

# Einkaufen in Jena



Entwicklungskonzept Einzelhandel  
Jena 2025



# Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025

	Seite
<b>Zum Geleit</b>	<b>4</b>
<b>1 Innerstädtischer Einzelhandel</b>	<b>6</b>
<b>2 Stadtratsbeschluss »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025«</b>	<b>8</b>
<b>3 Ausgangslage und Prozess</b>	<b>14</b>
3.1 Warum ein Entwicklungskonzept Einzelhandel?	14
3.2 Ziele und Leitlinien des Entwicklungskonzeptes	15
3.3 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Jena	16
3.4 Potenziale für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung	32
3.5 Wesentliche Ergebnisse der Befragungen	33
3.6 »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025«	35
3.7 Entwicklungskonzept Innenstadt	40
3.8 Empfehlungen zur Umsetzung des Konzeptes	45
<b>Anhang: Zentrenpässe</b>	<b>49</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>63</b>
<b>Dank · Impressum</b>	<b>65</b>



Liebe Bürgerinnen und Bürger, liebe Handelsinteressierte,

bereits im Mittelalter erreichte das an wichtigen Handelsstraßen gelegene Jena mit dem um 1230 verliehenen Stadtrecht als Marktort mit Münzrecht Bedeutung als Handelsplatz.

Heute ist Jena ein Hochtechnologie-Standort mit Tradition, an dem Unternehmen wie Zeiss, Jenoptik, SCHOTT Jenaer Glas und Jenapharm neben zahlreichen jungen, innovativen Firmen der Zukunftsbranchen verwurzelt sind, eingebettet in eine hochkarätige Wissenschaftslandschaft. In Jena finden Menschen gute Arbeit und eine hohe Lebensqualität vor.

Als erfolgreiche und leistungsfähige Stadt strahlt Jena auf die ganze Region und darüber hinaus aus. Jena ist ein interessanter und gefragter Ort für Menschen aus aller Welt, die mit Wissen und Erfahrungen, aber auch mit Erwartungen hierher kommen. Jena ist beliebt und wächst.

Dies stellt die Stadtentwicklung immer wieder vor neue und anspruchsvolle Herausforderungen. Dazu gehören Visionen sowie praxistaugliche Lösungen für alle städtischen Aufgaben der Gegenwart wie beispielsweise die weitere demografische Entwicklung, der Umgang mit Zuzug und Bleiben, die Versorgung der Bürgerinnen und Bürger, die Zukunft des sozialen Miteinanders wie auch die Anpassung an den Klimawandel. Die Belebung einer Stadt, ihre Urbanität, erfordert eine gute Durchmischung von Wohnen und Arbeiten, von Kultur und Handel.

Der vorliegende Band 6 der Schriftenreihe des Dezernates Stadtentwicklung und Umwelt widmet sich dem im Juni 2015 durch den Jenaer Stadtrat bestätigten »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« und stellt in gekürzter Fassung seine wesentlichen Grundzüge vor. Das Konzept verfolgt das Ziel, alle an der Entwicklung des Einzelhandels Beteiligten, seien es private oder öffentliche Akteure,

auf die Chancen und Potenziale aufmerksam zu machen, die durch gemeinsames Handeln zum Wohle unserer Stadt genutzt werden können.

»Handel ist Wandel« – insbesondere der stationäre Einzelhandel steht in den kommenden Jahren vor neuen Aufgaben – sei es in Bezug auf das Thema Online-Handel, die Schaffung und Bereithaltung von Angeboten für eine älter werdende Einwohnerschaft oder von Anziehungspunkten für ein urbanes Stadterlebnis in unserer Stadtmitte. Nicht zuletzt wird der Einzelhandel ein Indikator der Anziehungskraft des Standortes Jena für junge Fachkräfte und Familien bleiben.

Die Erarbeitung des »Entwicklungskonzeptes Einzelhandel Jena 2025« wurde durch einen projektbegleitenden Arbeitskreis unterstützt. Ich danke den Jenaer Einzelhändlern und Gewerbetreibenden, den Vertretern der Kammern und Verbände, den Mitgliedern der Fraktionen des Jenaer Stadtrates und der Landesplanung, die den Erarbeitungsprozess kritisch und in einer offenen, ergebnisorientierten Arbeitsatmosphäre begleitet haben.

Dieses Konzept ist die Richtschnur für die Einzelhandelsentwicklung in den kommenden Jahren und bildet die Grundlage für die nun notwendigen Entscheidungen der Stadtpolitik zur Umsetzung. Für die weitere Arbeit im Interesse des städtischen Einzelhandels wünsche ich uns allen viel Erfolg!

Dr. Albrecht Schröter  
Oberbürgermeister



Sehr geehrte Damen und Herren,

die Stadt Jena hat ihre »Konzeption zur Entwicklung des Einzelhandelsnetzes in der Stadt Jena« aus dem Jahr 1999 und das »Nahversorgungskonzept Jena 2015« im neuen Format als »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« fortgeschrieben.

Das Konzept wurde in einem umfangreichen Erarbeitungsprozess entwickelt. Neben einer gesamtstädtischen Analyse des Einzelhandelsbestandes, der Untersuchung der Zukunftsfähigkeit der Handelsstandorte in den Planungsräumen der Stadt, einer Haushaltbefragung im Marktgebiet des Jenaer Einzelhandels, der Befragung von Jenaer Händlern zu ihrer Einschätzung und zu ihren Vorschlägen für die künftige Einzelhandelsentwicklung, wurden Empfehlungen für Entwicklungen in den einzelnen Planungsräumen aufgezeigt.

Fazit der bisherigen Einzelhandelsentwicklung ist: Die zentralen Versorgungsbereiche sind die tragenden Säulen des Einzelhandelsnetzes zur Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung. Die Gesamtverkaufsfläche ist seit dem Jahr 2000 um fast 15 % gewachsen. Die Verkaufsfläche der Innenstadt konnte seit dem Jahr 2000 kontinuierlich erhöht werden, jedoch stehen einer kurzen A-Lage Löbderstraße weitere, räumlich nicht bzw. ungenügend verbundene Lagen geringerer Kategorie zur Seite.

Das Zentrenkonzept zur weiteren Entwicklung eines gestuften Einzelhandelsnetzes wurde aktualisiert. Die Stadt orientiert in ihrer Zielstellung weiterhin auf das Prinzip der dezentralen Konzentration im Rahmen eines Zentrenkonzeptes. Neben der Stadtmitte als Hauptzentrum, werden fünf Stadtteil- und sechs Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen.

Die Untersuchung der Einzelhandelszentralität zeigt jedoch eine rückläufige Tendenz.

Hier setzt insbesondere das eigens entwickelte Innenstadtkonzept mit seinen 4 Szenarien an. Es zielt auf eine vorrangige Entwicklung der Innenstadt als qualitätsvoller Einzelhandelsschwerpunkt im innerstädtischen Zentrengefüge ab. Wir wollen unsere Stadtmitte zu einem lebens- und liebenswerten Begegnungsraum entwickeln, der durch eine hohe Stadtraumqualität, Funktionsvielfalt und die Bündelung von Angeboten geprägt ist.

Ziel des Entwicklungskonzeptes ist die Gestaltung guter Rahmenbedingungen für die Stärkung und Stabilisierung des Jenaer Einzelhandelsbestandes und die Bereitstellung verlässlicher Planungsaussagen für ansiedlungsinteressierte Unternehmen. Ich freue mich dabei auf eine interessante und ergebnisreiche Zusammenarbeit mit allen an der Entwicklung der Jenaer Einzelhandelslandschaft Interessierten.

Denis Peisker

Dezernent Stadtentwicklung und Umwelt

# 1

Cornelia Dörries

## Innerstädtischer Einzelhandel

### Städtisch handeln

*Kaum ein Wirtschaftszweig hat die Gestalt von Stadt und Land über Jahrhunderte so geprägt wie der Handel. Der digital getriebene Wandel dieser Branche überformt auch ihre räumlichen und baulichen Bedingungen. Eine Bestandsaufnahme.*

In die Stadt gehen. So hieß es noch vor einer Weile, wenn kleine oder größere Besorgungen anstanden oder man sich den Nachmittag mit einem Schaufensterbummel vertreiben wollte. Aber das Einkaufen ist längst keine rein urbane Verrichtung mehr. Die neuen Verkaufs- und Vertriebsformen des Online-Shoppings scheinen die tradierte Einheit von Stadt und Warentausch aufzulösen und die vormals im Einzelhandel organisierten Abläufe weg von den Schaufenstern, Einkaufsstraßen und Fußgängerzonen hinein in virtuelle Web-Shops und enteelte Fracht- und Logistikzentren zu verlagern.

Doch der Innenstadt-Handel wandelt sich schon seit Jahrzehnten: Die Konzentration in Sortimenten wie Drogerie- und Kurzwaren, Elektro- und Haushaltstechnik und Lebensmitteln ließ nach und nach die Fachgeschäfte aus der innerstädtischen Ladenzone verschwinden. Prägten in diesen Segmenten dann vor allem große Filialisten das Geschehen – das sich zudem in großflächige Einkaufszentren vor der Stadt verlagerte –, konnten sich in den Fußgängerzonen trotz der Konkurrenz durch Ketten bis vor wenigen Jahren noch inhabergeführte Läden für Bücher, Mode oder Spiel- und Sportartikel behaupten. In ihrer traditionellen Form haben sie nun gegen den Online-Handel kaum eine Chance. Unter großem Druck steht auch das Erfolgsformat des modernen Einzelhandels schlechthin: das Kaufhaus. So konstatiert Joachim Stumpf, BBE Handelsberatung München: »Von den insgesamt 185 Warenhäusern, die Karstadt und der kürzlich vom kanadischen Hudson's Bay übernommene Kaufhof gegenwärtig in Deutschland betreiben, wird es in zehn Jahren noch maximal 120 geben.«



*Familie kauft ein*

Der Niedergang des innerstädtischen Handels ist jedoch nicht nur eine Folge der Digitalisierung. Vielerorts trug auch eine jahrelang verfehlte Kommunalpolitik in Sachen Einzelhandel und Innenstadtentwicklung dazu bei – mit den üblichen Sündenfällen: Shopping Center auf der grünen Wiese, gravierende Investitions- und Sanierungsrückstände in zentralen Innenstadtlagen, mangelnde strategische Kooperation der einzelnen Akteure sowohl im Rathaus als auch hinter den Geschäftstresen.

Der Handelsverband Deutschland e.V. (HDE) befürchtet, dass bis zum Jahr 2020 etwa 50.000 stationäre Einzelhändler schließen werden. Die Gründe für diesen historisch beispiellosen Aderlass sehen die Experten zum einen in der zögerlichen Bereitschaft und den begrenzten wirtschaftlichen Mitteln vor allem kleiner Händler, auch in den E-Commerce zu investieren. Zum anderen fehlt es in einer sowohl schrumpfenden als auch alternder Bevölkerung, zumal in kleinen und mittleren Städten, an hinreichender Nachfrage. Dort kann man sich schon lange nicht mehr darauf verlassen, dass in die aufgegebenen Läden ein Nachfolger zieht; stattdessen sehen sich dort viele Kommunalpolitiker und Stadtplaner mit den Folgen eines »Trading Down« konfrontiert: Je lückenhafter der vormals kleinteilige Branchenmix, desto unattraktiver der ganze Standort für die Kunden. Bleiben sie irgendwann weg, müssen auch die letzten verbliebenen Geschäfte dichtmachen. Besonders gravierend wirkt sich für solche Orte die Schließung eines großen Frequenzbringers aus: Wenn die lokale Karstadt-Filiale schließt, geraten auch die kleinen Händler in der Nachbarschaft ins Trudeln. Weil der Einzelhandel vor allem in mittelgroßen Kommunen mit stagnierender oder abnehmender Einwohnerzahl und schwacher wirtschaftlicher Dynamik kein sicherer Wachstumsmotor mehr ist, bedarf es vielerorts alternativer Konzepte für die Entwicklung der Innenstädte.

### **Konzepte gegen den Niedergang**

Wie das gehen kann, zeigt das Beispiel Iserlohn. Die Stadt im Sauerland mit ihren knapp 93.000 Einwohnern entschied schon im Sommer 2013, das seit 1967 bestehende Karstadt-Kaufhaus zu erwerben,

obwohl der Betrieb nicht von der Schließungswelle betroffen war. Doch Thomas Junge, Leiter der städtischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, betont, »man wolle das Zepter des Handelns in der Hand behalten«. Denn die Kaufhausimmobilie nimmt eine Schlüssel-funktion für die gesamte Innenstadt ein; ein Leerstand hätte fatale Folgen für das Zentrum mit einer noch intakten, über Jahrzehnte gewachsenen Einzelhandelsstruktur. Mit dem Kauf des Karstadt-Hauses als Herzstück eines in die Jahre gekommenen, sanierungsbedürftigen Quartiers sichert sich Iserlohn die Gestaltungshoheit und kann das Haus selbst in die Planungen für eine Neuordnung der gesamten Innenstadt einbeziehen. Solche Strategien finden auch Anklang beim Branchenverband HDE. »Manchmal ist es sinnvoller, über Alternativen zu einer Einzelhandelsnutzung für leerstehende Flächen nachzudenken«, sagt Michael Reink, Bereichsleiter für Standort- und Verkehrspolitik. Er gehört nicht zu den Wachstumsbeschwörern, wenn es um taugliche Einzelhandelskonzepte gerade für kleine und mittelgroße Städte geht: »Gerade an problematischen Standorten sind oft Nutzungen besser, die den vorhandenen Einzelhandel unterstützen.« Das können neben Arztpraxen, Bibliotheken und Kultureinrichtungen auch Behörden mit hoher Besuchsfrequenz oder Dienstleistungen sein.

Welche Nutzungsalternativen aufgegebenen Handelsstandorte bieten, lässt sich auch am Beispiel eines ehemaligen Hertie-Kaufhauses in Berlin-Moabit besichtigen. Das Gebäude wurde komplett umgebaut und beherbergt nun neben Geschäften und Restaurants auch 46 Wohnungen.

Darüber hinaus verweisen neue Trends im Einzelhandel, vor allem in Regionen mit wachsender Bevölkerungszahl, ebenfalls auf eine zunehmende Nachfrage nach Innenstadt. Zum einen hat eine restriktivere Genehmigungspraxis der Kommunen dazu geführt, dass die Verkaufsflächen auf der grünen Wiese nicht weiter wachsen, zum anderen streben Händler verstärkt dorthin, wo ihre Kunden sind: Zurück ins Zentrum.

