuierlich positiv entwickelt. Allerdings zeigte der Online-Handel dabei eine deutlich dynamischere Entwicklung als der stationäre Einzelhandel und erreichte in einigen Nonfood-Segmenten bereits vor der COVID-19-Pandemie Marktanteile von mehr als 20 und 30 %. Im stationären Einzelhandel konnten dagegen nur wenige Branchen Umsatzzuwächse verzeichnen, wozu vor allem der Handel mit Gütern des täglichen Bedarfs zählt. Der jüngste Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ist fast vollständig inflationsgetrieben – real geht der Einzelhandelsumsatz sogar zurück.

Die COVID-19-Pandemie wirkte als „Wachstumsbeschleuniger“ für den Online-Handel, wenngleich aber auch unabhängig von der Pandemie langfristig davon ausgegangen werden muss, dass der stationäre Nonfood-Einzelhandel an Bedeutung verlieren wird, während der stationäre Einzelhandel mit periodischen Bedarfsgütern nach wie vor eine sehr gute Perspektive besitzt.

Aktuell stellen sich die ökonomischen Folgeeffekte des Ukraine-Kriegs in Form hoher Energiekosten und einer anhaltend hohen Inflation als große Herausforderungen für den Einzelhandel (stationär und online) dar, da sich die Konsumlaune der Verbraucher massiv eingetrübt hat.

3 Angebotssituation in Thüringen gesamt

3.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Thüringen in 12.978 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene¹⁴ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 3.663.596 qm.

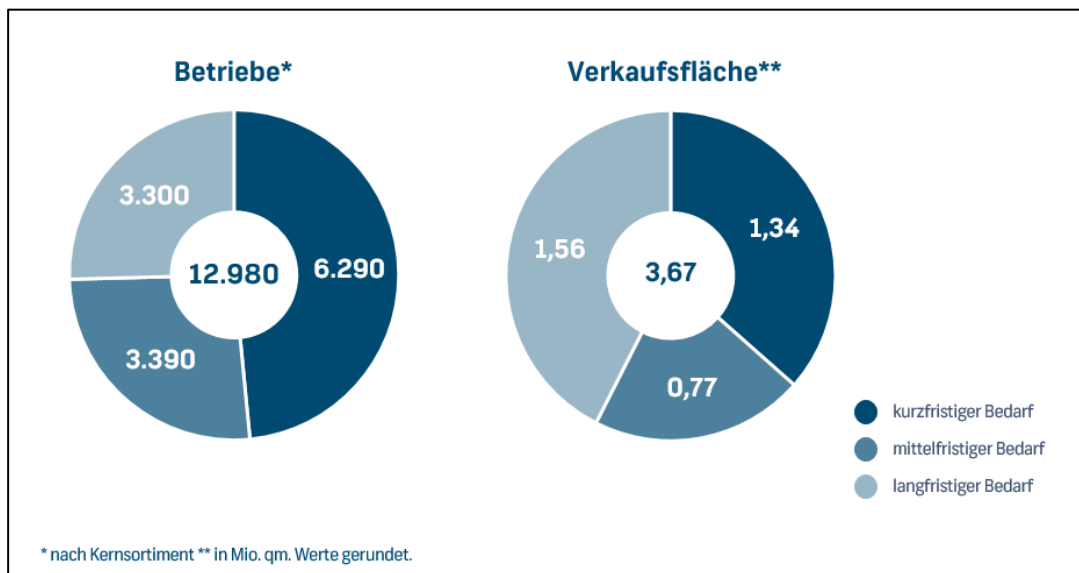


Abbildung 12: Verkaufsflächenbestand und Anzahl der Betriebe in Thüringen

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine deutliche Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 18 %. Im gleichen Sortiment ist auch die Verkaufsfläche am stärksten gesunken (rd. 8 %). Dass die Verkaufsfläche insgesamt weniger stark gesunken ist (rd. 2 %) als die Anzahl der Betriebe (rd. 12 %), liegt daran, dass vor allem die kleinen Betriebe überproportional häufig aus dem Markt ausgeschieden sind. Diese Entwicklung spiegelt allerdings allgemeindeutsche Trends wider und ist kein Thüringen-spezifisches Phänomen. Ein weiterer Grund für die negative Entwicklung der Zahlen ist der Anstieg des Online-Handels, insbesondere während der COVID-19-Pandemie, welcher dem stationären Einzelhandel Kaufkraft und Umsätze entzieht. Dies führt zu vermehrten Insolvenzen und Geschäftsaufgaben. Im Zuge dessen sind in einigen Branchen (z.B. Elektronik) auch systematische Umstrukturierungen und Verkleinerungen der Verkaufsfläche je Geschäft zu beobachten. Neben den allgemeindeutschen Trends hat in Thüringen

¹⁴ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

zusätzlich die Bevölkerung im selben Zeitraum um etwa 2 % abgenommen, wodurch sich auch die Kaufkraft- und Umsatzpotenziale für den Einzelhandel vermindert haben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in Thüringen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	1.348.600	1.343.597	-5.003	0%
mittelfristiger Bedarf	719.935	768.679	48.744	7%
langfristiger Bedarf	1.678.115	1.551.320	-126.795	-8%
Gesamt	3.746.650	3.663.596	-83.054	-2%

Tabelle 2: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Thüringen

Anzahl der Betriebe in Thüringen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	7.023	6.286	-737	-10%
mittelfristiger Bedarf	3.632	3.395	-237	-7%
langfristiger Bedarf	4.023	3.297	-726	-18%
Gesamt	14.678	12.978	-1.700	-12%

Tabelle 3: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Thüringen

3.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 1.551.300 qm; 42 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 1.343.600 qm entfallen rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 48 %.
- Mit rd. 768.700 qm entfallen rd. 21 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 26 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 1.551.320 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 25 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in Thüringen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	4.572	35%	1.127.491	31%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	183	1%	102.456	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	802	6%	38.930	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	729	6%	74.720	2%
kurzfristiger Bedarf	6.286	48%	1.343.597	37%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	1.388	11%	330.660	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	315	2%	67.818	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	360	3%	82.319	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	460	4%	57.355	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	115	1%	20.947	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	757	6%	209.580	6%
mittelfristiger Bedarf	3.395	26%	768.679	21%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	590	5%	29.635	1%
<i>Elektrobedarf</i>	591	5%	96.866	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	514	4%	116.870	3%
<i>Möbel</i>	359	3%	554.570	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	1.032	8%	724.699	20%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	211	2%	28.680	1%
langfristiger Bedarf	3.297	25%	1.551.320	42%
Gesamt	12.978	100%	3.663.596	100%

Tabelle 4: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Thüringen

Insgesamt weist das Bundesland Thüringen somit eine gute und ausgewogene Verkaufsflächenausstattung auf, die alle Hauptwarengruppen umfasst und ihren Schwerpunkt mit deutlichem Abstand im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel besitzt. Dies spiegelt auch die allgemeindeutsche Verteilung der Einzelhandelbestände wieder.

3.3 Entwicklung der Leerstandssituation

In Thüringen standen in 2022/2023 4.796 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 27 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 6 %-Punkte.

Leerstände in Thüringen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	14.678	3.931	18.609	21%
2022 / 2023	12.978	4.796	17.774	27%
Entwicklung	-1.700	865	-835	6%

Tabelle 5: Entwicklung der Leerstandssituation in Thüringen

Die hohe Leerstandsquote stellt ein sich in den letzten Jahren verschärfendes Problem dar. Bei den leerstehenden Ladengeschäften handelt es sich vor allem um sehr kleinteilige Geschäfte, die z.T. nicht mehr marktfähig sind und für die eine

Einzelhandelsnutzung voraussichtlich dauerhaft nicht mehr infrage kommt. Die Quote fällt dabei in den Zentralen Orten sehr unterschiedlich aus, wobei die Grundzentren insgesamt am stärksten von der Problematik betroffen sind.

3.4 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in Thüringen einen Wert von **rd. 1,74 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ist der Wert somit auf einem ähnlichen Niveau geblieben.

Verkaufsflächendichte in Thüringen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	2.151.205	2.108.863	-42.342	-2%
Verkaufsfläche in qm	3.746.650	3.663.596	-83.054	-2%
Verkaufsflächendichte	1,74	1,74	0,00	0%

Tabelle 6: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Thüringen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Deutschland bei rd. 1,5 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Thüringen in einem überdurchschnittlichen Bereich. Auch im Vergleich zu den Bundesländern Sachsen und Brandenburg (jeweils rd. 1,66) weist Thüringen eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächendichte auf. Insgesamt kann für Thüringen somit eine gute Versorgung festgestellt werden, die allerdings regional gesehen sehr unterschiedlich ausfällt.

3.5 Verkaufsflächenentwicklung nach Zentralörtlichkeit

Die stärksten Verkaufsflächenrückgänge sind in den Nicht-zentralen Orten bzw. im ländlichen Raum festzustellen. Aber auch in den Oberzentren ist die Verkaufsflächenentwicklung rückläufig. Die Grundzentren haben sich hingegen überwiegend positiv entwickelt und die Mittelzentren stagnieren auf einem guten Niveau.

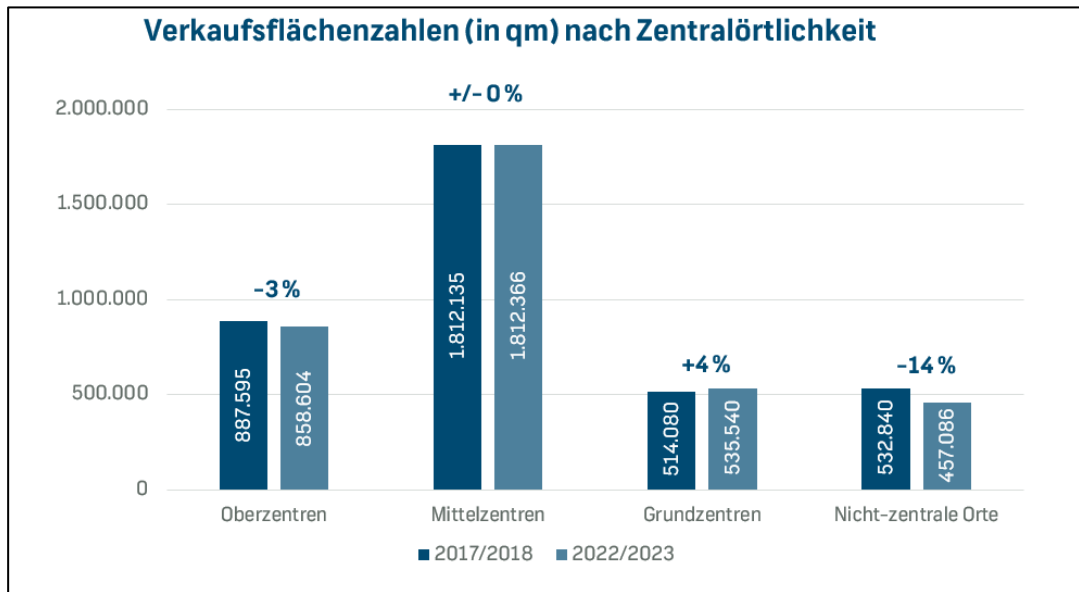


Abbildung 13: Verkaufsflächenentwicklung nach Zentralörtlichkeit

Die negative Entwicklung in den drei Oberzentren (Erfurt, Jena und Gera) liegt vor allem an den starken Verkaufsflächenrückgängen in Gera (u.a. Galeria Warenhaus). In Erfurt und Jena fallen die Rückgänge dagegen deutlich geringer aus. In den jeweiligen Mittelzentren fallen die Verkaufsflächenentwicklungen sehr unterschiedliche aus, sodass die Zahl insgesamt stagniert. Der stärkste Zuwachs ist dabei mit rd. 12.100 qm in Ilmenau und der größte Rückgang mit rd. 6.700 qm in Gotha festzustellen. Der Großteil der anderen Mittelzentren weist allerdings Rückgänge bzw. Zuwächse von maximal rd. 5.000 qm auf. Bei den Zuwächsen spielen jedoch auch Eingemeindungen, die in den letzten Jahren vermehrt stattgefunden haben, eine große Rolle. Gleiches gilt für die Verkaufsflächenzuwächse bei den Grundzentren, welche zum Teil ebenfalls auf Eingemeindungen zurückzuführen sind. Ein anderer Grund sind vor allem Zuwächse im periodischen Bedarf durch die stetige Expansion des Lebensmitteleinzelhandels. Auch bei den Grundzentren gibt es aber ebenfalls Städte, die Verkaufsflächenrückgänge zu verzeichnen haben. Die zum Teil aus Eingemeindungen resultierenden positiven Verkaufsflächenentwicklungen in den Mittel- und Grundzentren, sorgen bei den Nicht-zentralen Orten hingegen für deutliche Verkaufsflächenrückgänge. Daneben spielt auch der tatsächliche Rückzug des stationären Einzelhandels aus den besonders ländlichen geprägten Räumen eine große Rolle.

4 Angebotssituation in den Landkreisen/kreisfreien Städten

4.1 Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den Landkreisen/kreisfreien Städten im Vergleich

Die Verkaufsflächendichten in den Landkreisen/kreisfreien Städten weisen erhebliche Unterschiede auf. So ist insbesondere in Eichsfeld, Gotha, Weimarer Land, Saale-Holzland-Kreis, Saale-Orla-Kreis und Greiz eine im Vergleich zum Landesschnitt unterdurchschnittliche Verkaufsflächendichte festzustellen (1,2 bis 1,5 qm je EW). Im Wartburgkreis und der kreisfreien Stadt Gera ist dagegen eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächendichte vorhanden (2,1 bis 2,4 qm je EW). Insgesamt liegt die Verkaufsflächendichte mit 1,7 qm je EW über den bundesdeutschen Schnitt von 1,5 qm je EW, was auf eine gute Verkaufsflächenausstattung hinweist. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ist sie allerdings um 0,1 qm je EW zurückgegangen. Zu beachten ist hierbei, dass im gesamten Bundesland Thüringen in den letzten Jahren Einwohnerrückgänge zu verzeichnen sind, was die Verkaufsflächendichte positiv beeinflusst.

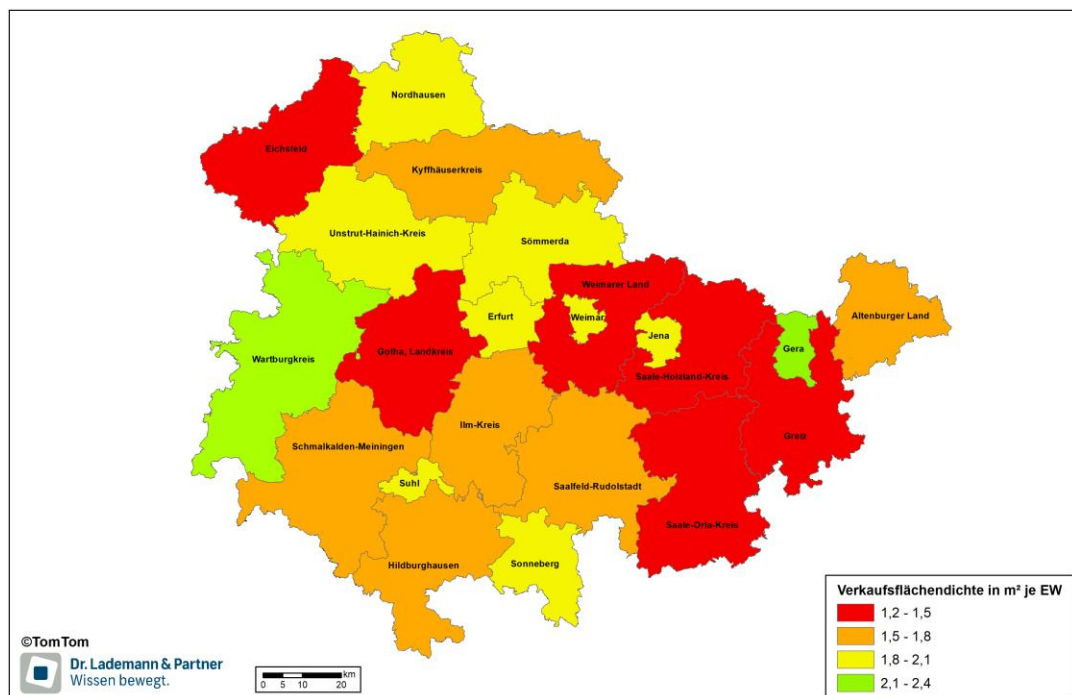


Abbildung 14: Verkaufsflächendichte der Landkreise/kreisfreien Städte im Vergleich

Die absoluten Verkaufsflächenzahlen der Landkreise/kreisfreien Städte spiegeln zum Großteil das Bild der Verkaufsflächendichten wider. **Ein Großteil der Kreise liegt im Bereich zwischen 100.000 qm und 150.000 qm Verkaufsfläche.** Deutliche Ausreißer nach oben stellen der Wartburgkreis und die Stadt Erfurt mit über 250.000 qm dar. Die Stadt Suhl liegt dagegen am unteren Ende mit einer Verkaufsflächenzahl von unter 100.000 qm.

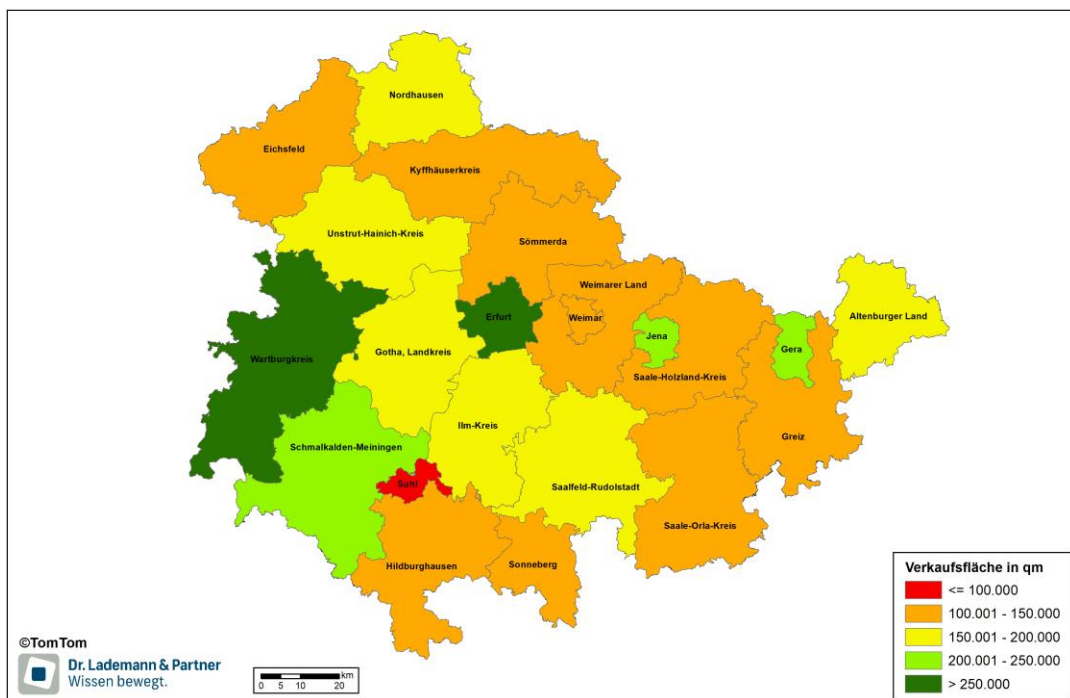


Abbildung 15: Verkaufsflächenbestand in den Landkreisen/kreisfreien Städte

Im gesamten Bundesland Thüringen kann von einer **erhöhten Leerstandsquote gesprochen werden, welche im Schnitt bei rd. 27 % liegt und damit 6 %-Punkte höher als bei der letzten Erhebung im Jahr 2017/2018.** Die Landkreise/kreisfreien Städte mit den geringsten Leerstandsquoten (10 % bis 15 %) sind Hildburghausen, Erfurt, Jena und Weimar. Mit Quoten von über 30 % sind die höchsten Werte in den Landkreisen/kreisfreien Städten Unstrut-Hainich-Kreis, Kyffhäuserkreis, Sömmerda, Saale-Orla-Kreis, Gera und Altenburger Land festzustellen. Hier kann von einem strukturellen Leerstandsproblem gesprochen werden.

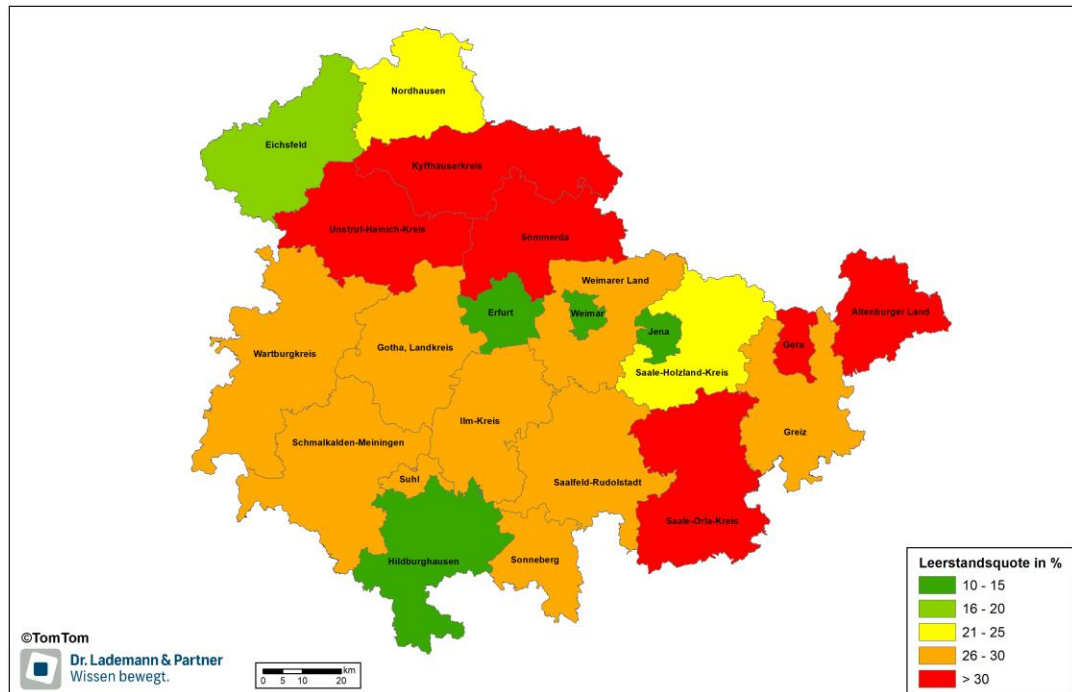


Abbildung 16: Leerstandsquote in den Landkreisen/kreisfreien Städten

Im Jahr 2022/2023 verfügten die Landkreise/kreisfreie Städte in 12.978 Ladenlokalen (– 12 % gegenüber 2017/2018) über eine aktiv betriebene¹⁵ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

rd. 3.663.596 qm (– 2 % gegenüber 2017/2018).

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich, dass bezogen auf die Ladenlokale lediglich in Eichsfeld ein kleiner Anstieg von rd. 2 % stattgefunden hat. In allen anderen Landkreisen/kreisfreien Städten gab es zum Teil sehr starke Rückgänge (rd. 5 % bis rd. 17 %). Insbesondere in den Landkreisen Saale-Orla-Kreis und Saalfeld-Rudolstadt (rd. 17 %) sowie Gotha, Kyffhäuserkreis und Schmalkalden-Meiningen (rd. 16 %) sind die negativen Entwicklungen am stärksten ausgeprägt. Bei Betrachtung der Veränderungen in absoluten Zahlen weisen die Landkreise Saalfeld-Rudolstadt, Schmalkalden-Meiningen und Wartburgkreis mit einem Rückgang von 140 bis 149 Betrieben die negativste Entwicklung auf.

¹⁵ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Anzahl der Betriebe nach Landkreisen/kreisfreien Städte im zeitlichen Vergleich

Landkreise/kreisfreie Stadt	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Altenburger Land, Landkreis	579	512	-67	-12%
Eichsfeld, Landkreis	642	654	12	2%
Erfurt, Stadt	1.318	1.204	-114	-9%
Gera, Stadt	679	595	-84	-12%
Gotha, Landkreis	847	712	-135	-16%
Greiz, Landkreis	749	713	-36	-5%
Hildburghausen, Landkreis	414	351	-63	-15%
Ilm-Kreis, Landkreis	695	628	-67	-10%
Jena, Stadt	629	586	-43	-7%
Kyffhäuserkreis, Landkreis	547	460	-87	-16%
Nordhausen, Landkreis	515	441	-74	-14%
Saale-Holzland-Kreis, Landkreis	539	490	-49	-9%
Saale-Orla-Kreis, Landkreis	636	529	-107	-17%
Saalfeld-Rudolstadt, Landkreis	830	690	-140	-17%
Schmalkalden-Meiningen, Landkreis	978	845	-133	-14%
Sömmerda, Landkreis	435	383	-52	-12%
Sonneberg, Landkreis	472	406	-66	-14%
Suhl, Stadt	259	221	-38	-15%
Unstrut-Hainich-Kreis, Landkreis	725	633	-92	-13%
Wartburgkreis, Landkreis	1.211	1.048	-163	-13%
Weimar, Stadt	509	462	-47	-9%
Weimarer Land, Landkreis	470	415	-55	-12%
Thüringen	14.678	12.978	-1.700	-12%

Tabelle 7: Anzahl der Betriebe nach Landkreisen/kreisfreien Städten im zeitlichen Vergleich

Beim Vergleich der Verkaufsflächenbestände der Landkreise/kreisfreien Städte fällt auf, dass es hier ein differenzierteres Bild gibt. So ist in den Landkreisen/kreisfreien Städten Eichsfeld, Ilm-Kreis, Sömmerda, Unstrut-Hainich-Kreis, Wartburgkreis und Weimar die Verkaufsflächenzahl im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um bis zu rd. 4 % angestiegen. Der überwiegende Teil der Landkreise/kreisfreien Städte weist dagegen eine negative Entwicklung mit einem Rückgang der Verkaufsflächenbestände von rd. 1 % (Greiz) bis rd. 10 % (Suhl) auf. Insgesamt lassen sich somit auch bei der Betrachtung der absoluten Zahlen der Verkaufsflächenveränderung deutliche Unterschiede zwischen den jeweiligen Landkreisen/kreisfreien Städten erkennen. Darauf bezogen ist die Entwicklung in der kreisfreien Stadt Gera mit einem Rückgang der Verkaufsfläche um rd. 16.000 qm am negativsten ausgeprägt.

Verkaufsflächenbestand (in qm) nach Landkreisen/kreisfreien Städte im zeitlichen Vergleich

Landkreise/kreisfreie Stadt	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Altenburger Land, Landkreis	169.190	155.385	-13.805	-8%
Eichsfeld, Landkreis	135.535	137.180	1.645	1%
Erfurt, Stadt	451.905	444.584	-7.321	-2%
Gera, Stadt	220.965	204.960	-16.005	-7%
Gotha, Landkreis	197.780	188.556	-9.224	-5%
Greiz, Landkreis	140.070	138.280	-1.790	-1%
Hildburghausen, Landkreis	107.355	102.960	-4.395	-4%
Ilm-Kreis, Landkreis	165.320	168.750	3.430	2%
Jena, Stadt	214.725	209.060	-5.665	-3%
Kyffhäuserkreis, Landkreis	131.030	122.250	-8.780	-7%
Nordhausen, Landkreis	161.745	153.930	-7.815	-5%
Saale-Holzland-Kreis, Landkreis	113.235	110.255	-2.980	-3%
Saale-Orla-Kreis, Landkreis	120.240	114.755	-5.485	-5%
Saalfeld-Rudolstadt, Landkreis	173.705	167.970	-5.735	-3%
Schmalkalden-Meiningen, Landkreis	210.815	210.745	-70	0%
Sömmerda, Landkreis	129.900	130.005	105	0%
Sonneberg, Landkreis	105.480	102.985	-2.495	-2%
Suhl, Stadt	80.595	72.685	-7.910	-10%
Unstrut-Hainich-Kreis, Landkreis	185.475	193.546	8.071	4%
Wartburgkreis, Landkreis	302.105	306.295	4.190	1%
Weimar, Stadt	118.215	121.300	3.085	3%
Weimarer Land, Landkreis	111.265	107.160	-4.105	-4%
Thüringen	3.746.650	3.663.596	-83.054	-2%

Tabelle 8: Verkaufsflächenbestand nach Landkreisen/kreisfreien Städten im zeitlichen Vergleich

4.2 Landkreis Altenburger Land

4.2.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Altenburger Land befinden sich im Mittelzentrum Altenburg und in dem funktionsteiligen Mittelzentrum Schmölln/Gößnitz (zusammen rd. 77.100 qm VKF) sowie in dem funktionsteiligen Grundzentrum Meuselwitz/Lucka (zusammen rd. 15.200 qm VKF). In diesen Orten befinden sich rd. 50 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

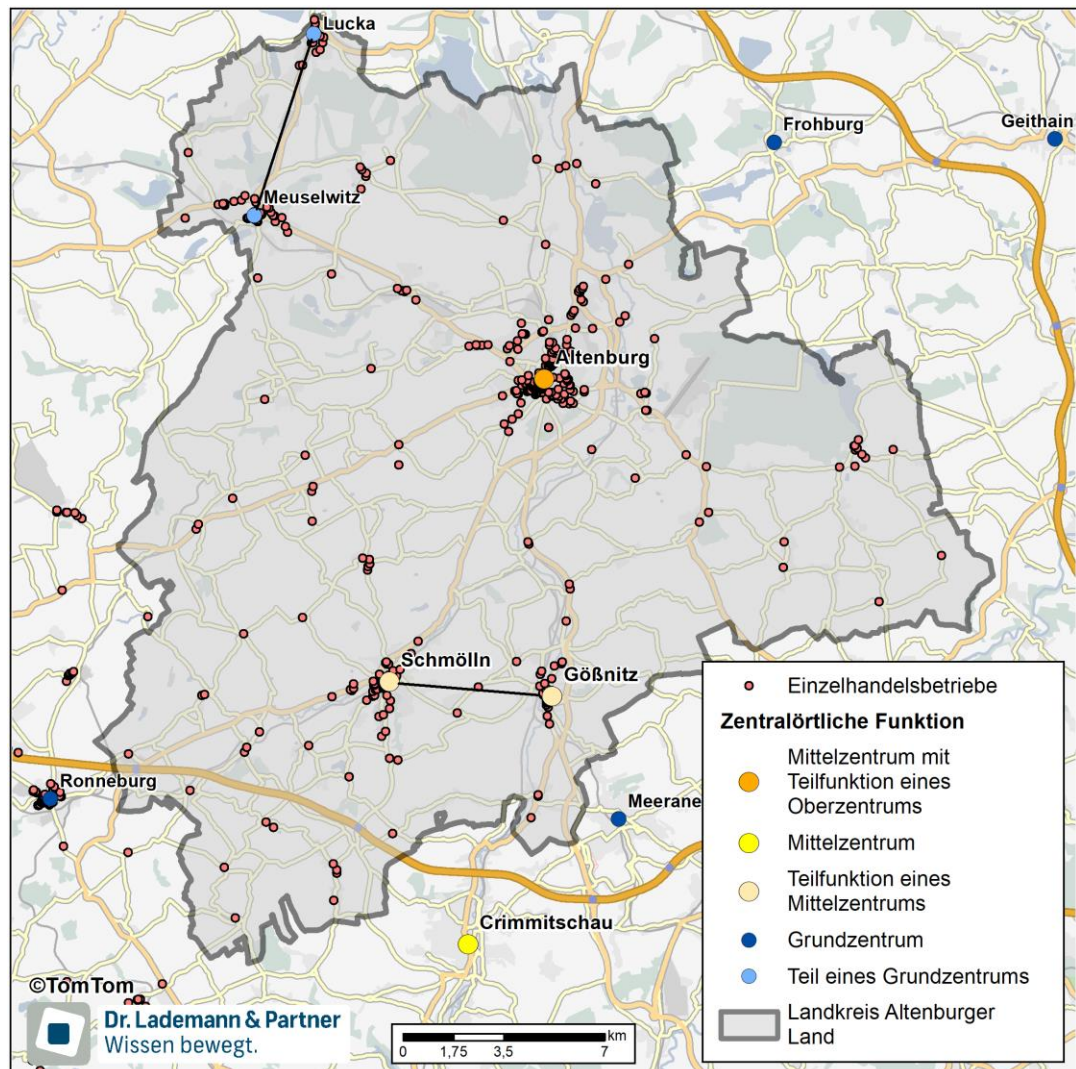


Abbildung 17: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Altenburger Land

4.2.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Altenburger Land in 512 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene¹⁶ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 155.400 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 20 %. Die Verkaufsfläche ist im gleichen Segment am stärksten gesunken (rd. 14 %). Dies ist u.a. auf die Schließung des toom-Baumarkts im funktionsteiligen Grundzentrum Meuselwitz zurückzuführen, welcher eine große Verkaufsfläche mit Sortimenten des langfristigen Bedarfs besaß. Auch im Mittelzentrum Altenburg insgesamt ist die Verkaufsfläche stark zurückgegangen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Altenburger Land im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	57.385	53.800	-3.585	-6%	0%
mittelfristiger Bedarf	29.135	30.340	1.205	4%	7%
langfristiger Bedarf	82.670	71.245	-11.425	-14%	-8%
Gesamt	169.190	155.385	-13.805	-8%	-2%

Tabelle 9: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Altenburger Land

Anzahl der Betriebe im Landkreis Altenburger Land im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	291	256	-35	-12%	-10%
mittelfristiger Bedarf	131	130	-1	-1%	-7%
langfristiger Bedarf	157	126	-31	-20%	-18%
Gesamt	579	512	-67	-12%	-12%

Tabelle 10: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Altenburger Land

4.2.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 71.200 qm; 46 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 53.800 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 50 %.
- Mit rd. 30.300 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.

¹⁶ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 46 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 71.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 25 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Altenburger Land

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	181	35%	44.425	29%	31%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	8	2%	4.225	3%	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	33	6%	1.785	1%	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	34	7%	3.365	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	256	50%	53.800	35%	37%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	53	10%	12.915	8%	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	12	2%	2.070	1%	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	14	3%	3.290	2%	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	23	4%	2.970	2%	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	1	0%	30	0%	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	27	5%	9.065	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	130	25%	30.340	20%	21%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	23	4%	1.385	1%	1%
<i>Elektrobedarf</i>	30	6%	4.200	3%	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	15	3%	5.550	4%	3%
<i>Möbel</i>	7	1%	26.990	17%	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	42	8%	32.670	21%	20%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	9	2%	450	0%	1%
langfristiger Bedarf	126	25%	71.245	46%	42%
Gesamt	512	100%	155.385	100%	100%

Tabelle 11: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Altenburger Land

4.2.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Altenburger Land standen in 2022/2023 314 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 38 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 9 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Altenburger Land im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	579	239	818	29%	21%
2022 / 2023	512	314	826	38%	27%
Entwicklung	-67	75	8	9%	6%

Tabelle 12: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Altenburger Land

4.2.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Altenburger Land einen Wert von **rd. 1,77 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 5 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Altenburger Land im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	90.650	87.807	-2.843	-3%
Verkaufsfläche in qm	169.190	155.385	-13.805	-8%
Verkaufsflächendichte	1,87	1,77	-0,10	-5%

Tabelle 13: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Altenburger Land

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Altenburger Land in einem durchschnittlichen Bereich.

4.3 Landkreis Eichsfeld

4.3.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Eichsfeld befinden sich in den Mittelzentren Heilbad Heiligenstadt und Leinefelde-Worbis (zusammen rd. 94.700 qm VKF) sowie in den Grundzentren Sonnenstein, Breitenworbis, Niederorschel, Dingelstädt, Küllstedt, Schimberg, Uder, Arenshausen und Teistungen (zusammen rd. 31.500 qm VKF). In diesen Orten befinden sich rd. 92 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

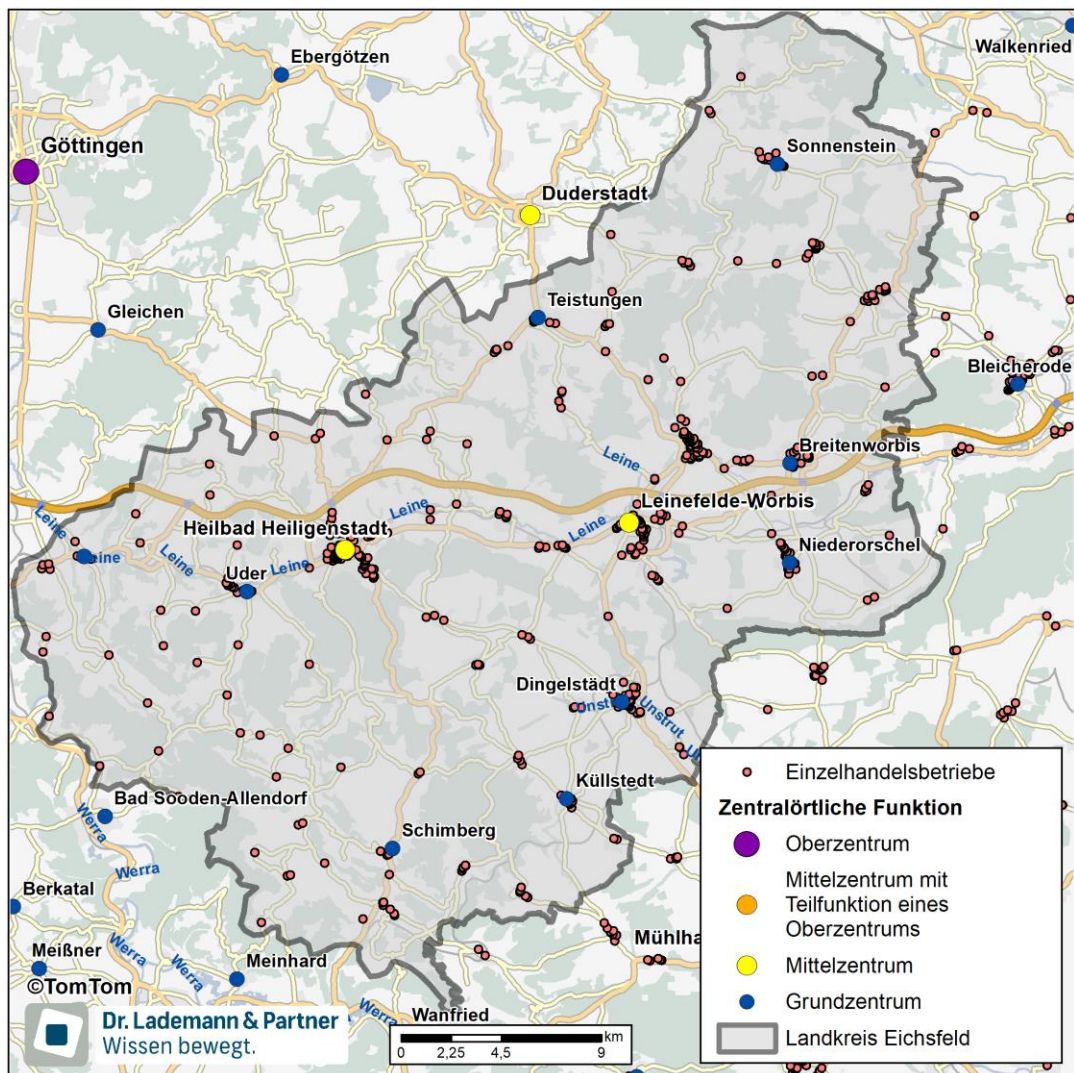


Abbildung 18: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Eichsfeld

4.3.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Eichsfeld in 654 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene¹⁷ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 137.200 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Zunahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Zunahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Zuwachs von rd. 14 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 27 %). Diese Entwicklungen sind vor allem auf den starken Verkaufsfächenzuwachs im Mittelzentrum Leinefelde-Worbis zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Eichsfeld im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017/2018	Verkaufsfläche 2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	54.340	52.315	-2.025	-4%	0%
mittelfristiger Bedarf	23.710	29.995	6.285	27%	7%
langfristiger Bedarf	57.485	54.870	-2.615	-5%	-8%
Gesamt	135.535	137.180	1.645	1%	-2%

Tabelle 14: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Eichsfeld

Anzahl der Betriebe im Landkreis Eichsfeld im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017/2018	Anzahl Betriebe 2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	329	323	-6	-2%	-10%
mittelfristiger Bedarf	146	141	-5	-3%	-7%
langfristiger Bedarf	167	190	23	14%	-18%
Gesamt	642	654	12	2%	-12%

Tabelle 15: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Eichsfeld

4.3.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 54.870 qm; 40 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 52.300 qm entfallen rd. 38 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 49 %.
- Mit rd. 30.000 qm entfallen rd. 22 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 22 %.