# 2

## Stadtratsbeschluss »Entwicklungs- konzept Einzelhandel Jena 2025«



### Der Stadtrat beschließt:

#### 001

Der Stadtrat bestätigt das »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Jena.

#### 002

Der Oberbürgermeister wird mit der Umsetzung des »Entwicklungskonzeptes Einzelhandel Jena 2025« beauftragt.

#### 003

Die räumlich und inhaltlich definierten zentralen Versorgungsbereiche sind als städtebaulich schutzwürdige Bereiche und Investitionsgebiete mit den Instrumenten der Bauleitplanung und den verfügbaren planungsrechtlichen Mitteln zu sichern und in ihrer Entwicklung zu befördern.

#### 004

Schwerpunkt der Entwicklung des Einzelhandelsnetzes der Stadt Jena hinsichtlich der Flächen und Sortimente ist der zentrale Versorgungsbereich »Innenstadt«.

Ziel ist die Erhöhung der Zentralität und Funktionsvielfalt. Die im Zuge der Umgestaltung und Bebauung innerstädtischer Bereiche zu bewältigenden verkehrlichen Aufgaben sind im Rahmen der Erarbeitung des Mobilitätskonzeptes 2030 einer planerischen Lösung zuzuführen.

#### 005

Die »Jenaer Liste zentrenrelevanter Sortimentek« wird bestätigt. Der Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten soll ausschließlich in den definierten zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt oder erweitert werden.



- Seite 226 Erster Absatz Ergänzung letzter Satz wie folgt:  
„An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentralrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine städtische Bündelung dieser Einzelhandelsangebote und somit keinen zusätzlichen Verbrauch von Gewerbeflächen zu erreichen.“
- Seite 235 Erster Absatz  
Einfügen einer Fußnote mit Längenangaben der A-Lagen in ausgewählten Städten zum Vergleich.

Die geänderte Beschlussvorlage wurde durch die anwesenden 35 Stimmberechtigten mehrheitlich bestätigt.

  
Dr. Albrecht Schirmer  
Oberbürgermeister



## Begründung

Ein attraktives Einzelhandelsangebot zählt zu den weichen Standortfaktoren und trägt zur Bindung von Fachkräften und jungen Familien an die Stadt Jena bei. Für den Freizeitwert des Oberzentrums ist es wichtig, dass die Stadt durch ihre Bewohner und die Bewohner des Umlandes auch als Einkaufsstadt wahrgenommen wird. Insbesondere Fachkräfte haben auf Grund ihrer weltweiten Kenntnis verschiedener Destinationen eine hohe Erwartungs- und Vergleichsbasis zu attraktiven und begehrten Standorten.

Der mit Datum vom 18.06.2012 in Kraft getretene Regionalplan Ostthüringen weist unter dem regionalplanerischen Grundsatz G 1 – 13 zum Erhalt und zum Ausbau der oberzentralen Funktion der Stadt Jena die Aufgabe zu, ihren multifunktionalen innerstädtischen Einkaufs- und Erlebnisbereich auszubauen und weiter aufzuwerten. Das Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, in Kraft getreten am 05.07.2014, betont im Ziel 2.2.5 und im Grundsatz 2.2.6 die notwendige Konzentration und zukunftsfähige Weiterentwicklung hochwertiger Funktionen der Daseinsvorsorge mit landesweiter Bedeutung in Jena, insbesondere u. a. die zentrale Einzelhandelsfunktion.

Im Jahr 1992 hat die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Jena die Konzeption für die Entwicklung des Einzelhandelsnetzes in der Stadt Jena beschlossen. Diese in den Jahren 1999 fortgeschriebene und im Jahr 2006 um das Modul »Nahversorgungskonzept 2015« ergänzte Konzeption lenkte die Einzelhandelsentwicklung der vergangenen 23 Jahre.

Nach dem Grundsatz der Planmäßigkeit ist die Stadtverwaltung gehalten, die Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung regelmäßig einer Prüfung zu unterziehen, anzupassen bzw. neu zu definieren.

Grundlagen für die Erstellung des »Entwicklungskonzeptes Einzelhandel Jena 2025« sind zum einen landes- und regionalplanerische

Vorgaben und zum anderen die auf die lokale Situation bezogenen Ziele, Analysen und Prognosen vor allem zur Bevölkerungs-, Wohnbau- und Gewerbeflächenentwicklung.

Der Prozess zur Fortschreibung der Jenaer Konzeption zur Entwicklung des Einzelhandelsnetzes wurde im Jahr 2013 eingeleitet. Analysegestützt wurden Perspektiven geprüft und die Neupositionierung der Jenaer Einzelhandelslandschaft im vorgelegten überarbeiteten Zentrenkonzept verankert. Stand der Datenlage für die Bestandsdaten ist das 1. Halbjahr 2013. In die Konzeption eingeflossen sind sowohl sekundär-statistische Grundlagen, die Ergebnisse der durchgeführten Haushalts- und Händlerbefragungen, aber auch die Untersuchungsergebnisse der Langzeitstudie von Herrn Prof. Dr. G. Meyer, Geografisches Institut der Universität Mainz, sowie einzelne Gedanken aus der »Ideenwerkstatt Eichplatz, Ergebnisse – Tendenzen – Anregungen, 20.11.2014«.

Der Fachdienst Stadtentwicklung hat im Jahr 2013 einen projektbegleitenden Arbeitskreis eingerichtet, in welchen die fachlichen Beiträge der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung Ludwigsburg als Auftragnehmer der Stadt und der Vertreter aus Jenaer Einzelhandelsunternehmen, der Politik, von Kammern und Verbänden, der Landesplanung und der Fachressorts der Stadtverwaltung eingebracht, diskutiert und einvernehmlich für die Aufnahme in die Entwicklungskonzeption Einzelhandel Jena 2025 empfohlen wurden. Die einzelhandelsrelevanten Hinweise aus den in Erarbeitung befindlichen Stadtteilentwicklungskonzepten West / Zentrum, Ost und dem im Jahr 2011 bestätigten und 2014 evaluierten Stadtteilentwicklungskonzept Nord sowie den integrierten Entwicklungskonzepten für Lobeda und Winzerla sind ebenso in die Bearbeitung einbezogen worden wie die Hinweise aus einer Informationsveranstaltung, zu der alle Ortsteilbürgermeister geladen waren.

Entstanden ist ein dynamisches, umsetzungsfähiges Handlungskonzept, welches die wesentlichen Zielsetzungen zusammenfasst und für ein konsequentes Handeln durch Stadt und Wirtschaftsförderung ableitet.

Nach Bestätigung durch die städtischen Gremien wird das »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« in gekürzter Fassung im Rahmen der Schriftenreihe zur Stadtentwicklung des Dezernates Stadtentwicklung und Umwelt, Fachbereich Stadtentwicklung/Stadtplanung einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

Eingebunden sein wird das Entwicklungskonzept Einzelhandel in die ab 2015 zu erarbeitenden Konzepte und Pläne. Dabei handelt es sich um die Fortschreibung des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes Jena 2030, das Mobilitätskonzept 2030 und die Fortschreibung des Flächennutzungsplanes.

## Fazit der bisherigen Einzelhandelsentwicklung

- Die zentralen Versorgungsbereiche sind die tragenden Säulen des Einzelhandelsnetzes zur Sicherung einer verbrauchernahen und räumlich gesicherten Versorgung.
- Die Gesamtverkaufsfläche wurde seit dem Jahr 2000 um ca. 14,8% auf 204.405 m<sup>2</sup> weiterentwickelt.
- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner hat sich seit 2000 weiter erhöht.
- Die Verkaufsfläche des Hauptzentrums »Innenstadt« konnte seit dem Jahr 2000 kontinuierlich um ca. 10.000 m<sup>2</sup> auf 50.936 m<sup>2</sup>\* Verkaufsfläche erhöht werden.

\* Stand 12/2014

Neben diesem positiven Fazit muss aber auch im Kapitel IV. auf Seite 120 der Konzeption<sup>1</sup> der seit 2001 zu verzeichnende Verlust an Einzelhandelszentralität von 131,6% auf 112,0% im Jahr 2014 benannt werden. Nur zum Teil kann als Begründung die räumliche

Nähe der Oberzentren Erfurt und Gera und das durch den Jenaer Einzelhandel begrenzt abschöpfbare Potenzial aus dem erschließbaren Marktgebiet herangezogen werden.

Auf diese kritische Entwicklung weist auch Herr Prof. Meyer in der im 4. Quartal 2014 vorgelegten Untersuchung zur City-Entwicklung Jena 1991 bis 2012 hin. 2.146 Personen sind nach ihrem Einkaufsverhalten befragt worden.

### »Sinkende Attraktivität der Innenstadt

*So hat der Anteil der Befragten, von denen das Stadtzentrum als sehr attraktiv empfunden wird, von 26% im Jahr 2008 auf 18% bei der letzten Befragung abgenommen. Gleichzeitig steigt die Einschätzung der Innenstadt als wenig attraktiv und unattraktiv von 10% auf 16%.*

### Schlechte Noten für Einzelhandelsangebot

*Die Durchschnittsnote hat sich zwischen 2008 und 2012 von 2,36 auf 2,52 verschlechtert.*

### Zunehmende Einkäufe in Erfurt

*So gaben bei der jüngsten Erhebung 25% bis 31% aller Interviewten an, mindestens einmal in den letzten acht Wochen in Erfurt eingekauft zu haben. 2008 lagen die Vergleichswerte noch bei 18% bis 19%. Dieser Anstieg der Einkaufshäufigkeit in Erfurt um bis zu zwölf Prozentpunkte deutet auf einen signifikanten Attraktivitätsgewinn der Landeshauptstadt als Einkaufsort hin, verbunden mit einem merklichen Kaufkraftabfluss aus Jena.«*

Die »Comfort-Gruppe«, Düsseldorf, verweist in ihrer aktuellen Untersuchung »Städtereport« (21.01.2015) darauf, dass in der Städtekatgorie 100.000 – 200.000 Einwohner der Innenstadtanteil an der Verkaufsfläche bei durchschnittlich knapp 30% liegt (Jena ca. 25%). Die Zentralität in diesen Städten wird mit durchschnittlich 128,8% angegeben. Die Modezentralität in diesen Städten liegt bei 267,2%, in Jena hingegen bei nur 154,9%.



Stadtzentrum Jena von Süden

Um diesem negativen Trend entgegenzuwirken, wurde ein Innenstadtkonzept entwickelt [...], das neben einer flächenmäßigen Stärkung konkrete Vorschläge zur Aufwertung enthält, zu deren Umsetzung die Initiierung und Verstetigung eines City-Managements erfolgen soll. Hier muss das Interesse von Stadt und Wirtschaftsförderung, Gewerbetreibenden aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und Immobilieneigentümern zur Aufwertung der Innenstadt gebündelt und gezielt auf die Umsetzung von Managementmaßnahmen gerichtet werden, da nur ein gemeinsames und abgestimmtes Handeln vorhandene Optionen nutzen und Potenziale heben kann. Über die formulierten Leitlinien [...] erfolgt eine eindeutige Orientierung der Entwicklung der Verkaufsflächen und Sortimente auf die Innenstadt und die zentralen Versorgungsbereiche.

## Zentrenkonzept 2025

Basierend auf den durch den begleitenden Arbeitskreis bestätigten Kriterien zur Identifikation und Klassifizierung von zentralen Versorgungsbereichen in Jena [...] wurden die zentralen Versorgungsbereiche aus dem Zentrenkonzept 2006 kritisch auf ihre Zukunftsfähigkeit überprüft. Im Ergebnis werden im überarbeiteten Zentrenkonzept Kapitel V. [...] 12 Zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen: Das Netz der Zentralen Versorgungsbereiche wird durch eine Reihe weiterer Nahversorgungsbetriebe ergänzt, die jedoch auf Grund fehlender zentrenprägender Funktionen sowie der geringen Dichte des Einzelhandelsbesatzes nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB und der BauNVO eingestuft werden.

Zentrenbezeichnung	Standortraum	Zentrenkategorie	
Innenstadt	Innenstadt	Hauptzentrum	(HZ)
Nord	Naumburger Straße	Stadtteilzentrum	(STZ)
Nord I	Emil-Höllein-Platz	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Nord II	Camburger Straße/Altenburger Straße	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
West	August-Bebel-Straße	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Ost	Karl-Liebknecht-Straße	Potenzielles Stadtteilzentrum	(STZ) *
Ost I	Heinrich-Heine-Straße	Potenzielles Nahversorgungszentrum	(NVZ) *
Ost II	Fuchslöcherstraße	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Südwest	Tatzendpromenade	Potenzielles Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Winzerla	»Wasserachse«	Potenzielles Stadtteilzentrum	(STZ)
Lobeda-Ost	Salvador-Allende-Platz	Stadtteilzentrum	(STZ)
Lobeda-West	Karl-Marx-Allee	Stadtteilzentrum	(STZ)

\* *Potenzielles Stadtteil- oder Nahversorgungszentrum – erfüllt noch nicht alle Kriterien der Identifikation und Klassifizierung von zentralen Versorgungsbereichen. Ziel ist es, auf Grund der städtebaulich integrierten und wohnortnahen Lage eine Aufwertung und Stabilisierung entsprechend der jeweiligen Zentrenkategorie zu befördern.*

<sup>1</sup> Das vollständige Konzept finden Sie unter [www.jena.de](http://www.jena.de) über die Suchfunktion »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025«

Kleinflächige Nachbarschaftsläden (bis 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit einem nahversorgungsrelevanten Sortiment können in Gebieten des Wohnungsneubaus angesiedelt werden. Ihre städtebauliche Verträglichkeit ist nachzuweisen.

Weiterhin können kleinflächige wohnortnahe Versorgungsangebote auf Basis der erfolgten Analyse in den Bereichen Wenigenjena / Kernberge, Ammerbach, Lichtenhain Ort, Göschwitz, Cospeda und Maua angesiedelt werden.

Im Zentrenkonzept werden nachrichtlich sechs nicht integrierte Sonderstandorte dargestellt:

- Isserstedt, Weimarische Straße (Globus, Möbel Boss, Porta)
- Löbstedter Straße (OBI Baumarkt)
- Löbstedter Straße (Schillerpassage)
- Lobedaer Straße / Göschwitzer Str.  
(Burgau-Park / Multipolster / Klee Gartencenter)
- Stadtrodaer Straße (Lobe-Center)
- Brüssler Straße (Hornbach Baumarkt)

An diesen Standorten soll zum Schutz der verbrauchernahen Versorgung und der zentralen Versorgungsbereiche keine Erweiterung der zentrenrelevanten Sortimente über den durch das bestehende Bau- bzw. Bauplanungsrecht gesetzten Rahmen hinaus erfolgen.