¹⁷ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 40 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 54.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 29 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Eichsfeld

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	242	37%	44.750	33%	31%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	6	1%	2.970	2%	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	35	5%	1.900	1%	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	40	6%	2.695	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	323	49%	52.315	38%	37%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	55	8%	14.570	11%	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	14	2%	2.455	2%	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	13	2%	1.845	1%	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	23	4%	2.465	2%	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	6	1%	1.435	1%	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	30	5%	7.225	5%	6%
mittelfristiger Bedarf	141	22%	29.995	22%	21%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	26	4%	1.060	1%	1%
<i>Elektrobedarf</i>	20	3%	2.415	2%	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	42	6%	5.675	4%	3%
<i>Möbel</i>	14	2%	11.430	8%	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	84	13%	33.190	24%	20%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	4	1%	1.100	1%	1%
langfristiger Bedarf	190	29%	54.870	40%	42%
Gesamt	654	100%	137.180	100%	100%

Tabelle 16: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Eichsfeld

4.3.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Eichsfeld standen in 2022/2023 125 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 16 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 von unter 1 %-Punkt.

Leerstände im Landkreis Eichsfeld im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	642	118	760	16%	21%
2022 / 2023	654	125	779	16%	27%
Entwicklung	12	7	19	1%	6%

Tabelle 17: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Eichsfeld

4.3.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Eichsfeld einen Wert von **rd. 1,38 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Eichsfeld im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	100.645	99.324	-1.321	-1%
Verkaufsfläche in qm	135.535	137.180	1.645	1%
Verkaufsflächendichte	1,35	1,38	0,03	3%

Tabelle 18: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Eichsfeld

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Eichsfeld in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

4.4 Landkreis Gotha

4.4.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Gotha befinden sich im Mittelzentrum Gotha (rd. 111.700 qm VKF) und in den Grundzentren Ohrdruf, Tambach-Dietharz, Friedrichroda, Bad Tabarz, Waltershausen und Nesse-Apfelstädt (zusammen rd. 49.600 qm VKF). In diesen Orten befinden sich rd. 86 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

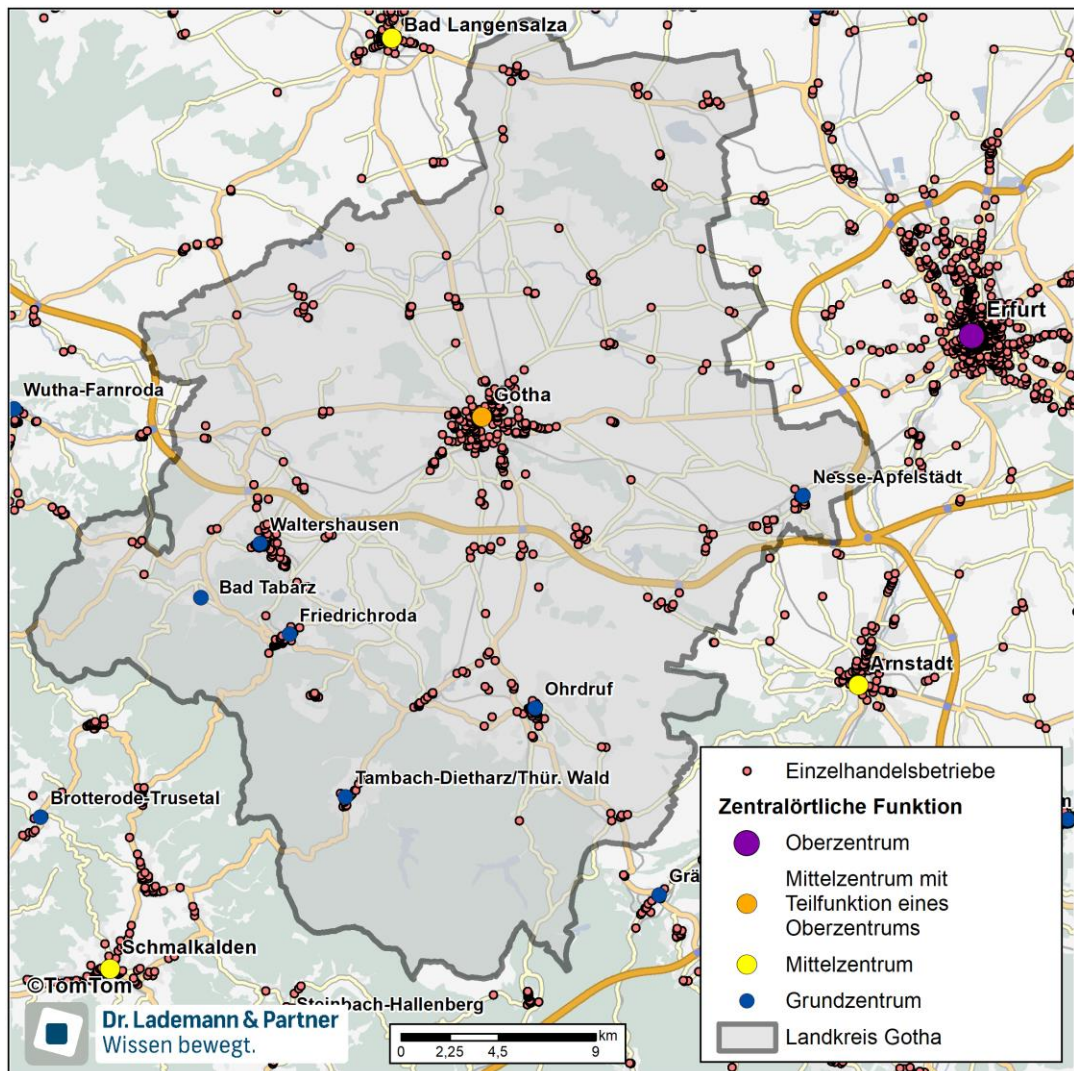


Abbildung 19: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Gotha

4.4.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Gotha in 712 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene¹⁸ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 188.600 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 21 %. Auch die Verkaufsfläche ist in diesem Segment am stärksten gesunken (rd. 16 %). Diese Entwicklungen resultieren vor allem aus dem starken Verkaufsflächenrückgang im Mittelzentrum Gotha.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Gotha im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	84.405	83.721	-684	-1%	0%
mittelfristiger Bedarf	41.830	44.560	2.730	7%	7%
langfristiger Bedarf	71.545	60.275	-11.270	-16%	-8%
Gesamt	197.780	188.556	-9.224	-5%	-2%

Tabelle 19: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Gotha

Anzahl der Betriebe im Landkreis Gotha im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	432	360	-72	-17%	-10%
mittelfristiger Bedarf	191	175	-16	-8%	-7%
langfristiger Bedarf	224	177	-47	-21%	-18%
Gesamt	847	712	-135	-16%	-12%

Tabelle 20: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Gotha

4.4.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf entfällt (rd. 83.700 qm; 44 %).

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 83.700 qm entfallen rd. 44 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 51 %.
- Mit rd. 44.600 qm entfallen rd. 24 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 32 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 60.300 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 25 %.

¹⁸ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Gotha

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	266	37%	72.461	38%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	7	1%	4.590	2%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	47	7%	2.170	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	40	6%	4.500	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	360	51%	83.721	44%	37%
Bekleidung/Wäsche	85	12%	20.680	11%	9%
Schuhe, Lederwaren	21	3%	4.863	3%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	22	3%	5.065	3%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	14	2%	1.770	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	6	1%	1.242	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	27	4%	10.940	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	175	25%	44.560	24%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	40	6%	1.770	1%	1%
Elektrobedarf	32	4%	3.636	2%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	16	2%	6.185	3%	3%
Möbel	18	3%	14.790	8%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	56	8%	32.534	17%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	15	2%	1.360	1%	1%
langfristiger Bedarf	177	25%	60.275	32%	42%
Gesamt	712	100%	188.556	100%	100%

Tabelle 21: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Gotha

4.4.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Gotha standen in 2022/2023 283 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 28 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 5 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Gotha im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	847	253	1100	23%	21%
2022 / 2023	712	283	995	28%	27%
Entwicklung	-135	30	-105	5%	6%

Tabelle 22: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Gotha

4.4.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Gotha einen Wert von **rd. 1,41 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Gotha im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	135.521	133.825	-1.696	-1%
Verkaufsfläche in qm	197.780	188.556	-9.224	-5%
Verkaufsflächendichte	1,46	1,41	-0,05	-3%

Tabelle 23: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Gotha

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Gotha in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

4.5 Landkreis Greiz

4.5.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Greiz befinden sich in den Mittelzentren Zeulenroda-Triebes und Greiz (zusammen rd. 71.500 qm) sowie in den Grundzentren Bad Köstritz, Münchenbernsdorf, Auma-Weidatal, Weida, Berga/Elster und Ronneburg (zusammen rd. 33.685 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 76 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

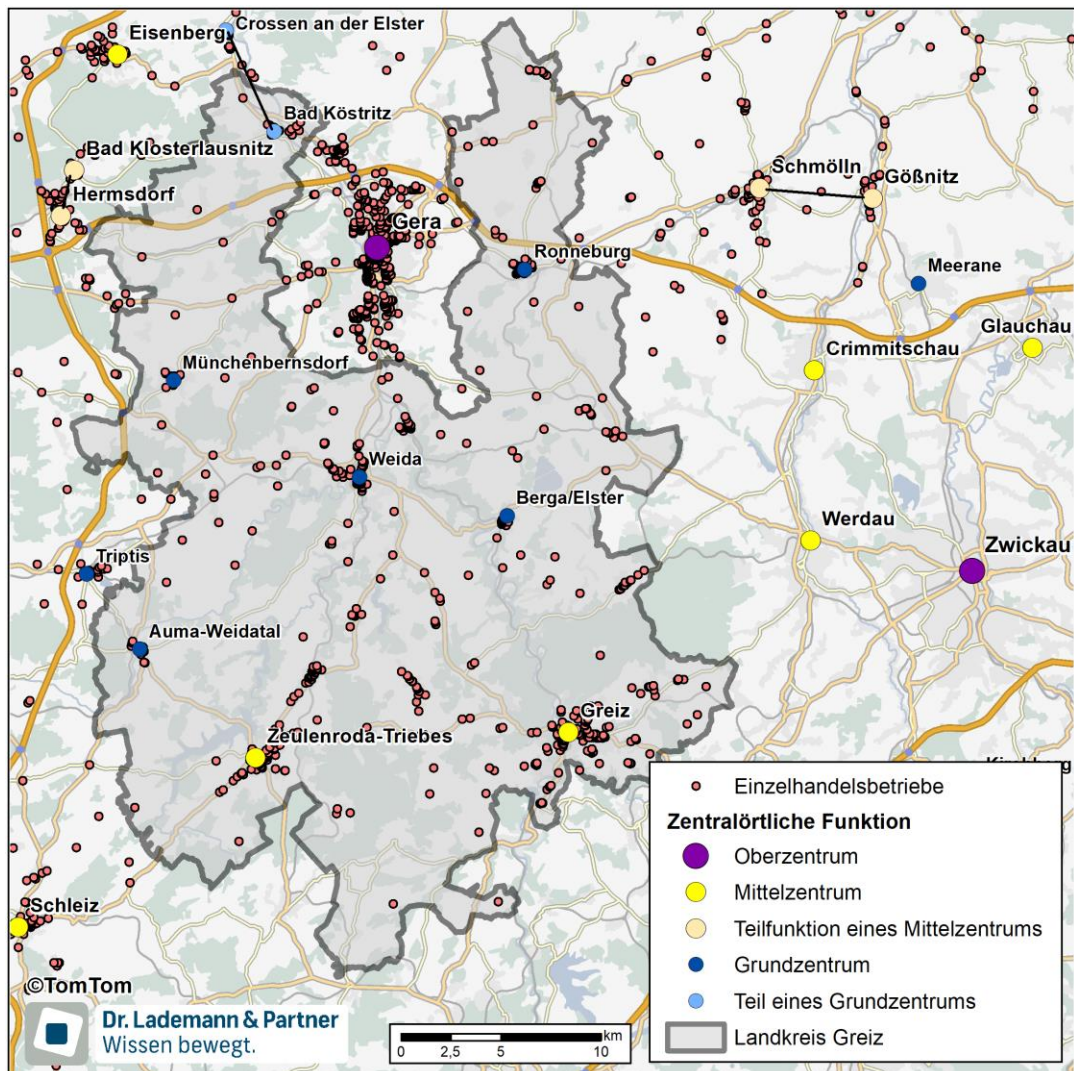


Abbildung 20: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Greiz

4.5.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Greiz in 713 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene¹⁹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 138.300 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 12 %. Hier ist auch die Verkaufsfläche am stärksten gesunken (rd. 9 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Greiz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	56.905	57.665	760	1%	0%
mittelfristiger Bedarf	16.855	20.005	3.150	19%	7%
langfristiger Bedarf	66.310	60.610	-5.700	-9%	-8%
Gesamt	140.070	138.280	-1.790	-1%	-2%

Tabelle 24: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Greiz

Anzahl der Betriebe im Landkreis Greiz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	393	375	-18	-5%	-10%
mittelfristiger Bedarf	163	168	5	3%	-7%
langfristiger Bedarf	193	170	-23	-12%	-18%
Gesamt	749	713	-36	-5%	-12%

Tabelle 25: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Greiz

4.5.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 60.600 qm; 44 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 57.700 qm entfallen rd. 42 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 53 %.
- Mit rd. 20.000 qm entfallen rd. 14 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 24 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 44 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 60.600 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 24 %.

¹⁹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Greiz

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	285	40%	50.200	36%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	8	1%	3.385	2%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	39	5%	1.855	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	43	6%	2.225	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	375	53%	57.665	42%	37%
Bekleidung/Wäsche	58	8%	7.530	5%	9%
Schuhe, Lederwaren	15	2%	2.125	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	23	3%	1.870	1%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	28	4%	1.840	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	9	1%	465	0%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	35	5%	6.175	4%	6%
mittelfristiger Bedarf	168	24%	20.005	14%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	26	4%	1.045	1%	1%
Elektrobedarf	27	4%	1.960	1%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	28	4%	4.370	3%	3%
Möbel	14	2%	19.955	14%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	73	10%	33.185	24%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	2	0%	95	0%	1%
langfristiger Bedarf	170	24%	60.610	44%	42%
Gesamt	713	100%	138.280	100%	100%

Tabelle 26: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Greiz

4.5.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Greiz standen in 2022/2023 298 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 29 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 1 %-Punkt.

Leerstände im Landkreis Greiz im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	749	294	1.043	28%	21%
2022 / 2023	713	298	1.011	29%	27%
Entwicklung	-36	4	-32	1%	6%

Tabelle 27: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Greiz

4.5.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Greiz einen Wert von **rd. 1,44 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Greiz im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	99.275	96.102	-3.173	-3%
Verkaufsfläche in qm	140.070	138.280	-1.790	-1%
Verkaufsflächendichte	1,41	1,44	0,03	2%

Tabelle 28: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Greiz

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Greiz in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

4.6 Landkreis Hildburghausen

4.6.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Hildburghausen befinden sich im Mittelzentrum Hildburghausen (rd. 39.865 qm) und in den Grundzentren Schleusegrund, Schleusingen, Themar, Eisfeld, Römhild und Heldburg (zusammen rd. 59.585 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 58 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

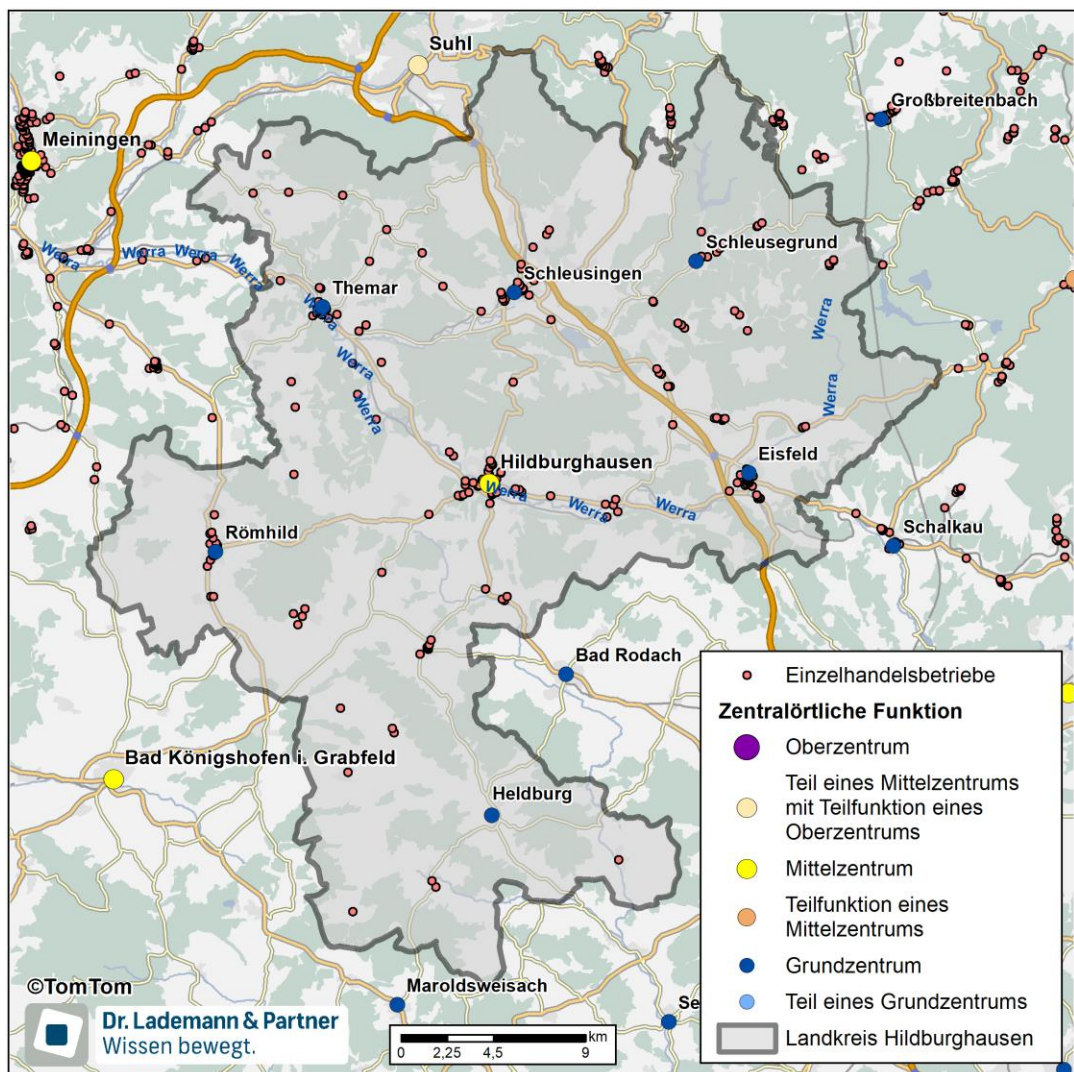


Abbildung 21: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Hildburghausen

4.6.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Hildburghausen in 351 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁰ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 103.000 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurz- und langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von jeweils rd. 17 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 11 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	46.105	41.190	-4.915	-11%	0%
mittelfristiger Bedarf	15.100	19.180	4.080	27%	7%
langfristiger Bedarf	46.150	42.590	-3.560	-8%	-8%
Gesamt	107.355	102.960	-4.395	-4%	-2%

Tabelle 29: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Hildburghausen

Anzahl der Betriebe im Landkreis Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	224	187	-37	-17%	-10%
mittelfristiger Bedarf	90	81	-9	-10%	-7%
langfristiger Bedarf	100	83	-17	-17%	-18%
Gesamt	414	351	-63	-15%	-12%

Tabelle 30: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Hildburghausen

4.6.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 42.600 qm; 41 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 41.200 qm entfallen rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 53 %.
- Mit rd. 19.200 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 23 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 41 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 42.600 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 24 %.

²⁰ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Hildburghausen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	136	39%	35.460	34%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	3	1%	2.020	2%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	20	6%	830	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	28	8%	2.880	3%	2%
kurzfristiger Bedarf	187	53%	41.190	40%	37%
Bekleidung/Wäsche	35	10%	8.175	8%	9%
Schuhe, Lederwaren	4	1%	1.225	1%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	8	2%	1.245	1%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	7	2%	670	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	4	1%	470	0%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	23	7%	7.395	7%	6%
mittelfristiger Bedarf	81	23%	19.180	19%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	12	3%	520	1%	1%
Elektrobedarf	17	5%	1.815	2%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	13	4%	2.585	3%	3%
Möbel	10	3%	15.080	15%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	31	9%	22.590	22%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%	1%
langfristiger Bedarf	83	24%	42.590	41%	42%
Gesamt	351	100%	102.960	100%	100%

Tabelle 31: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Hildburghausen

4.6.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Hildburghausen standen in 2022/2023 64 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 15 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 7 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	414	40	454	9%	21%
2022 / 2023	351	64	415	15%	27%
Entwicklung	-63	24	-39	7%	6%

Tabelle 32: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Hildburghausen

4.6.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Hildburghausen einen Wert von **rd. 1,66 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 1 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	63.923	62.089	-1.834	-3%
Verkaufsfläche in qm	107.355	102.960	-4.395	-4%
Verkaufsflächendichte	1,68	1,66	-0,02	-1%

Tabelle 33: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Hildburghausen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Hildburghausen in einem leicht unterdurchschnittlichen Bereich.

4.7 Landkreis Ilm-Kreis

4.7.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Ilm-Kreis befinden sich in den Mittelzentren Arnstadt und Ilmenau (zusammen rd. 139.320 qm) sowie in den Grundzentren Stadtilm, Geratal und Großbreitenbach (zusammen rd. 21.805 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 95 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

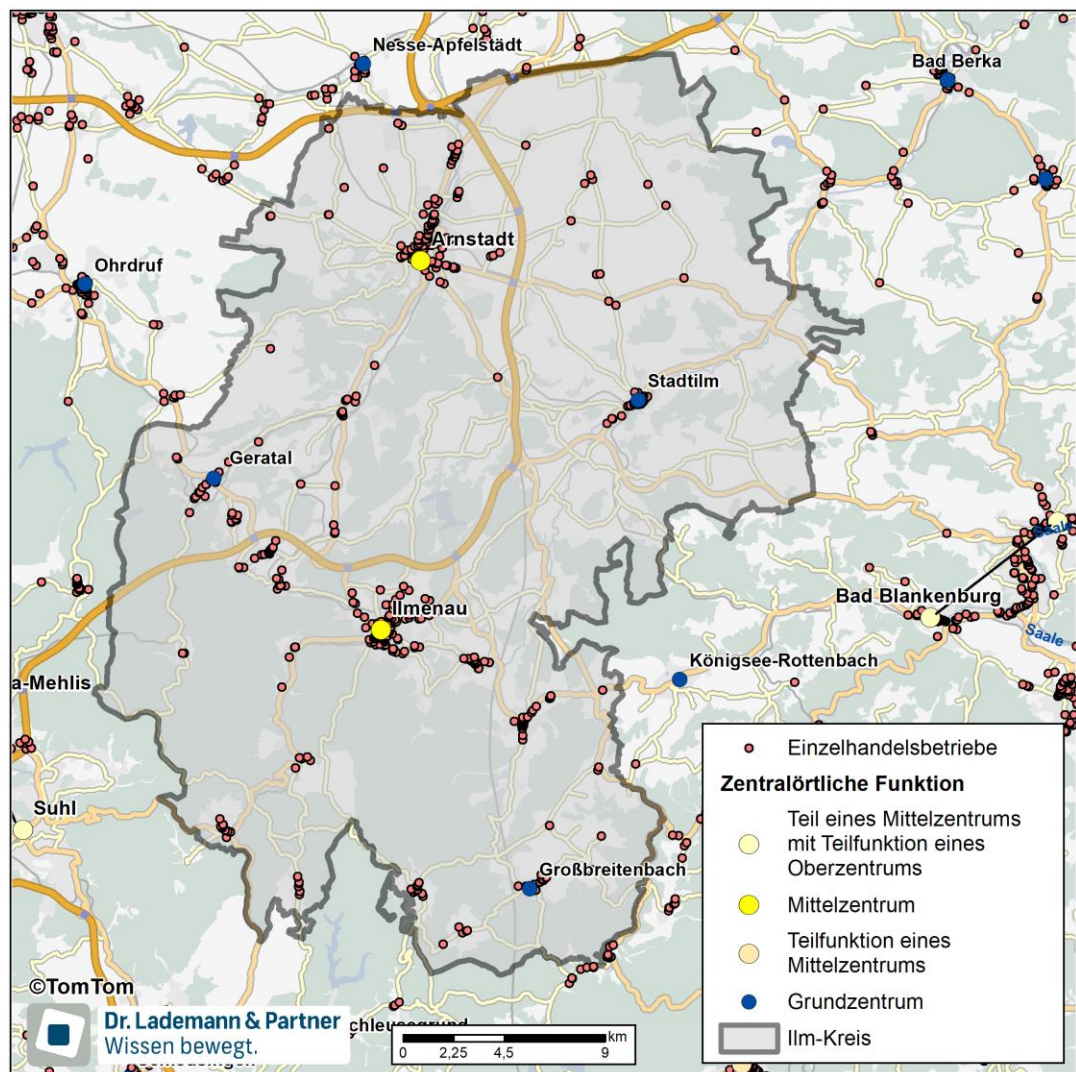


Abbildung 22: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Ilm-Kreis

4.7.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Ilm-Kreis in 150 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²¹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 168.800 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 18 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 14 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Ilm-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	65.345	66.560	1.215	2%	0%
mittelfristiger Bedarf	27.815	31.770	3.955	14%	7%
langfristiger Bedarf	72.160	70.420	-1.740	-2%	-8%
Gesamt	165.320	168.750	3.430	2%	-2%

Tabelle 34: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Ilm-Kreis

Anzahl der Betriebe im Landkreis Ilm-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	330	311	-19	-6%	-10%
mittelfristiger Bedarf	168	155	-13	-8%	-7%
langfristiger Bedarf	197	162	-35	-18%	-18%
Gesamt	695	628	-67	-10%	-12%

Tabelle 35: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Ilm-Kreis

4.7.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 70.400 qm; 42 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 66.600 qm entfallen rd. 39 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei 50 %.
- Mit rd. 31.800 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 70.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

²¹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Ilm-Kreis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	233	37%	57.045	34%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	10	2%	4.520	3%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	33	5%	1.760	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	35	6%	3.235	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	311	50%	66.560	39%	37%
Bekleidung/Wäsche	52	8%	10.750	6%	9%
Schuhe, Lederwaren	15	2%	3.400	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	16	3%	5.120	3%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	25	4%	2.275	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	7	1%	655	0%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	40	6%	9.570	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	155	25%	31.770	19%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	27	4%	1.545	1%	1%
Elektrobedarf	30	5%	5.530	3%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	23	4%	3.930	2%	3%
Möbel	18	3%	21.500	13%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	49	8%	35.205	21%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	15	2%	2.710	2%	1%
langfristiger Bedarf	162	26%	70.420	42%	42%
Gesamt	628	100%	168.750	100%	100%

Tabelle 36: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Ilm-Kreis

4.7.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Ilm-Kreis standen in 2022/2023 270 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 30 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 7 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Ilm-Kreis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	695	204	899	23%	21%
2022 / 2023	628	270	898	30%	27%
Entwicklung	-67	66	-1	7%	6%

Tabelle 37: Entwicklung der Leerstandssituation im Ilm-Kreis

4.7.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Ilm-Kreis einen Wert von **rd. 1,60 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 5 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Ilm-Kreis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	108.830	105.367	-3.463	-3%
Verkaufsfläche in qm	165.320	168.750	3.430	2%
Verkaufsflächendichte	1,52	1,60	0,08	5%

Tabelle 38: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Ilm-Kreis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Ilm-Kreis in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

4.8 Landkreis Kyffhäuserkreis

4.8.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Kyffhäuserkreis befinden sich in den Mittelzentren Sondershausen und Artern/Unstrut sowie in den Grundzentren Roßleben-Wiehe, An der Schmücke, Bad Frankenhausen/Kyffhäuser, Greußen und Ebeleben (zusammen rd. 61.285 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 99 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

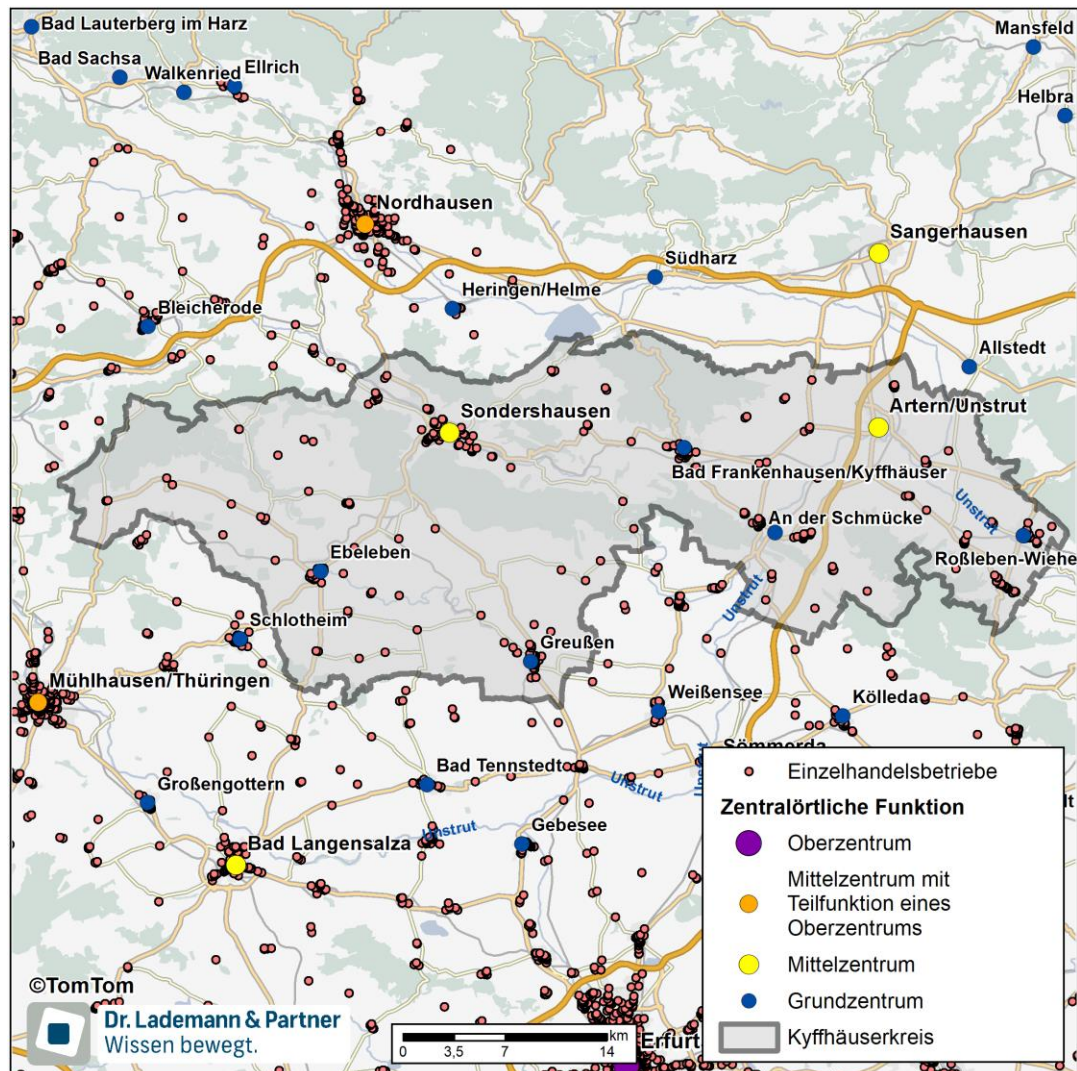


Abbildung 23: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Kyffhäuserkreis

4.8.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Kyffhäuserkreis in 460 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²² **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 122.300 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 25 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 13 %). Diese Entwicklungen sind vor allem auf starke Verkaufsflächenrückgänge in dem Mittelzentrum Artern/Unstrut und in den Grundzentren An der Schmücke und Bad Frankenhausen/Kyffhäuser zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Kyffhäuserkreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	51.730	49.280	-2.450	-5%	0%
mittelfristiger Bedarf	18.405	19.860	1.455	8%	7%
langfristiger Bedarf	60.895	53.110	-7.785	-13%	-8%
Gesamt	131.030	122.250	-8.780	-7%	-2%

Tabelle 39: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Kyffhäuserkreis

Anzahl der Betriebe im Landkreis Kyffhäuserkreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	279	238	-41	-15%	-10%
mittelfristiger Bedarf	122	113	-9	-7%	-7%
langfristiger Bedarf	146	109	-37	-25%	-18%
Gesamt	547	460	-87	-16%	-12%

Tabelle 40: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Kyffhäuserkreis

4.8.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 53.100 qm; 43 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 49.300 qm entfallen rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 52 %.
- Mit rd. 19.900 qm entfallen rd. 16 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.

²² Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 43 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 53.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 24 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Kyffhäuserkreis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	172	37%	42.830	35%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	6	1%	2.200	2%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	31	7%	1.185	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	29	6%	3.065	3%	2%
kurzfristiger Bedarf	238	52%	49.280	40%	37%
Bekleidung/Wäsche	42	9%	7.270	6%	9%
Schuhe, Lederwaren	12	3%	2.830	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	15	3%	1.445	1%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	11	2%	675	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	6	1%	720	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	27	6%	6.920	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	113	25%	19.860	16%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	19	4%	835	1%	1%
Elektrobedarf	20	4%	3.380	3%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	17	4%	3.020	2%	3%
Möbel	8	2%	9.845	8%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	43	9%	35.795	29%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	2	0%	235	0%	1%
langfristiger Bedarf	109	24%	53.110	43%	42%
Gesamt	460	100%	122.250	100%	100%

Tabelle 41: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Kyffhäuserkreis

4.8.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Kyffhäuserkreis standen in 2022/2023 236 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 34 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 9 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Kyffhäuserkreis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	547	181	728	25%	21%
2022 / 2023	460	236	696	34%	27%
Entwicklung	-87	55	-32	9%	6%

Tabelle 42: Entwicklung der Leerstandssituation im Kyffhäuserkreis

4.8.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Kyffhäuserkreis einen Wert von **rd. 1,68 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Kyffhäuserkreis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	75.818	72.964	-2.854	-4%
Verkaufsfläche in qm	131.030	122.250	-8.780	-7%
Verkaufsflächendichte	1,73	1,68	-0,05	-3%

Tabelle 43: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Kyffhäuserkreis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Kyffhäuserkreis in einem leicht unterdurchschnittlichen Bereich.

4.9 Landkreis Nordhausen

4.9.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Nordhausen befinden sich im Mittelzentrum Nordhausen sowie in den Grundzentren Heringen/Helme, Bleicherode und Ellrich (zusammen rd. 26.375 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 91 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

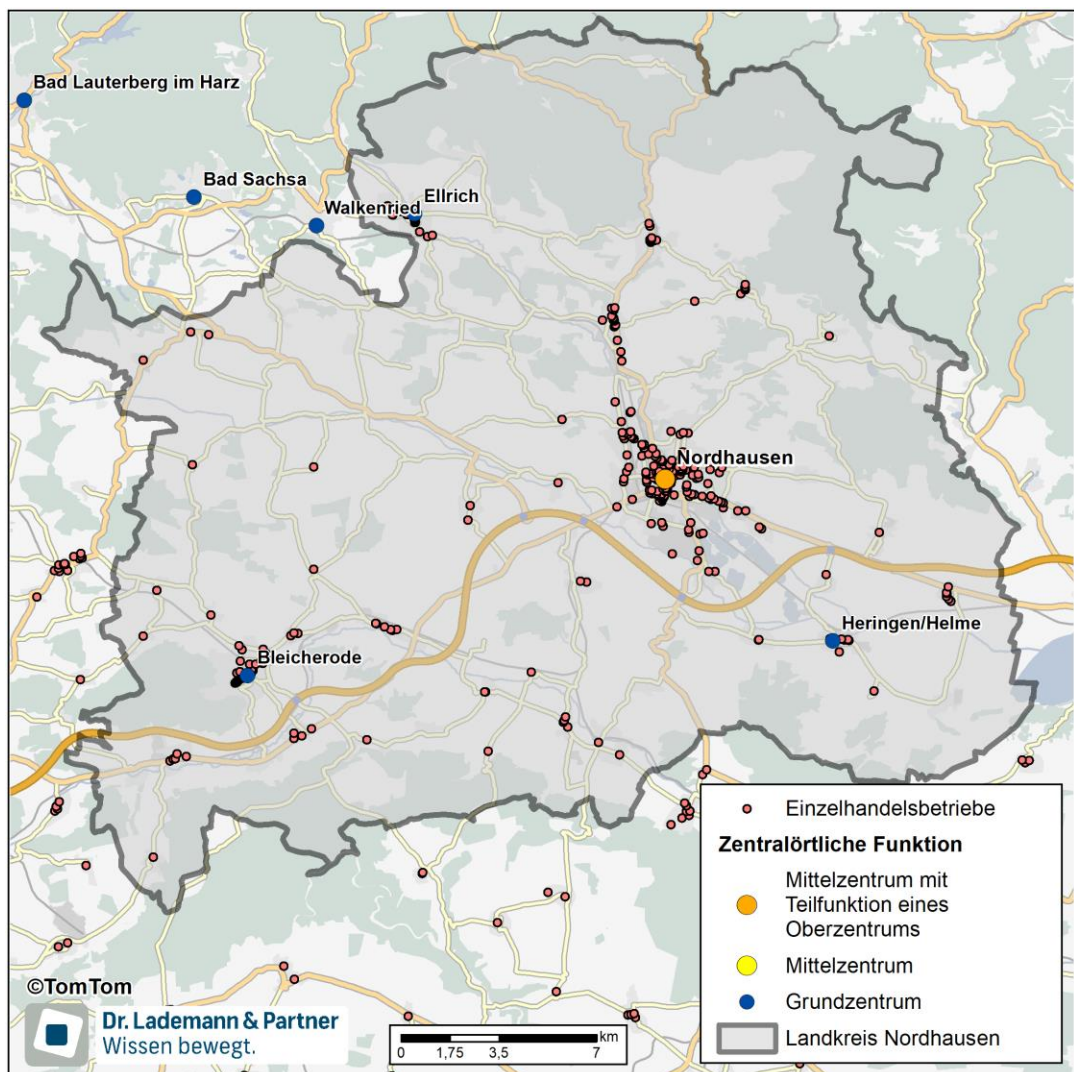


Abbildung 24: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Nordhausen

4.9.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Nordhausen in 441 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²³ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 153.900 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 23 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 9 %). Diese Entwicklungen sind u.a. auf Verkaufsflächenrückgänge im Mittelzentrum Nordhausen zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017/2018	Verkaufsfläche 2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	60.255	58.330	-1.925	-3%	0%
mittelfristiger Bedarf	32.400	32.660	260	1%	7%
langfristiger Bedarf	69.090	62.940	-6.150	-9%	-8%
Gesamt	161.745	153.930	-7.815	-5%	-2%

Tabelle 44: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Nordhausen

Anzahl der Betriebe im Landkreis Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017/2018	Anzahl Betriebe 2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	254	232	-22	-9%	-10%
mittelfristiger Bedarf	133	111	-22	-17%	-7%
langfristiger Bedarf	128	98	-30	-23%	-18%
Gesamt	515	441	-74	-14%	-12%

Tabelle 45: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Nordhausen

4.9.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 62.900 qm; 41 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 58.300 qm entfallen rd. 38 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 53 %.
- Mit rd. 32.700 qm entfallen rd. 21 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.

²³ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 41 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 62.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 22 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Nordhausen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	161	37%	47.570	31%	31%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	7	2%	5.440	4%	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	34	8%	1.590	1%	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	30	7%	3.730	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	232	53%	58.330	38%	37%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	44	10%	13.670	9%	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	10	2%	3.565	2%	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	11	2%	3.225	2%	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	18	4%	1.945	1%	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	4	1%	1.310	1%	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	24	5%	8.945	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	111	25%	32.660	21%	21%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	22	5%	1.155	1%	1%
<i>Elektrobedarf</i>	21	5%	4.650	3%	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	11	2%	4.260	3%	3%
<i>Möbel</i>	17	4%	23.140	15%	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	22	5%	29.330	19%	20%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	5	1%	405	0%	1%
langfristiger Bedarf	98	22%	62.940	41%	42%
Gesamt	441	100%	153.930	100%	100%

Tabelle 46: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Nordhausen

4.9.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Nordhausen standen in 2022/2023 125 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 22 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 8 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	515	85	600	14%	21%
2022 / 2023	441	125	566	22%	27%
Entwicklung	-74	40	-34	8%	6%

Tabelle 47: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Nordhausen

4.9.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Nordhausen einen Wert von **rd. 1,88 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 1 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	84.697	81.687	-3.010	-4%
Verkaufsfläche in qm	161.745	153.930	-7.815	-5%
Verkaufsflächendichte	1,91	1,88	-0,03	-1%

Tabelle 48: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Nordhausen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Nordhausen in einem überdurchschnittlichen Bereich.

4.10 Landkreis Saale-Holzland-Kreis

4.10.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Saale-Holzland-Kreis befinden sich in den Mittelzentren Eisenberg, Bad Klosterlausnitz, Hermisdorf und Stadtroda (zusammen rd. 65.005 qm) sowie in den Grundzentren Crossen an der Elster, Dornburg-Camburg, Bürgel und Kahla (zusammen rd. 24.150 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 81 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

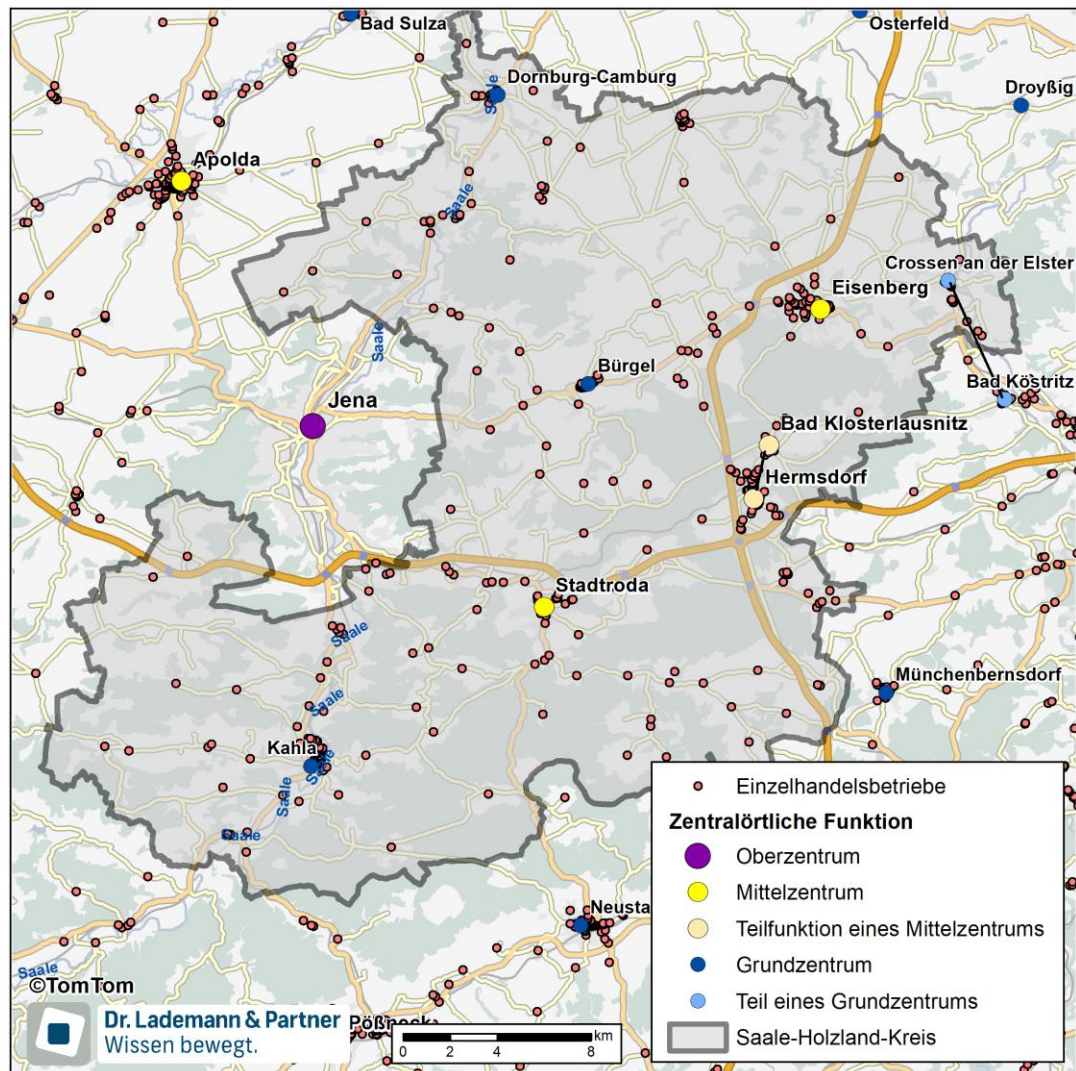


Abbildung 25: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

4.10.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Saale-Holzland-Kreis in 490 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁴ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 110.300 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 11 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 6 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Saale-Holzland-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	48.565	45.455	-3.110	-6%	0%
mittelfristiger Bedarf	16.740	19.425	2.685	16%	7%
langfristiger Bedarf	47.930	45.375	-2.555	-5%	-8%
Gesamt	113.235	110.255	-2.980	-3%	-2%

Tabelle 49: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

Anzahl der Betriebe im Landkreis Saale-Holzland-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	266	240	-26	-10%	-10%
mittelfristiger Bedarf	130	123	-7	-5%	-7%
langfristiger Bedarf	143	127	-16	-11%	-18%
Gesamt	539	490	-49	-9%	-12%

Tabelle 50: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

4.10.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf entfällt (rd. 45.500 qm; 41 %).

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 45.500 qm entfallen rd. 41 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 49 %.
- Mit rd. 19.400 qm entfallen rd. 18 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt ebenfalls über einen Anteil von rd. 41 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 45.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

²⁴ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	169	34%	39.255	36%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	6	1%	3.010	3%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	29	6%	1.390	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	36	7%	1.800	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	240	49%	45.455	41%	37%
Bekleidung/Wäsche	44	9%	6.640	6%	9%
Schuhe, Lederwaren	11	2%	1.095	1%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	16	3%	1.270	1%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	14	3%	1.450	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	1	0%	20	0%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	37	8%	8.950	8%	6%
mittelfristiger Bedarf	123	25%	19.425	18%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	15	3%	560	1%	1%
Elektrobedarf	19	4%	2.295	2%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	21	4%	3.360	3%	3%
Möbel	17	3%	18.470	17%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	37	8%	19.215	17%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	18	4%	1.475	1%	1%
langfristiger Bedarf	127	26%	45.375	41%	42%
Gesamt	490	100%	110.255	100%	100%

Tabelle 51: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

4.10.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Saale-Holzland-Kreis standen in 2022/2023 166 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 25 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 2 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Saale-Holzland-Kreis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	539	164	703	23%	21%
2022 / 2023	490	166	656	25%	27%
Entwicklung	-49	2	-47	2%	6%

Tabelle 52: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

4.10.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Saale-Holzland-Kreis einen Wert von **rd. 1,34 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Saale-Holzland-Kreis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	82.990	82.513	-477	-1%
Verkaufsfläche in qm	113.235	110.255	-2.980	-3%
Verkaufsflächendichte	1,36	1,34	-0,03	-2%

Tabelle 53: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Saale-Holzland-Kreis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Saale-Holzland-Kreis in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

4.11 Landkreis Saale-Orla-Kreis

4.11.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Saale-Orla-Kreis befinden sich in den Mittelzentren Pößneck, Schleiz und Bad Lobenstein (zusammen rd. 77.250 qm) sowie in den Grundzentren Triptis, Neustadt an der Orla, Tanna/Gefell/Hirschberg und Saalburg-Ebersdorf (zusammen rd. 28.175 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 92 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

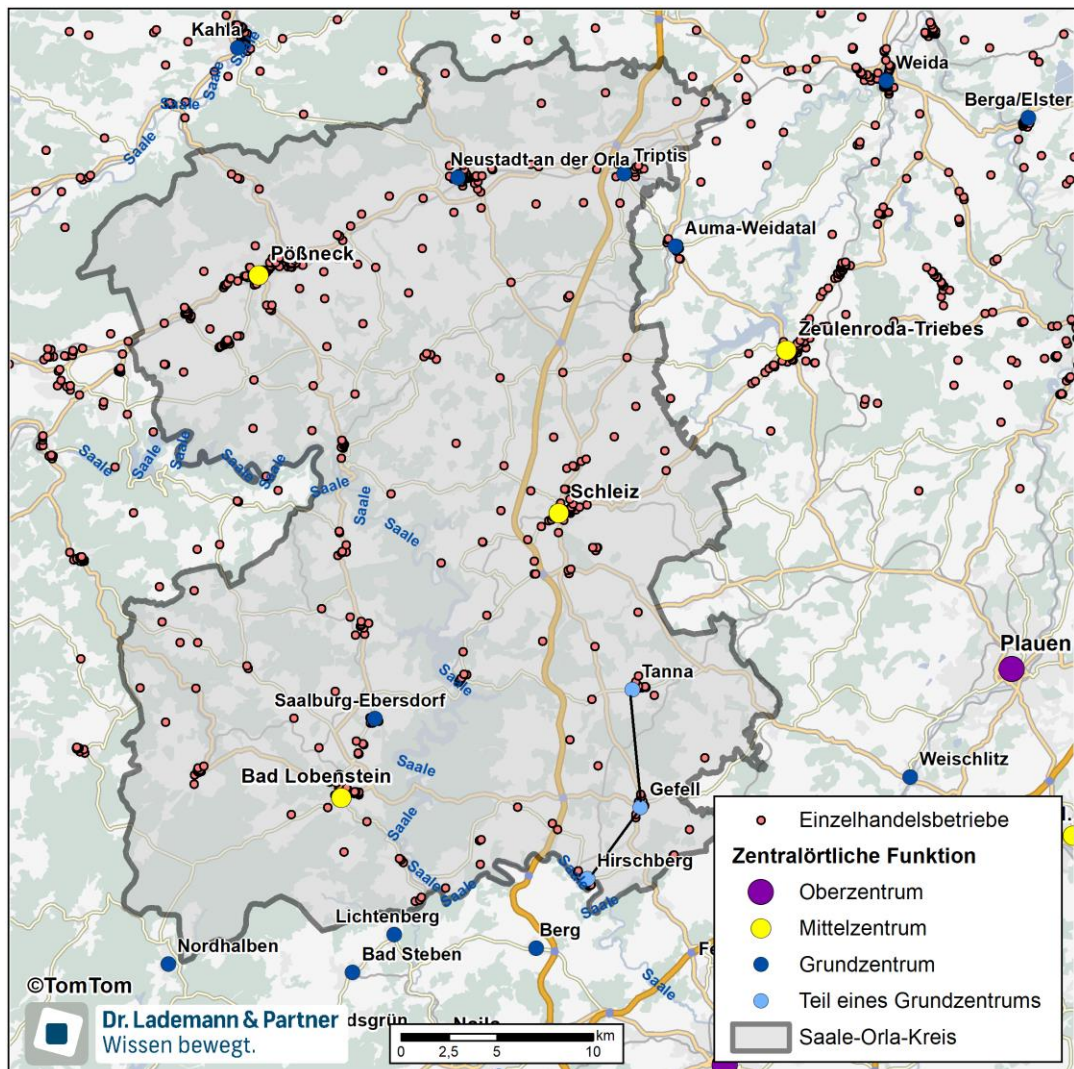


Abbildung 26: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Saale-Orla-Kreis

4.11.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Saale-Orla-Kreis in 529 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁵ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 114.800 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 24 %. Hier ist auch die Verkaufsfläche am stärksten gesunken (rd. 17 %). Diese Entwicklungen sind vor allem auf Verkaufsflächenrückgänge in den Mittelzentren Schleiz, Pößneck und Bad Lobenstein zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Saale-Orla-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017/2018	Verkaufsfläche 2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	51.355	48.415	-2.940	-6%	0%
mittelfristiger Bedarf	20.470	26.225	5.755	28%	7%
langfristiger Bedarf	48.415	40.115	-8.300	-17%	-8%
Gesamt	120.240	114.755	-5.485	-5%	-2%

Tabelle 54: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Saale-Orla-Kreis

Anzahl der Betriebe im Landkreis Saale-Orla-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017/2018	Anzahl Betriebe 2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	324	274	-50	-15%	-10%
mittelfristiger Bedarf	138	123	-15	-11%	-7%
langfristiger Bedarf	174	132	-42	-24%	-18%
Gesamt	636	529	-107	-17%	-12%

Tabelle 55: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Saale-Orla-Kreis

4.11.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 48.400 qm; 42 %) entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 48.400 qm entfallen rd. 42 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei 52 %.
- Mit rd. 26.200 qm entfallen rd. 23 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 23 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 40.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 25 %.

²⁵ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Saale-Orla-Kreis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	202	38%	38.950	34%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	5	1%	3.630	3%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	37	7%	1.685	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	30	6%	4.150	4%	2%
kurzfristiger Bedarf	274	52%	48.415	42%	37%
Bekleidung/Wäsche	45	9%	10.210	9%	9%
Schuhe, Lederwaren	7	1%	1.810	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	14	3%	1.235	1%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	24	5%	1.535	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	4	1%	560	0%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	29	5%	10.875	9%	6%
mittelfristiger Bedarf	123	23%	26.225	23%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	20	4%	810	1%	1%
Elektrobedarf	23	4%	2.170	2%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	23	4%	3.145	3%	3%
Möbel	12	2%	7.130	6%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	52	10%	26.805	23%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	2	0%	55	0%	1%
langfristiger Bedarf	132	25%	40.115	35%	42%
Gesamt	529	100%	114.755	100%	100%

Tabelle 56: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Saale-Orla-Kreis

4.11.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Saale-Orla-Kreis standen in 2022/2023 305 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 37 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 7 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Saale-Orla-Kreis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	636	264	900	29%	21%
2022 / 2023	529	305	834	37%	27%
Entwicklung	-107	41	-66	7%	6%

Tabelle 57: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Saale-Orla-Kreis

4.11.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** einen Wert von **rd. 1,45 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Saale-Orla-Kreis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	81.501	79.030	-2.471	-3%
Verkaufsfläche in qm	120.240	114.755	-5.485	-5%
Verkaufsflächendichte	1,48	1,45	-0,02	-2%

Tabelle 58: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Saale-Orla-Kreis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Saale-Orla-Kreis in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

4.12 Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

4.12.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt befinden sich in den Mittelzentren Rudolstadt, Bad Blankenburg und Saalfeld/Saale (zusammen rd. 120.080 qm) sowie in den Grundzentren Königsee, Schwarzatal und Probstzella (zusammen rd. 10.280 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 78 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

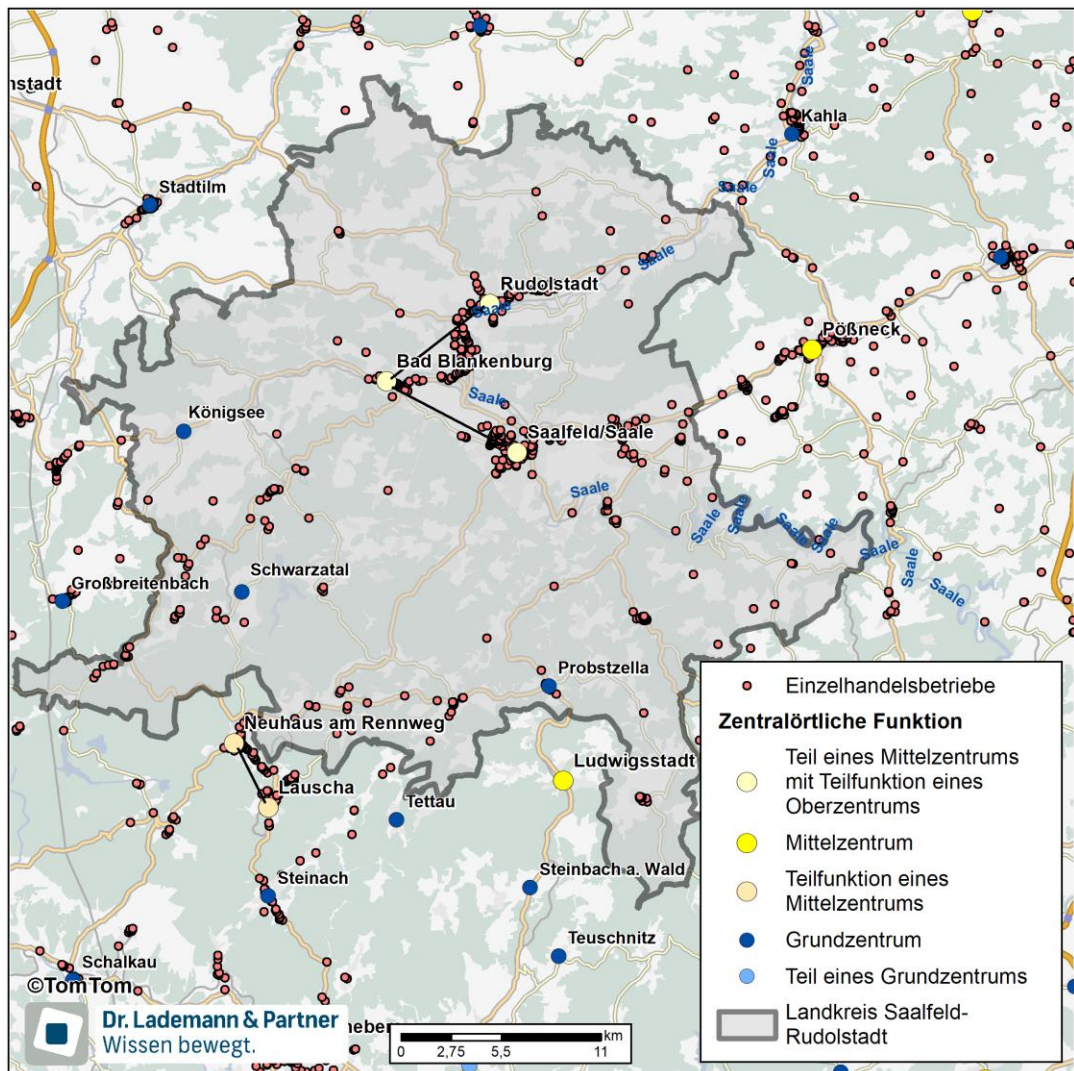


Abbildung 27: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

4.12.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Saalfeld-Rudolstadt in 690 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁶ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 168.000 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 24 %. Hier ist auch die Verkaufsfläche am stärksten gesunken (rd. 8 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	70.010	66.735	-3.275	-5%	0%
mittelfristiger Bedarf	29.745	32.955	3.210	11%	7%
langfristiger Bedarf	73.950	68.280	-5.670	-8%	-8%
Gesamt	173.705	167.970	-5.735	-3%	-2%

Tabelle 59: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

Anzahl der Betriebe im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	410	348	-62	-15%	-10%
mittelfristiger Bedarf	209	181	-28	-13%	-7%
langfristiger Bedarf	211	161	-50	-24%	-18%
Gesamt	830	690	-140	-17%	-12%

Tabelle 60: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

4.12.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 68.300 qm; 41 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 66.700 qm entfallen rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei 50 %.
- Mit rd. 33.000 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 26 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 41 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 68.300 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

²⁶ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	309	37%	71.715	34%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	10	1%	8.680	4%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	50	6%	2.220	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	48	6%	4.395	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	417	49%	87.010	41%	37%
Bekleidung/Wäsche	100	12%	18.585	9%	9%
Schuhe, Lederwaren	20	2%	3.870	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	30	4%	5.600	3%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	25	3%	3.150	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	4	0%	1.880	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	52	6%	11.865	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	231	27%	44.950	21%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	30	4%	1.440	1%	1%
Elektrobedarf	42	5%	7.185	3%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	39	5%	5.230	2%	3%
Möbel	20	2%	30.250	14%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	65	8%	34.650	16%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	1	0%	30	0%	1%
langfristiger Bedarf	197	23%	78.785	37%	42%
Gesamt	845	100%	210.745	100%	100%

Tabelle 61: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

4.12.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt standen in 2022/2023 247 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 26 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 6 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	830	209	1039	20%	21%
2022 / 2023	690	247	937	26%	27%
Entwicklung	-140	38	-102	6%	6%

Tabelle 62: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

4.12.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** einen Wert von **rd. 1.66 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	107.368	100.969	-6.399	-6%
Verkaufsfläche in qm	173.705	167.970	-5.735	-3%
Verkaufsflächendichte	1,62	1,66	0,05	3%

Tabelle 63: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt in einem leicht unter-durchschnittlichen Bereich.

4.13 Landkreis Schmalkalden-Meiningen

4.13.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Schmalkalden-Meiningen befinden sich in den Mittelzentren Schmalkalden, Meiningen und Zella-Mehlis (zusammen rd. 146.665 qm) sowie in den Grundzentren Brotterode-Trusetal, Breitung/Werra, Steinbach-Hallenberg und Wasungen (zusammen rd. 23.140 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 84 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

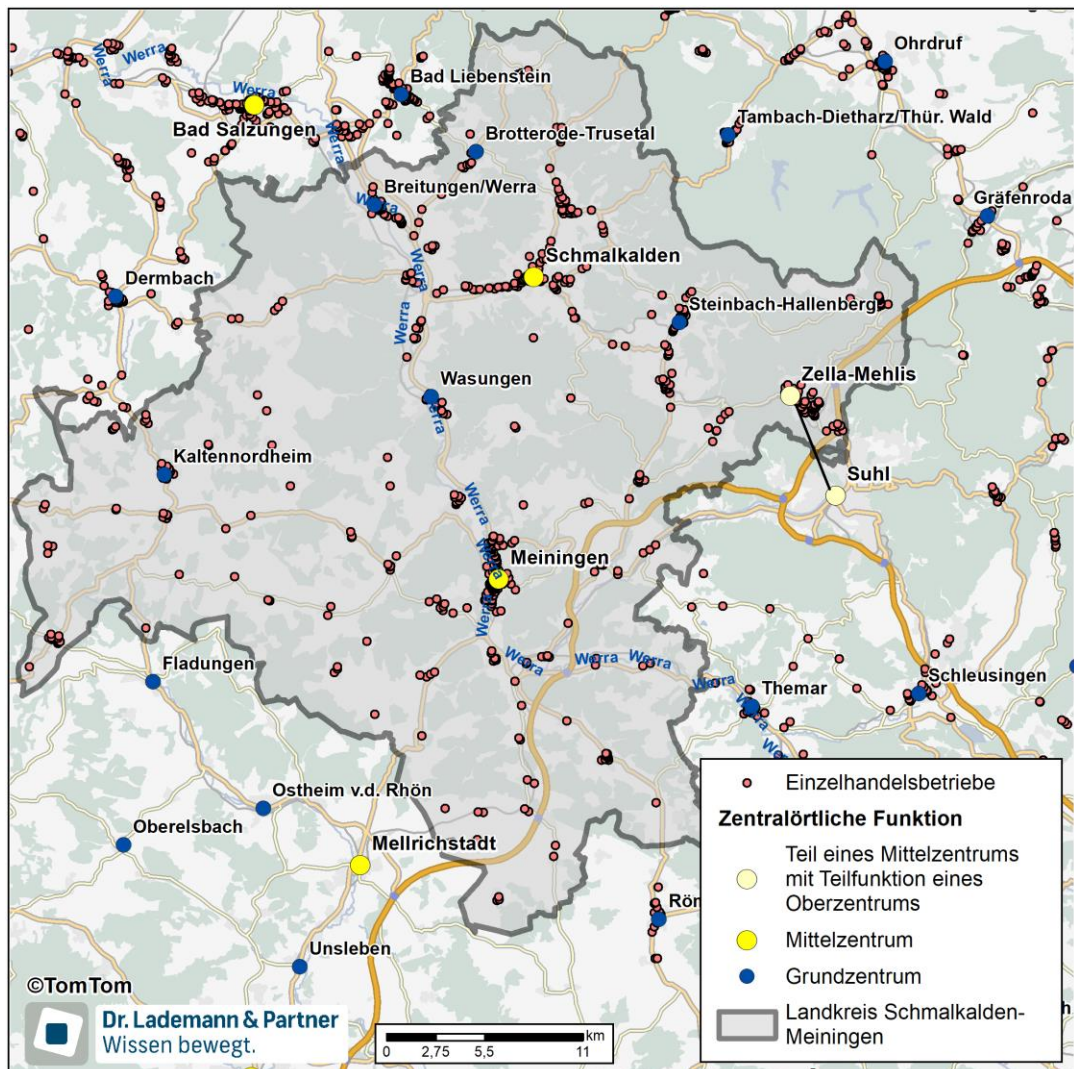


Abbildung 28: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

4.13.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Schmalkalden-Meiningen in 790 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁷ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 210.745 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 25 %. Hier ist auch die Verkaufsfläche am stärksten gesunken (rd. 9 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Schmalkalden-Meiningen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	85.715	87.010	1.295	2%	0%
mittelfristiger Bedarf	38.170	44.950	6.780	18%	7%
langfristiger Bedarf	86.930	78.785	-8.145	-9%	-8%
Gesamt	210.815	210.745	-70	0%	-2%

Tabelle 64: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

Anzahl der Betriebe im Landkreis Schmalkalden-Meiningen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	472	417	-55	-12%	-10%
mittelfristiger Bedarf	242	231	-11	-5%	-7%
langfristiger Bedarf	264	197	-67	-25%	-18%
Gesamt	978	845	-133	-14%	-12%

Tabelle 65: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

4.13.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 87.000 qm; 41 %) entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 87.000 qm entfallen rd. 41 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 49 %.
- Mit rd. 45.000 qm entfallen rd. 21 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 37 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 78.800 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

²⁷ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	309	37%	71.715	34%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	10	1%	8.680	4%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	50	6%	2.220	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	48	6%	4.395	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	417	49%	87.010	41%	37%
Bekleidung/Wäsche	100	12%	18.585	9%	9%
Schuhe, Lederwaren	20	2%	3.870	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	30	4%	5.600	3%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	25	3%	3.150	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	4	0%	1.880	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	52	6%	11.865	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	231	27%	44.950	21%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	30	4%	1.440	1%	1%
Elektrobedarf	42	5%	7.185	3%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	39	5%	5.230	2%	3%
Möbel	20	2%	30.250	14%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	65	8%	34.650	16%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	1	0%	30	0%	1%
langfristiger Bedarf	197	23%	78.785	37%	42%
Gesamt	845	100%	210.745	100%	100%

Tabelle 66: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

4.13.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Schmalkalden-Meiningen standen in 2022/2023 282 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 26 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 9 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Schmalkalden-Meiningen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	978	203	1.181	17%	21%
2022 / 2023	845	293	1.138	26%	27%
Entwicklung	-133	90	-43	9%	6%

Tabelle 67: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

4.13.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Schmalkalden-Meiningen einen Wert von **rd. 1,71 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das eine minimale Abnahme von unter 1 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Schmalkalden-Meiningen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	122.952	123.404	452	0%
Verkaufsfläche in qm	210.815	210.745	-70	0%
Verkaufsflächendichte	1,71	1,71	-0,01	0%

Tabelle 68: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Schmalkalden-Meiningen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Schmalkalden-Meiningen in einem durchschnittlichen Bereich.

4.14 Landkreis Sömmerda

4.14.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Sömmerda befinden sich im Mittelzentrum Sömmerda (rd. 54.195 qm) sowie in den Grundzentren Buttstädt, Kölleda, Weißensee und Gebesee (zusammen rd. 21.775 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 58 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

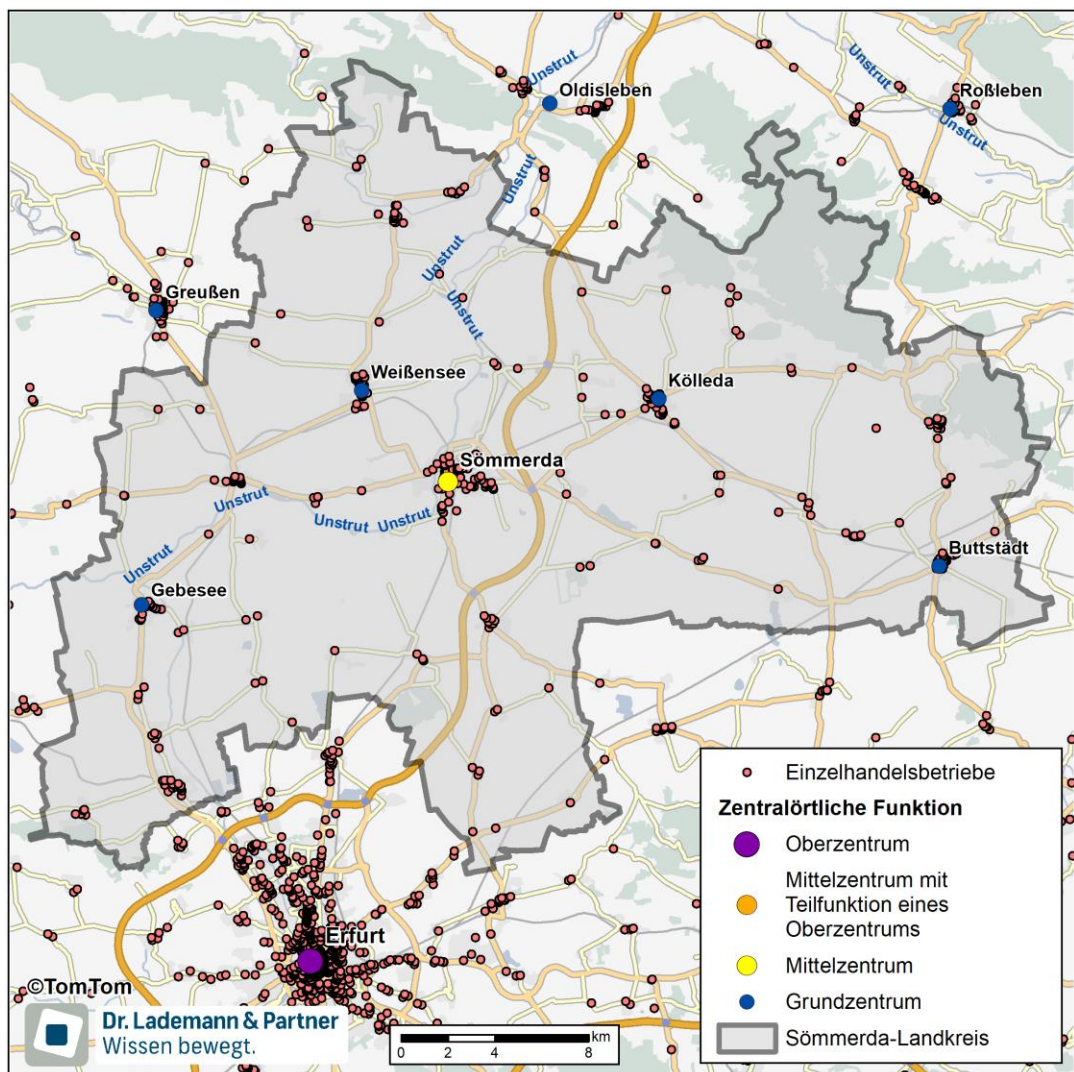


Abbildung 29: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Sömmerda

4.14.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Sömmerda in 383 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁸ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 130.000 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche leicht zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 16 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 52 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	41.410	37.655	-3.755	-9%	0%
mittelfristiger Bedarf	12.310	18.650	6.340	52%	7%
langfristiger Bedarf	76.180	73.700	-2.480	-3%	-8%
Gesamt	129.900	130.005	105	0%	-2%

Tabelle 69: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Sömmerda

Anzahl der Betriebe im Landkreis Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	239	200	-39	-16%	-10%
mittelfristiger Bedarf	85	83	-2	-2%	-7%
langfristiger Bedarf	111	100	-11	-10%	-18%
Gesamt	435	383	-52	-12%	-12%

Tabelle 70: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Sömmerda

4.14.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 73.700 qm; 57 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 37.700 qm entfallen rd. 29 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 52 %.
- Mit rd. 18.700 qm entfallen rd. 14 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 22 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 57 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 73.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

²⁸ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Sömmerda

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	143	37%	32.685	25%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	4	1%	1.670	1%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	21	5%	855	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	32	8%	2.445	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	200	52%	37.655	29%	37%
Bekleidung/Wäsche	29	8%	4.700	4%	9%
Schuhe, Lederwaren	8	2%	1.995	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	16	4%	2.240	2%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	11	3%	905	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	5	1%	825	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	14	4%	7.985	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	83	22%	18.650	14%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	23	6%	930	1%	1%
Elektrobedarf	14	4%	2.890	2%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	8	2%	6.695	5%	3%
Möbel	15	4%	41.750	32%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	31	8%	20.530	16%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	9	2%	905	1%	1%
langfristiger Bedarf	100	26%	73.700	57%	42%
Gesamt	383	100%	130.005	100%	100%

Tabelle 71: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Sömmerda

4.14.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Sömmerda standen in 2022/2023 203 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 35 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 14 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	435	115	550	21%	21%
2022 / 2023	383	203	586	35%	27%
Entwicklung	-52	88	36	14%	6%

Tabelle 72: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Sömmerda

4.14.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Sömmerda einen Wert von **rd. 1,89 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	70.027	68.717	-1.310	-2%
Verkaufsfläche in qm	129.900	130.005	105	0%
Verkaufsflächendichte	1,85	1,89	0,04	2%

Tabelle 73: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Sömmerda

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Deutschland bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Sömmerda in einem überdurchschnittlichen Bereich.