## Sortimentskonzept

Die »Jenaer Sortimentsliste« im Kapitel V. [...] wurde auf der Grundlage der Bestandserhebung der räumlichen Verteilung und der Zielstellung des »Entwicklungskonzeptes Einzelhandel Jena 2025« erarbeitet. Dabei wird in zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente unterschieden. Die zentrenrelevanten Sortimente werden nochmals in innenstadtrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente gegliedert.

Während im zentralen Versorgungsbereich »Innenstadt« das gesamte zentrenrelevante Sortiment angesiedelt werden kann, ist für die (potenziellen) Stadtteilzentren eine Fokussierung auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, ausschnittsweise ergänzt durch den mittelfristigen Bedarfsbereich (Fachgeschäfte / Fachmärkte) vorgesehen.

In den (potenziellen) Nahversorgungszentren wird eine Ansiedlung typischer Branchen der Nahversorgung geplant. Außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche ist die Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Warengruppen nicht zulässig.

Im Zusammenhang mit dem Jenaer Sortimentskonzept wird die Etablierung von Randsortimenten und zentrenrelevanten Randsortimenten bei Ansiedlung oder Erweiterung sog. Mehrbranchenunternehmen wie folgt geregelt:

Die Randsortimente sollen, z.B. in Möbelmärkten oder Bau- und Gartenmärkten, 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten. Davon soll der Anteil zentrenrelevanter Sortimente je zentrenrelevanter Warengruppe 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht übersteigen. Insgesamt darf der Anteil der Verkaufsfläche, die mit zentrenrelevanten Sortimenten belegt wird, nicht höher als 800 m<sup>2</sup> sein.



Johannisstraße

## Bau- und planungsrechtliche Verankerung sowie City-Management

Die Umsetzung des Entwicklungskonzeptes ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen. Die bestehende Bauleitplanung ist auf ihre Kompatibilität mit dem »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« zu überprüfen. Es soll geprüft werden, wie die Standortempfehlungen im Rahmen des Planungshorizontes 2025 in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Dazu bedarf es einer durch den Stadtrat bestätigten Einzelhandelskonzeption, die hier vorgelegt wird.

Gespräche mit interessierten Einzelhändlern und Gewerbetreibenden zur Initiierung eines City-Managements werden unter Federführung der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH gemeinsam mit dem Dezernat Stadtentwicklung und Umwelt seit März 2015 geführt.

Die konsequente Umsetzung der Konzeption, Kapitel VII. [...], ist Grundvoraussetzung für eine berechenbare Stadtentwicklungsplanung sowohl für das ortsansässige und ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsunternehmen, aber auch für potenzielle Investoren im Hauptzentrum und in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren.

Dies gilt umso mehr, als ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung in der Innenstadt aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Im Kapitel VIII. [...] ist eine Zusammenfassung zum Konzept nachlesbar.

Das Entwicklungskonzept Einzelhandel kann als Basis zur Entwicklung eines aktiven Flächenmanagements und Standortmarketings dienen.

Dieses Konzept ist auch ein Instrument, um Investoren und Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Es verdeutlicht Ausstattungdefizite und Entwicklungspotenziale im Jenaer Einzelhandel.

Das vorliegende Konzept ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in Jena zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik im Handel regelmäßig bezüglich der Rahmenbedingungen und Zielstellungen zu überprüfen ist.

Die Fortschreibung des »Entwicklungskonzeptes Einzelhandel Jena 2025« sollte innerhalb von fünf bis sieben Jahren begonnen werden. Der Einzelhandel als eine innerstädtische Leitfunktion benötigt wichtige ergänzende Säulen wie Wohnen, Kultur und Dienstleistungen. Die Entwicklungen in diesen Sektoren sind in die Einzelhandelsentwicklung einzubeziehen.

# 3

## Ausgangslage und Prozess

### 3.1 Warum ein Entwicklungskonzept Einzelhandel?

Jena ist von der Landesplanung als Oberzentrum im Freistaat Thüringen ausgewiesen. Die Stadt hat aufgrund dieser zentralörtlichen Einstufung umfassende Versorgungsaufgaben im Einzelhandel sowohl für ihre eigene Bevölkerung als auch für den überörtlichen Verflechtungsbereich wahrzunehmen.

Die Stadt hat ihre Einzelhandelsnetzentwicklungskonzeptionen aus den Jahren 1999 (Einzelhandelskonzept) und 2006 (Nahversorgungskonzept) aktualisiert und fortgeschrieben. Sie beabsichtigt auf dieser Grundlage Antworten für die Weiterentwicklung der Innenstadt, für Anfragen zu Neuansiedlungen und Erweiterungen bzw. Verlagerungen von Lebensmittelmärkten zu finden sowie Entwicklungsoptionen zu weisen.

Im vorliegenden »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« werden Wege aufgezeigt, welche

- die Innenstadt als Einkaufsstandort für das gesamte Markt- und Einzugsgebiet des Jenaer Einzelhandels quantitativ und qualitativ attraktiv aufstellen und mit urbaner Erlebnis- und Aufenthaltsqualität ausstatten,
- für Bewohner und Besucher ein Standort- und Einzelhandelsangebot mit akzeptabler Erreichbarkeit bereitstellen, wobei die Grundversorgungseinrichtungen überwiegend fußläufig und in integrierter Lage angeordnet werden sollen,
- eine Vernetzung von Nahversorgungs- und Stadtteilzentren ermöglichen.

Das Entwicklungskonzept Einzelhandel der Stadt Jena dient v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Zentren- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Die sog. »Jenaer Liste« stuft die Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevant ein. Mithilfe des Zentrenkonzeptes erfolgt eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf



*Projektbegleitender Arbeitskreis*

der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Entwicklungskonzept definiert werden. Die Grundlage des Zentren- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in Jena dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wurde.

Das Entwicklungskonzept Einzelhandel ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es eine informelle Planungsgrundlage ohne strikte rechtliche Bindungswirkung dar, die vom Stadtrat Jena beschlossen wurde. Im Rahmen der Bauleitplanung ist es gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als gewichtiger Belang in der Abwägung zu berücksichtigen.

### **3.2 Ziele und Leitlinien des Entwicklungskonzeptes**

Mit dem »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« werden folgende Ziele verfolgt:

- Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Jena als Oberzentrum
  - Erhalt und sortimentsspezifischer Ausbau des Einzelhandelsangebotes
  - Schaffung von Investitionssicherheit
- Erhalt und Entwicklung der Innenstadt, der Stadteilzentren und der Nahversorgungszentren als schutzwürdige Standortlagen
  - Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
  - keine (Weiter-)Entwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche
  - Schaffung von Investitionssicherheit in den zentralen Versorgungsbereichen
- Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit einer räumlich ausgewogenen Nahversorgungsstruktur

Das Konzept dient darüber hinaus auch der Steuerung der Standortentwicklung. Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu nennen. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen der Entwicklungskonzeption Einzelhandel festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters eine wichtige städtebauliche Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten auf Grundlage des gesamtstädtischen Konzeptes können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

Auf diesen Zielsetzungen aufbauend sind folgende grundsätzliche Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung zu beachten:

- Die Standortentwicklung des Einzelhandels soll sich am Entwicklungskonzept Einzelhandel und der darin definierten Zentrenhierarchie ausrichten. Der Erhalt funktionierender Zentren steht auch weiterhin im Mittelpunkt der zukünftigen Standortentwicklung des Einzelhandels.
- Das Hauptzentrum (= zentraler Versorgungsbereich Innenstadt) soll weiterhin mit Priorität als Einzelhandelsschwerpunkt, v. a. mit Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente entwickelt werden. Als Zielgröße soll die Innenstadt einen Verkaufsflächenanteil von rd. 30–35 % aufweisen. Ausgangsgröße ist der Gesamtverkaufsflächenbestand zum Zeitpunkt der Beschlussfassung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel.
- Durch die Entwicklung und Gestaltung attraktiver Auflagen und die Ausnutzung von Potenzialflächen ist in der Innenstadt die Vernetzung bestehender Lagen mit den innerstädtischen Funktionsräumen und Einzelhandelsschwerpunkten zu befördern.

## Einzelhandelsbestand nach Warengruppen

Warengruppen	Betriebe*	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. EUR
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>202</b>	<b>45.370</b>	<b>191,6</b>
Gesundheit, Körperpflege	52	10.460	38,6
Blumen, zoologischer Bedarf	35	5.060	12,9
Bücher, PBS**, Spielwaren	44	7.310	28,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	136	35.835	91,3
Elektrowaren, Medien, Foto	46	10.950	61,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	76	40.560	67,6
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	23	42.185	73,7
Optik, Uhren, Schmuck	28	1.615	13,3
sonstige Sortimente	42	5.060	13,9
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>492</b>	<b>159.035</b>	<b>400,9</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>694</b>	<b>204.405</b>	<b>592,5</b>

Tabelle 1

\* Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt; Mehrbranchenunternehmen (z. B. SB-Warenhäuser, Möbelmärkte) nach Warengruppen aufgeteilt

\*\*PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren

VK = Verkaufsfläche

Quelle: GMA-Erhebung 2013, ca.-Werte gerundet

- Die Stadtteil- und Nahversorgungszentren sollen entsprechend ihrer Funktionszuweisung im Bestand gesichert und bedarfsgerecht ausgebaut werden.
- Für Stadtbereiche mit wachsender Bevölkerung soll im Einzelfall auch der Ausbau von Nahversorgungsangeboten außerhalb der zentralen Versorgungsbereichen primär durch Nachbarschaftsläden ermöglicht werden, sofern dies die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet. Die Zentrenverträglichkeit ist nachzuweisen.
- In Stadtbereichen mit einer negativen Bevölkerungsentwicklung sollen bei Brachfallen von Einzelhandelsflächen Alternativnutzungen ermöglicht werden.
- In den Ortsteilen soll die Nahversorgung gesichert werden. Dies beinhaltet auch die bedarfsgerechte Entwicklung von Nahversorgungsangeboten.
- Aufgrund der zukünftigen Handelsentwicklung könnte sich Flächenbedarf durch nicht zentrenrelevante Sortimente ergeben. Diese wären an geeigneten nicht integrierten Standorten zu decken. Auf eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen soll hingewirkt werden. Die Beschlüsse zu den zentrenrelevanten Randsortimenten sollen hierbei beachtet werden.

### 3.3 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Jena

Neben der Lage im Raum und zu den Nachbarstädten, den naturräumlichen und siedlungs- bzw. stadtstrukturellen Gegebenheiten in Jena und der Region und der infrastrukturellen Ausstattung sind für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes insbesondere auch die aktuelle Angebots- und die Nachfragesituation von großer Bedeutung.

#### 3.3.1 Angebotssituation des Einzelhandels in Jena

Im Folgenden wird zunächst die Angebotssituation des Einzelhandels in Jena sowohl für die Gesamtstadt als auch für die Innenstadt differenziert dargestellt.

##### Gesamtstadt

Die Einzelhandelsstruktur<sup>2</sup> Jenas wird von mehreren Einkaufslagen bzw. -agglomerationen geprägt. Dabei ist v. a. die Innenstadt als zentraler Hauptversorgungsbereich und Einzelhandelschwerpunkt von Bedeutung. Hier sind Geschäfte unterschiedlicher Größen und Branchen vertreten. Sie verteilen sich auf wenig differenzierte Lagen mit entsprechender Kundenfrequenz.

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Jena insgesamt 694 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von 204.405 m<sup>2</sup> und einer Bruttoumsatzleistung von rd. 592,5 Mio. EUR ansässig. Die Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen sowie der Umsatz nach Warengruppen gehen aus Tabelle 1 hervor.

<sup>2</sup> Alle Angaben zu Einzelhandelsbetrieben, Einzelhandelsstandorten und Verkaufsflächen beruhen aus der Vor-Ort-Erhebung im Juni 2013, Stichtag: 30.06.2013



## Entwicklung der Verkaufsflächen nach Branchen 2000 – 2013

### Veränderung Veränderung

Warengruppen	VK 2000	VK 2013*	Veränderung	Veränderung
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	2000 – 2013 in m <sup>2</sup>	2000 – 2013 in %
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>60.003</b>	<b>57.760</b>	<b>-2.243</b>	<b>-3,7</b>
Gesundheit, Körperpflege	9.836	7.410	-2.426	-24,7
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	2.029	2.930	901	44,4
Bücher, PBS**, Spielwaren	5.963	5.150	-813	-13,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	31.496	33.445	1.949	6,2
Elektrowaren	9.300	9.055	-245	-2,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	16.502	35.030	18.528	112,3
Sonstiger Einzelhandel	42.983	53.625	10.642	24,8
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>118.109</b>	<b>146.645</b>	<b>28.536</b>	<b>24,2</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>178.112</b>	<b>204.405</b>	<b>26.293</b>	<b>14,8</b>

Tabelle 2

\* Die Werte weichen zu den Zahlen in Tabelle 5, Seite 27, ab, da aus Gründen der Vergleichbarkeit mit den Werten von 2000 keine Aufteilung bei Mehrbranchen nach Warengruppen erfolgt ist.

\*\* PBS = Papierwaren, Bürobedarf,

Schreibwaren

VK = Verkaufsfläche

Quelle: Stadt Jena und GMA-Erhebung 2013, ca.-Werte gerundet

Differenziert nach Branchen lagen die Verkaufsflächenschwerpunkte des Jenaer Einzelhandels in den Bereichen Sonstiger Einzelhandel (u. a. OBI, Globus Baumarkt), Hausrat, Einrichtung, Möbel (u. a. Dänisches Bettenlager, SB Möbel Boss, Möbel Finke), Bekleidung, Schuhe, Sport (u. a. C&A, Sinn Leffers, Adler) sowie im Nahrungs- und Genussmittelsektor (v. a. Globus, Rewe, Kaufland).

In der Stadt Jena waren zum Erhebungszeitpunkt rd. 355 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 50 m<sup>2</sup> ansässig. Sie entsprechen einem Geschäftsanteil von ca. 51%, aber nur einem geringen Verkaufsflächenanteil von etwa 4%. In der Betriebsgrößenstruktur haben sie somit ihrer Anzahl nach eine relativ starke Gewichtung. Dagegen waren nur ca. 6% der Betriebe dem großflächigen Einzelhandel zuzuordnen (> 800 m<sup>2</sup>). Mit etwa 68% des Verkaufsflächenanteils nehmen sie aber in der Verkaufsflächenverteilung eine bedeutende Stellung ein. Die Stadt wies somit einen hohen Anteil an kleinteiligem Einzelhandel und Fachgeschäften auf.

Bei einer vergleichenden Betrachtung und Bewertung mit der Situation zum Erhebungszeitpunkt im Jahr 2000 ist festzuhalten, dass die Zahl der Einzelhandelsbetriebe seit 2000 um ca. 13,0% gesunken ist. Begründet ist dies u. a. in einem auch deutschlandweit festzustellenden Rückgang der Betriebsanzahl. So kommt es zunehmend zur Schließung kleinteiliger, inhabergeführter Einzelhandelsgeschäfte. Weiterhin war zwischen 2000 und 2013 per Saldo ein Wachstum der Gesamtverkaufsfläche um rd. 14,8% festzustellen. Diese Veränderungen lassen sich insbesondere auf die Neuansiedlungen im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel und Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf zurückführen.

Dabei zeigen sich sortimentspezifisch große Differenzen. Im Nahrungs- und Genussmittelsegment und im Drogeriesektor sind u. a. aufgrund der Schließung der Schlecker-Filialen rückläufige Verkaufsflächenentwicklungen festzustellen. Dagegen sind besonders in den Bereichen Bettwaren, Möbel und Elektrowaren (u. a. Möbel Finke, Media Markt und Saturn) sowie Blumen/Pflanzen/zoolog. Bedarf durch die Ansiedlung mehrerer Märkte Verkaufszuwächse zu konstatieren.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.910 m<sup>2</sup> VK/1.000 EW bewegt sich die Stadt Jena im Durchschnitt vergleichbarer ostdeutscher Städte.

Die nachfolgenden Karten geben die räumliche Verteilung der strukturprägenden Betriebe im Stadtgebiet sowie die Sortimentsstruktur der wichtigsten Einzelhandelslagen wieder.

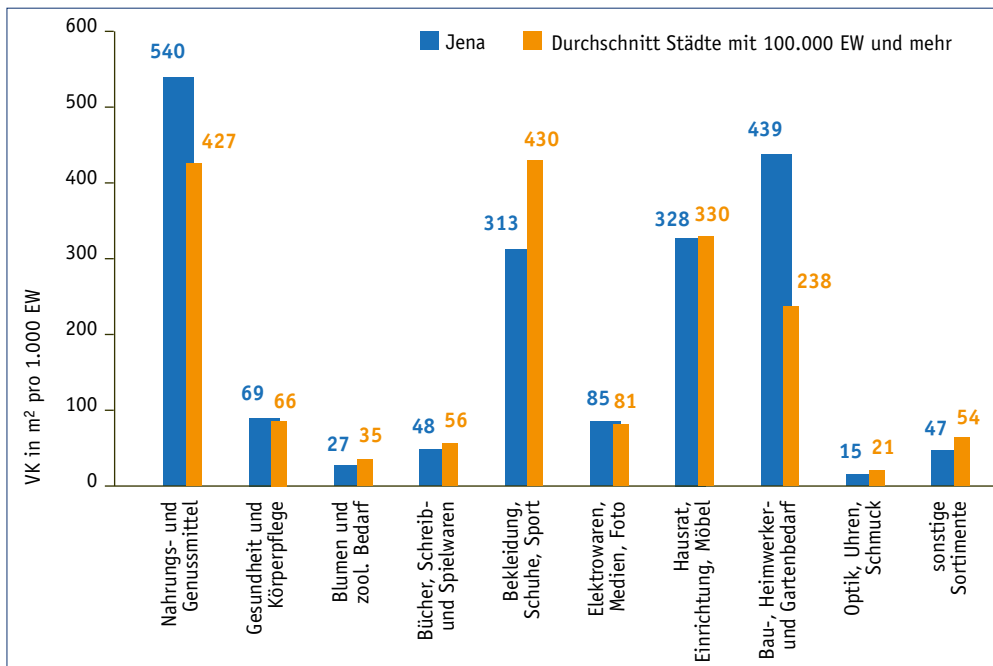
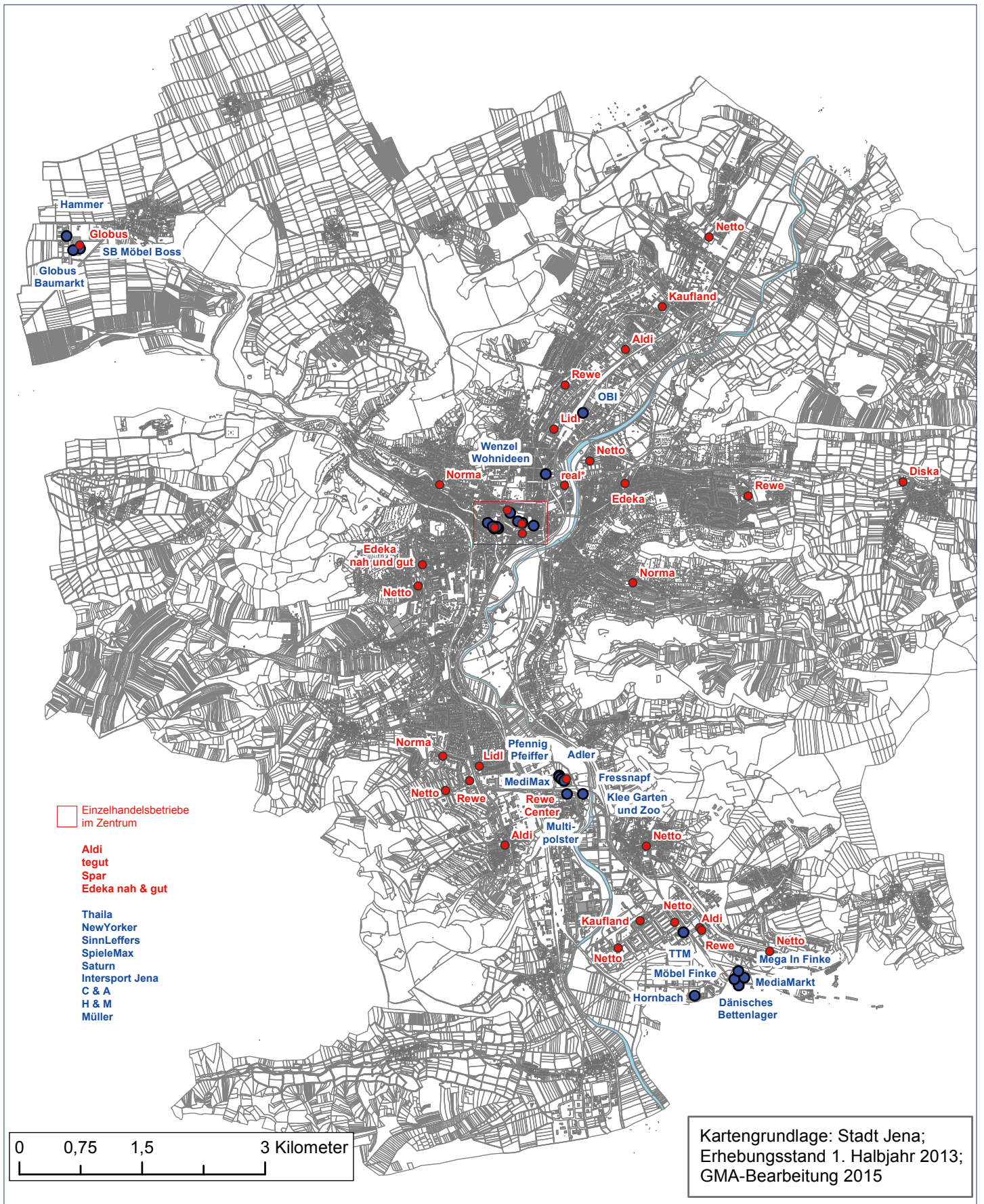


Abbildung 1  
Vergleichskennziffern des Einzelhandels  
Quelle: GMA 2014,  
Erhebung 2013; GMA-Durchschnitt für  
Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern.

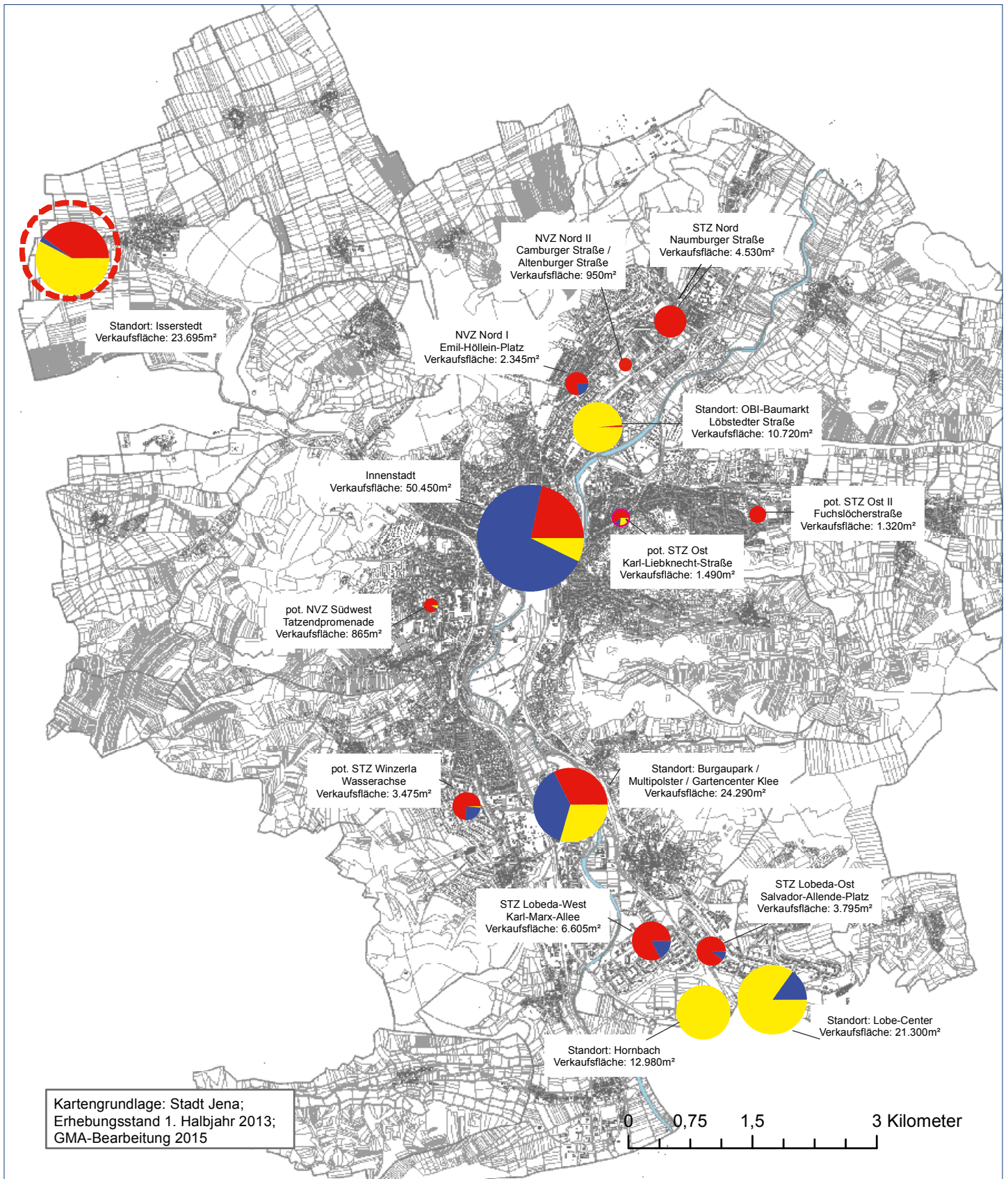


**Legende**

- Lebensmittel über 400m² VK
- Nichtlebensmittel über 800m² VK

\*real: Ende 2013 geschlossen

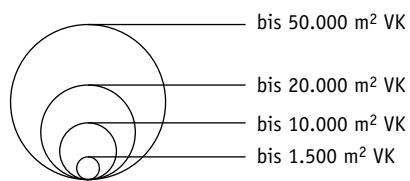
*Karte 1: Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe in Jena*



**Legende**

- nahversorgungsrelevante Sortimente
- innenstadtrelevante Sortimente
- nicht-zentrenrelevante Sortimente

○ Darstellung inkl. Porta



**Karte 2: Standortlagen und Zentrenrelevanz des Angebotes**  
(über 800 m² Gesamtverkaufsfläche)

## Innenstadt

Der Anteil des innerstädtischen Einzelhandels an der Gesamtverkaufsfläche beträgt ca. 25 % (ca. 50.450 m<sup>2</sup>). Damit weist die Innenstadt im Vergleich zu ähnlich strukturierten Städten einen unterdurchschnittlichen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche auf. Der geschätzte Bruttoumsatz des innerstädtischen Einzelhandels lag bei ca. 176,3 Mio. EUR (Anteil am Gesamtumsatz rd. 30 %).