4.15 Landkreis Sonneberg

4.15.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Sonneberg befinden sich in den Mittelzentren Neuhaus am Rennweg/Lauscha und Sonneberg (zusammen rd. 91.645 qm) sowie in den Grundzentren Steinach und Schalkau (zusammen rd. 7.505 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 96 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

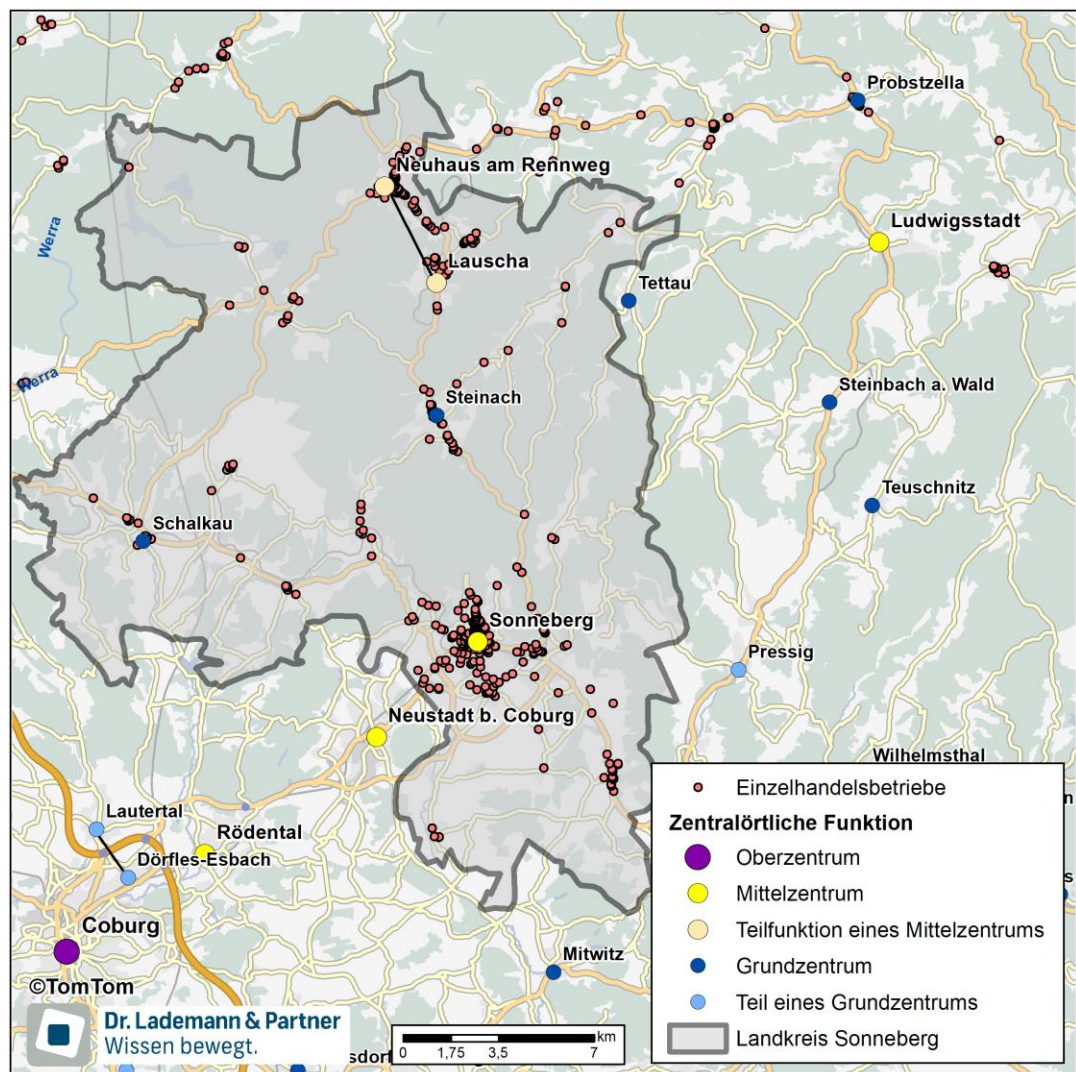


Abbildung 30: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Sonneberg

4.15.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Sonneberg in 406 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene²⁹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 103.000 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 27 %. Im gleichen Segment ist auch die Verkaufsfläche am stärksten gesunken (rd. 8 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	42.270	41.850	-420	-1%	0%
mittelfristiger Bedarf	21.470	22.700	1.230	6%	7%
langfristiger Bedarf	41.740	38.435	-3.305	-8%	-8%
Gesamt	105.480	102.985	-2.495	-2%	-2%

Tabelle 74: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Sonneberg

Anzahl der Betriebe im Landkreis Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	209	191	-18	-9%	-10%
mittelfristiger Bedarf	140	125	-15	-11%	-7%
langfristiger Bedarf	123	90	-33	-27%	-18%
Gesamt	472	406	-66	-14%	-12%

Tabelle 75: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Sonneberg

4.15.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 41.900 qm; 41 %) entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 41.900 qm entfallen rd. 41 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei 47 %.
- Mit rd. 22.700 qm entfallen rd. 22 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 31 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 37 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 38.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil rd. 22 %.

²⁹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Sonneberg

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	142	35%	37.300	36%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	3	1%	1.975	2%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	25	6%	995	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	21	5%	1.580	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	191	47%	41.850	41%	37%
Bekleidung/Wäsche	39	10%	8.190	8%	9%
Schuhe, Lederwaren	5	1%	1.660	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	4	1%	620	1%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	17	4%	1.215	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	7	2%	1.170	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	53	13%	9.845	10%	6%
mittelfristiger Bedarf	125	31%	22.700	22%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	12	3%	650	1%	1%
Elektrobedarf	19	5%	1.515	1%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	13	3%	1.605	2%	3%
Möbel	16	4%	17.620	17%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	30	7%	17.045	17%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%	1%
langfristiger Bedarf	90	22%	38.435	37%	42%
Gesamt	406	100%	102.985	100%	100%

Tabelle 76: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Sonneberg

4.15.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Sonneberg standen in 2022/2023 164 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 29 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 9 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	472	118	590	20%	21%
2022 / 2023	406	164	570	29%	27%
Entwicklung	-66	46	-20	9%	6%

Tabelle 77: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Sonneberg

4.15.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in dem Landkreis Sonneberg einen Wert von **rd. 1,82 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	56.361	56.504	143	0%
Verkaufsfläche in qm	105.480	102.985	-2.495	-2%
Verkaufsflächendichte	1,87	1,82	-0,05	-3%

Tabelle 78: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Sonneberg

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Sonneberg in einem leicht überdurchschnittlichen Bereich.

4.16 Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

4.16.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis befinden sich in den Mittelzentren Mühlhausen/Thüringen und Bad Langensalza (zusammen rd. 130.901 qm) sowie in den Grundzentren Nottetal-Heilingen Höhen, Bad Tennstedt, Unstrut-Hainich und Südeichsfeld (zusammen rd. 17.785 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 77 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

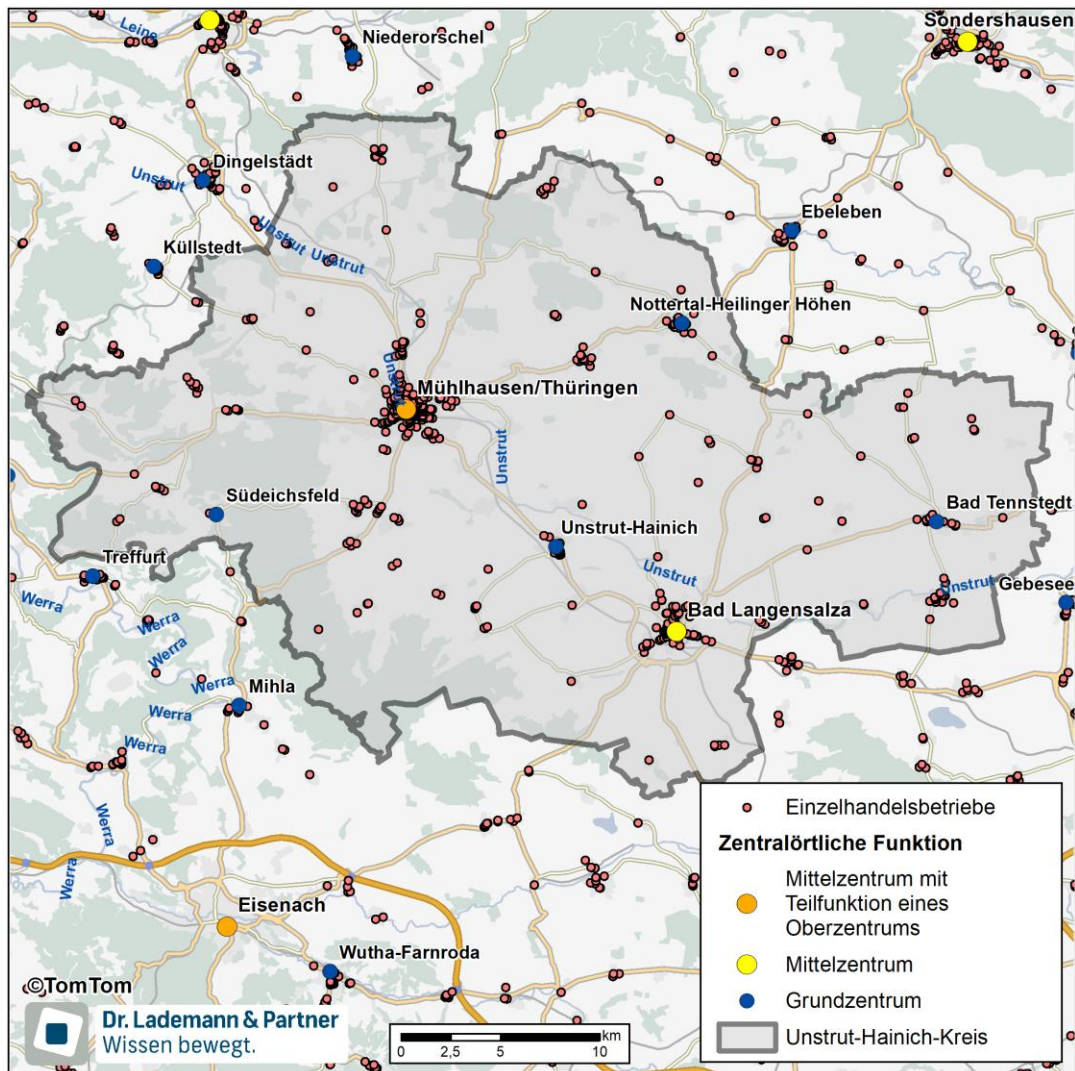


Abbildung 31: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

4.16.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis in 633 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³⁰ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 193.500 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 18 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 11 %). Diese Entwicklungen sind vor allem auf starke Verkaufsflächenzuwächse im Mittelzentrum Mühlhausen/Thüringen zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	67.155	70.821	3.666	5%	0%
mittelfristiger Bedarf	34.760	38.505	3.745	11%	7%
langfristiger Bedarf	83.560	84.220	660	1%	-8%
Gesamt	185.475	193.546	8.071	4%	-2%

Tabelle 79: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

Anzahl der Betriebe im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	359	311	-48	-13%	-10%
mittelfristiger Bedarf	165	157	-8	-5%	-7%
langfristiger Bedarf	201	165	-36	-18%	-18%
Gesamt	725	633	-92	-13%	-12%

Tabelle 80: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

4.16.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 84.200 qm; 44 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 70.800 qm entfallen rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 49 %.
- Mit rd. 38.500 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.

³⁰ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 44 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 84.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	234	37%	60.320	31%	31%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	7	1%	4.311	2%	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	34	5%	1.895	1%	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	36	6%	4.295	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	311	49%	70.821	37%	37%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	64	10%	14.260	7%	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	19	3%	5.400	3%	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	12	2%	4.185	2%	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	18	3%	2.585	1%	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	4	1%	870	0%	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	40	6%	11.205	6%	6%
mittelfristiger Bedarf	157	25%	38.505	20%	21%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	30	5%	1.470	1%	1%
<i>Elektrobedarf</i>	26	4%	4.015	2%	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	19	3%	6.670	3%	3%
<i>Möbel</i>	17	3%	32.820	17%	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	53	8%	35.905	19%	20%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	20	3%	3.340	2%	1%
langfristiger Bedarf	165	26%	84.220	44%	42%
Gesamt	633	100%	193.546	100%	100%

Tabelle 81: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

4.16.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis standen in 2022/2023 347 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 35 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 10 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	725	241	966	25%	21%
2022 / 2023	633	347	980	35%	27%
Entwicklung	-92	106	14	10%	6%

Tabelle 82: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

4.16.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis einen Wert von **rd. 1,91 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 7 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	103.504	101.269	-2.235	-2%
Verkaufsfläche in qm	185.475	193.546	8.071	4%
Verkaufsflächendichte	1,79	1,91	0,12	7%

Tabelle 83: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Unstrut-Hainich-Kreis in einem überdurchschnittlichen Bereich.

4.17 Landkreis Wartburgkreis

4.17.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Wartburgkreis befinden sich in den Mittelzentren Eisenach und Bad Salzungen (zusammen rd. 189.945 qm) sowie in den Grundzentren Treffurt, Amt Creuzburg, Wutha-Farnroda, Ruhla, Bad Liebenstein, Dermbach, Kaltenordheim, Geisa, Vacha und Gerstungen (zusammen rd. 83.735 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 87 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

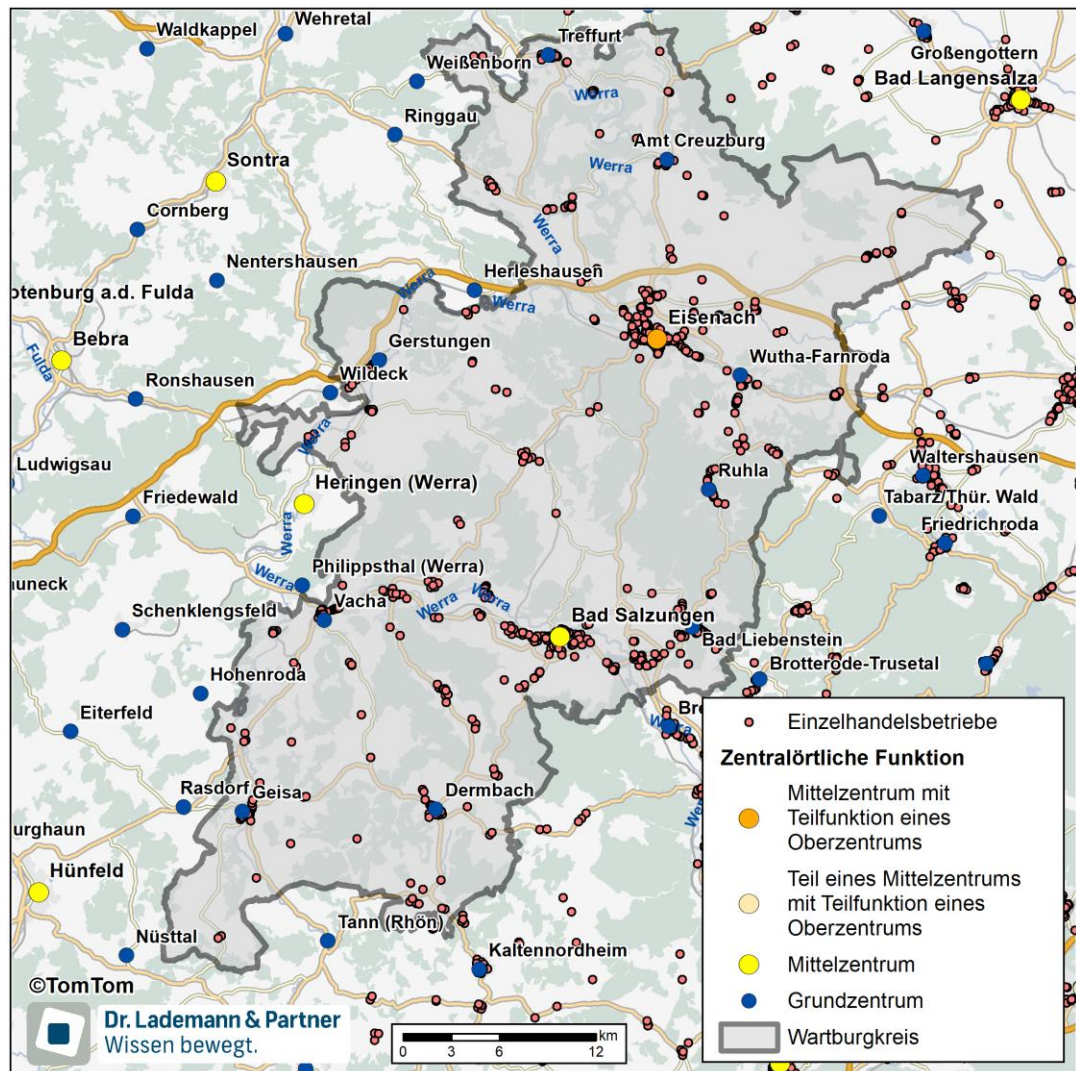


Abbildung 32: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Wartburgkreis

4.17.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Wartburgkreis in 1.048 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³¹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 306.295 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 18 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 6 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Wartburgkreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	116.305	120.955	4.650	4%	0%
mittelfristiger Bedarf	56.410	60.070	3.660	6%	7%
langfristiger Bedarf	129.390	125.270	-4.120	-3%	-8%
Gesamt	302.105	306.295	4.190	1%	-2%

Tabelle 84: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Wartburgkreis

Anzahl der Betriebe im Landkreis Wartburgkreis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	594	504	-90	-15%	-10%
mittelfristiger Bedarf	303	286	-17	-6%	-7%
langfristiger Bedarf	314	258	-56	-18%	-18%
Gesamt	1.211	1.048	-163	-13%	-12%

Tabelle 85: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Wartburgkreis

4.17.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 125.300 qm; 41 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 121.000 qm entfallen rd. 39 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 48 %.
- Mit rd. 60.100 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 41 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 125.300 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der

³¹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 25 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Wartburgkreis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	370	35%	105.095	34%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	12	1%	8.230	3%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	58	6%	2.230	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	64	6%	5.400	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	504	48%	120.955	39%	37%
Bekleidung/Wäsche	122	12%	25.850	8%	9%
Schuhe, Lederwaren	31	3%	6.015	2%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	32	3%	5.970	2%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	33	3%	3.640	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	12	1%	2.230	1%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	56	5%	16.365	5%	6%
mittelfristiger Bedarf	286	27%	60.070	20%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	43	4%	2.085	1%	1%
Elektrobedarf	39	4%	7.515	2%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	55	5%	8.845	3%	3%
Möbel	29	3%	34.720	11%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	89	8%	71.825	23%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	3	0%	280	0%	1%
langfristiger Bedarf	258	25%	125.270	41%	42%
Gesamt	1048	100%	306.295	100%	100%

Tabelle 86: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Wartburgkreis

4.17.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Wartburgkreis standen in 2022/2023 403 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 27 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 5 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Wartburgkreis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	1.211	351	1.562	22%	21%
2022 / 2023	1.048	392	1.440	27%	27%
Entwicklung	-163	41	-122	5%	6%

Tabelle 87: Entwicklung der Leerstandssituation im Wartburgkreis

4.17.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Wartburgkreis einen Wert von **rd. 1,93 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 6 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Wartburgkreis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	166.474	158.900	-7.574	-5%
Verkaufsfläche in qm	302.105	306.295	4.190	1%
Verkaufsflächendichte	1,81	1,93	0,11	6%

Tabelle 88: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Wartburgkreis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Wartburgkreis in einem überdurchschnittlichen Bereich.

4.18 Landkreis Weimarer Land

4.18.1 Übersicht

Die Verkaufsflächenschwerpunkte im Landkreis Weimarer Land befinden sich im Mittelzentrum Apolda (rd. 34.905 qm) sowie in den Grundzentren Bad Sulza, Bad Berka und Blankenhain (zusammen rd. 22.435 qm). In diesen Orten befinden sich rd. 54 % der Verkaufsfläche des gesamten Landkreises.

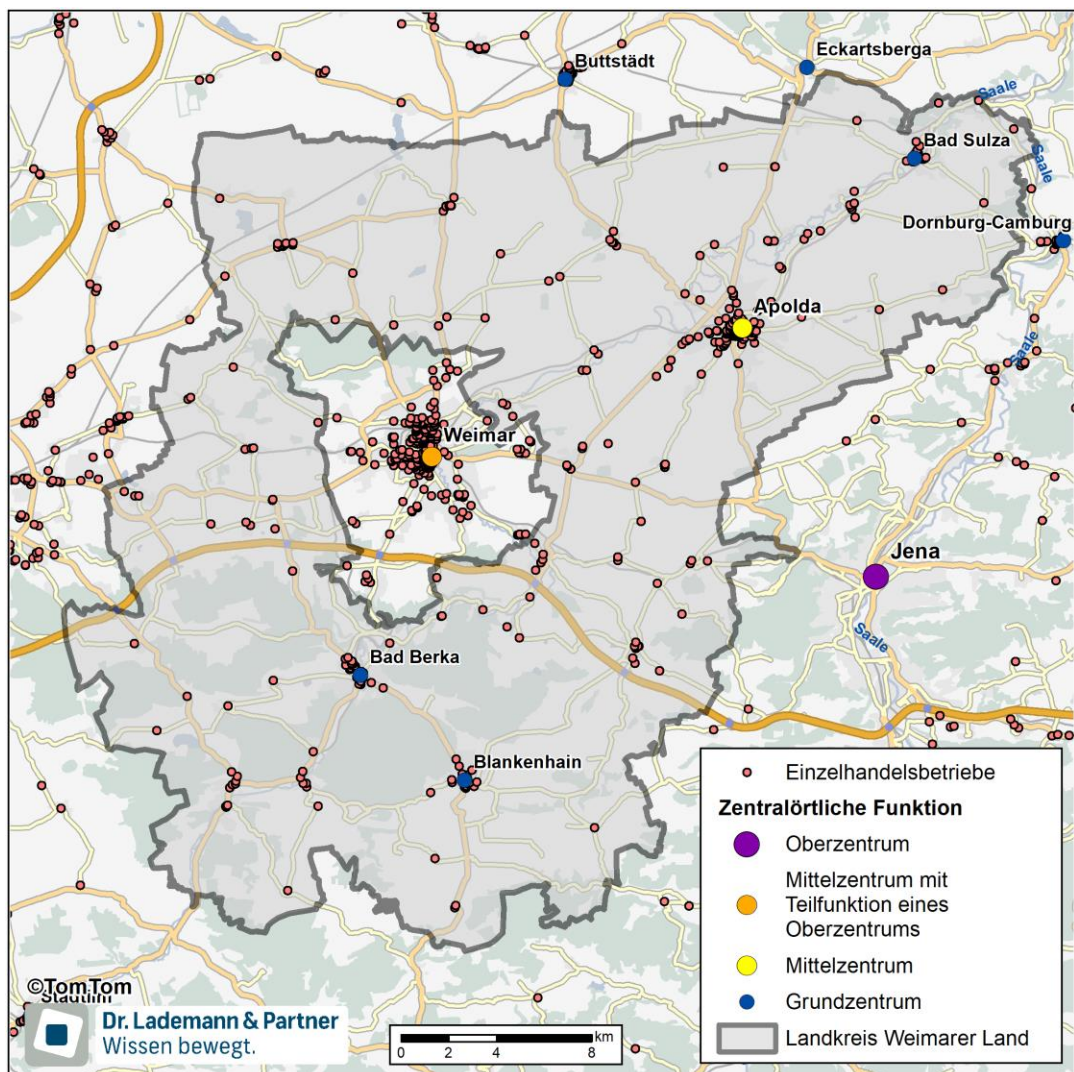


Abbildung 33: Räumliche Verteilung der Orte mit zentralörtlicher Funktion im Landkreis Weimarer Land

4.18.2 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte der Landkreis Weimarer Land in 415 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³² **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 107.200 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 17 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 7 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Weimarer Land im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	36.130	35.985	-145	0%	0%
mittelfristiger Bedarf	12.950	12.090	-860	-7%	7%
langfristiger Bedarf	62.185	59.085	-3.100	-5%	-8%
Gesamt	111.265	107.160	-4.105	-4%	-2%

Tabelle 89: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands im Landkreis Weimarer Land

Anzahl der Betriebe im Landkreis Weimarer Land im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %	Thüringen
kurzfristiger Bedarf	224	206	-18	-8%	-10%
mittelfristiger Bedarf	103	90	-13	-13%	-7%
langfristiger Bedarf	143	119	-24	-17%	-18%
Gesamt	470	415	-55	-12%	-12%

Tabelle 90: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Landkreis Weimarer Land

4.18.3 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 59.100 qm; 55 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 36.000 qm entfallen rd. 34 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 50 %.
- Mit rd. 12.100 qm entfallen rd. 11 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 22 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 55 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 59.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 29 %.

³² Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) im Landkreis Weimarer Land

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %	Thüringen
Nahrungs- und Genussmittel	145	35%	31.100	29%	31%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	5	1%	1.540	1%	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	27	7%	1.240	1%	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	29	7%	2.105	2%	2%
kurzfristiger Bedarf	206	50%	35.985	34%	37%
Bekleidung/Wäsche	41	10%	6.620	6%	9%
Schuhe, Lederwaren	7	2%	745	1%	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	10	2%	1.645	2%	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	12	3%	705	1%	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	4	1%	185	0%	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	16	4%	2.190	2%	6%
mittelfristiger Bedarf	90	22%	12.090	11%	21%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	15	4%	490	0%	1%
Elektrobedarf	19	5%	825	1%	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	22	5%	2.365	2%	3%
Möbel	9	2%	35.680	33%	15%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	43	10%	17.925	17%	20%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	11	3%	1.800	2%	1%
langfristiger Bedarf	119	29%	59.085	55%	42%
Gesamt	415	100%	107.160	100%	100%

Tabelle 91: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Landkreis Weimarer Land

4.18.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Landkreis Weimarer Land standen in 2022/2023 172 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 29 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 5 %-Punkte.

Leerstände im Landkreis Weimarer Land im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote	Thüringen
2017 / 2018	470	153	623	25%	21%
2022 / 2023	415	172	587	29%	27%
Entwicklung	-55	19	-36	5%	6%

Tabelle 92: Entwicklung der Leerstandssituation im Landkreis Weimarer Land

4.18.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Landkreis Weimarer Land einen Wert von **rd. 1,31 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte im Landkreis Weimarer Land im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	82.131	82.103	-28	0%
Verkaufsfläche in qm	111.265	107.160	-4.105	-4%
Verkaufsflächendichte	1,35	1,31	-0,05	-4%

Tabelle 93: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Landkreis Weimarer Land

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Landkreis Weimarer Land in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

5 Angebotssituation in den Ober- und Mittelzentren

5.1 Überblick

Die Verkaufsflächendichten in den Ober- und Mittelzentren liegen zu einem Großteil sowohl über dem Bundesschnitt von rd. 1,5 qm je EW als auch über dem Durchschnitt von Thüringen von rd. 1,7 qm je EW. Trotzdem sind auch hier deutliche Unterschiede untereinander zu erkennen. Die mit Abstand niedrigste Verkaufsflächen- dichte hat das funktionsteilige Mittelzentrum Schmöln/Gößnitz (< 1,5 qm je EW), welches damit auch als einziges Ober-/Mittelzentrum einen unterdurchschnittlichen Wert aufweist. In den Städten Eisenach, Hildburghausen und Schleiz sind dagegen die höchsten Werte mit über 3 qm je EW vorhanden. Die übrigen Ober-/Mittelzentren pendeln sich bei Werten zwischen 1,5 qm je EW und 3 qm je EW ein. Insgesamt kann somit von einer überwiegend guten Verkaufsflächenausstattung gesprochen werden.

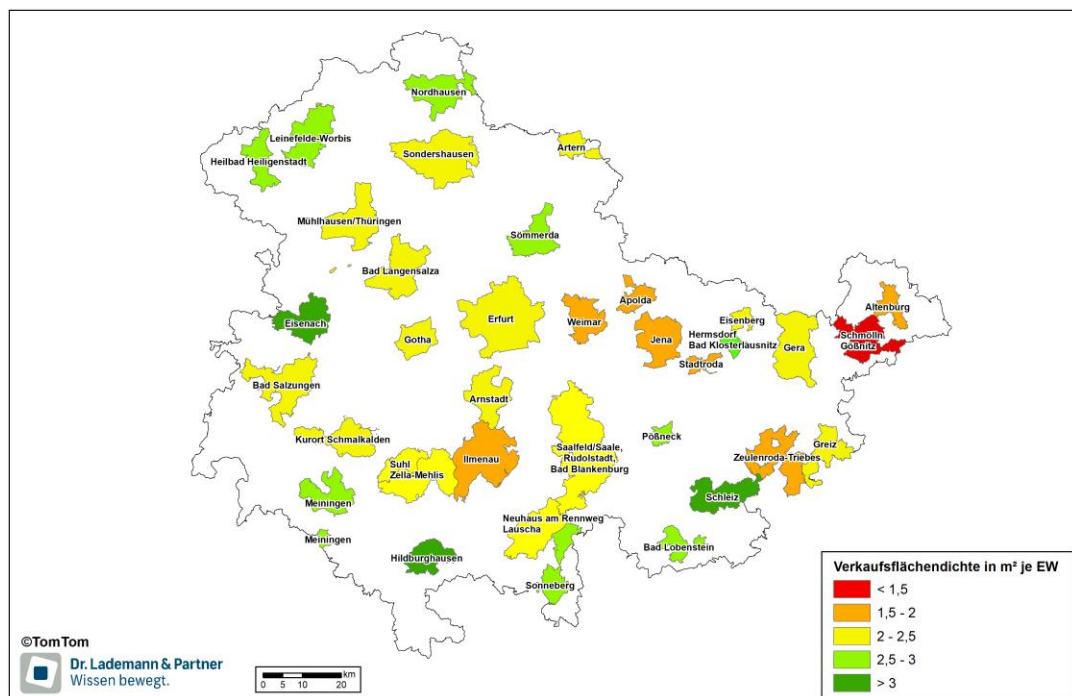


Abbildung 34: Verkaufsflächendichte in den Mittel- und Oberzentren

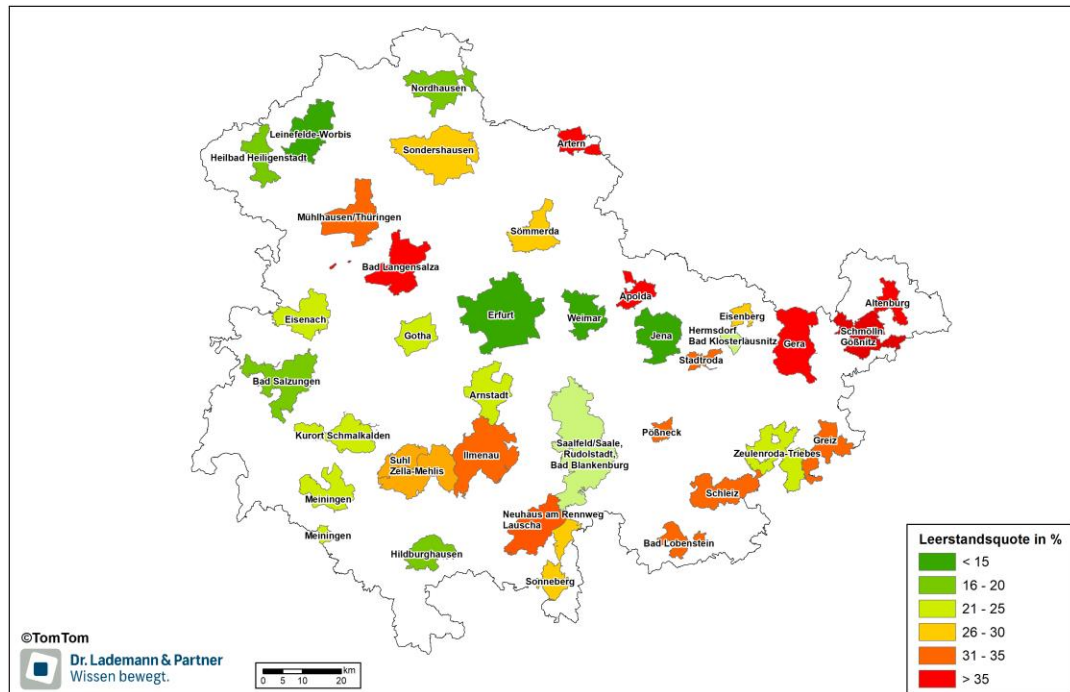


Abbildung 36: Leerstandsquote in den Mittel- und Oberzentren

5.1.1 Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenentwicklung in den Oberzentren im Vergleich

Im Jahr 2022/2023 verfügten die Oberzentren Erfurt, Gera und Jena in 2.385 Ladenlokalen (- 9 % gegenüber 2017/2018) über eine aktiv betriebene³³ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 858.604 qm (- 3 % gegenüber 2017/2018)**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich, dass in allen drei Oberzentren sowohl bezogen auf die Anzahl der Betriebe als auch auf die Verkaufsflächenbestände eine negative Entwicklung stattgefunden hat. Besonders ausgeprägt ist diese in beiden Bereichen in der Stadt Gera mit einem Rückgang von rd. 12 % bezogen auf die Anzahl der Betriebe und rd. 7 % bezogen auf die Verkaufsfläche. In den beiden anderen Oberzentren Erfurt und Jena ist diese Entwicklung nicht ganz so stark ausgeprägt.

Bei der Analyse der Veränderungen im Vergleich zum Jahr 2017/2018 muss beachtet werden, dass in den letzten Jahren eine Vielzahl an Eingemeindungen stattgefunden haben, die die Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den jeweiligen Städten positiv und negativ beeinflusst haben.

³³ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Anzahl der Betriebe in den Oberzentren im zeitlichen Vergleich

Oberzentrum	Zentralörtliche Funktion	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Erfurt	Oberzentrum	1318	1204	-114	-9%
Gera	Oberzentrum	679	595	-84	-12%
Jena	Oberzentrum	629	586	-43	-7%
Gesamt		2.626	2.385	-241	-9%

Tabelle 94: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in den Oberzentren

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Oberzentren im zeitlichen Vergleich

Oberzentrum	Zentralörtliche Funktion	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Erfurt	Oberzentrum	451.905	444.584	-7.321	-2%
Gera	Oberzentrum	220.965	204.960	-16.005	-7%
Jena	Oberzentrum	214.725	209.060	-5.665	-3%
Gesamt		887.595	858.604	-28.991	-3%

Tabelle 95: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in den Oberzentren

5.1.2 Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenentwicklung in den Mittelzentren im Vergleich

Im Jahr 2022/2023 verfügten die Mittelzentren (inkl. Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums) in 6.158 Ladenlokalen (- 9 % gegenüber 2017/2018) über eine aktiv betriebene³⁴ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

rd. 1.812.366 qm (konstante Entwicklung seit 2017/2018).

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich, dass bezogen auf die Ladenlokale lediglich in Bad Salzungen und Ilmenau ein Anstieg von rd. 2 % bzw. rd. 16 % stattgefunden hat. In allen anderen Mittelzentren gab es zum Teil sehr starke Rückgänge (rd. 2 % bis rd. 26 %). In den Mittelzentren Schleiz und Hildburghausen (rd. 17 %) sowie Bad Lobenstein (rd. 26 %) sind die negativen Entwicklungen am stärksten ausgeprägt. Bei Betrachtung der Veränderungen in absoluten Zahlen weisen die Mittelzentren Weimar, Eisenach, Nordhausen und Gotha mit einem Rückgang von 46 bis 48 Betrieben die negativste Entwicklung auf.

Bei der Analyse der Veränderungen im Vergleich zum Jahr 2017/2018 muss beachtet werden, dass in den letzten Jahren eine Vielzahl an Eingemeindungen stattgefunden haben, die die Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den jeweiligen Städten positiv und negativ beeinflusst haben.

³⁴ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Anzahl der Betriebe in den Mittelzentren im zeitlichen Vergleich					
Mittelzentrum	Zentralörtliche Funktion	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Weimar	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	509	462	-47	-9%
Eisenach	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	413	367	-46	-11%
Nordhausen	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	328	282	-46	-14%
Mühlhausen/Thüringen	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	322	296	-26	-8%
Gotha	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	382	334	-48	-13%
Altenburg	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	261	229	-32	-12%
Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg	Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	510	468	-42	-8%
Suhl/Zella-Mehlis	Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	369	338	-31	-8%
Heilbad Heiligenstadt	Mittelzentrum	178	168	-10	-6%
Leinefelde-Worbis	Mittelzentrum	169	179	10	6%
Bad Salzungen	Mittelzentrum	176	180	4	2%
Bad Langensalza	Mittelzentrum	131	111	-20	-15%
Artern/Unstrut	Mittelzentrum	58	53	-5	-9%
Sondershausen	Mittelzentrum	164	137	-27	-16%
Schmalkalden	Mittelzentrum	186	166	-20	-11%
Meiningen	Mittelzentrum	228	221	-7	-3%
Sömmerda	Mittelzentrum	162	147	-15	-9%
Hildburghausen	Mittelzentrum	109	91	-18	-17%
Ilmenau	Mittelzentrum	208	242	34	16%
Arnstadt	Mittelzentrum	235	204	-31	-13%
Apolda	Mittelzentrum	187	170	-17	-9%
Sonneberg	Mittelzentrum	227	192	-35	-15%
Stadtroda	Mittelzentrum	59	58	-1	-2%
Eisenberg	Mittelzentrum	110	104	-6	-5%
Bad Lobenstein	Mittelzentrum	87	64	-23	-26%
Pößneck	Mittelzentrum	136	117	-19	-14%
Schleiz	Mittelzentrum	108	90	-18	-17%
Greiz	Mittelzentrum	209	197	-12	-6%
Zeulenroda-Triebes	Mittelzentrum	157	154	-3	-2%
Hermesdorf/Bad Klosterlausnitz	Funktionsteiliges Mittelzentrum	105	99	-6	-6%
Neuhaus am Rennweg/Lauscha	Funktionsteiliges Mittelzentrum	135	122	-13	-10%
Schmölln/Gößnitz	Funktionsteiliges Mittelzentrum	128	116	-12	-9%
Gesamt		6.746	6.158	-588	-9%

Tabelle 96: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in den Mittelzentren

Beim Vergleich der Verkaufsflächenbestände der Mittelzentren fällt auf, dass es hier ein differenzierteres Bild gibt. **Ein Teil der Städte kann von einem Verkaufsflächenwachstum von rd. 1 % bis rd. 19 % profitieren, während andere von einem Rückgang von rd. 1 % bis rd. 8 % betroffen sind.** Den größten Anstieg kann die Stadt Ilmenau mit rd. 19 % verzeichnen. Der stärkste Rückgang ist in der Stadt Altenburg mit rd. 8 % gegeben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Mittelzentren im zeitlichen Vergleich

Mittelzentrum	Zentralörtliche Funktion	2017/2018	2022/2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Weimar	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	118.215	121.300	3.085	3%
Eisenach	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	138.995	142.025	3.030	2%
Nordhausen	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	114.955	113.590	-1.365	-1%
Mühlhausen/Thüringen	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	84.255	89.666	5.411	6%
Gotha	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	118.340	111.660	-6.680	-6%
Altenburg	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	60.980	56.185	-4.795	-8%
Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg	Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	119.070	120.080	1.010	1%
Suhl/Zella-Mehlis	Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	117.200	114.425	-2.775	-2%
Heilbad Heiligenstadt	Mittelzentrum	42.925	40.415	-2.510	-6%
Leinefelde-Worbis	Mittelzentrum	49.695	54.235	4.540	9%
Bad Salzungen	Mittelzentrum	47.150	47.920	770	2%
Bad Langensalza	Mittelzentrum	41.705	41.235	-470	-1%
Artern/Unstrut	Mittelzentrum	14.860	14.060	-800	-5%
Sondershausen	Mittelzentrum	47.505	46.000	-1.505	-3%
Schmalkalden	Mittelzentrum	42.885	43.185	320	1%
Meiningen	Mittelzentrum	59.775	61.740	1.965	3%
Sömmerda	Mittelzentrum	52.430	54.195	1.765	3%
Hildburghausen	Mittelzentrum	41.670	39.865	-1.805	-4%
Ilmenau	Mittelzentrum	63.070	75.210	12.140	19%
Arnstadt	Mittelzentrum	63.070	64.110	1.040	2%
Apolda	Mittelzentrum	36.345	34.905	-1.440	-4%
Sonneberg	Mittelzentrum	70.080	65.820	-4.260	-6%
Stadtroda	Mittelzentrum	8.165	7.910	-255	-3%
Eisenberg	Mittelzentrum	23.700	22.980	-720	-3%
Bad Lobenstein	Mittelzentrum	15.935	14.800	-1.135	-7%
Pößneck	Mittelzentrum	35.465	34.725	-740	-2%
Schleiz	Mittelzentrum	29.735	27.725	-2.010	-7%
Greiz	Mittelzentrum	45.205	43.200	-2.005	-4%
Zeulenroda-Triebes	Mittelzentrum	27.660	28.305	645	2%
Hemmsdorf/Bad Klosterlausnitz	Funktionsteiliges Mittelzentrum	35.150	34.115	-1.035	-3%
Neuhaus am Rennweg/Lauscha	Funktionsteiliges Mittelzentrum	24.000	25.825	1.825	8%
Schmölln/Gößnitz	Funktionsteiliges Mittelzentrum	21.965	20.955	-1.010	-5%
Gesamt		1.812.135	1.812.366	231	0%

Tabelle 97: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in den Mittelzentren

5.2 Oberzentrum Erfurt

5.2.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Erfurt in 1.204 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³⁵ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt **rd. 444.600 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 17 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 5 %). Dies ist insbesondere auf die Schließung des Sconto-Möbelmarkts, welcher eine große Verkaufsfläche besaß, zurückzuführen. Der Verkaufsflächenzuwachs im mittelfristigen Bedarf resultiert u.a. aus der Eröffnung des großflächigen Decathlon-Markts im T.E.C. Erfurt.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Erfurt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	121.055	123.865	2.810	2%
mittelfristiger Bedarf	123.630	124.834	1.204	1%
langfristiger Bedarf	207.220	195.885	-11.335	-5%
Gesamt	451.905	444.584	-7.321	-2%

Tabelle 98: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Erfurt

Anzahl der Betriebe in der Stadt Erfurt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	545	510	-35	-6%
mittelfristiger Bedarf	384	373	-11	-3%
langfristiger Bedarf	389	321	-68	-17%
Gesamt	1.318	1.204	-114	-9%

Tabelle 99: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Erfurt

5.2.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 195.900 qm; 44 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

³⁵ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 123.900 qm entfallen rd. 28 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 42 %.
- Mit rd. 124.800 qm entfallen rd. 28 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 31 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 44 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 195.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 27 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Erfurt

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	372	31%	100.425	23%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	31	3%	13.090	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	66	5%	3.560	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	41	3%	6.790	2%
kurzfristiger Bedarf	510	42%	123.865	28%
Bekleidung/Wäsche	184	15%	64.485	15%
Schuhe, Lederwaren	36	3%	8.420	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	37	3%	16.764	4%
Bücher/Zeitung, Schreibwaren	43	4%	10.795	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	7	1%	1.840	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	66	5%	22.530	5%
mittelfristiger Bedarf	373	31%	124.834	28%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	72	6%	4.845	1%
Elektrobedarf	58	5%	13.980	3%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	43	4%	17.110	4%
Möbel	37	3%	76.595	17%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	68	6%	74.765	17%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	43	4%	8.590	2%
langfristiger Bedarf	321	27%	195.885	44%
Gesamt	1.204	100%	444.584	100%

Tabelle 100: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Erfurt

5.2.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Hauptzentrum	464	39%	98.649	22%
Nebenzentrum	139	12%	33.605	8%
Agglomeration	132	11%	68.560	15%
Streulage	469	39%	243.825	55%
Gesamt	1.204	100%	444.584	100%

Tabelle 101: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Erfurt

5.2.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Oberzentrum Erfurt standen in 2022/2023 198 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 14 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 1 %-Punkt.