### Einzelhandelsbestand in der Jenaer Innenstadt

	Betriebe*	Verkaufs- fläche*	Umsatz in Mio. EUR	Anteil am Gesamtumsatz in %
		in m <sup>2</sup>		
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>64</b>	<b>5.585</b>	<b>25,4</b>	<b>13,3</b>
Gesundheit, Körperpflege	18	3.705	14,9	38,6
Blumen, zool. Bedarf	7	260	1,5	11,6
Bücher, Schreib- und Spielwaren	23	4.840	16,0	56,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	101	24.560	64,7	70,9
Elektrowaren, Medien, Foto	29	4.595	27,2	44,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	35	3.225	9,1	13,5
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	3	270	0,6	0,8
Optik, Uhren, Schmuck	25	1.055	9,7	72,9
Sonstige Sortimente	20	2.355	7,2	51,8
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>261</b>	<b>44.865</b>	<b>150,9</b>	<b>37,6</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>325</b>	<b>50.450</b>	<b>176,3</b>	<b>29,8</b>

Tabelle 3

\* Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt;  
Mehrbranchenunternehmen nach Hauptwaren-  
gruppen aufgeteilt

Quelle: GMA-Erhebung 2013;

GMA-Berechnungen 2014

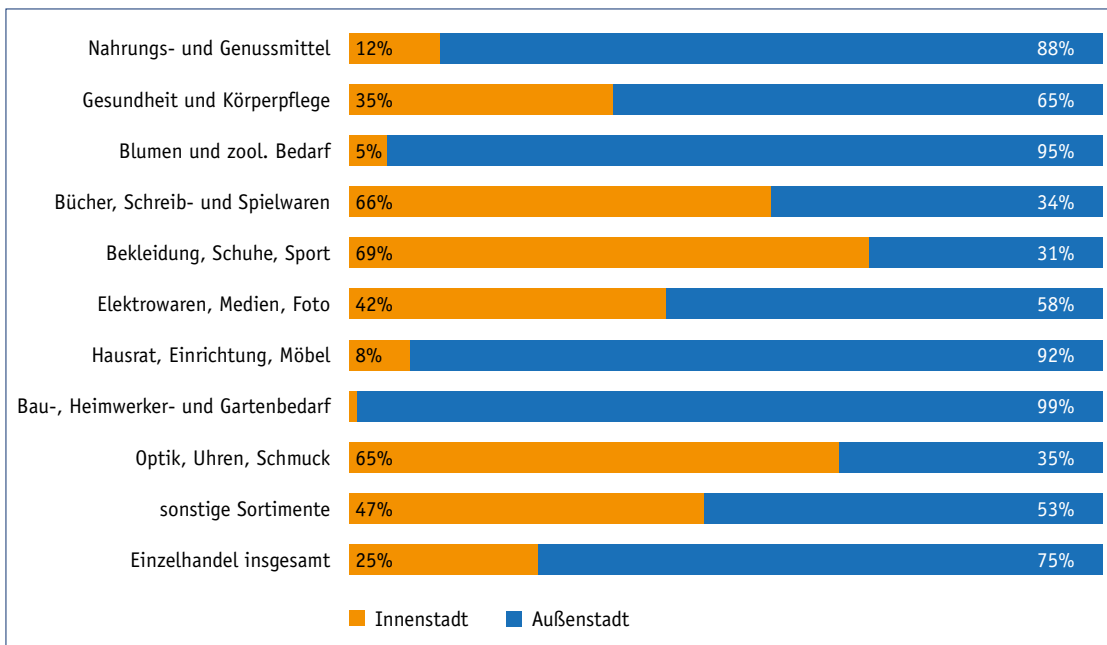


Abbildung 2  
Verkaufsflächenanteil  
der Jenaer Innenstadt  
Quelle: GMA-Erhebungen  
2013

Die Innenstadt erfüllt in den Sortimentsbereichen Bekleidung/Schuhe/Sport, Bücher/Schreib-/Spielwaren und Optik/Uhren/Schmuck mit Anteilen zwischen 66 % und 69 % der Gesamtverkaufsfläche wesentliche Versorgungsfunktionen. Nachrangig ist die Versorgungsbedeutung hingegen bei den Sortimenten der Nahversorgung, wobei der Anteil im Bereich Gesundheit/Körperpflege bei 35 % liegt.

Zwar konnte, wie die nachfolgende Abbildung zeigt, die Verkaufsfläche in der Innenstadt um etwa 10.500 m<sup>2</sup> bzw. ca. 26 % gesteigert werden. Allerdings stieg der Anteil der innerstädtischen Verkaufsfläche an der Gesamtverkaufsfläche Jenas gegenüber 2000 lediglich um 3 %.

Für die Innenstadt ist ein kleinflächiger Einzelhandelsbesatz aufgrund überwiegend historischer Bausubstanz charakteristisch<sup>3</sup>. Dadurch liegt die Durchschnittsgröße der hier ansässigen Betriebe, trotz einiger größerer Einzelhandelsbetriebe, bei nur 155 m<sup>2</sup> VK<sup>4</sup>.

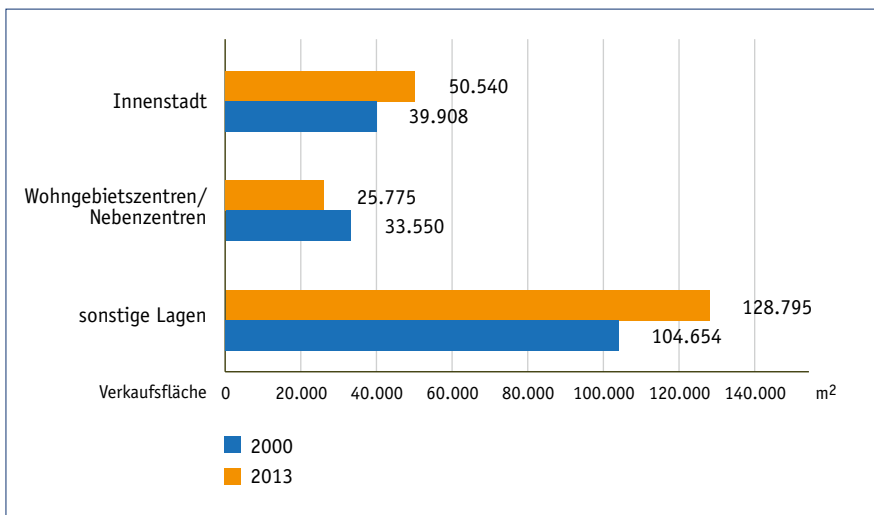


Abbildung 3  
Entwicklung der innerstädtischen Verkaufsflächen  
von 2000–2013  
Quelle: Stadt Jena und GMA-Erhebung 2013,  
ca.-Werte gerundet

<sup>3</sup> Insgesamt 285 Betriebe bzw. 87 % der Einzelhandelsbetriebe in der Jenaer Innenstadt weisen Verkaufsflächen von unter 200 m<sup>2</sup> auf.

<sup>4</sup> Der bundesweite Vergleichswert liegt hier bei 250 m<sup>2</sup> (GMA-Standortforschung: Berechnungen auf Basis von eigenen Erhebungen).



Unterm Markt

Kennziffernvergleich Innenstadt								
Stadt	Einwohner	Gesamt-VK in m <sup>2</sup>	VK je 1.000 EW	VK- Innenstadt in m <sup>2</sup>	Anteil VK Innenstadt in %	KKZ (2014)	Zentralität	Stand VK- Erhebung
Erlangen	105.500	199.000	1.890	99.300	50	115,1	117,1	2010
Marburg	79.000	145.000	1.840	61.700	43	94,5	125,8	2009
Gießen	74.400	259.000	3.480	104.700	40	92,2	201,7	2010
Tübingen	86.500	141.000	1.630	56.600	40	102,6	93,7	2010
Bayreuth	73.100	181.000	2.480	67.000	37	101,9	160,4	2008
Göttingen	128.600	269.000	2.090	85.000	32	101,7	138,8	2013
Heidelberg	143.400	227.400	1.590	71.300	31	101,2	127,0	2006
Bamberg	69.500	246.800	3.550	70.600	29	102,7	168,2	2008
<b>Jena</b>	<b>106.920</b>	<b>204.400</b>	<b>1.910</b>	<b>50.450</b>	<b>25</b>	<b>93,0</b>	<b>111,8</b>	<b>2013</b>
Schwerin	95.700	169.000	1.770	32.450	20	93,7	130,5	2006

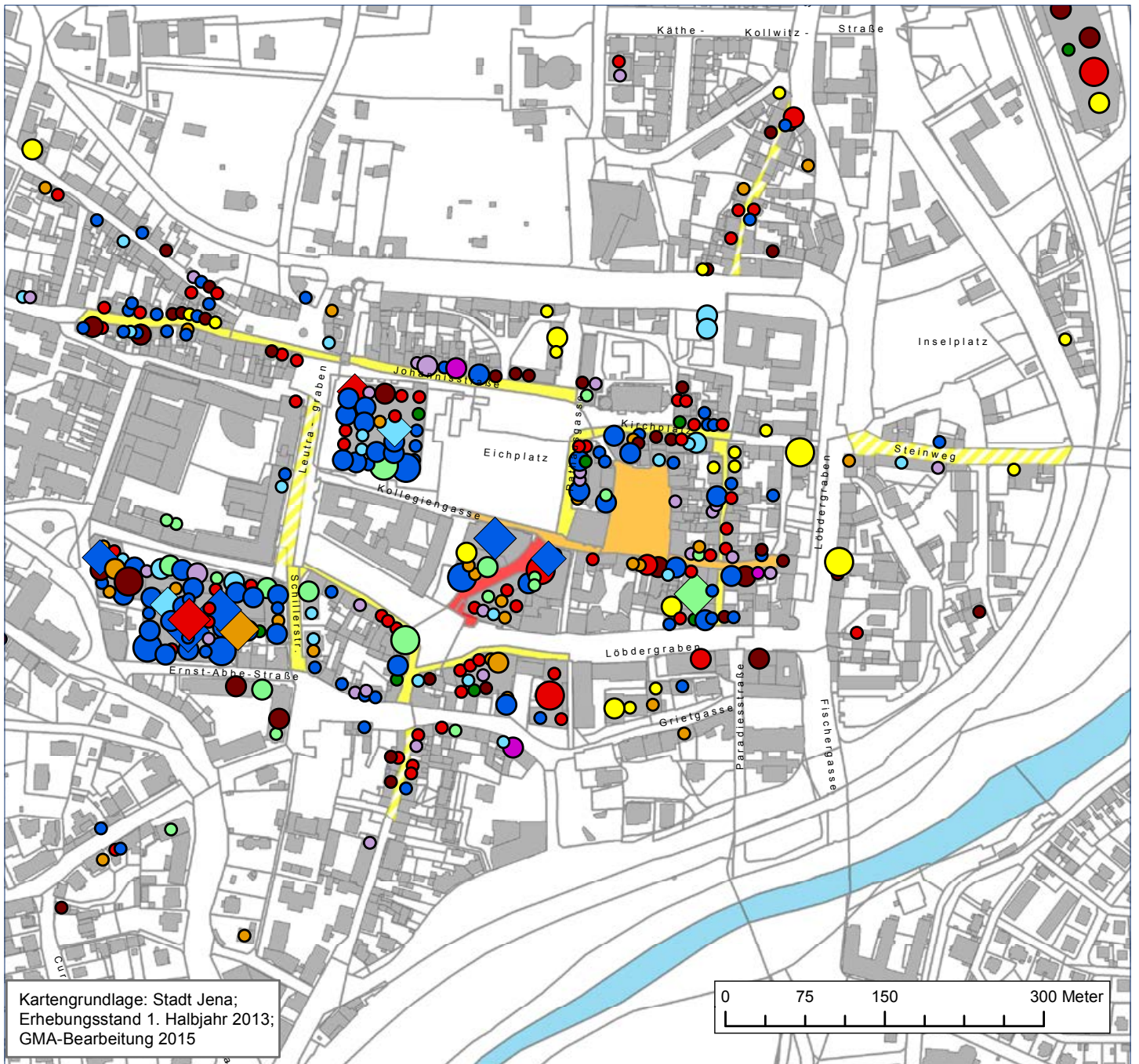
Im Vergleich zu ähnlich strukturierten Städten (z. B. Universitätsstädten) wird deutlich, dass Jena mit dem derzeitigen Anteilswert des innerstädtischen Einzelhandels unterdurchschnittlich ausgestattet ist. Mit rd. 50% Verkaufsflächenanteil der Innenstadt weist beispielsweise Erlangen eine doppelt so hohe Kennziffer für die Innenstadt auf. Im Mittel liegt der Wert etwa bei 35%, so dass für den Jenaer Einzelhandel in der Innenstadt noch Entwicklungsoptionen zu sehen sind (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4

VK = Verkaufsfläche






Quellen: Internet-Seiten der Städte; GMA;

MB-Research, ca.-Werte, gerundet







**Legende**

**Größenklasse**

-  > 1.500 m<sup>2</sup> VK
-  800 m<sup>2</sup> bis > 1.500 m<sup>2</sup> VK
-  400 m<sup>2</sup> bis > 800 m<sup>2</sup> VK
-  100 m<sup>2</sup> bis > 400 m<sup>2</sup> VK
-  < 100 m<sup>2</sup> VK

**Lagen**

-  A-Lage
-  B-Lage
-  C-Lage
-  Nebenlage

**Branchen**

-  Nahrungs- und Genussmittel
-  Gesundheit, Körperpflege
-  Blumen, zool. Bedarf
-  Bücher, PBS, Spielwaren
-  Bekleidung, Schuhe, Sport
-  Elektrowaren
-  Hausrat, Einrichtung, Möbel
-  Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
-  Optik, Uhren, Schmuck
-  Sonstiger Einzelhandel

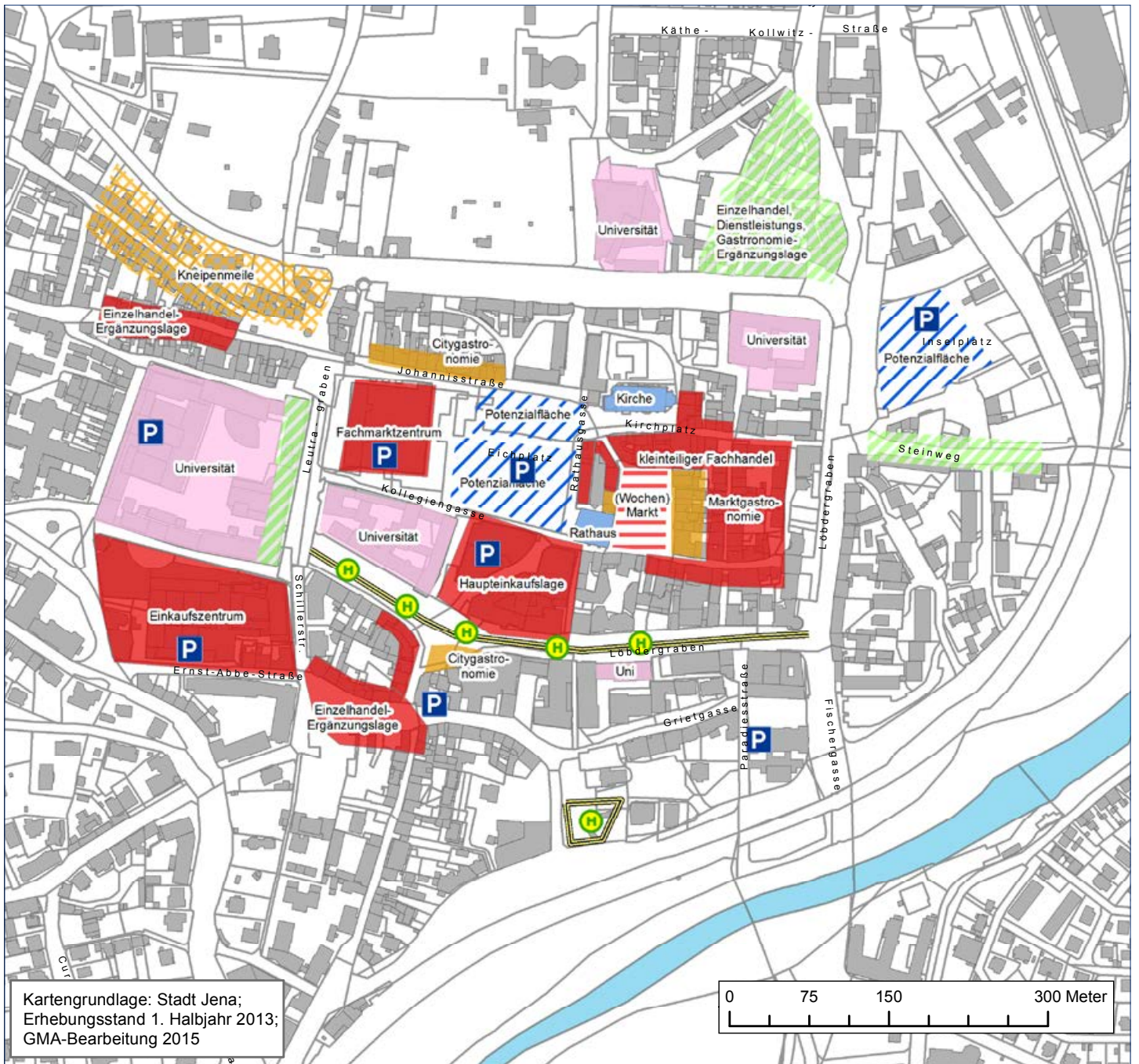
*Karte 3*

*Einzelhandelsbestand und Einkaufslagen in der Jenaer Innenstadt*

Charakteristisch für die Innenstadt Jenas sind eine atypische Standortverteilung und eine fehlende städtebauliche Vernetzung der einzelnen Standortlagen. So liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt in der Innenstadt in der Goethe Galerie und dem Fachmarktzentrum Neue Mitte. Als einzige sehr kurze A-Lage ist lediglich die Löbderstraße zu

nennen. Eine längere hochfrequentierte A-Lage, wie sie in anderen Städten vergleichbarer Größenordnung anzutreffen ist, hat sich aufgrund dieser spezifischen Standortsituation bisher nicht entwickelt.<sup>5</sup>