Leerstände in der Stadt Erfurt im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	1.318	195	1.513	13%
2022 / 2023	1.204	198	1.402	14%
Entwicklung	-114	3	-111	1%

Tabelle 102: Entwicklung der Leerstandssituation in Erfurt

5.2.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Erfurt einen Wert von **rd. 2,09 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Erfurt im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	212.988	213.227	239	0%
Verkaufsfläche in qm	451.905	444.584	-7.321	-2%
Verkaufsflächendichte	2,12	2,09	-0,04	-2%

Tabelle 103: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Erfurt

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Erfurt in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.3 Oberzentrum Gera

5.3.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Gera in 595 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³⁶ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 205.000 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 26 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 13 %). Der starke Verkaufsflächenrückgang ist hauptsächlich auf die Schließung des Galeria Warenhauses und des KBOX-Sonderpostenmarkts zurückzuführen, die Beide eine große Verkaufsflächen besaßen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Gera im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	63.690	63.680	-10	0%
mittelfristiger Bedarf	51.945	49.580	-2.365	-5%
langfristiger Bedarf	105.330	91.700	-13.630	-13%
Gesamt	220.965	204.960	-16.005	-7%

Tabelle 104: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Gera

Anzahl der Betriebe in der Stadt Gera im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	299	272	-27	-9%
mittelfristiger Bedarf	169	166	-3	-2%
langfristiger Bedarf	211	157	-54	-26%
Gesamt	679	595	-84	-12%

Tabelle 105: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Gera

5.3.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 91.700 qm; 45 %), hier vor allem Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 63.700 qm entfallen rd. 31 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 46 %.

³⁶ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 49.600 qm entfallen rd. 24 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 28 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 45 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 91.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Gera

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	183	31%	50.470	25%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	10	2%	6.860	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	46	8%	2.335	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	33	6%	4.015	2%
kurzfristiger Bedarf	272	46%	63.680	31%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	82	14%	23.650	12%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	10	2%	2.635	1%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	14	2%	3.085	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	18	3%	3.530	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	5	1%	2.220	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	37	6%	14.460	7%
mittelfristiger Bedarf	166	28%	49.580	24%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	23	4%	1.440	1%
<i>Elektrobedarf</i>	39	7%	6.605	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	19	3%	7.290	4%
<i>Möbel</i>	20	3%	40.050	20%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	44	7%	35.245	17%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	12	2%	1.070	1%
langfristiger Bedarf	157	26%	91.700	45%
Gesamt	595	100%	204.960	100%

Tabelle 106: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gera

5.3.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	187	31%	41.800	20%
Nebenzentrum	122	21%	22.915	11%
Agglomeration	46	8%	41.280	20%
Streulage	240	40%	98.965	48%
Gesamt	595	100%	204.960	100%

Tabelle 107: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Gera

5.3.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Oberzentrum Gera standen in 2022/2023 345 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 37 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um 7 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Gera im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	679	292	971	30%
2022 / 2023	595	345	940	37%
Entwicklung	-84	53	-31	7%

Tabelle 108: Entwicklung der Leerstandssituation in Gera

5.3.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Gera einen Wert von **rd. 2,24 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Gera im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	94.859	91.368	-3.491	-4%
Verkaufsfläche in qm	220.965	204.960	-16.005	-7%
Verkaufsflächendichte	2,33	2,24	-0,09	-4%

Tabelle 109: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Gera

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Gera in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.4 Oberzentrum Jena

5.4.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Jena in 586 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³⁷ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

³⁷ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

rd. 209.000 qm.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 14 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 9 %). Dies ist u.a. auf die Schließung des Carrè an der Stadtrodaer Straße zurückzuführen, welches eine große Verkaufsfläche im Sortiment des langfristigen Bedarfs besaß.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Jena im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	57.050	62.595	5.545	10%
mittelfristiger Bedarf	48.470	46.875	-1.595	-3%
langfristiger Bedarf	109.205	99.590	-9.615	-9%
Gesamt	214.725	209.060	-5.665	-3%

Tabelle 110: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Jena

Anzahl der Betriebe in der Stadt Jena im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	251	247	-4	-2%
mittelfristiger Bedarf	186	174	-12	-6%
langfristiger Bedarf	192	165	-27	-14%
Gesamt	629	586	-43	-7%

Tabelle 111: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Jena

5.4.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 99.600 qm; 48 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 62.600 qm entfallen rd. 30 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 42 %.
- Mit rd. 46.900 qm entfallen rd. 22 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 48 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 99.600 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Jena

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	166	28%	49.140	24%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	14	2%	6.850	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	42	7%	2.505	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	25	4%	4.100	2%
kurzfristiger Bedarf	247	42%	62.595	30%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	63	11%	20.710	10%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	20	3%	3.655	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	19	3%	7.950	4%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	40	7%	6.440	3%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	4	1%	665	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	28	5%	7.455	4%
mittelfristiger Bedarf	174	30%	46.875	22%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	38	6%	1.875	1%
<i>Elektrobedarf</i>	27	5%	8.815	4%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	30	5%	7.225	3%
<i>Möbel</i>	18	3%	36.005	17%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	33	6%	44.200	21%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	19	3%	1.470	1%
langfristiger Bedarf	165	28%	99.590	48%
Gesamt	586	100%	209.060	100%

Tabelle 112: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Jena

5.4.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Hauptzentrum	277	47%	47.810	23%
Nebenzentrum	95	16%	28.575	14%
Agglomeration	65	11%	55.700	27%
Streulage	149	25%	76.975	37%
Gesamt	586	100%	209.060	100%

Tabelle 113: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Jena

5.4.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Oberzentrum Jena standen in 2022/2023 106 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 15 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 6 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Jena im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	629	63	692	9%
2022 / 2023	586	106	692	15%
Entwicklung	-43	43	0	6%

Tabelle 114: Entwicklung der Leerstandssituation in Jena

5.4.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Jena einen Wert von **rd. 1,89 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Jena im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	111.099	110.502	-597	-1%
Verkaufsfläche in qm	214.725	209.060	-5.665	-3%
Verkaufsflächendichte	1,93	1,89	-0,04	-2%

Tabelle 115: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Jena

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Jena in einem überdurchschnittlichen Bereich.

5.5 Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Altenburg

5.5.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Altenburg in 229 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³⁸ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 56.200 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 29 %.

³⁸ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 16%).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Altenburg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	26.455	23.455	-3.000	-11%
mittelfristiger Bedarf	16.120	17.330	1.210	8%
langfristiger Bedarf	18.405	15.400	-3.005	-16%
Gesamt	60.980	56.185	-4.795	-8%

Tabelle 116: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Altenburg

Anzahl der Betriebe in der Stadt Altenburg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	115	104	-11	-10%
mittelfristiger Bedarf	69	70	1	1%
langfristiger Bedarf	77	55	-22	-29%
Gesamt	261	229	-32	-12%

Tabelle 117: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Altenburg

5.5.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 23.500 qm; 42 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 23.500 qm entfallen rd. 42 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 45 %.
- Mit rd. 17.300 qm entfallen rd. 31 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 31 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 27 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 15.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 24 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Altenburg

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	66	29%	18.210	32%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	6	3%	3.150	6%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	19	8%	1.165	2%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	13	6%	930	2%
kurzfristiger Bedarf	104	45%	23.455	42%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	30	13%	8.210	15%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	8	3%	1.220	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	5	2%	1.535	3%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	13	6%	2.125	4%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	1	0%	30	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	13	6%	4.210	7%
mittelfristiger Bedarf	70	31%	17.330	31%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	13	6%	915	2%
<i>Elektrobedarf</i>	15	7%	3.085	5%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	5	2%	1.235	2%
<i>Möbel</i>	4	2%	6.270	11%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	11	5%	3.685	7%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	7	3%	210	0%
langfristiger Bedarf	55	24%	15.400	27%
Gesamt	229	100%	56.185	100%

Tabelle 118: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Altenburg

5.5.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	96	42%	13.150	23%
sonstige Lagen	133	58%	43.035	77%
Gesamt	229	100%	56.185	100%

Tabelle 119: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Altenburg

5.5.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Altenburg standen in 2022/2023 153 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 40 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 9 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Altenburg im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	261	115	376	31%
2022 / 2023	229	153	382	40%
Entwicklung	-32	38	6	9%

Tabelle 120: Entwicklung der Leerstandssituation in Altenburg

5.5.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Altenburg einen Wert von **rd. 1,83 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Altenburg im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	32.374	30.670	-1.704	-5%
Verkaufsfläche in qm	60.980	56.185	-4.795	-8%
Verkaufsflächendichte	1,88	1,83	-0,05	-3%

Tabelle 121: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Altenburg

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Altenburg in einem überdurchschnittlichen Bereich.

5.6 Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Eisenach

5.6.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Eisenach in 367 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene³⁹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 142.000 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 18 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs

³⁹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

am stärksten gestiegen (rd. 5 %). Der Anstieg im langfristigen- und mittelfristigen Bedarf ist insbesondere auf die Eröffnung des SB Möbel Boss Markts, welcher eine große Verkaufsfläche aufweist, zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Eisenach im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	38.695	37.905	-790	-2%
mittelfristiger Bedarf	32.125	33.885	1.760	5%
langfristiger Bedarf	68.175	70.235	2.060	3%
Gesamt	138.995	142.025	3.030	2%

Tabelle 122: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Eisenach

Anzahl der Betriebe in der Stadt Eisenach im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	172	147	-25	-15%
mittelfristiger Bedarf	118	119	1	1%
langfristiger Bedarf	123	101	-22	-18%
Gesamt	413	367	-46	-11%

Tabelle 123: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Eisenach

5.6.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 70.200 qm; 49 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 37.900 qm entfallen rd. 27 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 40 %.
- Mit rd. 33.900 qm entfallen rd. 24 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 32 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 49 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 70.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Eisenach

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	103	28%	30.700	22%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	7	2%	4.590	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	22	6%	955	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	15	4%	1.660	1%
kurzfristiger Bedarf	147	40%	37.905	27%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	50	14%	14.580	10%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	17	5%	3.780	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	7	2%	2.760	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	15	4%	2.045	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	6	2%	1.395	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	24	7%	9.325	7%
mittelfristiger Bedarf	119	32%	33.885	24%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	20	5%	1.060	1%
<i>Elektrobedarf</i>	19	5%	4.215	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	18	5%	5.015	4%
<i>Möbel</i>	18	5%	28.240	20%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	25	7%	31.545	22%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	1	0%	160	0%
langfristiger Bedarf	101	28%	70.235	49%
Gesamt	367	100%	142.025	100%

Tabelle 124: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Eisenach

5.6.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	147	40%	21.490	15%
sonstige Lagen	220	60%	120.535	85%
Gesamt	367	100%	142.025	100%

Tabelle 125: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Eisenach

5.6.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Eisenach standen in 2022/2023 119 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 24 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 von unter 1 %-Punkt.

Leerstände in der Stadt Eisenach im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	413	129	542	24%
2022 / 2023	367	119	486	24%
Entwicklung	-46	-10	-56	1%

Tabelle 126: Entwicklung der Leerstandssituation in Eisenach

5.6.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Eisenach einen Wert von **rd. 3,40 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Eisenach im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	42.710	41.806	-904	-2%
Verkaufsfläche in qm	138.995	142.025	3.030	2%
Verkaufsflächendichte	3,25	3,40	0,14	4%

Tabelle 127: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Eisenach

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Eisenach in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.7 Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha

5.7.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Gotha in 334 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁰ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

rd. 111.700 qm.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es

⁴⁰ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 28 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 21 %). Dies ist u.a. auf die Schließung des Gartenmarkts Nöthlich zurückzuführen, welcher einen großen Teil der Verkaufsfläche im langfristigen Bedarf ausgemacht hat.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Gotha im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	37.610	39.070	1.460	4%
mittelfristiger Bedarf	31.975	33.890	1.915	6%
langfristiger Bedarf	48.755	38.700	-10.055	-21%
Gesamt	118.340	111.660	-6.680	-6%

Tabelle 128: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Gotha

Anzahl der Betriebe in der Stadt Gotha im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	161	148	-13	-8%
mittelfristiger Bedarf	100	99	-1	-1%
langfristiger Bedarf	121	87	-34	-28%
Gesamt	382	334	-48	-13%

Tabelle 129: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Gotha

5.7.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen offenbart, dass Gotha eine ausgeglichene Sortimentsverteilung vorweisen kann.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 39.000 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 44 %.
- Mit rd. 33.900 qm entfallen rd. 30 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 38.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Gotha

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	106	32%	31.635	28%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	4	1%	3.380	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	22	7%	1.305	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	16	5%	2.750	2%
kurzfristiger Bedarf	148	44%	39.070	35%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	49	15%	16.005	14%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	13	4%	3.888	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	12	4%	4.110	4%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	7	2%	1.390	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	2	1%	872	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	16	5%	7.625	7%
mittelfristiger Bedarf	99	30%	33.890	30%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	25	7%	1.180	1%
<i>Elektrobedarf</i>	19	6%	2.961	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	9	3%	5.015	4%
<i>Möbel</i>	10	3%	10.290	9%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	18	5%	18.264	16%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	6	2%	990	1%
langfristiger Bedarf	87	26%	38.700	35%
Gesamt	334	100%	111.660	100%

Tabelle 130: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gotha

5.7.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	159	48%	34.140	31%
sonstige Lagen	175	52%	77.520	69%
Gesamt	334	100%	111.660	100%

Tabelle 131: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Gotha

5.7.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Gotha standen in 2022/2023 114 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 25 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 5 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Gotha im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	382	100	482	21%
2022 / 2023	334	114	448	25%
Entwicklung	-48	14	-34	5%

Tabelle 132: Entwicklung der Leerstandssituation in Gotha

5.7.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Gotha einen Wert von **rd. 2,48 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 5 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Gotha im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	45.589	45.099	-490	-1%
Verkaufsfläche in qm	118.340	111.660	-6.680	-6%
Verkaufsflächendichte	2,60	2,48	-0,12	-5%

Tabelle 133: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Gotha

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Gotha in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.8 Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Mühlhausen/Thüringen

5.8.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Mühlhausen/Thüringen in 296 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴¹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 89.700 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste

⁴¹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 14 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 17 %). Der Anstieg im langfristigen- und mittelfristigen Bedarfsbereich ist insbesondere auf die bereits vor einigen Jahren erfolgte Eröffnung des SB Möbel Boss Markts, welcher eine große Verkaufsfläche aufweist, zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Mühlhausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	30.730	31.776	1.046	3%
mittelfristiger Bedarf	19.320	22.530	3.210	17%
langfristiger Bedarf	34.205	35.360	1.155	3%
Gesamt	84.255	89.666	5.411	6%

Tabelle 134: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Mühlhausen/Thüringen

Anzahl der Betriebe in der Stadt Mühlhausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	133	125	-8	-6%
mittelfristiger Bedarf	92	88	-4	-4%
langfristiger Bedarf	97	83	-14	-14%
Gesamt	322	296	-26	-8%

Tabelle 135: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Mühlhausen/Thüringen

5.8.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 35.400 qm; 39 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 31.800 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 42 %.
- Mit rd. 22.500 qm entfallen rd. 25 % auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 39 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 35.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Mühlhausen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	93	31%	26.315	29%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	5	2%	2.631	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	17	6%	1.170	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	10	3%	1.660	2%
kurzfristiger Bedarf	125	42%	31.776	35%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	39	13%	8.110	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	12	4%	3.715	4%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	6	2%	2.420	3%
<i>Bücher/Zeitung, Schreibwaren</i>	7	2%	1.480	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	2	1%	730	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	22	7%	6.075	7%
mittelfristiger Bedarf	88	30%	22.530	25%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	19	6%	1.065	1%
<i>Elektrobedarf</i>	17	6%	3.395	4%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	10	3%	3.825	4%
<i>Möbel</i>	6	2%	11.375	13%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	22	7%	13.810	15%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	9	3%	1.890	2%
langfristiger Bedarf	83	28%	35.360	39%
Gesamt	296	100%	89.666	100%

Tabelle 136: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Mühlhausen/Thüringen

5.8.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	133	45%	18.870	21%
sonstige Lagen	163	55%	70.796	79%
Gesamt	296	100%	89.666	100%

Tabelle 137: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Mühlhausen/Thüringen

5.8.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Mühlhausen/Thüringen standen in 2022/2023 162 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 35 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 10 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Mühlhausen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	322	107	429	25%
2022 / 2023	296	162	458	35%
Entwicklung	-26	55	29	10%

Tabelle 138: Entwicklung der Leerstandssituation in Mühlhausen/Thüringen

5.8.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Mühlhausen/Thüringen einen Wert von **rd. 2,50 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Mühlhausen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	33.127	35.797	2.670	8%
Verkaufsfläche in qm	84.255	89.666	5.411	6%
Verkaufsflächendichte	2,54	2,50	-0,04	-2%

Tabelle 139: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Mühlhausen/Thüringen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Mühlhausen/Thüringen in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.9 Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Nordhausen

5.9.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Nordhausen in 282 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴² **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 113.600 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von

⁴² Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

rd. 18 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 3 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	33.670	34.180	510	2%
mittelfristiger Bedarf	28.250	27.330	-920	-3%
langfristiger Bedarf	53.035	52.080	-955	-2%
Gesamt	114.955	113.590	-1.365	-1%

Tabelle 140: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Nordhausen

Anzahl der Betriebe in der Stadt Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	137	123	-14	-10%
mittelfristiger Bedarf	106	89	-17	-16%
langfristiger Bedarf	85	70	-15	-18%
Gesamt	328	282	-46	-14%

Tabelle 141: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Nordhausen

5.9.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 52.100 qm; 46 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 34.200 qm entfallen rd. 30 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 44 %.
- Mit rd. 27.300 qm entfallen rd. 24 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 32 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 46 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 52.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 25 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Nordhausen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	83	29%	27.675	24%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	5	2%	3.100	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	22	8%	995	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	13	5%	2.410	2%
kurzfristiger Bedarf	123	44%	34.180	30%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	37	13%	12.085	11%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	10	4%	3.485	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	7	2%	2.875	3%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	15	5%	1.500	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	3	1%	950	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	17	6%	6.435	6%
mittelfristiger Bedarf	89	32%	27.330	24%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	16	6%	930	1%
<i>Elektrobedarf</i>	17	6%	4.160	4%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	7	2%	3.620	3%
<i>Möbel</i>	13	5%	22.150	19%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	13	5%	20.955	18%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	4	1%	265	0%
langfristiger Bedarf	70	25%	52.080	46%
Gesamt	282	100%	113.590	100%

Tabelle 142: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Nordhausen

5.9.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	135	48%	30.615	27%
sonstige Lagen	147	52%	82.975	73%
Gesamt	282	100%	113.590	100%

Tabelle 143: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Nordhausen

5.9.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Nordhausen standen in 2022/2023 57 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 17 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 7 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	328	35	363	10%
2022 / 2023	282	57	339	17%
Entwicklung	-46	22	-24	7%

Tabelle 144: Entwicklung der Leerstandssituation in Nordhausen

5.9.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Nordhausen einen Wert von **rd. 2,80 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Nordhausen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	42.014	40.563	-1.451	-3%
Verkaufsfläche in qm	114.955	113.590	-1.365	-1%
Verkaufsflächendichte	2,74	2,80	0,06	2%

Tabelle 145: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Nordhausen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Nordhausen in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.10 Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Weimar

5.10.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Weimar in 462 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴³ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 121.300 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurz- und langfristigen Bedarf

⁴³ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

mit einem Rückgang von jeweils rd. 10 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 8 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Weimar im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	46.405	49.975	3.570	8%
mittelfristiger Bedarf	30.330	28.745	-1.585	-5%
langfristiger Bedarf	41.480	42.580	1.100	3%
Gesamt	118.215	121.300	3.085	3%

Tabelle 146: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Weimar

Anzahl der Betriebe in der Stadt Weimar im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	194	175	-19	-10%
mittelfristiger Bedarf	159	146	-13	-8%
langfristiger Bedarf	156	141	-15	-10%
Gesamt	509	462	-47	-9%

Tabelle 147: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Weimar

5.10.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 50.000 qm; 41 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 50.000 qm entfallen rd. 41 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 38 %.
- Mit rd. 28.700 qm entfallen rd. 24 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 32 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 42.600 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 31 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Weimar

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	127	27%	39.400	32%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	9	2%	6.005	5%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	24	5%	1.535	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	15	3%	3.035	3%
kurzfristiger Bedarf	175	38%	49.975	41%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	54	12%	11.770	10%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	21	5%	3.070	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	9	2%	3.565	3%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	24	5%	3.740	3%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	7	2%	555	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	31	7%	6.045	5%
mittelfristiger Bedarf	146	32%	28.745	24%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	37	8%	1.760	1%
<i>Elektrobedarf</i>	22	5%	4.520	4%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	28	6%	4.540	4%
<i>Möbel</i>	15	3%	9.870	8%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	25	5%	19.790	16%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	14	3%	2.100	2%
langfristiger Bedarf	141	31%	42.580	35%
Gesamt	462	100%	121.300	100%

Tabelle 148: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Weimar

5.10.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	252	55%	36.595	30%
sonstige Lagen	210	45%	84.705	70%
Gesamt	462	100%	121.300	100%

Tabelle 149: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Weimar

5.10.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Weimar standen in 2022/2023 50 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 10 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich einen Rückgang im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 1 %-Punkt.

Leerstände in der Stadt Weimar im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	509	62	571	11%
2022 / 2023	462	50	512	10%
Entwicklung	-47	-12	-59	-1%

Tabelle 150: Entwicklung der Leerstandssituation in Weimar

5.10.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Weimar einen Wert von **rd. 1,86 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 1 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Weimar im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	64.426	65.138	712	1%
Verkaufsfläche in qm	118.215	121.300	3.085	3%
Verkaufsflächendichte	1,83	1,86	0,03	1%

Tabelle 151: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Weimar

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Weimar in einem überdurchschnittlichen Bereich.

5.11 Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

5.11.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das funktionsteilige Mittelzentrum Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg in 468 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁴ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 120.100 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste

⁴⁴ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 20 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 27 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	46.650	46.735	85	0%
mittelfristiger Bedarf	21.850	27.655	5.805	27%
langfristiger Bedarf	50.570	45.690	-4.880	-10%
Gesamt	119.070	120.080	1.010	1%

Tabelle 152: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

Anzahl der Betriebe in den Städten Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	209	213	4	2%
mittelfristiger Bedarf	142	128	-14	-10%
langfristiger Bedarf	159	127	-32	-20%
Gesamt	510	468	-42	-8%

Tabelle 153: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

5.11.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 46.700 qm; 39 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 46.700 qm entfallen rd. 39 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 46 %.
- Mit rd. 27.700 qm entfallen rd. 23 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 38 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 45.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 27 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg				
Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	149	32%	38.085	32%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	6	1%	3.775	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	36	8%	1.960	2%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	22	5%	2.915	2%
kurzfristiger Bedarf	213	46%	46.735	39%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	59	13%	12.315	10%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	12	3%	3.070	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	13	3%	3.340	3%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	10	2%	1.360	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	4	1%	935	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	30	6%	6.635	6%
mittelfristiger Bedarf	128	27%	27.655	23%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	24	5%	1.190	1%
<i>Elektrobedarf</i>	26	6%	4.425	4%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	18	4%	4.400	4%
<i>Möbel</i>	17	4%	6.720	6%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	37	8%	27.810	23%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	5	1%	1.145	1%
langfristiger Bedarf	127	27%	45.690	38%
Gesamt	468	100%	120.080	100%

Tabelle 154: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

5.11.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen				
Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	204	44%	24.670	21%
sonstige Lagen	264	56%	95.410	79%
Gesamt	468	100%	120.080	100%

Tabelle 155: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

5.11.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im funktionsteiligen Mittelzentrum Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg standen in 2022/2023 145 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 24 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 3 %-Punkte.

Leerstände in den Städten Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	510	135	645	21%
2022 / 2023	468	145	613	24%
Entwicklung	-42	10	-32	3%

Tabelle 156: Entwicklung der Leerstandssituation in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

5.11.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im funktionsteiligen Mittelzentrum Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg einen Wert von **rd. 2,03 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 8 %.

Verkaufsflächendichte in den Städten Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	53.864	59.297	5.433	10%
Verkaufsfläche in qm	119.070	120.080	1.010	1%
Verkaufsflächendichte	2,21	2,03	-0,19	-8%

Tabelle 157: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im funktionsteiligen Mittelzentrum Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.12 Funktionsteiliges Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Suhl/Zella-Mehlis

5.12.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das funktionsteilige Mittelzentrum Suhl/Zella-Mehlis in 338 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁵ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 114.400 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es

⁴⁵ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 34 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 13 %). Dies ist insbesondere auf die Schließung des Möbelmarkts Möbelpiraten in der Stadt Suhl, welcher eine große Verkaufsfläche besaß, zurückzuführen.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Suhl/Zella-Mehlis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	34.560	39.960	5.400	16%
mittelfristiger Bedarf	23.415	23.095	-320	-1%
langfristiger Bedarf	59.225	51.370	-7.855	-13%
Gesamt	117.200	114.425	-2.775	-2%

Tabelle 158: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Suhl/Zella-Mehlis

Anzahl der Betriebe in den Städten Suhl/Zella-Mehlis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	147	166	19	13%
mittelfristiger Bedarf	109	97	-12	-11%
langfristiger Bedarf	113	75	-38	-34%
Gesamt	369	338	-31	-8%

Tabelle 159: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Suhl/Zella-Mehlis

5.12.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 51.400 qm; 45 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 40.000 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 49 %.
- Mit rd. 23.100 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 29 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 45 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 51.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 22 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Suhl/Zella-Mehlis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	120	36%	32.420	28%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	5	1%	4.120	4%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	26	8%	1.355	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	15	4%	2.065	2%
kurzfristiger Bedarf	166	49%	39.960	35%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	41	12%	9.030	8%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	8	2%	2.980	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	13	4%	2.735	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	17	5%	1.515	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	4	1%	755	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	14	4%	6.080	5%
mittelfristiger Bedarf	97	29%	23.095	20%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	12	4%	890	1%
<i>Elektrobedarf</i>	20	6%	3.955	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	8	2%	3.235	3%
<i>Möbel</i>	8	2%	21.920	19%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	25	7%	21.290	19%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	2	1%	80	0%
langfristiger Bedarf	75	22%	51.370	45%
Gesamt	338	100%	114.425	100%

Tabelle 160: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Suhl/Zella-Mehlis

5.12.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	139	41%	21.260	19%
sonstige Lagen	199	59%	93.165	81%
Gesamt	338	100%	114.425	100%

Tabelle 161: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Suhl/Zella-Mehlis

5.12.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im funktionsteiligen Mittelzentrum Suhl/Zella-Mehlis standen in 2022/2023 145 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 30 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 4 %-Punkte.

Leerstände in den Städten Suhl/Zella-Mehlis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	369	128	497	26%
2022 / 2023	338	145	483	30%
Entwicklung	-31	17	-14	4%

Tabelle 162: Entwicklung der Leerstandssituation in Suhl/Zella-Mehlis

5.12.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im funktionsteiligen Mittelzentrum Suhl/Zella-Mehlis einen Wert von **rd. 2,36 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 8 %.

Verkaufsflächendichte in den Städten Suhl/Zella-Mehlis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	45.698	48.586	2.888	6%
Verkaufsfläche in qm	117.200	114.425	-2.775	-2%
Verkaufsflächendichte	2,56	2,36	-0,21	-8%

Tabelle 163: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Suhl/Zella-Mehlis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im funktionsteiligen Mittelzentrum Suhl/Zella-Mehlis in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

Durch mehrere Eingemeindungen in Zella-Mehlis im Jahr 2019 sind rd. 6 % mehr Bewohner im funktionsteiligen Mittelzentrum zu verorten, wohingegen die Verkaufsfläche dennoch um rd. 2 % gesunken ist. Diese signifikante Diskrepanz ist auf die Eingemeindung von versorgungsschwachen und peripher gelegenen Stadtteilen zurückzuführen, was eine starke Reduktion der Verkaufsflächendichte im funktionsteiligen Mittelzentrum zur Folge hat.

5.13 Mittelzentrum Apolda

5.13.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Apolda in 170 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁶ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 34.900 qm.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurz- und langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von jeweils rd. 11 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des kurz- und langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (jeweils rd. 6 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Apolda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	14.625	13.785	-840	-6%
mittelfristiger Bedarf	7.620	7.925	305	4%
langfristiger Bedarf	14.100	13.195	-905	-6%
Gesamt	36.345	34.905	-1.440	-4%

Tabelle 164: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Apolda

Anzahl der Betriebe in der Stadt Apolda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	73	65	-8	-11%
mittelfristiger Bedarf	59	56	-3	-5%
langfristiger Bedarf	55	49	-6	-11%
Gesamt	187	170	-17	-9%

Tabelle 165: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Apolda

5.13.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 13.800 qm; 39 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 13.800 qm entfallen rd. 39 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 38 %.

⁴⁶ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 7.900 qm entfallen rd. 23 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 33 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 38 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 13.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 29 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Apolda

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	42	25%	11.565	33%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	3	2%	980	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	14	8%	665	2%
Tiemahrung und Schnittblumen	6	4%	575	2%
kurzfristiger Bedarf	65	38%	13.785	39%
Bekleidung/Wäsche	32	19%	4.640	13%
Schuhe, Lederwaren	4	2%	430	1%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	5	3%	865	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	9	5%	585	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	2	1%	95	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	4	2%	1.310	4%
mittelfristiger Bedarf	56	33%	7.925	23%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	10	6%	365	1%
Elektrobedarf	10	6%	540	2%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	13	8%	1.665	5%
Möbel	3	2%	1.430	4%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	9	5%	8.055	23%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	4	2%	1.140	3%
langfristiger Bedarf	49	29%	13.195	38%
Gesamt	170	100%	34.905	100%

Tabelle 166: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Apolda

5.13.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	90	53%	11.085	32%
sonstige Lagen	80	47%	23.820	68%
Gesamt	170	100%	34.905	100%

Tabelle 167: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Apolda

5.13.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Apolda standen in 2022/2023 106 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 38 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 2 %-Punkte.

Leerstände im in der Stadt Apolda im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	187	107	294	36%
2022 / 2023	170	106	276	38%
Entwicklung	-17	-1	-18	2%

Tabelle 168: Entwicklung der Leerstandssituation in Apolda

5.13.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Apolda einen Wert von **rd. 1,57 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Apolda im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	22.163	22.232	69	0%
Verkaufsfläche in qm	36.345	34.905	-1.440	-4%
Verkaufsflächendichte	1,64	1,57	-0,07	-4%

Tabelle 169: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Apolda

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Apolda in einem unterdurchschnittlichen Bereich.

5.14 Mittelzentrum Arnstadt

5.14.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Arnstadt in 204 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁷ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 64.100 qm**.

⁴⁷ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 24 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 12 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Arnstadt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	25.770	24.445	-1.325	-5%
mittelfristiger Bedarf	11.365	12.740	1.375	12%
langfristiger Bedarf	25.935	26.925	990	4%
Gesamt	63.070	64.110	1.040	2%

Tabelle 170: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Arnstadt

Anzahl der Betriebe in der Stadt Arnstadt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	96	82	-14	-15%
mittelfristiger Bedarf	60	62	2	3%
langfristiger Bedarf	79	60	-19	-24%
Gesamt	235	204	-31	-13%

Tabelle 171: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Arnstadt

5.14.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 26.900 qm; 42 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 24.400 qm entfallen rd. 38 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 40 %.
- Mit rd. 12.700 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 26.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 29 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Arnstadt

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	57	28%	20.520	32%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	4	2%	1.720	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	13	6%	800	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	8	4%	1.405	2%
kurzfristiger Bedarf	82	40%	24.445	38%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	23	11%	4.985	8%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	6	3%	1.585	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	4	2%	860	1%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	12	6%	710	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	3	1%	385	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	14	7%	4.215	7%
mittelfristiger Bedarf	62	30%	12.740	20%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	15	7%	620	1%
<i>Elektrobedarf</i>	14	7%	2.930	5%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	10	5%	1.505	2%
<i>Möbel</i>	5	2%	5.110	8%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	14	7%	16.650	26%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	2	1%	110	0%
langfristiger Bedarf	60	29%	26.925	42%
Gesamt	204	100%	64.110	100%

Tabelle 172: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Arnstadt

5.14.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	95	47%	8.235	13%
sonstige Lagen	109	53%	55.875	87%
Gesamt	204	100%	64.110	100%

Tabelle 173: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Arnstadt

5.14.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Arnstadt standen in 2022/2023 60 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 23 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Rückgang im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 1 %-Punkt.

Leerstände in der Stadt Arnstadt im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	235	73	308	24%
2022 / 2023	204	60	264	23%
Entwicklung	-31	-13	-44	-1%

Tabelle 174: Entwicklung der Leerstandssituation in Arnstadt

5.14.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Arnstadt einen Wert von **rd. 2,35 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 9 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Arnstadt im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	24.409	27.330	2.921	12%
Verkaufsfläche in qm	63.070	64.110	1.040	2%
Verkaufsflächendichte	2,58	2,35	-0,24	-9%

Tabelle 175: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Arnstadt

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Arnstadt in einem überdurchschnittlichen Bereich.

5.15 Mittelzentrum Artern/Unstrut

5.15.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Artern/Unstrut in 53 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁸ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 14.000 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale und Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 27 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 12 %).

⁴⁸ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Artern/Unstrut im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	6.390	6.490	100	2%
mittelfristiger Bedarf	2.870	2.645	-225	-8%
langfristiger Bedarf	5.600	4.925	-675	-12%
Gesamt	14.860	14.060	-800	-5%

Tabelle 176: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Artern/Unstrut

Anzahl der Betriebe in der Stadt Artern/Unstrut im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	25	28	3	12%
mittelfristiger Bedarf	18	14	-4	-22%
langfristiger Bedarf	15	11	-4	-27%
Gesamt	58	53	-5	-9%

Tabelle 177: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Artern/Unstrut

5.15.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 6.500 qm; 46 %) entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 6.500 qm entfallen rd. 46 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 53 %.
- Mit rd. 2.600 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 26 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 4.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 21 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Artern/Unstrut

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	20	38%	5.610	40%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	1	2%	600	4%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	5	9%	175	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	2	4%	105	1%
kurzfristiger Bedarf	28	53%	6.490	46%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	5	9%	910	6%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	3	6%	560	4%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	1	2%	150	1%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	1	2%	55	0%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	2	4%	240	2%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	2	4%	730	5%
mittelfristiger Bedarf	14	26%	2.645	19%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	3	6%	150	1%
<i>Elektrobedarf</i>	3	6%	430	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	1	2%	270	2%
<i>Möbel</i>	0	0%	100	1%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	3	6%	3.920	28%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	1	2%	55	0%
langfristiger Bedarf	11	21%	4.925	35%
Gesamt	53	100%	14.060	100%

Tabelle 178: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Artern/Unstrut

5.15.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	23	43%	1.725	12%
sonstige Lagen	30	57%	12.335	88%
Gesamt	53	100%	14.060	100%

Tabelle 179: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Artern/Unstrut

5.15.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Artern/Unstrut standen in 2022/2023 33 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 38 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 4 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Artern/Unstrut im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	58	31	89	35%
2022 / 2023	53	33	86	38%
Entwicklung	-5	2	-3	4%

Tabelle 180: Entwicklung der Leerstandssituation in Artern/Unstrut

5.15.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Artern/Unstrut einen Wert von **rd. 2,15 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 22 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Artern/Unstrut im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	5.418	6.538	1.120	21%
Verkaufsfläche in qm	14.860	14.060	-800	-5%
Verkaufsflächendichte	2,74	2,15	-0,59	-22%

Tabelle 181: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Artern/Unstrut

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Artern/Unstrut in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

Durch mehrere Eingemeindungen in Artern-Unstrut im Jahr 2019 sind rd. 21 % mehr Bewohner im Mittelzentrum zu verorten, wohingegen die Verkaufsfläche dennoch um rd. 5 % gesunken ist. Diese signifikante Diskrepanz ist auf die Eingemeindung von versorgungsschwachen und peripher gelegenen Stadtteilen zurückzuführen, was eine starke Reduktion der Verkaufsflächendichte im Mittelzentrum zur Folge hat.