**Legende**

**Innerstädtische Funktionsräume**

- |                 |                     |  |                   |
|-----------------|---------------------|--|-------------------|
| Einzelhandel    | öffentliche Gebäude | Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie-Ergänzungslage | ÖPNV-Haltestellen |
| Citygastronomie | Universität         |  | Parkplätze        |
| Kneipenmeile    | Potenzialflächen    |  |                   |
| Markt           |                     |  |                   |

Karte 4

Funktionsräume in der Jenaer Innenstadt

<sup>5</sup> Länge A-Lage Jena ca. 100 m. Zum Vergleich: Gießen (Seltersweg ca. 400 m), Erlangen (Hauptstraße/Nürnberger Straße ca. 550 m) und Bamberg (Grüner Markt/Maximilianstraße/Hauptwachstraße ca. 350 m). Quelle: GMA-Konzepte für die jeweiligen Städte

In einer Analyse des Markenangebotes wurde zudem die Ausstattung mit zentrenbildenden Marken dargestellt. Als Ergebnisse sind festzuhalten:

- Die Markenvielfalt der Jenaer Innenstadt kann nur bedingt als ausgeprägt bezeichnet werden. Grundsätzlich positiv ist, dass ein Angebot von Markenstores bzw. Retail-Marken in allen Bedarfsbereichen vorhanden ist. In der Innenstadt befinden sich überregional agierende Marken vorwiegend aus dem mittleren Genre. Das hochwertige Preissegment wird hingegen nur sehr eingeschränkt angeboten.
- Im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport ist insbesondere im mittleren Preisniveau ein durchaus ansprechendes Markenangebot vorhanden. Defizite sind eindeutig im Bereich Sportbekleidung und Sportschuhe auszumachen. Eine für Jena typische Situation ist die räumliche Konzentration des Markenangebotes in der Goethe Galerie. Nur in der Löbderstraße und teilweise im Fachmarktzentrum Neue Mitte sind weitere Markenshops vorhanden.

Eine Voraussetzung, um den geringen Verkaufsflächenanteil der Jenaer Innenstadt erhöhen und auch entsprechende Markenangebote in der Innenstadt platzieren zu können, ist ein Angebot geeigneter Flächen in guten bis sehr guten Lagen. Die Etablierung entsprechender Markenshops wird nur gelingen, wenn die einzige bestehende A-Lage weiter ausgebaut wird oder völlig neue, hoch frequentierte Einzelhandelslagen entstehen könnten.

Für eine Stadt der Größe Jena ist eine Mischung aus inhabergeführten Facheinzelhandelsgeschäften und Filialen bzw. Markenstores zu empfehlen. Die Bedeutung von Marken liegt v. a. darin, dass sie bei den Konsumenten ein hohes Vertrauen genießen und in allen Filialen eine vergleichbare Angebotsvielfalt und -qualität und ein ähnliches Service- und Preisniveau vorhalten.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung Jena als Universitätsstadt liegt dabei eine Priorität im Ausbau von Marken und Angeboten aus

dem sog. Youngfashion-Bereich. Insbesondere auch die jüngeren Zielgruppen weisen häufig eine hohe Markenaffinität auf, so dass hier eine Möglichkeit zur attraktiveren Gestaltung des Einzelhandelsangebotes in Jena besteht. Andererseits sind aber auch Ansätze weiterzuverfolgen, wie etwa in der Zwätzengasse, indem individuelle Angebotsformen und alternative Lagen weiter gestärkt werden. Dies ist insofern von Bedeutung, als in den klassischen A-Lagen mit entsprechend hohen Mietpreisen junge und alternative Konzepte häufig aufgrund der hohen Kostenbelastung nicht angesiedelt werden können. Daher bestehen auch Möglichkeiten der Vermarktung einzelner »alternativer« Lagen in der Stadt Jena, wie z. B. der Neu- oder Zwätzengasse oder mit Blick auf das Gastronomieangebot in der Wagnergasse.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass zwar in der Jenaer Innenstadt bereits ein durchaus ansprechendes Angebot vorhanden ist, aber sowohl aus Sicht der Händler als auch der Kunden noch Defizite bestehen, die in den kommenden Jahren beseitigt werden sollten.

### Nahversorgung

Neben der Innenstadt verfügt die Stadt über ein funktionierendes Netz von Nahversorgungsstandorten, die nahezu eine flächendeckende Versorgung im Stadtgebiet gewährleisten. Lücken bestehen hier in der Kernstadt nur punktuell. Lediglich der Planungsraum der Ortschaften weist kein adäquates Nahversorgungsangebot auf. Dies ist allerdings in der dispersen Siedlungsstruktur und dem zu geringen Einwohner- und Kaufkraftpotenzial begründet. Ergänzend befinden sich im Stadtgebiet in dezentralen Lagen großflächige Standorte, die insbesondere bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten, wie Möbeln oder Baumarktartikeln, eine wichtige Versorgungsfunktion übernehmen. Zu den Standorten in dieser Kategorie, die auch in größerem Umfang zentrenrelevante Sortimente anbieten, zählen der Burgau-park sowie die Handelsagglomeration in Isserstedt (v. a. Globus).

Betriebe und Verkaufsflächen nach Standortlagen						
Standortlagen Warengruppen	Innenstadt		Nahversorgungszentren/ Stadtteilzentren <sup>1</sup>		nicht integrierte Sonder- standorte / sonstige Lagen	
	Betriebe <sup>2</sup>	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe <sup>2</sup>	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe <sup>2</sup>	VK in m <sup>2</sup>
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>64</b>	<b>5.585</b>	<b>43</b>	<b>17.695</b>	<b>95</b>	<b>22.090</b>
Gesundheit, Körperpflege	18	3.705	12	3.070	22	3.685
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	7	260	5	340	23	4.460
Bücher, PBS*, Spielwaren	23	4.840	8	505	13	1.965
Bekleidung, Schuhe, Sport	101	24.560	12	2.770	23	8.505
Elektrowaren	29	4.595	5	335	12	6.020
Hausrat, Einrichtung, Möbel	35	3.225	3	630	38	36.705
Sonstiger Einzelhandel	48	3.680	10	670	45	44.510
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>261</b>	<b>44.865</b>	<b>55</b>	<b>8.320</b>	<b>176</b>	<b>105.850</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>325</b>	<b>50.450</b>	<b>98</b>	<b>26.015</b>	<b>271</b>	<b>127.940</b>

Tabelle 5

<sup>1</sup> Abgrenzung gem. »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025«

<sup>2</sup> Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt;

Mehrbranchenunternehmen nach Hauptwarengruppen aufgeteilt

\* PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren

VK = Verkaufsfläche

Quelle: GMA-Erhebung 2013; ca.-Werte gerundet

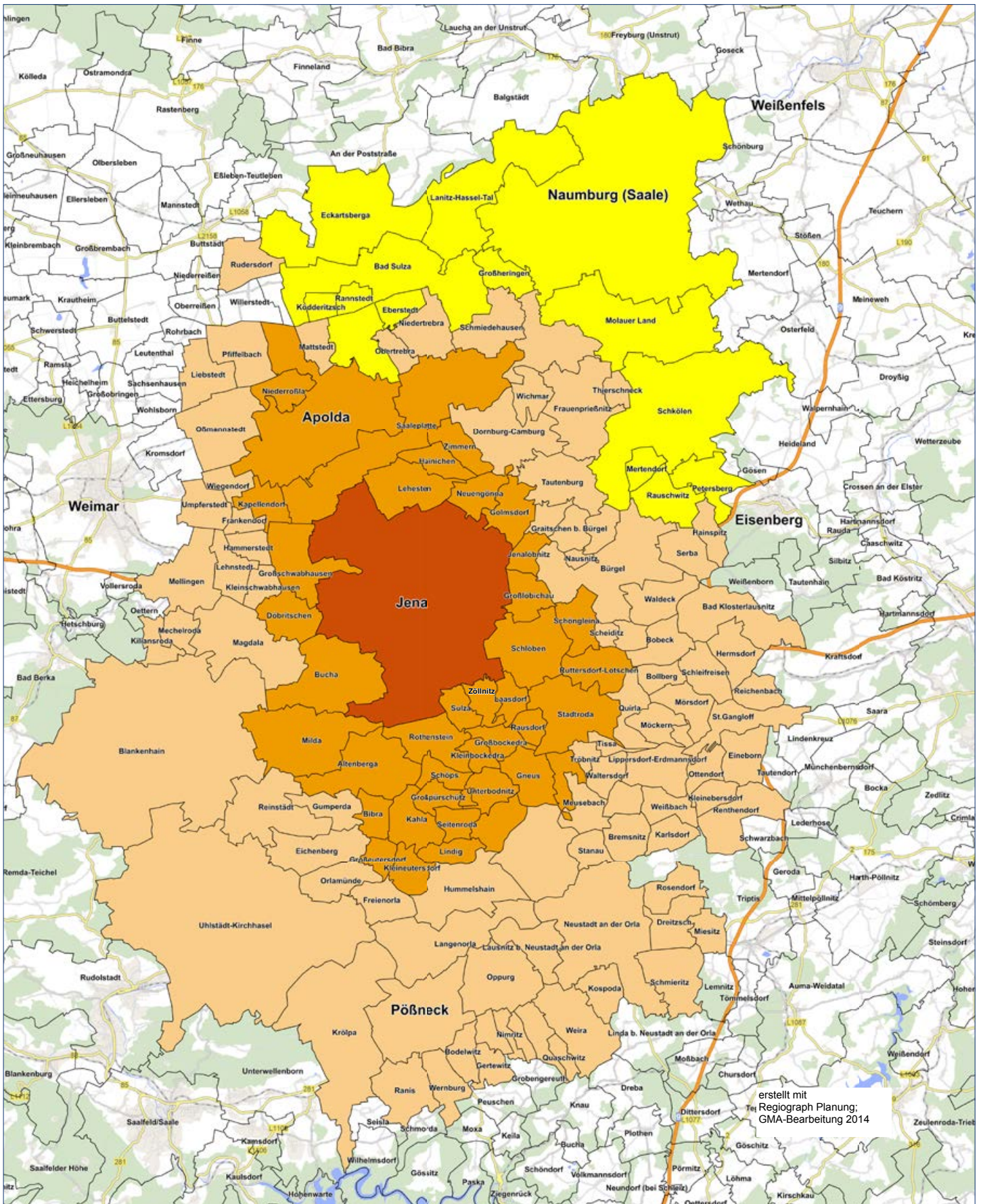
### 3.3.2 Nachfragesituation

In die Erfassung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen in Jena, welche sich im Kern auf die Kaufkraftvolumina nach Warengruppen fokussiert, sind folgende Daten eingeflossen:

- aktuelle Einwohnerdaten der Stadt Jena (Stand: 31. 12. 2013) und des Thüringer Landesamtes für Statistik (Stand: 31. 12. 2012)
- die von der GMA ermittelten einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben (Stand: 2013)
- einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern auf Gemeindebasis von MB Research, Nürnberg (Stand: 2012)<sup>6</sup>
- Für die Berechnung der Kaufkraftprognose wurden die fortgeschriebenen Verbrauchsausgabewerte der GMA verwendet. Die prognostizierten Einwohnerdaten beruhen auf Angaben des Thüringer Landesamtes für Statistik, 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, sowie des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose.
- Das Kaufkraftvolumen wurde für ein Einzugsgebiet, welches in Zonen eingeteilt wurde, berechnet. Das Einzugsgebiet wurde auf Basis der Haushaltsbefragung verifiziert.

Der Einzelhandel in der Stadt Jena verfügt demnach über ein Einzugsgebiet, in dem ca. 300.000 Einwohner leben. Es umfasst neben dem Stadtgebiet auch Teile der Landkreise Weimarer Land, Saale-Holzland-Kreis, Landkreis Sömmerda, Landkreis Saalfeld-Rudolstadt und Burgenlandkreis.