5.16 Mittelzentrum Bad Langensalza

5.16.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Bad Langensalza in 111 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁴⁹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 41.200 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 23 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 16 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Bad Langensalza im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	12.405	14.715	2.310	19%
mittelfristiger Bedarf	7.055	7.725	670	9%
langfristiger Bedarf	22.245	18.795	-3.450	-16%
Gesamt	41.705	41.235	-470	-1%

Tabelle 182: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Bad Langensalza

Anzahl der Betriebe in der Stadt Bad Langensalza im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	57	49	-8	-14%
mittelfristiger Bedarf	30	28	-2	-7%
langfristiger Bedarf	44	34	-10	-23%
Gesamt	131	111	-20	-15%

Tabelle 183: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Bad Langensalza

5.16.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 18.800 qm; 46 %), hier vor allem Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 14.700 qm entfallen rd. 36 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 44 %.

⁴⁹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 7.700 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 25 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 46 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 18.800 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 31 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Bad Langensalza

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	35	32%	12.545	30%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	2	2%	1.490	4%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	5	5%	305	1%
Tiennahrung und Schnittblumen	7	6%	375	1%
kurzfristiger Bedarf	49	44%	14.715	36%
Bekleidung/Wäsche	11	10%	3.590	9%
Schuhe, Lederwaren	4	4%	955	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	2	2%	640	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	3	3%	495	1%
Spielwaren und Hobbybedarf	1	1%	50	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	7	6%	1.995	5%
mittelfristiger Bedarf	28	25%	7.725	19%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	8	7%	295	1%
Elektrobedarf	5	5%	275	1%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	4	4%	750	2%
Möbel	4	4%	11.525	28%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	10	9%	5.625	14%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	3	3%	325	1%
langfristiger Bedarf	34	31%	18.795	46%
Gesamt	111	100%	41.235	100%

Tabelle 184: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bad Langensalza

5.16.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	40	36%	4.400	11%
sonstige Lagen	71	64%	36.835	89%
Gesamt	111	100%	41.235	100%

Tabelle 185: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Bad Langensalza

5.16.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Bad Langensalza standen in 2022/2023 81 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 42 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 11 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Bad Langensalza im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	131	60	191	31%
2022 / 2023	111	81	192	42%
Entwicklung	-20	21	1	11%

Tabelle 186: Entwicklung der Leerstandssituation in Bad Langensalza

5.16.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Bad Langensalza einen Wert von **rd. 2,40 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ist keine signifikante Veränderung festzustellen.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Bad Langensalza im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	17.305	17.157	-148	-1%
Verkaufsfläche in qm	41.705	41.235	-470	-1%
Verkaufsflächendichte	2,41	2,40	-0,01	0%

Tabelle 187: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Bad Langensalza

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Bad Langensalza in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.17 Mittelzentrum Bad Lobenstein

5.17.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Bad Lobenstein in 64 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁰ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 14.800 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine deutliche Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie eine leichte Abnahme der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 28 %, wobei auch die Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfs mit jeweils rd. 26 % stark abgenommen haben. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 13 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Bad Lobenstein im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	7.840	7.645	-195	-2%
mittelfristiger Bedarf	2.085	1.910	-175	-8%
langfristiger Bedarf	6.010	5.245	-765	-13%
Gesamt	15.935	14.800	-1.135	-7%

Tabelle 188: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Bad Lobenstein

Anzahl der Betriebe in der Stadt Bad Lobenstein im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	35	26	-9	-26%
mittelfristiger Bedarf	27	20	-7	-26%
langfristiger Bedarf	25	18	-7	-28%
Gesamt	87	64	-23	-26%

Tabelle 189: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Bad Lobenstein

5.17.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 7.600 qm; 52 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 7.600 qm entfallen rd. 52 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 41 %.

⁵⁰ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 1.900 qm entfallen rd. 13 % auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 31 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 5.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Bad Lobenstein

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	18	28%	6.080	41%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	1	2%	600	4%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	4	6%	280	2%
Tiemahrung und Schnittblumen	3	5%	685	5%
kurzfristiger Bedarf	26	41%	7.645	52%
Bekleidung/Wäsche	8	13%	860	6%
Schuhe, Lederwaren	2	3%	310	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	4	6%	285	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	4	6%	160	1%
Spielwaren und Hobbybedarf	1	2%	15	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	1	2%	280	2%
mittelfristiger Bedarf	20	31%	1.910	13%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	5	8%	165	1%
Elektrobedarf	2	3%	630	4%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	4	6%	190	1%
Möbel	2	3%	2.460	17%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	5	8%	1.800	12%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	18	28%	5.245	35%
Gesamt	64	100%	14.800	100%

Tabelle 190: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bad Lobenstein

5.17.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	23	36%	1.010	7%
sonstige Lagen	41	64%	13.790	93%
Gesamt	64	100%	14.800	100%

Tabelle 191: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Bad Lobenstein

5.17.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Bad Lobenstein standen in 2022/2023 32 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 33 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 21 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Bad Lobenstein im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	87	12	99	12%
2022 / 2023	64	32	96	33%
Entwicklung	-23	20	-3	21%

Tabelle 192: Entwicklung der Leerstandssituation in Bad Lobenstein

5.17.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Bad Lobenstein einen Wert von **rd. 2,58 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das eine Abnahme von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Bad Lobenstein im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	5.997	5.745	-252	-4%
Verkaufsfläche in qm	15.935	14.800	-1.135	-7%
Verkaufsflächendichte	2,66	2,58	-0,08	-3%

Tabelle 193: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Bad Lobenstein

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Bad Lobenstein in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.18 Mittelzentrum Bad Salzungen

5.18.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Bad Salzungen in 180 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵¹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 47.900 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Zunahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Zunahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem Zuwachs von rd. 9 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 18 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Bad Salzungen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	16.215	19.190	2.975	18%
mittelfristiger Bedarf	13.260	14.020	760	6%
langfristiger Bedarf	17.675	14.710	-2.965	-17%
Gesamt	47.150	47.920	770	2%

Tabelle 194: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Bad Salzungen

Anzahl der Betriebe in der Stadt Bad Salzungen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	65	71	6	9%
mittelfristiger Bedarf	64	63	-1	-2%
langfristiger Bedarf	47	46	-1	-2%
Gesamt	176	180	4	2%

Tabelle 195: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Bad Salzungen

5.18.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 19.200 qm; 40 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 19.200 qm entfallen rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 39 %.

⁵¹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 14.000 qm entfallen rd. 29 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 35 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 31 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 14.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 26 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Bad Salzungen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	50	28%	16.565	35%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	1%	1.610	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	11	6%	370	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	8	4%	645	1%
kurzfristiger Bedarf	71	39%	19.190	40%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	30	17%	6.285	13%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	7	4%	1.565	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	8	4%	1.950	4%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	6	3%	865	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	2	1%	585	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	10	6%	2.770	6%
mittelfristiger Bedarf	63	35%	14.020	29%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	8	4%	485	1%
<i>Elektrobedarf</i>	7	4%	1.970	4%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	12	7%	1.825	4%
<i>Möbel</i>	4	2%	2.160	5%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	14	8%	8.270	17%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	1	1%	-	0%
langfristiger Bedarf	46	26%	14.710	31%
Gesamt	180	100%	47.920	100%

Tabelle 196: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bad Salzungen

5.18.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	77	43%	15.560	32%
sonstige Lagen	103	57%	32.360	68%
Gesamt	180	100%	47.920	100%

Tabelle 197: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Bad Salzungen

5.18.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Bad Salzungen standen in 2022/2023 41 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 19 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 3 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Bad Salzungen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	176	32	208	15%
2022 / 2023	180	41	221	19%
Entwicklung	4	9	13	3%

Tabelle 198: Entwicklung der Leerstandssituation in Bad Salzungen

5.18.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Bad Salzungen einen Wert von **rd. 2,09 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das eine deutliche Abnahme von rd. 31 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Bad Salzungen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	15497	22976	7479	48%
Verkaufsfläche in qm	47150	47920	770	2%
Verkaufsflächendichte	3,04	2,09	-0,96	-31%

Tabelle 199: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Bad Salzungen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Bad Salzungen in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

Durch mehrere Eingemeindungen in Bad Salzungen im Jahr 2018 und 2020 sind rd. 48 % mehr Bewohner im Mittelzentrum zu verorten, wohingegen die Verkaufsfläche lediglich um rd. 2 % gestiegen ist. Diese signifikante Diskrepanz ist auf die Eingemeindung von versorgungsschwachen und peripher gelegenen Stadtteilen zurückzuführen, was eine starke Reduktion der Verkaufsflächendichte im Mittelzentrum zur Folge hat.

5.19 Mittelzentrum Eisenberg

5.19.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Eisenberg in 104 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵² einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt **rd. 23.000 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 11 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 12 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Eisenberg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	10.585	10.040	-545	-5%
mittelfristiger Bedarf	3.470	4.450	980	28%
langfristiger Bedarf	9.645	8.490	-1.155	-12%
Gesamt	23.700	22.980	-720	-3%

Tabelle 200: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Eisenberg

Anzahl der Betriebe in der Stadt Eisenberg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	53	50	-3	-6%
mittelfristiger Bedarf	30	30	0	0%
langfristiger Bedarf	27	24	-3	-11%
Gesamt	110	104	-6	-5%

Tabelle 201: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Eisenberg

5.19.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 10.000 qm; 44 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 10.000 qm entfallen rd. 44 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 48 %.

⁵² Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 4.500 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 29 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 37 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 8.500 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Eisenberg

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	34	33%	8.715	38%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	2%	830	4%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	7	7%	215	1%
<i>Tiemahrung und Schnittblumen</i>	7	7%	280	1%
kurzfristiger Bedarf	50	48%	10.040	44%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	12	12%	2.045	9%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	3	3%	265	1%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	3	3%	185	1%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	4	4%	515	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	1	1%	20	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	7	7%	1.420	6%
mittelfristiger Bedarf	30	29%	4.450	19%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	3	3%	80	0%
<i>Elektrobedarf</i>	3	3%	255	1%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	2	2%	305	1%
<i>Möbel</i>	5	5%	2.620	11%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	6	6%	5.035	22%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	5	5%	195	1%
langfristiger Bedarf	24	23%	8.490	37%
Gesamt	104	100%	22.980	100%

Tabelle 202: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Eisenberg

5.19.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	45	43%	5.295	23%
sonstige Lagen	59	57%	17.685	77%
Gesamt	104	100%	22.980	100%

Tabelle 203: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Eisenberg

5.19.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Eisenberg standen in 2022/2023 37 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 26 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 3 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Eisenberg im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	110	33	143	23%
2022 / 2023	104	37	141	26%
Entwicklung	-6	4	-2	3%

Tabelle 204: Entwicklung der Leerstandssituation in Eisenberg

5.19.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Eisenberg einen Wert von **rd. 2,15 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das eine Reduktion von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Eisenberg im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	10.842	10.673	-169	-2%
Verkaufsfläche in qm	23.700	22.980	-720	-3%
Verkaufsflächendichte	2,19	2,15	-0,03	-2%

Tabelle 205: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Eisenberg

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Eisenberg in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.20 Mittelzentrum Greiz

5.20.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Greiz in 197 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵³ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 43.200 qm.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 19 %. Auch die Verkaufsfläche ist in diesem Segment am stärksten gesunken (rd. 11 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Greiz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	16.585	16.230	-355	-2%
mittelfristiger Bedarf	5.925	6.740	815	14%
langfristiger Bedarf	22.695	20.230	-2.465	-11%
Gesamt	45.205	43.200	-2.005	-4%

Tabelle 206: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Greiz

Anzahl der Betriebe in der Stadt Greiz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	96	89	-7	-7%
mittelfristiger Bedarf	49	56	7	14%
langfristiger Bedarf	64	52	-12	-19%
Gesamt	209	197	-12	-6%

Tabelle 207: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Greiz

5.20.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 20.200 qm; 47 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 16.200 qm entfallen rd. 38 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 45 %.

⁵³ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 6.700 qm entfallen rd. 16 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 28 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 47 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 20.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Greiz

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	66	34%	14.130	33%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	2	1%	1.010	2%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	11	6%	455	1%
Tiemahrung und Schnittblumen	10	5%	635	1%
kurzfristiger Bedarf	89	45%	16.230	38%
Bekleidung/Wäsche	22	11%	2.960	7%
Schuhe, Lederwaren	8	4%	780	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	7	4%	595	1%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	11	6%	675	2%
Spielwaren und Hobbybedarf	2	1%	190	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	6	3%	1.540	4%
mittelfristiger Bedarf	56	28%	6.740	16%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	11	6%	325	1%
Elektrobedarf	8	4%	650	2%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	13	7%	2.100	5%
Möbel	2	1%	3.810	9%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	18	9%	13.345	31%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	52	26%	20.230	47%
Gesamt	197	100%	43.200	100%

Tabelle 208: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Greiz

5.20.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	86	44%	5.600	13%
sonstige Lagen	111	56%	37.600	87%
Gesamt	197	100%	43.200	100%

Tabelle 209: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Greiz

5.20.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Greiz standen in 2022/2023 89 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 31 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 1 %-Punkt.

Leerstände in der Stadt Greiz im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	209	90	299	30%
2022 / 2023	197	89	286	31%
Entwicklung	-12	-1	-13	1%

Tabelle 210: Entwicklung der Leerstandssituation in Greiz

5.20.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Greiz einen Wert von **rd. 2,16 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 2 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Greiz im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	20.517	20.021	-496	-2%
Verkaufsfläche in qm	45.205	43.200	-2.005	-4%
Verkaufsflächendichte	2,20	2,16	-0,05	-2%

Tabelle 211: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Greiz

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Greiz in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.21 Mittelzentrum Heilbad Heiligenstadt

5.21.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das Heilbad Heiligenstadt in 168 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁴ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 40.400 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 13 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 19 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Heilbad-Heiligenstadt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	14.490	14.140	-350	-2%
mittelfristiger Bedarf	9.155	10.705	1.550	17%
langfristiger Bedarf	19.280	15.570	-3.710	-19%
Gesamt	42.925	40.415	-2.510	-6%

Tabelle 212: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Heilbad Heiligenstadt

Anzahl der Betriebe in der Stadt Heilbad-Heiligenstadt im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	70	61	-9	-13%
mittelfristiger Bedarf	51	52	1	2%
langfristiger Bedarf	57	55	-2	-4%
Gesamt	178	168	-10	-6%

Tabelle 213: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Heilbad Heiligenstadt

5.21.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 15.600 qm; 39 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 14.100 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 36 %.

⁵⁴ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 10.700 qm entfallen rd. 26 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 31 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 39 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 15.600 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil rd. 33 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Heilbad-Heiligenstadt

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	42	25%	10.995	27%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	3	2%	1.675	4%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	9	5%	400	1%
Tiemahrung und Schnittblumen	7	4%	1.070	3%
kurzfristiger Bedarf	61	36%	14.140	35%
Bekleidung/Wäsche	23	14%	3.800	9%
Schuhe, Lederwaren	5	3%	975	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	4	2%	840	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	10	6%	1.280	3%
Spielwaren und Hobbybedarf	1	1%	100	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	9	5%	3.710	9%
mittelfristiger Bedarf	52	31%	10.705	26%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	12	7%	540	1%
Elektrobedarf	4	2%	395	1%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	14	8%	1.735	4%
Möbel	2	1%	2.170	5%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	22	13%	10.120	25%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	1	1%	610	2%
langfristiger Bedarf	55	33%	15.570	39%
Gesamt	168	100%	40.415	100%

Tabelle 214: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Heilbad Heiligenstadt

5.21.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	82	49%	10.350	26%
sonstige Lagen	86	51%	30.065	74%
Gesamt	168	100%	40.415	100%

Tabelle 215: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen im Heilbad Heiligenstadt

5.21.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Heilbad Heiligenstadt standen in 2022/2023 43 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 20 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 2 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Heilbad-Heiligenstadt im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	178	40	218	18%
2022 / 2023	168	43	211	20%
Entwicklung	-10	3	-7	2%

Tabelle 216: Entwicklung der Leerstandssituation im Heilbad Heiligenstadt

5.21.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Heilbad Heiligenstadt einen Wert von **rd. 2,39 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 5 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Heilbad-Heiligenstadt im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	16.976	16.899	-77	0%
Verkaufsfläche in qm	42.925	40.415	-2.510	-6%
Verkaufsflächendichte	2,53	2,39	-0,14	-5%

Tabelle 217: Entwicklung der Verkaufsflächendichte im Heilbad Heiligenstadt

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im Heilbad Heiligenstadt in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.22 Mittelzentrum Hildburghausen

5.22.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Hildburghausen in 91 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁵ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 39.900 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine deutliche Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie eine leichte Reduktion der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im mittel- und langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von jeweils rd. 24 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 13 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	15.450	14.810	-640	-4%
mittelfristiger Bedarf	7.705	8.945	1.240	16%
langfristiger Bedarf	18.515	16.110	-2.405	-13%
Gesamt	41.670	39.865	-1.805	-4%

Tabelle 218: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Hildburghausen

Anzahl der Betriebe in der Stadt Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	43	41	-2	-5%
mittelfristiger Bedarf	33	25	-8	-24%
langfristiger Bedarf	33	25	-8	-24%
Gesamt	109	91	-18	-17%

Tabelle 219: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Hildburghausen

5.22.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 16.100 qm; 40 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 14.800 qm entfallen rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 45 %.

⁵⁵ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 8.900 qm entfallen rd. 22 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 40 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 16.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 27 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Hildburghausen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	30	33%	12.760	32%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	2	2%	1.150	3%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	6	7%	310	1%
Tiennahrung und Schnittblumen	3	3%	590	1%
kurzfristiger Bedarf	41	45%	14.810	37%
Bekleidung/Wäsche	13	14%	3.925	10%
Schuhe, Lederwaren	2	2%	660	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	4	4%	800	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	1	1%	240	1%
Spielwaren und Hobbybedarf	0	0%	110	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	5	5%	3.210	8%
mittelfristiger Bedarf	25	27%	8.945	22%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	4	4%	220	1%
Elektrobedarf	7	8%	965	2%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	3	3%	790	2%
Möbel	4	4%	3.405	9%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	7	8%	10.730	27%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	25	27%	16.110	40%
Gesamt	91	100%	39.865	100%

Tabelle 220: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Hildburghausen

5.22.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	44	48%	5.770	14%
sonstige Lagen	47	52%	34.095	86%
Gesamt	91	100%	39.865	100%

Tabelle 221: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Hildburghausen

5.22.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Hildburghausen standen in 2022/2023 18 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 17 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 8 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	109	10	119	8%
2022 / 2023	91	18	109	17%
Entwicklung	-18	8	-10	8%

Tabelle 222: Entwicklung der Leerstandssituation in Hildburghausen

5.22.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Enwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Hildburghausen einen Wert von **rd. 3,42 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Hildburghausen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	11.761	11.660	-101	-1%
Verkaufsfläche in qm	41.670	39.865	-1.805	-4%
Verkaufsflächendichte	3,54	3,42	-0,12	-4%

Tabelle 223: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Hildburghausen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Hildburghausen in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.23 Mittelzentrum Ilmenau

5.23.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Ilmenau in 242 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁶ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 75.200 qm.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine deutliche Zunahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Zunahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem Zuwachs von rd. 38 %. Die Verkaufsfläche ist in den Segmenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 28 und 27 %). Diese Entwicklung ist allerdings u.a. auf die Eingemeindungen zurückzuführen, die in Ilmenau in den letzten Jahren stattgefunden haben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Ilmenau im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	18.690	23.860	5.170	28%
mittelfristiger Bedarf	13.595	17.200	3.605	27%
langfristiger Bedarf	33.900	34.150	250	1%
Gesamt	66.185	75.210	9.025	14%

Tabelle 224: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Ilmenau

Anzahl der Betriebe in der Stadt Ilmenau im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	86	119	33	38%
mittelfristiger Bedarf	66	67	1	2%
langfristiger Bedarf	56	56	0	0%
Gesamt	208	242	34	16%

Tabelle 225: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Ilmenau

5.23.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 34.200 qm; 45 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 23.900 qm entfallen rd. 32 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 49 %.

⁵⁶ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 17.200 qm entfallen rd. 23 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 28 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 45 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 34.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 23 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Ilmenau

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	91	38%	20.085	27%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	5	2%	2.130	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	11	5%	575	1%
<i>Tiemahrung und Schnittblumen</i>	12	5%	1.070	1%
kurzfristiger Bedarf	119	49%	23.860	32%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	23	10%	5.310	7%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	7	3%	1.715	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	8	3%	3.720	5%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	11	5%	1.395	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	3	1%	220	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	15	6%	4.840	6%
mittelfristiger Bedarf	67	28%	17.200	23%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	7	3%	790	1%
<i>Elektrobedarf</i>	11	5%	2.090	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	6	2%	1.380	2%
<i>Möbel</i>	9	4%	14.620	19%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	13	5%	13.070	17%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	10	4%	2.200	3%
langfristiger Bedarf	56	23%	34.150	45%
Gesamt	242	100%	75.210	100%

Tabelle 226: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Ilmenau

5.23.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Ilmenau

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Hauptzentrum	87	36%	19.080	25%
sonstige Lagen	155	64%	56.130	75%
Gesamt	242	100%	75.210	100%

Tabelle 227: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Ilmenau

5.23.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Ilmenau standen in 2022/2023 120 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 33 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 14 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Ilmenau im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	208	48	256	19%
2022 / 2023	242	120	362	33%
Entwicklung	34	72	106	14%

Tabelle 228: Entwicklung der Leerstandssituation in Ilmenau

5.23.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Ilmenau einen Wert von **rd. 1,95 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 23 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Ilmenau im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	25.975	38.521	12.546	48%
Verkaufsfläche in qm	66.185	75.210	9.025	14%
Verkaufsflächendichte	2,55	1,95	-0,60	-23%

Tabelle 229: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Ilmenau

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Ilmenau in einem überdurchschnittlichen Bereich.

Im Jahr 2019 fanden mehrere Eingemeindungen in das Mittelzentrum Ilmenau statt. Folglich ist ein signifikantes Bevölkerungswachstum festzustellen, was trotz leicht steigender Verkaufsflächenzahlen und Betriebsanzahl zu einer Reduktion der Verkaufsflächendichte in Ilmenau führt.

5.24 Mittelzentrum Leinefelde-Worbis

5.24.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das Mittelzentrum Leinefelde-Worbis in 179 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁷ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt **rd. 54.200 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Zunahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Zunahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Zuwachs von rd. 28 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 16 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Leinefelde-Worbis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	17.465	17.190	-275	-2%
mittelfristiger Bedarf	10.505	11.770	1.265	12%
langfristiger Bedarf	21.725	25.275	3.550	16%
Gesamt	49.695	54.235	4.540	9%

Tabelle 230: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Leinefelde-Worbis

Anzahl der Betriebe in der Stadt Leinefelde-Worbis im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	80	81	1	1%
mittelfristiger Bedarf	50	48	-2	-4%
langfristiger Bedarf	39	50	11	28%
Gesamt	169	179	10	6%

Tabelle 231: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Leinefelde-Worbis

5.24.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 25.300 qm; 47 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 17.200 qm entfallen rd. 32 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 45 %.

⁵⁷ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 11.800 qm entfallen rd. 22 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 47 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 25.300 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Leinefelde-Worbis

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	59	33%	14.500	27%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	2	1%	1.185	2%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	12	7%	1.020	2%
Tiennahrung und Schnittblumen	8	4%	485	1%
kurzfristiger Bedarf	81	45%	17.190	32%
Bekleidung/Wäsche	19	11%	5.865	11%
Schuhe, Lederwaren	7	4%	1.310	2%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	4	2%	690	1%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	5	3%	550	1%
Spielwaren und Hobbybedarf	3	2%	1.140	2%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	10	6%	2.215	4%
mittelfristiger Bedarf	48	27%	11.770	22%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	8	4%	335	1%
Elektrobedarf	8	4%	1.295	2%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	8	4%	1.950	4%
Möbel	5	3%	6.860	13%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	20	11%	14.645	27%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	1	1%	190	0%
langfristiger Bedarf	50	28%	25.275	47%
Gesamt	179	100%	54.235	100%

Tabelle 232: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Leinefelde-Worbis

5.24.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	66	37%	11.290	21%
sonstige Lagen	113	63%	42.945	79%
Gesamt	179	100%	54.235	100%

Tabelle 233: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Leinefelde-Worbis

5.24.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Leinefelde-Worbis standen in 2022/2023 25 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 12 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich keine signifikante Veränderung der Leerstandssituation im Vergleich zum Jahr 2017.

Leerstände in der Stadt Leinefelde-Worbis im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	169	23	192	12%
2022 / 2023	179	25	204	12%
Entwicklung	10	2	12	0%

Tabelle 234: Entwicklung der Leerstandssituation in Leinefelde-Worbis

5.24.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Leinefelde-Worbis einen Wert von **rd. 2,71 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 1%.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Leinefelde-Worbis im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	18.457	19.986	1.529	8%
Verkaufsfläche in qm	49.695	54.235	4.540	9%
Verkaufsflächendichte	2,69	2,71	0,02	1%

Tabelle 235: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Leinefelde-Worbis

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Leinefelde-Worbis in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.25 Mittelzentrum Meiningen

5.25.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Meiningen in 221 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁸ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt **rd. 61.700 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 21 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 17 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Meiningen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	25.150	26.165	1.015	4%
mittelfristiger Bedarf	12.915	15.130	2.215	17%
langfristiger Bedarf	21.710	20.445	-1.265	-6%
Gesamt	59.775	61.740	1.965	3%

Tabelle 236: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Meiningen

Anzahl der Betriebe in der Stadt Meiningen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	93	99	6	6%
mittelfristiger Bedarf	59	62	3	5%
langfristiger Bedarf	76	60	-16	-21%
Gesamt	228	221	-7	-3%

Tabelle 237: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Meiningen

5.25.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 26.200 qm; 42 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 26.200 qm entfallen rd. 42 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 45 %.

⁵⁸ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 15.100 qm entfallen rd. 25 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 28 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 33 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 20.400 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 27 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Meiningen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	74	33%	20.900	34%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	1%	2.970	5%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	17	8%	770	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	6	3%	1.525	2%
kurzfristiger Bedarf	99	45%	26.165	42%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	35	16%	7.190	12%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	6	3%	1.500	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	5	2%	1.155	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	3	1%	1.190	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	920	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	13	6%	3.175	5%
mittelfristiger Bedarf	62	28%	15.130	25%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	10	5%	675	1%
<i>Elektrobedarf</i>	13	6%	2.095	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	13	6%	1.445	2%
<i>Möbel</i>	6	3%	1.630	3%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	18	8%	14.600	24%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	60	27%	20.445	33%
Gesamt	221	100%	61.740	100%

Tabelle 238: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Meiningen

5.25.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	104	47%	11.970	19%
sonstige Lagen	117	53%	49.770	81%
Gesamt	221	100%	61.740	100%

Tabelle 239: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Meiningen

5.25.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Meiningen standen in 2022/2023 66 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 23 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 3 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Meiningen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	228	56	284	20%
2022 / 2023	221	66	287	23%
Entwicklung	-7	10	3	3%

Tabelle 240: Entwicklung der Leerstandssituation in Meiningen

5.25.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Meiningen einen Wert von **rd. 2,52 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 11 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Meiningen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	21.126	24.538	3412	16%
Verkaufsfläche in qm	59.775	61.740	1965	3%
Verkaufsflächendichte	2,83	2,52	-0,31	-11%

Tabelle 241: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Meiningen

Die Eingemeindungen in das Mittelzentrum Meiningen im Jahr 2019 relativieren die deutlich angestiegenen Einwohnerzahlen und den damit einhergehenden Verkaufsfächenzuwachs. Folglich ist trotz steigender Verkaufsflächen seit 2017/2018 ein deutlicher Rückgang der Verkaufsflächendichte zu attestieren. Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Meiningen dennoch in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.26 Mittelzentrum Pöbneck

5.26.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Pöbneck in 117 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁵⁹ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt **rd. 34.700 qm.**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im mittelfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 17 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 13 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Pöbneck im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	13.175	12.565	-610	-5%
mittelfristiger Bedarf	6.455	8.320	1.865	29%
langfristiger Bedarf	15.835	13.840	-1.995	-13%
Gesamt	35.465	34.725	-740	-2%

Tabelle 242: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Pöbneck

Anzahl der Betriebe in der Stadt Pöbneck im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	55	49	-6	-11%
mittelfristiger Bedarf	42	35	-7	-17%
langfristiger Bedarf	39	33	-6	-15%
Gesamt	136	117	-19	-14%

Tabelle 243: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Pöbneck

5.26.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 13.800 qm; 40 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 12.600 qm entfallen rd. 36 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 42 %.

⁵⁹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 8.300 qm entfallen rd. 24 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 40 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 13.800 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Pöbneck

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	30	26%	9.780	28%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	1	1%	830	2%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	11	9%	450	1%
Tiernahrung und Schnittblumen	7	6%	1.505	4%
kurzfristiger Bedarf	49	42%	12.565	36%
Bekleidung/Wäsche	16	14%	3.615	10%
Schuhe, Lederwaren	2	2%	460	1%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	3	3%	535	2%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	8	7%	470	1%
Spielwaren und Hobbybedarf	0	0%	50	0%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	6	5%	3.190	9%
mittelfristiger Bedarf	35	30%	8.320	24%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	5	4%	350	1%
Elektrobedarf	6	5%	655	2%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	7	6%	1.340	4%
Möbel	4	3%	720	2%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	11	9%	10.775	31%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	33	28%	13.840	40%
Gesamt	117	100%	34.725	100%

Tabelle 244: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Pöbneck

5.26.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	50	43%	3.840	11%
sonstige Lagen	67	57%	30.885	89%
Gesamt	117	100%	34.725	100%

Tabelle 245: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Pöbneck

5.26.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Pößneck standen in 2022/2023 62 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 35 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 7 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Pößneck im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	136	51	187	27%
2022 / 2023	117	62	179	35%
Entwicklung	-19	11	-8	7%

Tabelle 246: Entwicklung der Leerstandssituation in Pößneck

5.26.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Pößneck einen Wert von **rd. 2,98 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 1 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Pößneck im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	11.981	11.654	-327	-3%
Verkaufsfläche in qm	35.465	34.725	-740	-2%
Verkaufsflächendichte	2,96	2,98	0,02	1%

Tabelle 247: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Pößneck

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Pößneck in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.27 Mittelzentrum Schleiz

5.27.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Schleiz in 90 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁰ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 27.700 qm.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 32 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 22 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Schleiz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	10.375	9.770	-605	-6%
mittelfristiger Bedarf	6.470	7.855	1.385	21%
langfristiger Bedarf	12.890	10.100	-2.790	-22%
Gesamt	29.735	27.725	-2.010	-7%

Tabelle 248: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Schleiz

Anzahl der Betriebe in der Stadt Schleiz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	55	43	-12	-22%
mittelfristiger Bedarf	19	24	5	26%
langfristiger Bedarf	34	23	-11	-32%
Gesamt	108	90	-18	-17%

Tabelle 249: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Schleiz

5.27.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass die Verkaufsflächen in den jeweiligen Sortimenten gleichermaßen und vergleichsweise ausgeglichen verteilt sind.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 9.800 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 48 %.
- Mit rd. 7.900 qm entfallen rd. 28 % der Verkaufsfläche auf den mittelfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.

⁶⁰ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 36 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 10.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Schleiz

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	31	34%	7.880	28%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	1	1%	665	2%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	7	8%	320	1%
Tiermahrung und Schnittblumen	4	4%	905	3%
kurzfristiger Bedarf	43	48%	9.770	35%
Bekleidung/Wäsche	9	10%	3.695	13%
Schuhe, Lederwaren	2	2%	965	3%
Sportartikel (inkl. Fahrräder)	3	3%	175	1%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	2	2%	385	1%
Spielwaren und Hobbybedarf	1	1%	250	1%
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik	7	8%	2.385	9%
mittelfristiger Bedarf	24	27%	7.855	28%
Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck	3	3%	105	0%
Elektrobedarf	7	8%	355	1%
Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	4	4%	1.015	4%
Möbel	1	1%	480	2%
Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör	8	9%	8.145	29%
Sonstiges (z.B. Musikalien)	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	23	26%	10.100	36%
Gesamt	90	100%	27.725	100%

Tabelle 250: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Schleiz

5.27.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	44	49%	8.720	31%
sonstige Lagen	46	51%	19.005	69%
Gesamt	90	100%	27.725	100%

Tabelle 251: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Schleiz

5.27.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Schleiz standen in 2022/2023 44 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 33 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 3 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Schleiz im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	108	45	153	29%
2022 / 2023	90	44	134	33%
Entwicklung	-18	-1	-19	3%

Tabelle 252: Entwicklung der Leerstandssituation in Schleiz

5.27.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Schleiz einen Wert von **rd. 3,15 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 10 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Schleiz im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	8.464	8.800	336	4%
Verkaufsfläche in qm	29.735	27.725	-2.010	-7%
Verkaufsflächendichte	3,51	3,15	-0,36	-10%

Tabelle 253: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Schleiz

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Schleiz in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.28 Mittelzentrum Schmalkalden

5.28.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Schmalkalden in 166 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶¹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 43.200 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche leicht zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem

⁶¹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Rückgang von rd. 25 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 7 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Schmalkalden im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	19.175	20.485	1.310	7%
mittelfristiger Bedarf	8.800	8.735	-65	-1%
langfristiger Bedarf	14.890	13.965	-925	-6%
Gesamt	42.865	43.185	320	1%

Tabelle 254: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Schmalkalden

Anzahl der Betriebe in der Stadt Schmalkalden im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	82	78	-4	-5%
mittelfristiger Bedarf	52	49	-3	-6%
langfristiger Bedarf	52	39	-13	-25%
Gesamt	186	166	-20	-11%

Tabelle 255: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Schmalkalden

5.28.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 20.500 qm; 47 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 20.500 qm entfallen rd. 47 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 47 %.
- Mit rd. 8.700 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 32 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 14.000 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Schmalkalden

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	55	33%	17.770	41%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	3	2%	1.330	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	13	8%	615	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	7	4%	770	2%
kurzfristiger Bedarf	78	47%	20.485	47%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	23	14%	4.615	11%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	7	4%	755	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	4	2%	690	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	8	5%	735	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	160	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	7	4%	1.780	4%
mittelfristiger Bedarf	49	30%	8.735	20%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	6	4%	200	0%
<i>Elektrobedarf</i>	7	4%	1.310	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	9	5%	1.175	3%
<i>Möbel</i>	4	2%	1.980	5%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	13	8%	9.300	22%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	39	23%	13.965	32%
Gesamt	166	100%	43.185	100%

Tabelle 256: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Schmalkalden

5.28.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	63	38%	4.560	11%
sonstige Lagen	103	62%	38.625	89%
Gesamt	166	100%	43.185	100%

Tabelle 257: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Schmalkalden

5.28.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Schmalkalden standen in 2022/2023 48 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 22 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 11 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Schmalkalden im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	186	25	211	12%
2022 / 2023	166	48	214	22%
Entwicklung	-20	23	3	11%

Tabelle 258: Entwicklung der Leerstandssituation in Schmalkalden

5.28.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Schmalkalden einen Wert von **rd. 2,21 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 1 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Schmalkalden im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	19.265	19.555	290	2%
Verkaufsfläche in qm	42.865	43.185	320	1%
Verkaufsflächendichte	2,23	2,21	-2%	-1%

Tabelle 259: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Schmalkalden

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Schmalkalden in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.29 Mittelzentrum Sömmerda

5.29.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Sömmerda in 147 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶² **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 54.200 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche leicht zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem

⁶² Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Rückgang von rd. 13 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 24 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	15.630	15.275	-355	-2%
mittelfristiger Bedarf	8.825	10.930	2.105	24%
langfristiger Bedarf	27.975	27.990	15	0%
Gesamt	52.430	54.195	1.765	3%

Tabelle 260: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Sömmerda

Anzahl der Betriebe in der Stadt Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	71	62	-9	-13%
mittelfristiger Bedarf	45	44	-1	-2%
langfristiger Bedarf	46	41	-5	-11%
Gesamt	162	147	-15	-9%

Tabelle 261: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Sömmerda

5.29.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 28.000 qm; 52 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 15.300 qm entfallen rd. 28 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 42 %.
- Mit rd. 10.900 qm entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 52 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 28.000 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 28 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Sömmerda

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	39	27%	11.840	22%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	1%	1.600	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	11	7%	515	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	10	7%	1.320	2%
kurzfristiger Bedarf	62	42%	15.275	28%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	20	14%	3.870	7%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	5	3%	1.390	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	6	4%	745	1%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	4	3%	615	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	2	1%	720	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	7	5%	3.590	7%
mittelfristiger Bedarf	44	30%	10.930	20%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	14	10%	600	1%
<i>Elektrobedarf</i>	10	7%	720	1%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	2	1%	2.650	5%
<i>Möbel</i>	6	4%	7.545	14%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	6	4%	15.990	30%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	3	2%	485	1%
langfristiger Bedarf	41	28%	27.990	52%
Gesamt	147	100%	54.195	100%

Tabelle 262: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Sömmerda

5.29.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	89	61%	18.880	35%
sonstige Lagen	58	39%	35.315	65%
Gesamt	147	100%	54.195	100%

Tabelle 263: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Sömmerda

5.29.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Sömmerda standen in 2022/2023 57 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 28 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 11 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	162	33	195	17%
2022 / 2023	147	57	204	28%
Entwicklung	-15	24	9	11%

Tabelle 264: Entwicklung der Leerstandssituation in Sömmerda

5.29.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Sömmerda einen Wert von **rd. 2,90 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Sömmerda im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	18.856	18.717	-139	-1%
Verkaufsfläche in qm	52.430	54.195	1.765	3%
Verkaufsflächendichte	2,78	2,90	0,11	4%

Tabelle 265: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Sömmerda

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Sömmerda in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.30 Mittelzentrum Sondershausen

5.30.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Sondershausen in 137 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶³ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 46.000 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 30 %.

⁶³ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 14 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Sondershausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	15.075	15.425	350	2%
mittelfristiger Bedarf	7.200	8.790	1.590	22%
langfristiger Bedarf	25.230	21.785	-3.445	-14%
Gesamt	47.505	46.000	-1.505	-3%

Tabelle 266: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Sondershausen

Anzahl der Betriebe in der Stadt Sondershausen im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	80	65	-15	-19%
mittelfristiger Bedarf	38	40	2	5%
langfristiger Bedarf	46	32	-14	-30%
Gesamt	164	137	-27	-16%

Tabelle 267: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Sondershausen

5.30.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 21.800 qm; 47 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 15.400 qm entfallen rd. 34 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 47 %.
- Mit rd. 8.800 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 29 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 47 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 21.800 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Sondershausen

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	45	33%	13.190	29%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	1%	905	2%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	10	7%	445	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	8	6%	885	2%
kurzfristiger Bedarf	65	47%	15.425	34%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	13	9%	2.755	6%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	4	3%	1.270	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	5	4%	480	1%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	5	4%	230	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	10	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	13	9%	4.045	9%
mittelfristiger Bedarf	40	29%	8.790	19%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	6	4%	370	1%
<i>Elektrobedarf</i>	4	3%	930	2%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	7	5%	1.365	3%
<i>Möbel</i>	3	2%	6.870	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	12	9%	12.250	27%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	32	23%	21.785	47%
Gesamt	137	100%	46.000	100%

Tabelle 268: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Sondershausen

5.30.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	58	42%	8.020	17%
sonstige Lagen	79	58%	37.980	83%
Gesamt	137	100%	46.000	100%

Tabelle 269: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Sondershausen

5.30.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Sondershausen standen in 2022/2023 60 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 30 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 10 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Sondershausen im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	164	43	207	21%
2022 / 2023	137	60	197	30%
Entwicklung	-27	17	-10	10%

Tabelle 270: Entwicklung der Leerstandssituation in Sondershausen

5.30.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Sondershausen einen Wert von **rd. 2,20 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 1 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Sondershausen im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	21.768	20.885	-883	-4%
Verkaufsfläche in qm	47.505	46.000	-1.505	-3%
Verkaufsflächendichte	2,18	2,20	0,02	1%

Tabelle 271: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Sondershausen

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Sondershausen in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.31 Mittelzentrum Sonneberg

5.31.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Sonneberg in 192 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁴ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 65.800 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von

⁶⁴ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

rd. 32 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 10 %)

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	25.050	23.120	-1.930	-8%
mittelfristiger Bedarf	11.465	12.480	1.015	9%
langfristiger Bedarf	33.565	30.220	-3.345	-10%
Gesamt	70.080	65.820	-4.260	-6%

Tabelle 272: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Sonneberg

Anzahl der Betriebe in der Stadt Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	89	80	-9	-10%
mittelfristiger Bedarf	62	60	-2	-3%
langfristiger Bedarf	76	52	-24	-32%
Gesamt	227	192	-35	-15%

Tabelle 273: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Sonneberg

5.31.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 30.200 qm; 46 %), hier vor allem Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 23.100 qm entfallen rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 42 %.
- Mit rd. 12.500 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 31 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 46 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 30.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 27 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Sonneberg

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	57	30%	20.105	31%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	1	1%	1.370	2%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	13	7%	555	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	9	5%	1.090	2%
kurzfristiger Bedarf	80	42%	23.120	35%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	26	14%	5.065	8%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	3	2%	1.070	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	2	1%	165	0%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	10	5%	895	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	4	2%	1.040	2%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	15	8%	4.245	6%
mittelfristiger Bedarf	60	31%	12.480	19%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	8	4%	420	1%
<i>Elektrobedarf</i>	13	7%	1.245	2%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	6	3%	1.210	2%
<i>Möbel</i>	9	5%	16.180	25%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	16	8%	11.165	17%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	52	27%	30.220	46%
Gesamt	192	100%	65.820	100%

Tabelle 274: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Sonneberg

5.31.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	48	25%	6.030	9%
sonstige Lagen	144	75%	59.790	91%
Gesamt	192	100%	65.820	100%

Tabelle 275: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Sonneberg

5.31.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Sonneberg standen in 2022/2023 78 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 29 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 4 %-Punkte.

Leerstände in der Stadt Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	227	74	301	25%
2022 / 2023	192	78	270	29%
Entwicklung	-35	4	-31	4%

Tabelle 276: Entwicklung der Leerstandssituation in Sonneberg

5.31.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Sonneberg einen Wert von **rd. 2,85 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 3 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Sonneberg im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	23.756	23.097	-659	-3%
Verkaufsfläche in qm	70.080	65.820	-4.260	-6%
Verkaufsflächendichte	2,95	2,85	-0,10	-3%

Tabelle 277: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Sonneberg

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Sonneberg in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.32 Mittelzentrum Stadtroda

5.32.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Stadtroda in 58 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁵ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 7.900 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im mittelfristigen Bedarf mit einem Rückgang von

⁶⁵ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

rd. 6 %. Auch die Verkaufsfläche ist im Segment des mittelfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 5 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Stadtroda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	5.470	5.265	-205	-4%
mittelfristiger Bedarf	1.570	1.490	-80	-5%
langfristiger Bedarf	1.125	1.155	30	3%
Gesamt	8.165	7.910	-255	-3%

Tabelle 278: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Stadtroda

Anzahl der Betriebe in der Stadt Stadtroda im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	33	32	-1	-3%
mittelfristiger Bedarf	17	16	-1	-6%
langfristiger Bedarf	9	10	1	11%
Gesamt	59	58	-1	-2%

Tabelle 279: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Stadtroda

5.32.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 5.300 qm; 67 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 5.300 qm entfallen rd. 67 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 55 %.
- Mit rd. 1.500 qm entfallen rd. 19 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 28 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 15 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 1.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil rd. 17 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Stadtroda

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	23	40%	4.740	60%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	1	2%	180	2%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	5	9%	220	3%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	3	5%	125	2%
kurzfristiger Bedarf	32	55%	5.265	67%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	7	12%	840	11%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	2	3%	80	1%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	2	3%	190	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	1	2%	80	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	-	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	4	7%	300	4%
mittelfristiger Bedarf	16	28%	1.490	19%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	3	5%	70	1%
<i>Elektrobedarf</i>	1	2%	920	12%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	3	5%	35	0%
<i>Möbel</i>	0	0%	-	0%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	2	3%	100	1%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	1	2%	30	0%
langfristiger Bedarf	10	17%	1.155	15%
Gesamt	58	100%	7.910	100%

Tabelle 280: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Stadtroda

5.32.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	25	43%	995	13%
sonstige Lagen	33	57%	6.915	87%
Gesamt	58	100%	7.910	100%

Tabelle 281: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Stadtroda

5.32.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Stadtroda standen in 2022/2023 31 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 35 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich keine signifikante Veränderung im Vergleich zum Jahr 2017.

Leerstände in der Stadt Stadtroda im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	59	32	91	35%
2022 / 2023	58	31	89	35%
Entwicklung	-1	-1	-2	0%

Tabelle 282: Entwicklung der Leerstandssituation in Stadtroda

5.32.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Stadtroda einen Wert von **rd. 1,20 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 14 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Stadtroda im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	5.862	6.570	708	12%
Verkaufsfläche in qm	8.165	7.910	-255	-3%
Verkaufsflächendichte	1,39	1,20	-0,19	-14%

Tabelle 283: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Stadtroda

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Stadtroda in einem deutlich unterdurchschnittlichen Bereich. Grund dafür ist die starke positive Bevölkerungsentwicklung durch Eingemeindungen zu Stadtroda im Jahr 2019 bei gleichzeitig sinkenden Verkaufsflächenzahlen.

5.33 Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes

5.33.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte Zeulenroda-Triebes in 154 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁶ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 28.300 qm**.

⁶⁶ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche leicht zugenommen hat. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 11 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 13 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Zeulenroda-Triebes im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	12.475	14.040	1.565	13%
mittelfristiger Bedarf	6.605	7.330	725	11%
langfristiger Bedarf	8.580	6.935	-1.645	-19%
Gesamt	27.660	28.305	645	2%

Tabelle 284: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Zeulenroda-Triebes

Anzahl der Betriebe in der Stadt Zeulenroda-Triebes im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	73	72	-1	-1%
mittelfristiger Bedarf	47	49	2	4%
langfristiger Bedarf	37	33	-4	-11%
Gesamt	157	154	-3	-2%

Tabelle 285: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Zeulenroda-Triebes

5.33.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 14.000 qm; 50 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 14.000 qm entfallen rd. 50 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 47 %.
- Mit rd. 7.300 qm entfallen rd. 26 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 32 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 25 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 6.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 21 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in der Stadt Zeulenroda-Triebes

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	49	32%	11.770	42%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	1%	1.300	5%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	11	7%	475	2%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	10	6%	495	2%
kurzfristiger Bedarf	72	47%	14.040	50%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	21	14%	3.405	12%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	3	2%	850	3%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	6	4%	555	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	8	5%	635	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	5	3%	245	1%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	6	4%	1.640	6%
mittelfristiger Bedarf	49	32%	7.330	26%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	6	4%	410	1%
<i>Elektrobedarf</i>	8	5%	785	3%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	7	5%	750	3%
<i>Möbel</i>	3	2%	1.230	4%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	9	6%	3.760	13%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	33	21%	6.935	25%
Gesamt	154	100%	28.305	100%

Tabelle 286: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Zeulenroda-Triebes

5.33.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyt	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	60	39%	5.975	21%
sonstige Lagen	94	61%	22.330	79%
Gesamt	154	100%	28.305	100%

Tabelle 287: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Zeulenroda-Triebes

5.33.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes standen in 2022/2023 49 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 24 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich keine signifikante Veränderung im Vergleich zum Jahr 2017.

Leerstände in der Stadt Zeulenroda-Triebes im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	157	50	207	24%
2022 / 2023	154	49	203	24%
Entwicklung	-3	-1	-4	0%

Tabelle 288: Entwicklung der Leerstandssituation in Zeulenroda-Triebes

5.33.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Zeulenroda-Triebes einen Wert von **rd. 1,77 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Zuwachs von rd. 6 %.

Verkaufsflächendichte in der Stadt Zeulenroda-Triebes im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	16.594	15.986	-608	-4%
Verkaufsfläche in qm	27.660	28.305	645	2%
Verkaufsflächendichte	1,67	1,77	0,10	6%

Tabelle 289: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Zeulenroda-Triebes

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Zeulenroda-Triebes in einem durchschnittlichen Bereich.

5.34 Funktionsteiliges Mittelzentrum Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

5.34.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das funktionsteilige Mittelzentrum Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz in 99 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁷ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 34.100 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es

⁶⁷ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 15 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (rd. 5 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	11.040	11.050	10	0%
mittelfristiger Bedarf	6.045	5.860	-185	-3%
langfristiger Bedarf	18.065	17.205	-860	-5%
Gesamt	35.150	34.115	-1.035	-3%

Tabelle 290: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

Anzahl der Betriebe in den Städten Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	39	33	-6	-15%
mittelfristiger Bedarf	32	30	-2	-6%
langfristiger Bedarf	34	36	2	6%
Gesamt	105	99	-6	-6%

Tabelle 291: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

5.34.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 17.200 qm; 50 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt. Umgekehrt verfügt das funktionsteilige Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 11.000 qm entfallen rd. 32 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 33 %.
- Mit rd. 5.900 qm entfallen rd. 17 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 50 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 17.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 36 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	22	22%	8.975	26%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	1	1%	1.190	3%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	5	5%	420	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	5	5%	465	1%
kurzfristiger Bedarf	33	33%	11.050	32%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	15	15%	2.510	7%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	4	4%	490	1%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	4	4%	580	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	4	4%	605	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	-	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	3	3%	1.675	5%
mittelfristiger Bedarf	30	30%	5.860	17%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	6	6%	290	1%
<i>Elektrobedarf</i>	5	5%	615	2%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	7	7%	565	2%
<i>Möbel</i>	5	5%	4.995	15%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	9	9%	10.240	30%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	4	4%	500	1%
langfristiger Bedarf	36	36%	17.205	50%
Gesamt	99	100%	34.115	100%

Tabelle 292: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

5.34.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	20	20%	725	2%
sonstige Lagen	79	80%	33.390	98%
Gesamt	99	100%	34.115	100%

Tabelle 293: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

5.34.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im funktionsteiligen Mittelzentrum Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz standen in 2022/2023 32 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 24 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 4 %-Punkte.

Leerstände in den Städten Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	105	27	132	20%
2022 / 2023	99	32	131	24%
Entwicklung	-6	5	-1	4%

Tabelle 294: Entwicklung der Leerstandssituation in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

5.34.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im funktionsteiligen Mittelzentrum Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz einen Wert von **rd. 2,98 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 4 %.

Verkaufsflächendichte in den Städten Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	11.274	11.436	162	1%
Verkaufsfläche in qm	35.150	34.115	-1.035	-3%
Verkaufsflächendichte	3,12	2,98	-0,13	-4%

Tabelle 295: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im funktionsteiligen Mittelzentrum Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

5.35 Funktionsteiliges Mittelzentrum Neuhaus am Rennweg/Lauscha

5.35.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das funktionsteilige Mittelzentrum Neuhaus am Rennweg/Lauscha in 122 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁸ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 25.800 qm**.

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsfläche zugenommen hat. Die stärkste

⁶⁸ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im mittel- und langfristigen Bedarf mit einem Rückgang von jeweils rd. 14 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des kurzfristigen Bedarfs am stärksten gestiegen (rd. 14 %). Diese Entwicklung ist allerdings u.a. auf die Eingemeindungen zurückzuführen, die in Neuhaus am Rennweg/Lauscha in den letzten Jahren stattgefunden haben.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Neuhaus am Rennweg/Lauscha im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	8.340	9.545	1.205	14%
mittelfristiger Bedarf	9.085	9.425	340	4%
langfristiger Bedarf	6.575	6.855	280	4%
Gesamt	24.000	25.825	1.825	8%

Tabelle 296: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Neuhaus am Rennweg/Lauscha

Anzahl der Betriebe in den Städten Neuhaus am Rennweg/Lauscha im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	51	50	-1	-2%
mittelfristiger Bedarf	56	48	-8	-14%
langfristiger Bedarf	28	24	-4	-14%
Gesamt	135	122	-13	-10%

Tabelle 297: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Neuhaus am Rennweg/Lauscha

5.35.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass die Sortimentsschwerpunkte vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 9.500 qm; 37 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, und den mittelfristigen Bedarf (rd. 9.400 qm; 36 %), hier vor allem Hausrat/Glas/Porzellan/Keramik, entfallen.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 9.500 qm entfallen rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 41 %.
- Mit rd. 9.400 qm entfallen rd. 36 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 39 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 27 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 6.900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 20 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Neuhaus am Rennweg/Lauscha

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	37	30%	8.405	33%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	2	2%	605	2%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	7	6%	270	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	4	3%	265	1%
kurzfristiger Bedarf	50	41%	9.545	37%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	8	7%	2.810	11%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	1	1%	560	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	1	1%	430	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	3	2%	135	1%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	10	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	35	29%	5.480	21%
mittelfristiger Bedarf	48	39%	9.425	36%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	3	2%	180	1%
<i>Elektrobedarf</i>	5	4%	220	1%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	6	5%	345	1%
<i>Möbel</i>	3	2%	990	4%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	7	6%	5.120	20%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	0	0%	-	0%
langfristiger Bedarf	24	20%	6.855	27%
Gesamt	122	100%	25.825	100%

Tabelle 298: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Neuhaus am Rennweg/Lauscha

5.35.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	24	20%	3.845	15%
sonstige Lagen	98	80%	21.980	85%
Gesamt	122	100%	25.825	100%

Tabelle 299: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Neuhaus am Rennweg/Lauscha

5.35.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im funktionsteiligen Mittelzentrum Neuhaus am Rennweg/Lauscha standen in 2022/2023 58 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 32 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein deutlicher Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 17 %-Punkte.

Leerstände in den Städten Neuhaus am Rennweg/Lauscha im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	135	25	160	16%
2022 / 2023	122	58	180	32%
Entwicklung	-13	33	20	17%

Tabelle 300: Entwicklung der Leerstandssituation in Neuhaus am Rennweg/Lauscha

5.35.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im funktionsteiligen Mittelzentrum Neuhaus am Rennweg/Lauscha einen Wert von **rd. 2,17 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 8 %.

Verkaufsflächendichte in den Städten Neuhaus am Rennweg/Lauscha im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	10.243	11.923	1.680	16%
Verkaufsfläche in qm	24.000	25.825	1.825	8%
Verkaufsflächendichte	2,34	2,17	-0,18	-8%

Tabelle 301: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Neuhaus am Rennweg/Lauscha

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im funktionsteiligen Mittelzentrum Neuhaus am Rennweg/Lauscha in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich.

Durch Eingemeindungen in Neuhaus am Rennweg im Jahr 2019 sind rd. 16 % mehr Bewohner im funktionsteiligen Mittelzentrum zu verorten, wohingegen die Verkaufsfläche lediglich um rd. 8 % angestiegen ist. Diese Diskrepanz ist auf die Eingemeindung von versorgungsschwachen und peripher gelegenen Stadtteilen zurückzuführen, was eine signifikante Reduktion der Verkaufsflächendichte im funktionsteiligen Mittelzentrum zur Folge hat.

5.36 Funktionsteiliges Mittelzentrum Schmölln/Gößnitz

5.36.1 Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung

Im Jahr 2022/2023 verfügte das funktionsteilige Mittelzentrum Schmölln/Gößnitz in 116 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene⁶⁹ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale sowie der Verkaufsflächen. Die stärkste Abnahme gab es bezogen auf die Anzahl der Betriebe im kurzfristigen Bedarf mit einem Rückgang von rd. 11 %. Die Verkaufsfläche ist im Segment des mittel- und langfristigen Bedarfs am stärksten gesunken (jeweils rd. 9 %).

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Schmölln/Gößnitz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche 2017 / 2018	Verkaufsfläche 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	9.590	9.710	120	1%
mittelfristiger Bedarf	3.320	3.030	-290	-9%
langfristiger Bedarf	9.055	8.215	-840	-9%
Gesamt	21.965	20.955	-1.010	-5%

Tabelle 302: Entwicklung des Verkaufsflächenbestands in Schmölln/Gößnitz

Anzahl der Betriebe in den Städten Schmölln/Gößnitz im zeitlichen Vergleich

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe 2017 / 2018	Anzahl Betriebe 2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
kurzfristiger Bedarf	62	55	-7	-11%
mittelfristiger Bedarf	29	26	-3	-10%
langfristiger Bedarf	37	35	-2	-5%
Gesamt	128	116	-12	-9%

Tabelle 303: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Schmölln/Gößnitz

5.36.2 Betriebs- und Verkaufsflächenbestand

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 9.700 qm; 47 %), hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, entfällt. Umgekehrt verfügt das funktionsteilige Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

⁶⁹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

- Mit rd. 9.700 qm entfallen rd. 46 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 47 %.
- Mit rd. 3.000 qm entfallen rd. 14 % der Verkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 22 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 39 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 8.200 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 30 %.

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Städten Schmölln/Göbnitz

Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in qm	Anteil in %
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	41	35%	9.085	43%
<i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel</i>	1	1%	65	0%
<i>pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	6	5%	225	1%
<i>Tiernahrung und Schnittblumen</i>	7	6%	335	2%
kurzfristiger Bedarf	55	47%	9.710	46%
<i>Bekleidung/Wäsche</i>	11	9%	1.105	5%
<i>Schuhe, Lederwaren</i>	2	2%	480	2%
<i>Sportartikel (inkl. Fahrräder)</i>	3	3%	330	2%
<i>Bücher/Zeitungen, Schreibwaren</i>	4	3%	385	2%
<i>Spielwaren und Hobbybedarf</i>	0	0%	-	0%
<i>Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik</i>	6	5%	730	3%
mittelfristiger Bedarf	26	22%	3.030	14%
<i>Optik, Hörakustik/Uhren, Schmuck</i>	7	6%	305	1%
<i>Elektrobedarf</i>	10	9%	390	2%
<i>Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör</i>	8	7%	1.230	6%
<i>Möbel</i>	0	0%	-	0%
<i>Bau- Garten- und Tierbedarf, Kfz-Zubehör</i>	9	8%	6.110	29%
<i>Sonstiges (z.B. Musikalien)</i>	1	1%	180	1%
langfristiger Bedarf	35	30%	8.215	39%
Gesamt	116	100%	20.955	100%

Tabelle 304: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Schmölln/Göbnitz

5.36.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Lagetyyp	Anzahl Betriebe	Anteil in %	Verkaufsfläche in m²	Anteil in %
Hauptzentrum	47	41%	5.195	25%
sonstige Lagen	69	59%	15.760	75%
Gesamt	116	100%	20.955	100%

Tabelle 305: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen in Schmölln/Göbnitz

5.36.4 Entwicklung der Leerstandssituation

Im funktionsteiligen Mittelzentrum Schmölln/Göbnitz standen in 2022/2023 73 Ladengeschäfte leer, was einer Leerstandsquote von rd. 39 % der Betriebe entspricht. Daraus ergibt sich ein Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2017/2018 um rd. 3 %-Punkte.

Leerstände in den Städten Schmölln/Göbnitz im zeitlichen Vergleich

Jahr	Betriebe (exkl. LS)	Leerstände	Betriebe (inkl. LS)	Leerstandsquote
2017 / 2018	128	72	200	36%
2022 / 2023	116	73	189	39%
Entwicklung	-12	1	-11	3%

Tabelle 306: Entwicklung der Leerstandssituation in Schmölln/Göbnitz

5.36.5 Entwicklung der Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im funktionsteiligen Mittelzentrum Schmölln/Göbnitz einen Wert von **rd. 1,23 qm je Einwohner**. Im Vergleich zum Jahr 2017/2018 ergibt das einen Rückgang von rd. 19 %.

Verkaufsflächendichte in den Städten Schmölln/Göbnitz im zeitlichen Vergleich

Kategorie	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Einwohner	14.443	17.047	2.604	18%
Verkaufsfläche in qm	21.965	20.955	-1.010	-5%
Verkaufsflächendichte	1,52	1,23	-0,29	-19%

Tabelle 307: Entwicklung der Verkaufsflächendichte in Schmölln/Göbnitz

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Thüringen bei rd. 1,74 qm. Damit liegt die Flächenausstattung im funktionsteiligen Mittelzentrum Schmölln/Göbnitz in einem deutlich unterdurchschnittlichen Bereich.

Durch mehrere Eingemeindungen in Schmölln im Jahr 2019 sind rd. 18 % mehr Bewohner im funktionsteiligen Mittelzentrum zu verorten, wohingegen die Verkaufsfläche um rd. 5 % gesunken ist. Diese signifikante Diskrepanz ist auf die Eingemeindung von versorgungsschwachen und peripher gelegenen Stadtteilen zurückzuführen, was eine starke Reduktion der Verkaufsflächendichte im funktionsteiligen Mittelzentrum zur Folge hat.

6 Angebotssituation in den Grundzentren

6.1 Überblick

Die Verkaufsflächenbestände sind in den Grundzentren unterschiedlich stark ausgeprägt, wobei sich der Großteil im Bereich zwischen 1.000 qm und 10.000 qm bewegt. Die niedrigste Verkaufsflächenzahl weisen die Städte Arenshausen (rd. 140 qm), Küllstedt (rd. 505 qm) und Schimberg (rd. 665 qm) auf. Demgegenüber besitzen die Grundzentren Schleusingen (rd. 35.140 qm), Bad Frankenhausen/Kyffhäuser (rd. 24.705 qm) und Waltershausen (rd. 17.020 qm) die höchste Verkaufsflächenausstattung. Bei der Betrachtung wird deutlich, wie stark sich die Grundzentren untereinander unterscheiden und in welchem unterschiedlichen Maße sie ihre Versorgungsaufgaben wahrnehmen können.

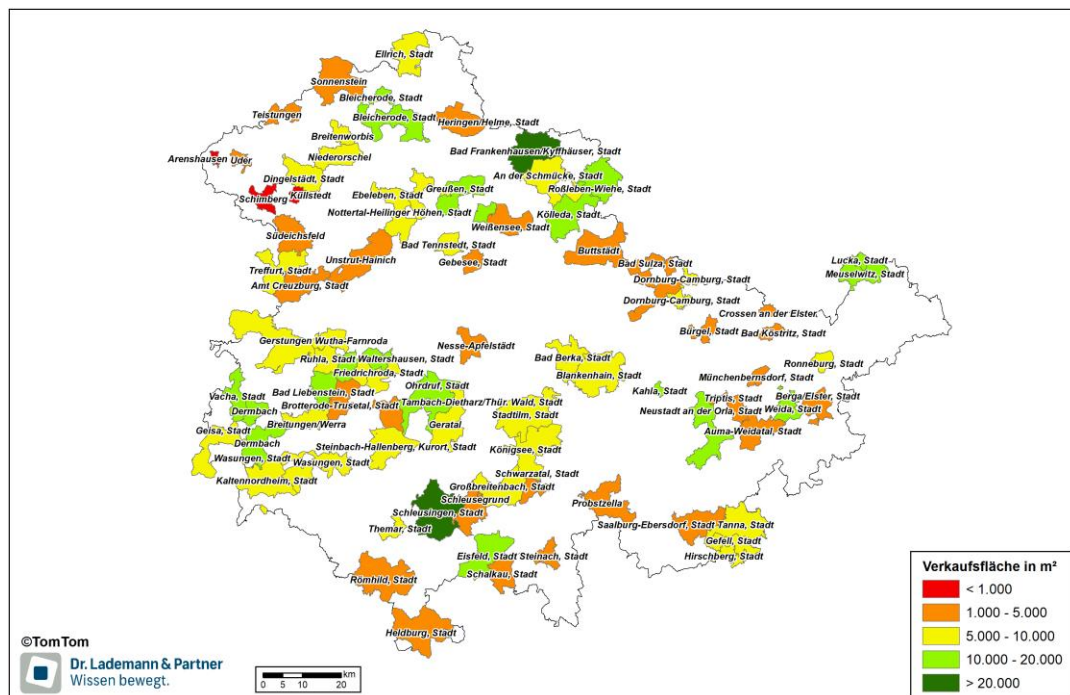


Abbildung 37: Absolute Verkaufsfläche in den Grundzentren

6.2 Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den Grundzentren im Vergleich

Im Jahr 2022/2023 verfügten die Grundzentren in 2.756 Ladenlokalen (- 3 % gegenüber 2017/2018) über eine aktiv betriebene⁷⁰ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 535.540qm (+ 4 % gegenüber 2017/2018).

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2017/2018 zeigt sich, dass bezogen auf die Ladenlokale die Entwicklungen in den Städten unterschiedlich ausfallen und sowohl positive als auch negative Veränderungen festzustellen sind. Die größten Zuwächse gab es in den Grundzentren Amt Creuzburg (rd. 82 %), Dermbach (rd. 62 %) und Gerstungen (rd. 52 %). Die mit Abstand höchsten Rückgänge sind in den Grundzentren Probstzella (rd. 42 %) und Heringen/Helme (rd. 41 %) vorhanden. Die Höhe der Prozentangaben muss dabei etwas relativiert werden, da die Anzahl der Betriebe in den meisten Grundzentren gering ausfällt und sich die Veränderungen bezogen auf absolute Zahlen im Bereich zwischen 1 und 21 Betrieben bewegen.

Beim Vergleich der Verkaufsflächenbestände der Grundzentren fällt auf, dass es sowohl positive als auch negative Entwicklungen gibt und diese in ihrer jeweiligen Größenordnung sehr unterschiedlich ausfallen. Die größten Zuwächse fanden ähnlich wie bei der Anzahl der Betriebe in den Städten Gerstungen (163 %), Dermbach (rd. 89 %), und Amt Creuzburg (rd. 83 %) statt. Die stärksten Rückgänge konnten in den Grundzentren Arenshausen (rd. 60 %), An der Schmücke (rd. 29 %) und Berga/Elster (rd. 22 %) festgestellt werden. Aufgrund der zum Teil sehr geringen Verkaufsflächenbestände in den jeweiligen Grundzentren sind allerdings auch diese Zahlen zu relativieren. Bezogen auf die absoluten Verkaufsflächenzahlen liegt das größte Wachstum ebenfalls bei der Stadt Gerstungen mit rd. 5.350 qm und der höchste Rückgang bei der Stadt An der Schmücke mit rd. 2.540 qm.

Bei der Analyse der Veränderungen im Vergleich zum Jahr 2017/2018 muss relativierend allerdings beachtet werden, dass in den letzten Jahren eine Vielzahl an Eingemeindungen stattgefunden haben, die die Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den jeweiligen Orten positiv und negativ beeinflusst haben. Davon konnten insbesondere auch die Grundzentren profitieren.

⁷⁰ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Anzahl der Betriebe in den Grundzentren im zeitlichen Vergleich

Grundzentrum	Zentralörtliche Funktion	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Arenshausen	Grundzentrum	6	5	-1	-17%
Auma-Weidatal	Grundzentrum	20	18	-2	-10%
Bad Berka	Grundzentrum	44	42	-2	-5%
Heldburg (ehemals Bad Colberg-Heldburg)	Grundzentrum	12	12	0	0%
Bad Frankenhausen/Kyffhäuser	Grundzentrum	90	86	-4	-4%
Bad Köstritz/Crossen an der Elster	Funktionsteiliges Grundzentrum	38	33	-5	-13%
Bad Liebenstein	Grundzentrum	75	62	-13	-17%
Bad Sulza	Grundzentrum	36	46	10	28%
Bad Tennstedt	Grundzentrum	23	20	-3	-13%
Berga/Elster	Grundzentrum	25	20	-5	-20%
Blankenhain	Grundzentrum	41	35	-6	-15%
Bleicherode	Grundzentrum	52	71	19	37%
Breitenworbis	Grundzentrum	30	30	0	0%
Breitungen/Werra	Grundzentrum	33	28	-5	-15%
Brotterode-Trusetal	Grundzentrum	38	28	-10	-26%
Buttstädt	Grundzentrum	29	34	5	17%
Bürgel	Grundzentrum	20	20	0	0%
Dermbach	Grundzentrum	34	55	21	62%
Dingelstädt	Grundzentrum	56	67	11	20%
Dornburg-Camburg	Grundzentrum	39	37	-2	-5%
Ebeleben	Grundzentrum	31	26	-5	-16%
Eisfeld	Grundzentrum	44	54	10	23%
Ellrich	Grundzentrum	24	21	-3	-13%
Friedrichroda	Grundzentrum	66	54	-12	-18%
Gebesee	Grundzentrum	21	18	-3	-14%
Gefell/Hirschberg/Tanna	Funktionsteiliges Grundzentrum	54	45	-9	-17%
Geisa	Grundzentrum	43	38	-5	-12%
Gerstungen	Grundzentrum	29	44	15	52%
Geratal (ehemals Gräfenroda)	Grundzentrum	25	37	12	48%
Greußen	Grundzentrum	52	42	-10	-19%
Großbreitenbach	Grundzentrum	20	26	6	30%
Unstrut-Hainich (ehemals Großengotttern)	Grundzentrum	14	20	6	43%
An der Schmücke (ehemals Heldrungen und Oldisleben)	Grundzentrum	37	35	-2	-5%
Heringen/Helme	Grundzentrum	22	13	-9	-41%
Kahla	Grundzentrum	63	61	-2	-3%
Kaltenordheim	Grundzentrum	42	55	13	31%
Kölleda	Grundzentrum	54	51	-3	-6%
Königsee (ehemals Königsee-Rottenbach)	Grundzentrum	48	44	-4	-8%
Külfeld	Grundzentrum	10	9	-1	-10%
Meuselwitz/Lucka	Funktionsteiliges Grundzentrum	95	79	-16	-17%
Amt Creuzburg (ehemals Mihla)	Grundzentrum	17	31	14	82%
Münchenbernsdorf	Grundzentrum	20	20	0	0%
Nesse-Apfelstädt	Grundzentrum	27	23	-4	-15%
Neustadt an der Orla	Grundzentrum	75	72	-3	-4%
Niederorschel	Grundzentrum	26	26	0	0%
Schwarzatal (ehemals Oberweißbach)	Grundzentrum	19	22	3	16%
Ohdruf	Grundzentrum	53	50	-3	-6%
Probstzella	Grundzentrum	12	7	-5	-42%
Römhild	Grundzentrum	42	35	-7	-17%
Ronneburg	Grundzentrum	44	42	-2	-5%
Roßleben-Wiehe (ehemals Roßleben und Wiehe)	Grundzentrum	59	55	-4	-7%
Ruhla	Grundzentrum	41	32	-9	-22%
Saalfeld-Ebersdorf	Grundzentrum	19	16	-3	-16%
Schalkau	Grundzentrum	17	15	-2	-12%
Schimberg	Grundzentrum	11	10	-1	-9%
Schleusegrund	Grundzentrum	11	10	-1	-9%
Schleusingen	Grundzentrum	72	76	4	6%
Nottetal-Hellinger Höhen (ehemals Schlotheim)	Grundzentrum	38	32	-6	-16%
Sonnenstein	Grundzentrum	18	19	1	6%
Stadtilm	Grundzentrum	56	66	10	18%
Steinach	Grundzentrum	34	29	-5	-15%
Steinbach-Hallenberg	Grundzentrum	61	64	3	5%
Südeichsfeld	Grundzentrum	33	26	-7	-21%
Bad Tabarz	Grundzentrum	52	41	-11	-21%
Tambach-Dietzharz/Thür. Wald	Grundzentrum	19	17	-2	-11%
Teistungen	Grundzentrum	11	11	0	0%
Themar	Grundzentrum	28	27	-1	-4%
Treffurt	Grundzentrum	29	24	-5	-17%
Triptis	Grundzentrum	36	33	-3	-8%
Uder	Grundzentrum	19	19	0	0%
Vacha	Grundzentrum	55	48	-7	-13%
Waltershausen	Grundzentrum	97	88	-9	-9%
Wasungen	Grundzentrum	31	22	-9	-29%
Weida	Grundzentrum	84	82	-2	-2%
Weißensee	Grundzentrum	26	22	-4	-15%
Wutha-Farnroda	Grundzentrum	26	23	-3	-12%
Gesamt		2.853	2.756	-97	-3%

Tabelle 308: Anzahl der Betriebe in den Grundzentren im zeitlichen Vergleich

Verkaufsflächenbestand (in qm) in den Grundzentren im zeitlichen Vergleich					
Grundzentrum	Zentralörtliche Funktion	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Arenshausen	Grundzentrum	350	140	-210	-60%
Auma-Weidatal	Grundzentrum	2.175	1.750	-425	-20%
Bad Berka	Grundzentrum	8.120	8.050	-70	-1%
Heldburg (ehemals Bad Colberg-Heldburg)	Grundzentrum	2.340	2.340	0	0%
Bad Frankenhausen/Kyffhäuser	Grundzentrum	26.390	24.705	-1.685	-6%
Bad Köstritz/Crossen an der Elster	Funktionsteiliges Grundzentrum	5.030	4.450	-580	-12%
Bad Liebenstein	Grundzentrum	8.455	10.725	2.270	27%
Bad Sulza	Grundzentrum	3.145	4.885	1.740	55%
Bad Tennstedt	Grundzentrum	6.995	6.840	-155	-2%
Berga/Elster	Grundzentrum	2.130	1.670	-460	-22%
Blankenhain	Grundzentrum	9.500	9.500	0	0%
Bleicherode	Grundzentrum	13.790	16.075	2.285	17%
Breitenworbis	Grundzentrum	6.930	6.780	-150	-2%
Breitungen/Werra	Grundzentrum	5.700	5.285	-415	-7%
Brothrade-Trusetal	Grundzentrum	3.275	3.100	-175	-5%
Buttstädt	Grundzentrum	4.710	4.270	-440	-9%
Bürgel	Grundzentrum	3.385	3.385	0	0%
Dernbach	Grundzentrum	6.045	11.395	5.350	89%
Dingelstädt	Grundzentrum	9.125	9.385	260	3%
Dornburg-Camburg	Grundzentrum	5.780	5.780	0	0%
Ebeleben	Grundzentrum	6.485	6.530	45	1%
Eisfeld	Grundzentrum	8.030	10.040	2.010	25%
Ellrich	Grundzentrum	7.820	7.680	-140	-2%
Friedrichroda	Grundzentrum	7.885	8.620	735	9%
Gebesee	Grundzentrum	4.080	3.335	-745	-18%
Gefell/Hirschberg/Tanna	Funktionsteiliges Grundzentrum	6.015	5.990	-25	0%
Geisa	Grundzentrum	6.715	9.350	2.635	39%
Gerstungen	Grundzentrum	3.275	8.615	5.340	163%
Geratal (ehemals Gräfenroda)	Grundzentrum	3.520	5.555	2.035	58%
Greußen	Grundzentrum	11.500	10.500	-1.000	-9%
Großbreitenbach	Grundzentrum	6.110	7.235	1.125	18%
Unstrut-Hainich (ehemals Großengottum)	Grundzentrum	3.290	3.755	465	14%
An der Schmücke (ehemals Heldrungen und Oldisleben)	Grundzentrum	8.640	6.100	-2.540	-29%
Heiligen/Helme	Grundzentrum	2.370	2.620	250	11%
Kahla	Grundzentrum	11.185	10.535	-650	-6%
Kaltenordheim	Grundzentrum	6.065	7.390	1.325	22%
Kölleda	Grundzentrum	10.835	10.725	-110	-1%
Königsee (ehemals Königsee-Rottenbach)	Grundzentrum	8.020	7.180	-840	-10%
Küllstedt	Grundzentrum	530	505	-25	-5%
Meuselwitz/Lucka	Funktionsteiliges Grundzentrum	15.190	15.145	-45	0%
Amt Creuzburg (ehemals Mihla)	Grundzentrum	2.695	4.925	2.230	83%
Münchenbernsdorf	Grundzentrum	3.235	3.460	225	7%
Nesse-Apfelstädt	Grundzentrum	4.510	4.380	-130	-3%
Neustadt an der Orla	Grundzentrum	16.560	16.440	-120	-1%
Niederorschel	Grundzentrum	4.795	5.070	275	6%
Schwarzatal (ehemals Oberweißbach)	Grundzentrum	1.585	1.625	40	3%
Ohrdruf	Grundzentrum	12.450	13.505	1.055	8%
Probstzella	Grundzentrum	1.565	1.475	-90	-6%
Römhild	Grundzentrum	5.860	4.725	-1.135	-19%
Ronneburg	Grundzentrum	8.285	8.080	-205	-2%
Roßleben-Wiehe (ehemals Roßleben und Wiehe)	Grundzentrum	13.515	13.450	-65	0%
Ruhla	Grundzentrum	5.085	6.010	925	18%
Saalfeld-Ebersdorf	Grundzentrum	1.415	1.355	-60	-4%
Schalkau	Grundzentrum	2.395	3.195	800	33%
Schimberg	Grundzentrum	805	665	-140	-17%
Schleusegrund	Grundzentrum	1.915	1.885	-30	-2%
Schleusingen	Grundzentrum	34.565	35.140	575	2%
Nottetal-Hellinger Höhen (ehemals Schlotheim)	Grundzentrum	6.600	5.570	-1.030	-16%
Sonnenstein	Grundzentrum	1.460	1.450	-10	-1%
Stadtilm	Grundzentrum	7.625	9.015	1.390	18%
Steinach	Grundzentrum	4.430	4.310	-120	-3%
Steinbach-Hallenberg	Grundzentrum	9.140	9.290	150	2%
Südeichsfeld	Grundzentrum	1.770	1.620	-150	-8%
Bad Tabarz	Grundzentrum	5.580	5.035	-545	-10%
Tambach-Dietharz/Thür. Wald	Grundzentrum	3.200	3.040	-160	-5%
Teistungen	Grundzentrum	3.410	3.040	-370	-11%
Themar	Grundzentrum	5.490	5.455	-35	-1%
Treffurt	Grundzentrum	5.945	6.065	120	2%
Triptis	Grundzentrum	4.325	4.390	65	2%
Uder	Grundzentrum	4.535	4.495	-40	-1%
Vacha	Grundzentrum	11.385	11.025	-360	-3%
Waltershausen	Grundzentrum	16.670	17.020	350	2%
Wasungen	Grundzentrum	5.905	5.465	-440	-7%
Weida	Grundzentrum	12.620	14.275	1.655	13%
Weißensee	Grundzentrum	3.630	3.445	-185	-5%
Wutha-Farnroda	Grundzentrum	8.195	8.235	40	0%
Gesamt		514.080	535.540	21.460	4%

Tabelle 309: Verkaufsflächenbestände in den Grundzentren im zeitlichen Vergleich

7 Angebotssituation in den Nicht-zentralen Orten

7.1 Überblick

Bei der Betrachtung der Verteilung der Zentralen- und Nicht-zentralen Orte in Thüringen fällt auf, dass es keine Schwerpunkte innerhalb des Bundeslands gibt und sich beide Ortstypen auf das gesamte Gebiet verteilen. Anhand der Karte wird zudem deutlich, dass sich der Einzelhandel (hier ist beispielhaft die Verteilung der strukturbestimmenden Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) dargestellt) funktionsgerecht vor allem auf die Zentralen Orte konzentriert. In den Nicht-zentralen Orten sind lediglich vereinzelt Lebensmittelmärkte vorzufinden. Die Einzelhandelsdichte nimmt in den besonders ländlich geprägten Räumen stark ab.