<sup>6</sup> Da sowohl die Analyse der Angebotssituation auf Zahlen und Daten des Jahres 2013 beruhen, wurden auch für die Kaufkraftberechnung die Zahlen von 2013 herangezogen. Somit konnten die Kaufkraftkennziffern, die u. a. auf der Einkommensteuerstatistik des Vorjahres beruhen, für 2013 zum Zeitpunkt der Berechnungen nicht vorliegen.



erstellt mit  
 Regiograph Planung;  
 GMA-Bearbeitung 2014

**Legende**

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- Zone IV

Karte 5  
 Einzugsgebiet des Jenaer Einzelhandels

## Kaufkraft im Einzugsgebiet des Jenaer Einzelhandels

Warengruppen	Zonen	Kaufkraft in Mio. EUR				Zonen I–IV
		Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>		<b>188,9</b>	<b>88,8</b>	<b>139,0</b>	<b>82,8</b>	<b>499,5</b>
Gesundheit, Körperpflege		35,8	16,8	26,3	15,7	94,6
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf		12,8	6,0	9,4	5,6	33,8
Bücher, PBS*, Spielwaren		26,8	12,6	19,7	11,7	70,8
Bekleidung, Schuhe, Sport		68,7	32,3	50,5	30,1	181,6
Elektrowaren		53,0	24,9	39,0	23,2	140,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel		58,8	27,6	43,2	25,8	155,4
Sonstiger Einzelhandel		85,3	40,0	62,7	37,4	225,4
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>		<b>341,2</b>	<b>160,2</b>	<b>250,8</b>	<b>149,5</b>	<b>901,7</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>		<b>530,1</b>	<b>249,0</b>	<b>389,8</b>	<b>232,3</b>	<b>1.401,2</b>

Tabelle 6

\*PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren

Quelle: GMA-Berechnungen, ca.-Werte gerundet

## Kaufkraft im Einzugsgebiet des Jenaer Einzelhandels 2025

Warengruppen	Zonen	Kaufkraft in Mio. EUR				Zonen I–IV
		Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>		<b>195,4</b>	<b>80,8</b>	<b>129,8</b>	<b>72,3</b>	<b>478,3</b>
Gesundheit, Körperpflege		37,3	15,4	24,8	13,8	91,3
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf		13,2	5,4	8,8	4,9	32,3
Bücher, PBS*, Spielwaren		26,1	10,8	17,3	9,6	63,8
Bekleidung, Schuhe, Sport		69,9	28,9	46,4	25,9	171,1
Elektrowaren		58,0	23,9	38,5	21,4	141,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel		62,2	25,7	41,3	23,0	152,2
Sonstiger Einzelhandel		88,6	36,6	58,8	32,7	216,7
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>		<b>355,3</b>	<b>146,7</b>	<b>235,9</b>	<b>131,3</b>	<b>869,2</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>		<b>550,7</b>	<b>227,5</b>	<b>365,7</b>	<b>203,6</b>	<b>1.347,5</b>

Tabelle 7

\*PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren

Quelle: GMA-Berechnungen, ca.-Werte gerundet

Aufgrund der regionalen Wettbewerbssituation durch die westlich von Jena gelegenen Einzelhandelsstandorte Erfurt und Weimar bzw. Gera im Osten weist das Einzugsgebiet eine stärkere Nord-Süd-, als Ost-West-Ausdehnung auf. Das im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial beläuft sich auf rd. 1,4 Mrd. EUR.

Da im Umland von Jena mit einer rückläufigen Einwohnerentwicklung zu rechnen ist, wurde für das Jahr 2025 ein Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet von ca. 277.500 Einwohnern und ein Kaufkraftvolumen von 1,35 Mrd. EUR prognostiziert.

### 3.3.3 Kaufkraftströme und Zentralität

Aus den Marktanteilen, die der Jenaer Einzelhandel in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes erzielen kann, sind der Umsatz und die Kaufkraftströme ableitbar. Demnach fließt rd. 17% der in Jena verfügbaren Kaufkraft ab. Dem steht ein Kaufkraftzufluss aus dem überörtlichen Einzugsgebiet von rd. 153,3 Mio. EUR gegenüber. So besteht zwar per Saldo ein leichter Kaufkraftzufluss nach Jena, die Marktposition der Stadt hat sich aber sukzessive verschlechtert.

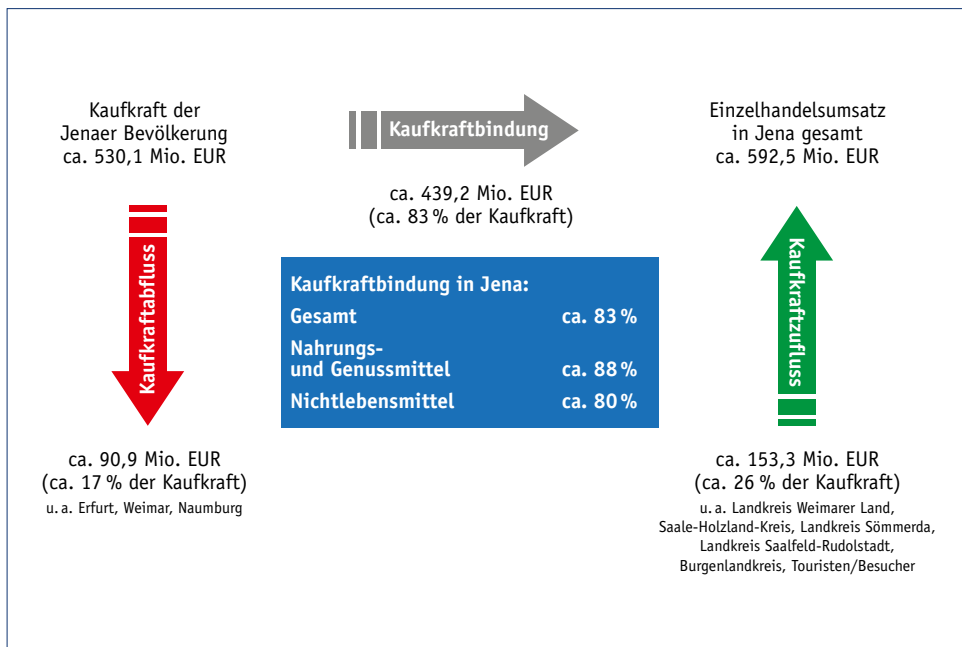


Abbildung 4  
Kaufkraftströme  
Quelle: GMA-Erhebungen 2013, GMA-Berechnungen 2014

Dies wird bei der Berechnung der Zentralitätskennziffer als wichtigem Orientierungswert zur Bewertung der Bedeutung einer Stadt für das Umland sowie deren Entwicklungspotenzial deutlich. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Kaufkraftabfluss an.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.910 m<sup>2</sup> VK/1.000 EW bewegt sich die Stadt Jena zwar im Durchschnitt vergleichbarer ostdeutscher Städte. Allerdings beträgt die Zentralitätskennziffer Jenas nur 112 und war in den vergangenen Jahren sogar rückläufig. In Relation zu den Städten Weimar (98,5), Erfurt (121,3), Gera (130,5) und Naumburg (110,4)<sup>7</sup> rangiert Jena mit seiner Zentralität nur auf einem durchschnittlichen Niveau, was z.T. auf die starke Überlagerung der Marktgebiete in dieser Region und den Umlandbereichen zu begründen ist. Insbesondere die Oberzentren Erfurt und Gera weisen aber höhere Zentralitätswerte auf, was einerseits auf ein breites Angebot (Erfurt), aber auch auf rückläufige Einwohnerzahlen in Verbindung mit flächenseitig hoher Ausstattung (Gera) zurückzuführen ist.

Die Zentralitätskennziffer ist immer auch sehr stark von der Siedlungsstruktur und den räumlichen Einkaufsverflechtungen einer Region abhängig. Zudem spielen die Größe des erschließbaren Einzugsgebietes sowie das Verhältnis von Standortkommune zu Einzugsgebiet eine entscheidende Rolle. So erreichen Städte, die in unmittelbarer Nähe zu größeren Einkaufsstädten liegen, i. d. R. geringere Zentralitäten als Städte, die weniger Konkurrenz durch unmittelbar benachbarte, stärkere Einkaufsstandorte haben und häufig über ein großes, ländlich geprägtes Einzugsgebiet verfügen.

Die Zentralitäten lassen sich auch für die einzelnen Branchen aufschlüsseln (vgl. Abb. 5). Demnach weist die Branche Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf mit 154 die höchste Zentralität auf. Dies ist

v. a. auf die leistungsfähigen Baumärkte zurückzuführen (u. a. OBI, Hornbach, Globus-Baumarkt). Die niedrigste Zentralität mit 53 ist in der Branche Sonstige Sortimente ausgewiesen, da hier besonders auch Nischen- und Randprodukte zu finden sind. Generell weisen die Branchen des mittel- und langfristigen Bedarfs hohe Zentralitäten auf, d. h. hier fließt per Saldo Kaufkraft nach Jena. Bei Waren des kurzfristigen Bedarfs liegen die Werte niedriger, da diese Waren von den Kunden aus dem Umland eher wohnortnah nachgefragt werden.

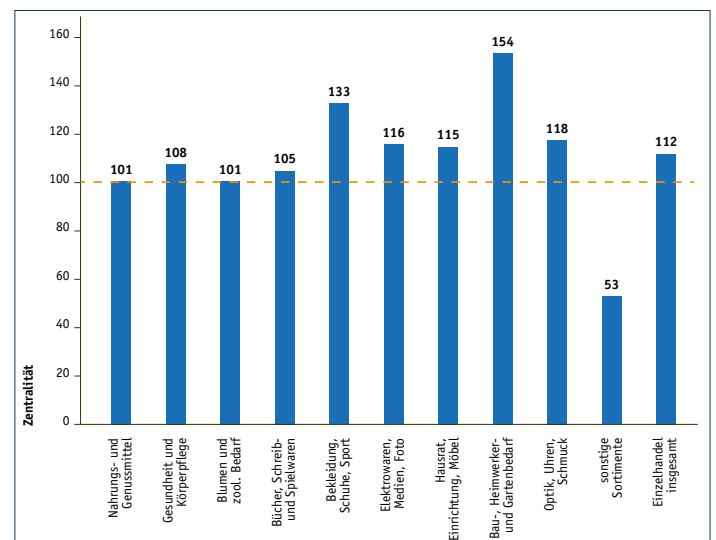


Abbildung 5  
Zentralitäten nach Branchen  
Quelle: GMA-Erhebungen 2013, Darstellung 2014.

<sup>7</sup> Quelle: MB-Research 2014.

### 3.3.4 Stärken und Schwächenprofil des Einzelhandelsstandortes Jena

Auf Basis der zuvor erfolgten Bestands- und Situationsanalyse lässt sich folgendes zusammenfassende Stärken- und Schwächenprofil des Einzelhandelsstandortes Jena ableiten:

#### Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Jena

##### Stärken

##### Hauptzentrum Innenstadt/ Hauptgeschäftslage

- + namhafte Magnete und Filialisten in der Hauptgeschäftslage vorhanden (Löbderstraße, Goethe Galerie, Neue Mitte)
- + Potenzialflächen im zentralen Innenstadtbereich vorhanden
- + Markenartikel werden in der Innenstadt angeboten (Schwerpunkt im Stadtgebiet)

##### Schwächen

- geringer Anteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet
- sinkende Zentralitätskennziffer für den innerstädtischen bzw. gesamtstädtischen Einzelhandel und damit Gefahr einer Minderung der Versorgungsfunktion des Oberzentrums
- ungenügend ausgeprägte Hauptgeschäftslage
- mangelhafte Vernetzung der unterschiedlichen Einkaufslagen in der Innenstadt
- Lücken im Markenangebot (z. B. Bekleidung, Sport, Haushaltswaren)

##### Nahversorgungssituation/ Neben- und Wohngebietszentren

- + nahezu flächendeckende Versorgung mit Lebensmitteln im Stadtgebiet vorhanden; nur geringe räumliche Lücken
- + Stadtteilzentren überwiegend mit modernen, zugkräftigen Magneten aus dem Lebensmittelbereich ausgestattet
- + ausgeprägtes sekundäres Netz an Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet
- + gute ÖPNV-Anbindung

- nicht alle zentralen Versorgungsbereiche (Nebenzentren und Wohngebietszentren), wie z. B. Karl-Liebknecht-Straße oder Tatzendpromenade weisen aktuell eine ausreichende Verkaufsfächenausstattung auf
- teilweises Fehlen eines zugkräftigen Magneten (z. B. Karl-Liebknecht-Straße)
- keine Versorgung in den abgelegeneren Ortsteilen in fußläufiger Entfernung

##### Städtebauliche Rahmenbedingungen

- + gute Erreichbarkeit der Stadt Jena sowie auch der Innenstadt mit dem Pkw
- + Parkmöglichkeiten im unmittelbaren Innenstadtbereich in ausreichendem Umfang vorhanden
- + sehr gute ÖPNV-Anbindung der Innenstadt durch zentrale Haltestelle unmittelbar in der Innenstadt
- + z. T. interessante Architektur (sowohl modern als auch historisch) im Innenstadtbereich
- + hohe Multifunktionalität v. a. der Innenstadt

- mangelhafte Ausweisung der Tiefgaragen-Parkplätze in der Innenstadt
- unattraktive Zugänge zu den Hauptgeschäftslagen (z. B. Saalstr.)
- teils Defizite bei Stadtboden und -möblierung
- Multifunktionalität bei einigen Stadtteil- und Nahversorgungszentren eingeschränkt
- geringe Aufenthaltsqualität und teils Urbanität im Umfeld des Eichplatzareals

##### Sonstige Aspekte

- + gutes Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in der Jenaer Innenstadt

- keine geschlossene historische Altstadt mit entsprechendem Ambiente

Tabelle 8

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2014

### 3.4 Potenziale für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung

Um die quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten berechnen zu können, wurde eine Umsatzprognose erarbeitet. Die Prognose für den Jenaer Einzelhandel kam bis zum Jahr 2025 in zwei Szenarien zu dem Ergebnis, dass in Szenario 1 (Status Quo) im Jahr 2025 ein Umsatz von rd. 599 Mio. EUR und in Szenario 2 (Inwertsetzung von Entwicklungsflächen in der Stadtmitte) von ca. 619 Mio. EUR zu erwarten sei.