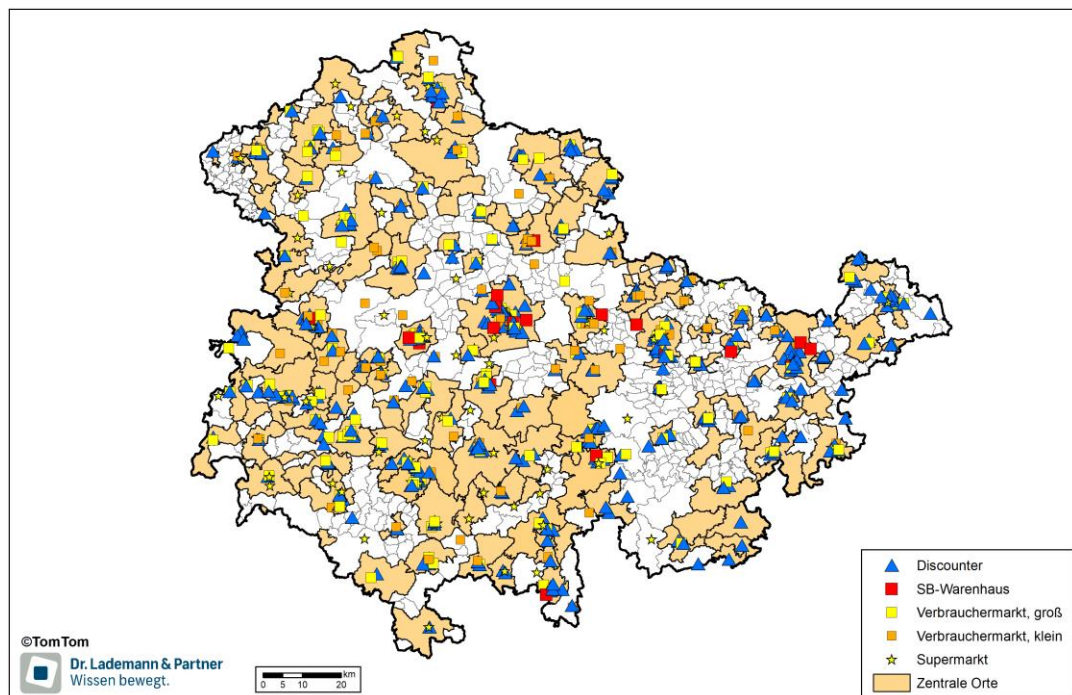


Abbildung 38: Überblick Zentrale Orte und Nicht-zentrale Orte in Thüringen

7.2 Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den Nicht-zentralen Orten im zeitlichen Vergleich

Im Jahr 2022/2023 verfügten die Nicht-zentralen Orte in 1.679 Ladenlokalen (- 32 % gegenüber 2017/2018) über eine aktiv betriebene⁷¹ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt **rd. 457.068 qm (- 14 % gegenüber 2017/2018)**.

Die Zentralen Orte verfügten demgegenüber in 11.299 Ladenlokalen (- 8 % gegenüber 2017/2018) über eine aktiv betriebene einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 3.206.510 (- 0,2 % gegenüber 2017/2018).

Auf die Nicht-zentralen Orte entfallen somit nur rd. 13 % der Betriebe und rd. 12 % der Verkaufsfläche. Dabei handelt es sich vor allem um kleinflächige Betriebe mit einem Schwerpunkt im periodischen Bedarf (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel). Ergänzt werden diese durch kleinteilige hauptsächlich inhabergeführte Betriebe mit Sortimenten im mittelfristigen Bedarf.

Beim Vergleich der Entwicklungen wird deutlich, dass die Rückgänge sowohl bei der Anzahl der Betriebe als auch bei der Verkaufsfläche bei den Nicht-zentralen Orten deutlich stärker ausfallen als bei den Zentralen Orten. Diese Entwicklung zeigt, dass sich der stationäre Einzelhandel zunehmend aus den besonders ländlich geprägten Räumen zurückzieht. Dies betrifft dabei zunächst die Betriebe mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs. Aber auch ein Rückgang von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer) ist festzustellen. Gründe dafür sind u.a. starke Bevölkerungsrückgänge sowie der Anstieg des Online-Handels und dadurch sinkende Kaufkraft- und Umsatzpotenziale für den stationären Einzelhandel.

Anzahl Betriebe in Städten/Gemeinden mit/ohne zentralörtlicher Funktion im zeitlichen Vergleich

	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Städte/Gemeinden mit zentralörtlicher Funktion	12.225	11.299	-926	-8%
Städte/Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion	2.453	1.679	-774	-32%
Thüringen	14.678	12.978	-1.700	-12%

Tabelle 310: Anzahl der Betriebe in den Nicht-zentralen Orten im zeitlichen Vergleich

Verkaufsflächenbestand (in qm) von Städten/Gemeinden mit/ohne zentralörtlicher Funktion im zeitlichen Vergleich

	2017 / 2018	2022 / 2023	Entwicklung absolut	Entwicklung in %
Städte/Gemeinden mit zentralörtlicher Funktion	3.213.810	3.206.510	-7.300	-0,2%
Städte/Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion	532.840	457.086	-75.754	-14%
Thüringen	3.746.650	3.663.596	-83.054	-2%

Tabelle 311: Verkaufsflächenbestand in den Nicht-zentralen Orten im zeitlichen Vergleich

⁷¹ Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

Bei der Analyse der Veränderungen im Vergleich zum Jahr 2017/2018 muss relativierend allerdings beachtet werden, dass in den letzten Jahren eine Vielzahl an Eingemeindungen stattgefunden haben, die die Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächenbestände in den jeweiligen Orten positiv und negativ beeinflusst haben. Davon konnten insbesondere die Zentralen Orte profitieren.

8 Raumordnerische Bewertung und Ausblick

Verkaufsflächenentwicklung

Wie die Zahlen zeigen, hat sich der stationäre Einzelhandel in Thüringen – sowohl was die Anzahl der Betriebe als auch was die Verkaufsflächen anbelangt – in den letzten fünf Jahren **rückläufigentwickelt**. Dabei ist der Rückgang der Betriebe (-12 %) erheblich stärker ausgefallen als der Rückgang der Verkaufsfläche (-2 %), woraus deutlich wird, dass vor allem die kleinen Betriebe überproportional häufig aus dem Markt ausscheiden. Diese Entwicklung spiegelt jedoch allgemeindeutsche Trends wider und ist kein Thüringen-spezifisches Phänomen.

Für die rückläufige Entwicklung gibt es mehrere Ursachen:

- Die Bevölkerung in Thüringen hat im selben Zeitraum um etwa 2 % abgenommen, wodurch sich auch die Kaufkraft- und Umsatzpotenziale für den Einzelhandel vermindert haben.
- Thüringen verfügt mit einer Verkaufsflächendichte von rd. 1,74 qm je Einwohner noch immer über eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Bundesvergleich (1,5). Auch im Vergleich zu den Bundesländern Sachsen und Brandenburg (jeweils rd. 1,66)^{72 73} weist Thüringen eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächendichte auf. Die rückläufige Entwicklung ist daher in Teilen auch auf einen leichten Verkaufsflächenüberhang und entsprechende Bereinigungsprozesse zurückzuführen.
- Die COVID-19-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens (u.a. „Lockdowns“) haben für den sich ohnehin schon sehr dynamisch entwickelnden Online-Handel als starker Wachstumstreiber gewirkt. Auch wenn die Marktanteile des Online-Handels zuletzt wieder leicht rückläufig waren, bewegt sich der Umsatz im Online-Handel weit über Vor-Pandemie-Niveau und hat dem stationären Einzelhandel Kaufkraft und Umsätze entzogen. Zwar konnten die Auswirkungen auf den Handel durch staatliche Unterstützungsleistungen ein Stück weit aufgefangen werden, zu vermehrten Insolvenzen und Geschäftsaufgaben kam es aber dann vor allem nach Auslaufen der Unterstützungsleistungen während der Pandemie.
- Im inhabergeführten, oftmals sehr kleinteiligen Einzelhandel ergibt sich vielerorts eine Nachfolgeproblematik. Findet sich für den Weiterbetrieb eines Ladengeschäfts kein Nachfolger, kommt es zu entsprechenden Geschäftsaufgaben. Vor

⁷² Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg 2022.

⁷³ Handelsatlas für den Freistaat Sachsen Ausgabe 2022.

allem im ländlichen Raum gestaltet sich die Nachfolge aufgrund ungewisser geschäftlicher Perspektiven schwierig.

- Die Filialisten haben im Zuge der COVID-19-Pandemie und des sich dynamisch entwickelnden Online-Handels ihre Filialnetze auf den Prüfstand gestellt und dabei auch zahlreiche Filialen geschlossen. In einigen Branchen (z.B. Elektronik) sind auch systematische Verkleinerungen der Verkaufsfläche je Geschäft zu beobachten.

Wie bereits ausgeführt, lässt sich daraus zumindest für Thüringen insgesamt aber **keine Unterversorgung** feststellen. Allerdings ist die Flächenentwicklung differenziert zu betrachten.

- In den drei Oberzentren Erfurt, Jena und Gera zeigt sich ein Verkaufsflächenrückgang von im Schnitt rd. 3 %, der vor allem durch starke Verkaufsflächenrückgänge in Gera getrieben (u.a. Galeria Warenhaus) wird. Zwar ist auch in Erfurt und Jena die Verkaufsfläche zurückgegangen (bedingt vor allem durch Marktaustritte von Anbietern langfristiger Bedarfsgüter) – allerdings weitaus weniger stark als in Gera.
- In den Mittelzentren heben sich die Verkaufsflächenzuwächse und -rückgänge in den einzelnen Orten auf, sodass insgesamt eine stabile Verkaufsflächenausstattung zu konstatieren ist. Größere Verkaufsflächenrückgänge zeigen sich vor allem in Altenburg, Sonneberg und Gotha. Signifikante Verkaufsflächenzuwächse sind vor allem in Mühlhausen, Leinefelde-Worbis und Ilmenau zu erkennen – allerdings sind die Verkaufsflächenzuwächse aufgrund von Eingemeindungen zu relativieren. Bereinigt um Eingemeindungen, konnten nur sehr wenige Mittelzentren an Verkaufsfläche hinzugewinnen, wie z.B. Weimar oder Eisenach.
- Die Grundzentren haben sich hingegen positiv entwickelt und konnten ihre Verkaufsflächen im Schnitt um rd. 4 % steigern. Die größten Verkaufsflächenzuwächse ließen sich dabei im periodischen Bedarf (insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel) feststellen. Gleichwohl ist auch für die Grundzentren festzuhalten, dass Verkaufsflächenzuwächse z.T. nur aufgrund von Eingemeindungen erzielt werden konnten. In einigen Grundzentren wie Nottetal-Heilingen Höhen, Römhild oder Bad Frankenhausen ist die Verkaufsfläche auch merklich zurückgegangen.
- Deutlich negativ haben sich hingegen die Nicht-zentralen Orte entwickelt. Hier ist die Verkaufsfläche sehr deutlich um rd. 14 % zurückgegangen, wenngleich dies z.T. auch mit Eingemeindungen im Zusammenhang steht und der Rückgang etwas zu relativieren ist. Dass sich der stationäre Einzelhandel zunehmend aus dem ländlichen Raum zurückzieht, ist jedoch Fakt. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel ist dabei zu beobachten, dass sich dieser von Kleinflächen trennt und sich stattdessen auf die Grundzentren als Kristallisationspunkte im ländlichen Raum fokussiert, wo größere Einzugsgebiet erschlossen werden können.

Fasst man die Zentralen Orte aller Hierarchiestufen zusammen, so lässt sich eine stabile Verkaufsflächenentwicklung bzw. ein geringfügiger Rückgang von weniger als 1 % feststellen, bei einem Rückgang der Betriebe um rd. 8 %. In den Nicht-zentralen

Orten hat die Verkaufsfläche um rd. 14 % abgenommen, bei einem sehr hohen Rückgang der Betriebe um rd. 32 %. **Dies verdeutlicht nochmal, dass sich der stationäre Einzelhandel zunehmend aus dem ländlichen Raum außerhalb der zentralen Orte zurückzieht.** Unter Berücksichtigung von Ziffer 2.1 „Daseinsvorsorge sichern“ des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 (LEP 2025) lässt sich hieraus ein raumordnerischer Handlungsbedarf ableiten, um dem im LEP formulierten Ziel gerecht zu werden, die ländlich geprägten Räume als eigenständige Lebens- und Wirtschaftsräume zu sichern und hinsichtlich ihrer endogenen Potenziale zu stärken, um gleichwertige Lebensverhältnisse zu sichern und notfalls herzustellen.

Die Hauptbranchengruppen haben sich jedoch uneinheitlich entwickelt. Die stärksten Rückgänge lassen sich mit rd. 8 % für den langfristigen Bedarf (u.a. Möbel, Bau- und Gartenbedarf, Elektrobedarf) feststellen. Im mittelfristigen Bedarf (z.B. Bekleidung, Schuhe, Sportartikel) hat die Verkaufsfläche hingegen sogar um rd. 7 % zugenommen. Und im kurzfristigen Bedarf ist ein marginaler Verkaufsflächenrückgang von rd. 5.000 qm zu erkennen.

Versorgungssituation

Blickt man auf die Verkaufsflächendichten und die Einwohnerprognosen in den einzelnen Kommunen und berücksichtigt zudem, dass der Online-Handel auch weiterhin an Marktbedeutung hinzugewinnen wird, so muss in vielen Orten **perspektivisch von weiteren Verkaufsflächenrückgängen ausgegangen werden**, was wiederum zu einer Erhöhung der Leerstandszahlen führen kann. Auch wenn Verkaufsflächendichten immer im Zusammenhang mit der jeweiligen Versorgungsfunktion des Zentralen Orts für das Umland sowie möglichen Sondereffekten durch Touristen o.ä.⁷⁴ zu bewerten sind, gibt es eine Reihe von Mittelzentren, die nach wie vor sehr hohe Verkaufsflächendichten von mehr als 3,0 qm je Einwohner aufweisen. Dazu gehören Hildburghausen, Eisenach, Schleiz oder Pößneck.

Demgegenüber weisen die Mittelzentren Stadtroda (1,2), Schmölln/Göbnitz (1,2) und Apolda (1,6) Verkaufsflächendichten auf, die noch unterhalb des Landesdurchschnitts liegen und gemessen an der mittelzentralen Versorgungsfunktion dieser Kommunen für ihr jeweiliges Umland unangemessen niedrig ausfallen. **Hier wird zu beobachten sein, ob diese Kommunen ihrer zugewiesenen raumordnerischen Funktion überhaupt langfristig gerecht werden können.**

Erwartungsgemäß weisen die kreisfreien Städte mit ihren hohen Einwohnerdichten auch die höchsten Verkaufsflächendichten innerhalb Thüringens auf.⁷⁵ Demgegenüber zeigen sich in den Umlandkreisen von Erfurt, Jena, Weimar und Gera tendenziell die niedrigsten Verkaufsflächendichten, da eine hohe Einkaufsorientierung der

⁷⁴ Z.B. das Globus SB-Warenhaus in Hermsdorf.

⁷⁵ Einzige Ausnahme stellt der Wartburgkreis dar. Nach der Eingliederung der ehemals kreisfreien Stadt Eisenach verfügt der Landkreis über eine vergleichsweise hohe Verkaufsflächendichte.

Verbraucher auf die größeren Orte anzunehmen ist, was sich auch im Einzelhandelsbesatz wiederfindet. Da es sich bei den kreisfreien Städten (mit Ausnahme von Weimar und Suhl) um Oberzentren handelt, ist die Einkaufsorientierung raumordnerisch jedoch nicht zu kritisieren. Ebenfalls niedrige Verkaufsflächendichten zeigen sich in den Landkreisen Eichsfeld und Saale-Orla-Kreis, die sehr ländlich geprägt sind und sich hier für den Einzelhandel nur begrenzte Kaufkraftpotenziale ergeben.⁷⁶ **Der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung ist gerade in diesen Landkreisen eine hohe Bedeutung beizumessen.**

Leerstandsentwicklung

Ein sich in den letzten Jahren verschärfendes Problem sind die **hohen Leerstandszahlen**. Bezogen auf die Anzahl der Ladengeschäfte stehen im Schnitt 27 % der Geschäfte leer. Dabei handelt es sich größtenteils und vor allem in den Grundzentren um sehr kleinteilige Geschäfte, die z.T. nicht mehr marktfähig sind und für die eine Einzelhandelsnutzung voraussichtlich dauerhaft nicht mehr infrage kommt.

Im Vergleich zur letzten Erhebung in 2017/18 haben die Leerstände damit um rd. 6 %-Punkte zugenommen. Dies resultiert aus dem Rückgang der Anzahl der Betriebe von rd. 12 %, zeigt aber auch, dass zumindest ein Teil der aufgegebenen Ladengeschäfte durch andere Nutzungen und Funktionen nachbelegt werden konnte. Die Leerstandssituation fällt in den Zentralen Orten jedoch sehr unterschiedlich aus. Erfurt, Jena, Weimar, Leinefelde-Worbis, Heiligenstadt, Nordhausen, Bad Salzungen und Hildburghausen weisen Leerstandsquoten von zum Teil deutlich unter 20 % auf. Gera, Altenburg, Schmölln-Gößnitz, Artern, Bad Langensalza oder Apolda kommen hingegen auf Leerstandsquoten von über 35 %, die in allen Städten in den letzten fünf Jahren auch noch erheblich zugenommen haben (v.a. in Gera, Altenburg und Bad Langensalza). In vielen Grundzentren zeigt sich ein vergleichbares, teilweise aber noch dramatischeres Bild – trotz Verkaufsflächenzuwächsen.⁷⁷

Betroffen von den Leerständen sind dabei vor allem auch die zentralen Lagen in den Innenstädten und Ortskernen. In vielen Innenstädten dünnt sich das Einzelhandelsangebot nicht nur weiter aus – die hohen Leerstände belasten zunehmend auch das Erscheinungsbild und die Aufenthaltsqualität in den Innenstädten. **Die Nachnutzung leer gefallener Ladenflächen ist somit eine der wichtigsten Aufgaben der Stadtentwicklung.** Angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen für den stationären Einzelhandel stehen hierbei jedoch vor allem handelsergänzende Nutzungen (z.B. Gastronomie, Dienstleister, Kultur/Freizeit, öffentliche Einrichtungen) bis hin zu Büro-

⁷⁶ Im Saale-Orla-Kreis gibt es mit Pöbneck nur eine Stadt mit mehr als 10.000 Einwohnern. Im Landkreis Eichsfeld finden sich zwar mehrere Orte mit mehr als 10.000 Einwohnern – weite Teile des Landkreises sind naturraumbedingt aber nur sehr dünn besiedelt.

⁷⁷ Insbesondere in den Grundzentren stehen sehr viele sehr kleine Ladenlokale leer. Die Verkaufsflächenzuwächse in den Grundzentren resultieren vor allem aus dem Lebensmitteleinzelhandel, dessen moderne Betriebsformate jedoch nicht als Nachnutzung von kleinen Leerstandsflächen infrage kommen.

und Wohnnutzungen im Fokus. Hier ist ein klarer Handlungsbedarf erkennbar, den es in der Förderkulisse verschiedener Programme dauerhaft aufzugreifen gilt.

Zentrale Lagen und Innenstadtentwicklung

I.d.R. sind die Innenstädte die Träger zentralörtlicher Versorgungsfunktionen oder sollten dies zumindest sein. Dem langfristigen Erhalt der Funktionsfähigkeit der Innenstädte ist daher eine maßgebliche Rolle beizumessen. Der innerstädtische Einzelhandel steht dabei unter besonderem Druck vom Online-Handel, da die innerstadtrelevanten Sortimente (z.B. Bekleidung) besonders onlineaffin sind. Gleichzeitig stehen die Innenstädte oftmals im Wettbewerb mit dezentralen und peripheren Standortlagen und geraten dadurch zusätzlich unter Druck. Dadurch ist es bereits vielerorts zu Verkaufsflächenrückgängen und Frequenzverlusten gekommen. Auch wenn sich die Funktion der Innenstädte bei weitem und vor dem Hintergrund der aktuellen Konsolidierungsprozesse im Einzelhandel nicht mehr nur auf den Einzelhandel beschränkt und auch andere Nutzungen wie Gastronomie, Kultur etc. umfasst, wird der Einzelhandel auch künftig eine Leitfunktion einnehmen und maßgeblich für die Funktionsfähigkeit der Innenstädte verantwortlich sein.

Insofern ist es von besonderer Bedeutung, wie hoch der Verkaufsflächenanteil der zentralen Lagen im Verhältnis zu den dezentralen Standortlagen ausfällt. Insgesamt beläuft sich der Verkaufsflächenanteil der Innenstädte auf überschaubare 20 %.⁷⁸ In den Ober- und Mittelzentren⁷⁹ liegt der Verkaufsflächenanteil bei etwas höheren 22 bzw. 21 %, in den Grundzentren sind es lediglich 13 %, was vor allem darin begründet liegt, dass die Innenstädte der Grundzentren sehr kleinteilig strukturiert sind und kaum Flächenpotenziale für größere Handelseinrichtungen bieten, sodass die für Grundzentren besonders prägenden Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels häufig außerhalb der Innenstädte angesiedelt sind. Zwar kann es stadtspezifische Besonderheiten geben, z.B. wenn in einer Kommune ein großes Möbelhaus angesiedelt ist, welches aufgrund der Flächenextensivität nicht in zentrale Lagen integriert werden kann (und typischerweise dem nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel zugeordnet ist). Grundsätzlich gilt aber, dass je höher der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt ausfällt, desto höher ist auch deren Anziehungskraft und Attraktivität im Einzelhandelsgefüge im Raum.

Über besonders hohe Verkaufsflächenanteile der Innenstadt von jeweils über 30 % verfügen Weimar, Bad Salzungen, Gotha, Sömmerda, Apolda und Schleiz. Dagegen weisen Bad Langensalza, Artern, Schmalkalden, Hildburghausen, Arnstadt, Sonneberg, Stadtroda, Bad Lobenstein, Pößneck, Greiz und Hermstorf/Bad Klosterlausnitz hohe Verkaufsflächenbestände in dezentralen Standortlagen auf (Verkaufsflächenanteil

⁷⁸ Aus dieser Betrachtung sind die Verkaufsflächen der Nicht-zentralen Orte ausgenommen, da sich Innenstädte hier kaum oder nur sehr schwer bestimmen lassen.

⁷⁹ Oberzentren und Großstädte haben i.d.R. mehrere Zentren (Innenstadt + Stadtteilzentren), sodass der reine Verkaufsflächenanteil der Innenstadt nicht genügend Aussagekraft besitzt.

der Innenstädte <15 %). Hier sind die jeweiligen Kommunen bei der Bauleitplanung unter Beachtung des Integrationsgebots nach Ziffer 2.6.4 LEP 2025 sowie im Rahmen der Aufstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten gefordert, die Potenziale und Perspektiven ihrer Innenstädte zu bestimmen und Entwicklungsziele zu formulieren. Angesichts der in vielen Kommunen nur noch geringen Bedeutung der Innenstadt im städtischen Einzelhandelsgefüge werden jedoch viele Kommunen eine funktionale Neuorientierung vornehmen müssen, um dauerhafte Leerstände und Attraktivitätsverluste in ihren Innenstädten zu vermeiden.

Nahversorgung

Die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs ist eines der wesentlichen städtebaulichen und raumordnerischen Entwicklungsziele und ist entsprechend im LEP 2025 auch unter dem Beeinträchtigungsverbot verankert. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und einer möglichst klimaschonenden Stadtentwicklung ist der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung auch künftig ein hoher Stellenwert beizumessen.

Aktuell beträgt die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte in Thüringen rd. 0,64 qm je Einwohner und liegt dabei etwas oberhalb des bundesdeutschen Durchschnittswerts von 0,56 qm je Einwohner. Auch im Vergleich zu Brandenburg (0,58) und Sachsen (0,59)^{80 81} verfügt Thüringen insgesamt betrachtet über ein quantitativ umfassend ausgebautes Nahversorgungsangebot und eine entsprechend hohe Verkaufsflächendichte. Gegenüber 2017/18 ist die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte – trotz der insgesamt leicht rückläufigen Verkaufsfläche – noch um 0,1 qm je Einwohner angestiegen.⁸² Dies spiegelt die Marktanpassungsprozesse im Lebensmitteleinzelhandel wider, die sich in Erweiterungen von Bestandsmärkten und Neuansiedlungen von großen Märkten zeigen. Der gleichzeitig zu beobachtende Rückzug von Lebensmittelmärkten aus den stark ländlich geprägten Gebieten kann hierdurch jedoch nicht vollständig kompensiert werden.

Differenziert nach Landkreisen und kreisfreien Städten zeigen sich jedoch durchaus Unterschiede in der nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächenausstattung. Überdurchschnittlich hohe nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichten von mehr als 0,65 qm je Einwohner weisen die Landkreise Hildburghausen (0,66), Saalfeld-Rudolstadt (0,66), Schmalkalden-Meiningen (0,67), Kyffhäuserkreis (0,68), Unstrut-Hainich-Kreis (0,70), Gera (0,70), Nordhausen (0,71), Sonneberg (0,74), Weimar (0,77) und Wartburgkreis (0,79) auf. Demgegenüber gibt es einige Landkreise, die sich mit ihrer nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächendichte noch unterhalb des

⁸⁰ Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg 2022.

⁸¹ Handelsatlas für den Freistaat Sachsen Ausgabe 2022.

⁸² Die Verkaufsfläche ist zwar auch im kurzfristigen Bedarf leicht zurückgegangen, allerdings auf einem niedrigeren Niveau als der Bevölkerungsrückgang, weshalb die Verkaufsflächendichte dennoch zugenommen hat.

Bundesdurchschnittsbewegungen – Weimarer Land (0,44), Eichsfeld (0,53), Saale-Holzland-Kreis (0,55) und Sömmerda (0,55). Vor allem im Landkreis Weimarer Land fällt die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte sehr niedrig aus. Auch in Bezug auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel scheinen die größeren Städte wie Erfurt, Weimar und Jena eine hohe Einkaufsorientierung der Umlandbewohner auf sich verbuchen zu können, was die geringen Verkaufsflächendichten in den Umlandkreisen erklären würde.

Auch die Entwicklung der nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächendichte verlief in den Landkreisen und kreisfreien Städten zum Teil recht uneinheitlich. Während die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte in den kreisfreien Städten flächendeckend angestiegen ist und auch die Landkreise Greiz, Ilm-Kreis, Saalfeld-Rudolstadt, Unstrut-Hainich-Kreis und Wartburgkreis einen Anstieg der nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächenausstattung für sich verbuchen können, sind in den Landkreisen Sömmerda, Saale-Holzland-Kreis und Hildburghausen die nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächendichten um mehr als 5 %-Punkte zurückgegangen.

Angesichts des weiter voranschreitenden Strukturwandels im Lebensmitteleinzelhandel stellt die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im ländlichen Raum (unterhalb der Grundzentren) eine komplexe Herausforderung dar, die auch neuer Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung bedarf (z.B. „digitaler Dorfladen“⁸³).

Einflussfaktoren für die Entwicklung des stationären Einzelhandels

Im Folgenden werden die wesentlichen Faktoren aufgeführt, die nach gutachterlicher Einschätzung einen besonderen Einfluss auf die Verkaufsflächenentwicklung in den Landkreisen und Kommunen Thüringens gehabt haben.

Begünstigend wirken sich vor allem aus:

- Eine dynamische **Wirtschafts- und Einwohnerentwicklung**, woraus sich positive Effekte auf die Kaufkraft- und Umsatzpotenziale für den örtlichen Einzelhandel ergeben. Auch **Einkändlerüberschüsse** erhöhen das Kaufkraftpotenzial für den örtlichen Einzelhandel, da ein Teil der Einkäufe (vor allem im periodischen Bedarf) mit dem Weg von der Arbeit nach Hause gekoppelt wird.
- Orte mit hoher **Tourismusrelevanz** können über die Touristen zusätzliche Kaufkraft- und Umsatzpotenziale generieren, zumal sich „Shopping-Aktivitäten“ als Freizeitbeschäftigung immer stärker in den Urlaub verlagern.
- In Zeiten, in denen der reine Versorgungseinkauf immer stärker in den Online-Handel verlagert wird, kommt dem **Einkaufsambiente und der Aufenthaltsqualität** in den Innenstädten eine immer wichtigere Rolle zu. Städte mit einem attraktiven

⁸³ Besonders expansiv zeigt sich aktuell die Firma Tegut mit dem vollautomatischen 24 h-Kleinflächen-Format „Teo“.

Stadtbild und einer multifunktionalen Ausrichtung generieren darüber eine höhere Anziehungskraft, wovon der örtliche Einzelhandel entsprechend profitieren kann.

Restriktiv auf die Entwicklungsperspektiven des stationären Einzelhandels wirken sich dagegen vor allem folgende Aspekte aus:

- **Negative soziodemografische Rahmenbedingungen** – allen voran die Einwohner- und Kaufkraftentwicklung – haben einen direkten Einfluss auf das örtliche Kaufkraft- und Umsatzpotenzial für den Einzelhandel.
- Städte, die mit sogkräftigen (und nach heutigen raumordnerischen Gesichtspunkten nicht mehr zulassungsfähigen) **Wettbewerbsstandorten im Umland** konfrontiert sind, haben es schwer, sich selbst als attraktive Einzelhandelsstandorte zu positionieren.
- Zeigen sich infolge von Verkaufsflächenrückgängen erst einmal **branchen- und formatseitige Angebotslücken** im Einzelhandelsbesatz, so setzt schnell ein sich selbst verstärkender Prozess ein. Bei Angebotslücken wenden sich die Verbraucher zunehmend von einem Einzelhandelsstandort ab, wodurch sich die Perspektiven für den örtlichen Einzelhandel noch weiter verschlechtern und es zu weiteren Marktaustritten und Angebotslücken kommt.

Handlungsbedarfe für Kommunen und Landesplanung/Raumordnung

Abschließend stellt sich die Frage, welcher Handlungsbedarf sich aus den Analyseergebnissen für Städte und Gemeinden sowie für die Landesplanung und Raumordnung ableiten lässt.

Als eine wichtige Grundvoraussetzung zur Sicherung von Versorgungsstrukturen sind die **kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte** anzuführen. Zwar sorgen die Konzepte allein noch nicht für eine positive Handelsentwicklung. Mit einem gesamtstädtischen strategischen Einzelhandelskonzept können Städte und Gemeinden den anhaltenden Strukturwandel im Handel jedoch aktiv begleiten und das Konzept als Steuerungsinstrument zur Sicherung von Ortskernen und Nahversorgungslagen wirkungsvoll einsetzen. Einzelhandelskonzepte sorgen für transparente Ansiedlungsregeln für Investoren und Entwickler und erhöhen zugleich die Planungssicherheit für bestehende Einzelhändler, ohne dabei einen Konkurrenz- oder Wettbewerbsschutz aufzubauen. Politik und Verwaltung erhalten zudem klare Maßstäbe, um Einzelhandelsvorhaben fundiert und zügig bewerten zu können.

Zumindest die Ober- und Mittelzentren sollten Einzelhandels- und Zentrenkonzepte haben und diese auch regelmäßig fortschreiben und aktualisieren (alle 5 bis 7 Jahre). Aber auch für Grundzentren hat sich das Einzelhandelskonzept zur Steuerung der Handelsentwicklung vielfach bewährt. Denn letztendlich gilt es auch in den Grundzentren einen „Wildwuchs“ von Einzelhandelseinrichtungen zu vermeiden und stattdessen dafür Sorge zu tragen, dass der Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren

sowie in den Nahversorgungslagen eine Perspektive hat, die nicht durch ausufernde Entwicklungen an der Peripherie in Frage gestellt werden sollten.

Darüber hinaus sind die Städte und Gemeinden angehalten, ein **positives Investitionsklima** für den Einzelhandel zu schaffen. Dies schließt die aktive Ansprache von Handelsunternehmen sowie ein aktives **Stadtmarketing** bis hin zur Einrichtung eines Citymanagements, insbesondere zur Stärkung der zentralen Lagen, ein.

Im digitalen Zeitalter, in dem die meisten Produkte in großer Auswahl, jederzeit und zu einem günstigen Preis im Online-Handel erworben werden können, müssen die Städte mit einem attraktiven **Einkaufsambiente** und einer hohen **Erlebnisqualität** punkten. Die Innenstadt als reiner Ort der Versorgung hat zunehmend ausgedient. Um die Besuchsanlässe und die Aufenthaltsdauer zu erhöhen, kommt es darauf an, ein multifunktionales Angebot (Handel, Gastronomie, Kultur, Freizeit etc.) zu schaffen, Veranstaltungen und Events zu organisieren und für ein attraktives und ansprechendes Stadtbild mit Wohlfühlatmosphäre zu sorgen, wofür investive Maßnahmen (bestenfalls mit Unterstützung durch Förderprogrammen und -gelder) zu tätigen sind.

Angesichts der Dynamik im Onlinehandel und in Teilregionen weiter rückläufigen Einwohnerzahlen sowie der Nachfolgeproblematik vieler inhabergeführter Geschäfte wird sich der stationäre (Nonfood-)Einzelhandel weiter aus der Fläche zurückziehen. Dies zeigt sich schon heute in teils hohen Leerstandsquoten in den Kommunen. Städte und Gemeinden müssen diesen Wandel aktiv begleiten, indem der Handel auf die Kernlagen konzentriert wird und in Randlagen vermehrt auf **andere Nutzungen** (bis hin zu Wohnnutzungen) zu setzen ist.

Wie die Analyse gezeigt hat, zieht sich der Handel zunehmend aus dem ländlichen Raum außerhalb der zentralen Orte zurück. Um den dort lebenden Menschen zusätzlich zu den Angeboten in den Grundzentren weitere Angebote machen zu können, rücken neue Modelle zur Nahversorgung in den Fokus. Während der Online-Handel zur Versorgung des ländlichen Raums mit Gütern des täglichen Bedarfs keine Lösung sein wird, da die hohen Logistikkosten den Online-Handel mit Lebensmitteln im ländlichen Raum auch langfristig nicht rentabel macht, bedarf es anderweitiger Modelle. Eine Lösung können **24-Stunden-Dorfläden** sein, wie es sie in Thüringen z.T. auch bereits schon gibt, die stark automatisiert mit sehr wenig Personal auskommen und dadurch rentabel betrieben werden können.

Mit Blick auf die Landesplanung und Raumordnung ist zu empfehlen, die bisherigen und bewährten Regelungsinhalte für Einzelhandelsgroßprojekte beizubehalten. Das als Ziel der Raumordnung formulierte Konzentrationsgebot stellt sicher, dass großflächiger Einzelhandel auf die Zentralen Orte fokussiert wird, sichert aber durch entsprechende Ausnahmeregelungen im Bereich der Nahversorgung mit Verknüpfung zur Regelvermutungsgrenze nach § 11 Abs. 3 BauNVO Entwicklungsmöglichkeiten für Nicht-zentrale Orte (auch über die Grenze zur Großflächigkeit hinaus). Angesichts des

Strukturwandels im Lebensmitteleinzelhandel erscheint diese differenzierte Handhabung des Konzentrationsgebots angemessen, um die Zentralen Orte in ihrer Funktionsfähigkeit zu sichern und dabei gleichzeitig Entwicklungsmöglichkeiten für die Nicht-zentralen Orte einzuräumen.

Alle anderen Regelungen sind als Grundsätze der Raumordnung formuliert und eröffnen somit einen Abwägungsspielraum. Gerade im Hinblick auf das Integrationsgebot erscheint dies schlüssig, da die Definition der städtebaulichen Lagen somit unter Berücksichtigung lokaler Besonderheiten erfolgen kann. Angesichts der schwierigen Lage für den Nonfood-Handel wäre aber zu diskutieren, ob nicht künftig auch beim Integrationsgebot zwischen nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten zu unterscheiden ist, um eine noch zielgerichtetere Steuerung des Einzelhandels zu ermöglichen.

Das Kongruenzgebot ist eng mit dem Konzentrationsgebot und dem Beeinträchtigungsverbot verbunden. Auch hier könnte eine Unterscheidung in nahversorgungsrelevante und sonstige Sortimente mit Blick auf die Funktionsräume (mittelzentrale und grundzentrale Funktionsräume) sinnvoll sein, um sicherzustellen, dass die Versorgung des ländlichen Raums und der kleinen Zentren nicht durch überdimensionierte nahversorgungsrelevante Vorhaben in den höherrangigen Zentren in Frage gestellt wird.

Insgesamt kann aber festgehalten werden, dass die Regelungen auf Ebene der Landesplanung in ihrer derzeitigen Form einen wichtigen Rahmen dafür bieten, die zentralen Einkaufslagen und die verbrauchernahe Versorgung in den Städten und Gemeinden bestmöglich zu sichern, was angesichts der rückläufigen Einzelhandelsentwicklung im Land zur Sicherung der Daseinsvorsorge und zur Erhaltung attraktiver Innenstädte besonders wichtig erscheint.

Hamburg/Dresden, 08. August 2023

Boris Böhm
Dr. Lademann & Partner

Jonas Hopfmann