Umsatzentwicklung des Einzelhandels in Jena bis 2025						
Daten	Umsatz 2012 in Mio. EUR	Umsatz 2025 in Mio. EUR (Sz. 1)	Umsatz 2025 in Mio. EUR (Sz. 2)	Umsatz- differenz in Mio. EUR (Sz. 1)	Umsatz- differenz in Mio. EUR (Sz. 2)	
<b>Warengruppen</b>						
Nahrungs- und Genussmittel	191,6	195,9	195,9	+4,4	+4,4	
Gesundheit, Körperpflege	38,6	39,4	39,4	+0,8	+0,8	
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	12,9	13,1	13,1	+0,2	+0,2	
Bücher, PBS*, Spielwaren	28,2	26,7	26,7	-1,5	-1,5	
Bekleidung, Schuhe, Sport	91,3	88,8	106,4	-2,5	+15,1	
Elektrowaren	61,3	64,9	65,4	+3,6	+4,1	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	67,6	68,2	70,1	+0,6	+2,5	
Sonstiger Einzelhandel	101,0	101,7	101,7	+0,7	+0,7	
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>400,9</b>	<b>402,8</b>	<b>422,8</b>	<b>+1,9</b>	<b>+21,9</b>	
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>592,5</b>	<b>598,7</b>	<b>618,7</b>	<b>+6,2</b>	<b>+26,2</b>	

Tabelle 9

\*PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren

Quelle: GMA-Berechnungen, ca.-Werte gerundet





Goethe Galerie

Für die Entwicklung der Innenstadt bestehen somit quantitative Entwicklungsspielräume. Entwicklungsspielräume sind aber auch in qualitativer Hinsicht festzustellen. So ergab die Analyse des Markenportfolios (vgl. S. 26), d. h. zentralitätsbildender Einzelhandelsmarken, in der Innenstadt noch Lücken. Diese könnten unter Ausnutzung der in der Stadtmitte noch vorhandenen Potenzialflächen geschlossen werden und somit zu einer Attraktivitätssteigerung des Jenaer Einzelhandels beitragen.

Für die Außenstadt bestehen hingegen insbesondere auch hinsichtlich der Flächenverfügbarkeit nur noch geringe Entwicklungsspielräume. Während diese für die nicht integrierten Standorte nahezu ausgeschöpft sind, können durch den in Jena zu erwartenden Bevölkerungszuwachs punktuell noch Flächen für die Nahversorgung in Form sog. Nachbarschaftsläden (< 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ausgewiesen werden.

### 3.5 Wesentliche Ergebnisse der Befragungen

Das »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« umfasst eine Haushalts- und Händlerbefragung. Die Ergebnisse der Befragung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

#### 3.5.1 Haushaltsbefragung

Zur Absicherung der Datengrundlage wurde im Zuge der Fortschreibung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel eine Haushaltsbefragung durchgeführt. Die Befragungsergebnisse wurden u. a. zur Abgrenzung des Einzugsgebietes und zur Einschätzung des Einkaufsverhaltens herangezogen.

Um offene und spontane Aussagen der Interviewten zu erhalten, wurden als Befragungsverfahren Telefoninterviews gewählt. Diese Methodik hat auch den Vorteil, im direkten Kontakt eventuelle Rückfragen sofort klären zu können. Darüber hinaus steigt bei telefonischen Interviews erfahrungsgemäß die generelle Auskunftsbereitschaft mit Bezug auf sog. »offene Fragen«<sup>8</sup> deutlich an.

Die Befragung wurde als geschichtete Zufallsstichprobe konzipiert. Die räumliche Aufteilung der 507 Interviews erfolgte unter Zugrundelegung der realen Wohnverteilung im Einzugsgebiet der Stadt Jena.

Insgesamt ergab sich aus den Ergebnissen der Haushaltsbefragung zum Einzelhandel in Jena ein einheitliches, durchaus positives Bild.

Für einen Großteil der Befragten spielten Einzelhandel bzw. Einkaufen in Jena eine wichtige Rolle. Aus Sicht der Befragten sprächen für einen Besuch der Stadt vor allem die freundliche Bedienung und die angenehme Einkaufsatmosphäre. Mit Ausnahme der Angebotsvielfalt wurde der Jenaer Einzelhandel daher positiv bewertet. Defizite wurden jedoch vor allem im quantitativen und qualitativen Angebot und der Markenverfügbarkeit gesehen. Die wichtigsten Maßnahmen

<sup>8</sup> Dabei handelt es sich um Fragen, deren Antwortmöglichkeiten nicht in standardisierter Form vorgegeben sind, sondern frei beantwortet werden können.

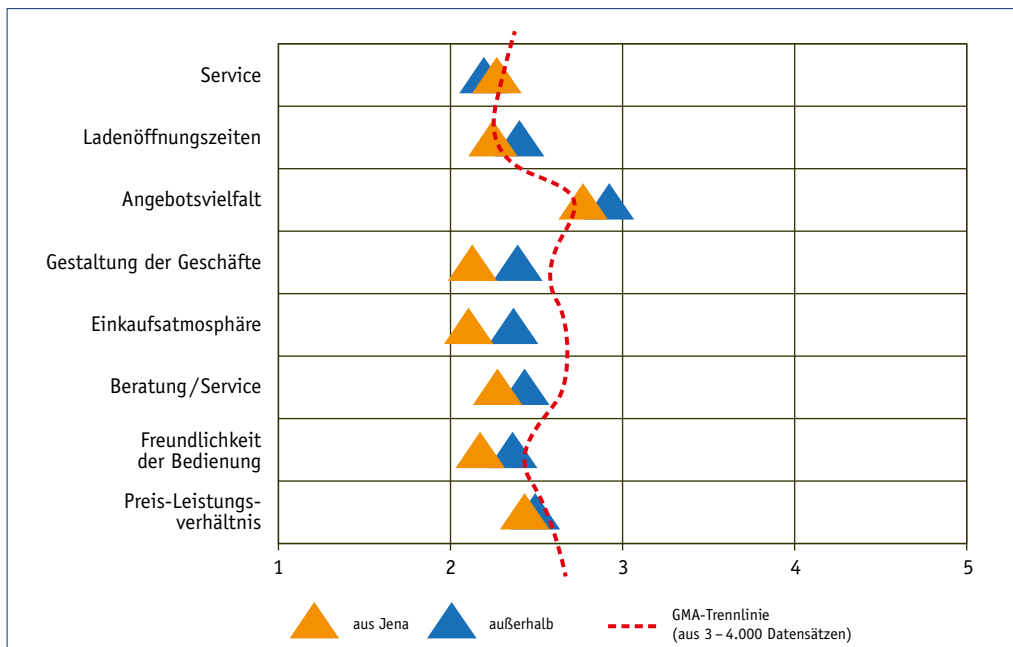


Abbildung 6  
 Beurteilung der Geschäfte und  
 Einkaufsmöglichkeiten  
 Quelle: GMA-Haushaltsbefragung Juli/  
 August 2014, n = 507

zur Attraktivitätssteigerung lagen dementsprechend in einer branchenübergreifenden Ausweitung der Angebotsvielfalt, besonders in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe sowie in einer Steigerung der Angebotsqualität.

Als Möglichkeiten zur Attraktivierung der Jenaer Innenstadt wurden v. a. generell ein größeres Angebot im Einzelhandel, die Steigerung des Angebotsniveaus sowie die Etablierung von Markenshops gesehen. Darüber hinaus spielten auch Sortimentsänderungen in den Geschäften eine Rolle<sup>9</sup>. Zusätzlich seien Events und Veranstaltungen dazu geeignet, die Attraktivität und das Image der Stadt Jena zu erhöhen.

### 3.5.2 Händlerbefragung

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde ergänzend zur quantitativen Analyse der Einzelhandelsituation im Juni 2013 eine Befragung von Einzelhändlern in der Stadt Jena durchgeführt. Ziel war es, ein Stimmungsbild zur Lage des Einzelhandels in der Stadt zu erhalten und die Einzelhändler als wesentliche Akteure in den Diskussionsprozess zur Weiterentwicklung des Einzelhandels und der Innenstadt einzubinden.

Die Betriebe wurden als stellvertretende Schlüsselbetriebe ausgewählt und stellen dabei einen Querschnitt aus allen Lagen und Bedarfsbereichen dar, wobei die Innenstadt Jenas stärker gewichtet wurde. Insgesamt wurden 25 Einzelhändler aus dem Innenstadtbereich und 7 aus dem übrigen Stadtgebiet befragt<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Bspw. Anpassung an aktuelle »Modeartikel« in allen Branchen.

<sup>10</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich nicht um eine repräsentative Umfrage/Befragung handelt.

Die mündliche Befragung wurde als persönliches Interview anhand eines Gesprächsleitfadens durchgeführt, der neben grundsätzlichen Fragen zur Einschätzung der Innenstadt Jenas auch Fragen zur Situation des Einzelhandels und zu Planungen bezüglich der Innenstadtentwicklung beinhaltete. Zudem wurden Fragen zum demografischen Wandel und den damit verbundenen Maßnahmen zur Anpassung des Betriebes gestellt. Schließlich wurden von den Akteuren konkrete Verbesserungsvorschläge zur Stadtentwicklung und zur Entwicklung des Einzelhandels abgefragt.

Insgesamt ergab sich ein einheitliches Stimmungsbild bei den befragten Einzelhändlern in Jena. Die Stärken der Stadt Jena als Einkaufsort wurden vorrangig in absatzbezogenen Themen und in den spezifischen Rahmenbedingungen vor Ort (Kundenmagneten, junge Stadt bzw. Universitätsstadt) gesehen. Dies wurde aber deutlich von zahlreichen Nachteilen überlagert, die sich insbesondere auf ein geringes Angebot und unzureichende Auswahlmöglichkeiten bezogen. Vorschläge bezogen sich auf Mobilität und Parken sowie einer besseren Vernetzung der Einkaufslagen. Bezüglich der Handelsentwicklung nannte man die Ansiedlung kleinerer spezieller Geschäfte, die Ausweitung des Angebotes und den Ausbau von Werbemaßnahmen. Zur Verbesserung des Images der Stadt und ihrer Attraktivität wurde die Einführung eines Citymanagements sowie die Verbesserung des Zusammenwirkens von Stadt und Handel vorgeschlagen.

Hinsichtlich des demografischen Wandels wurde mehrheitlich auf Barrierefreiheit in öffentlichen Einrichtungen und im Verkehrsraum hingewiesen. Zudem solle die Attraktivität der Stadt durch entsprechende Ruhezonen, Grünelemente, Spielplätze etc. verstärkt werden. Bezüglich der Entwicklung der Stadtmitte stellte sich ein differenziertes Bild dar. Eine große Anzahl von Nennungen ließ auf eine positive Haltung zur Bebauung des Eichplatzareals schließen. Moniert wurde allerdings das Vorgehen, da man Bevölkerung und Einzelhandel nicht bzw. nicht zum richtigen Zeitpunkt einbezogen hätte. Auch einige kritische Meinungen in einem geringeren Umfang waren zur

Bebauung der zentralen Entwicklungsfläche festzustellen.

Alternativ zu einem Wiederaufbau wurden mehr Grünflächen, Gastronomie, Urbanität und Freiflächen sowie eine Tiefgarage genannt. Auch Wohnen wurde als Möglichkeit gesehen. Statt einer innerstädtischen baulichen Entwicklung wurde eine Umnutzung der Schiller-Passage oder die Einrichtung eines (weiteren) Theaters vorgeschlagen.

### 3.6 »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025«

Mit den dargelegten Analyse- und Befragungsergebnissen wurde eine Grundlage zur **Fortschreibung des »Entwicklungskonzeptes Einzelhandel Jena 2025«** geschaffen. Die nachfolgende Abbildung fasst nochmals die wesentlichen Ziele und die grundlegende Struktur des Konzeptes zusammen.

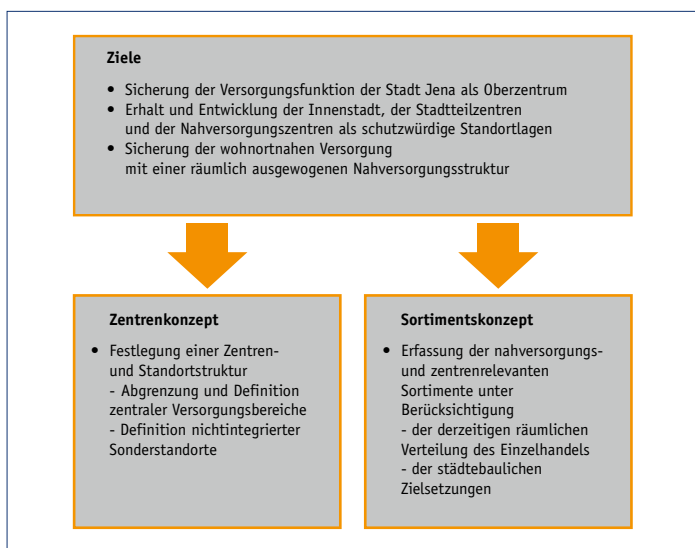


Abbildung 7  
Ziele und Aufbau des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel  
GMA-Darstellung 2014

Das »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« beinhaltet demnach ein Zentren- und ein Sortimentskonzept, mit dem die Zielsetzungen umgesetzt werden sollen.

### Zentrenkonzept

Das Zentrenkonzept definiert das Hauptzentrum Innenstadt, Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren, auf Basis von einheitlichen Kriterien als zentrale Versorgungsbereiche.

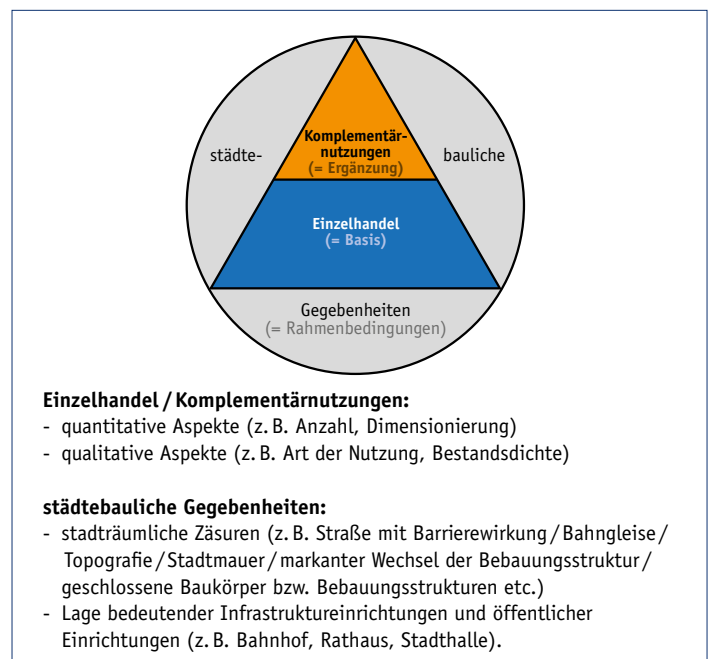


Abbildung 8 · Allgemeine Darstellung  
wesentlicher Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche  
Quelle: GMA-Darstellung 2014

Weiterhin beinhaltet das Konzept auch zwei Magistralen (Westbahnhofstraße / Magdelstiege sowie Saalbahnhofstraße / Dornburger Straße), die jedoch im rechtlichen Sinne nicht als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen wurden.

Das Zentrenkonzept umfasst im Einzelnen folgende zentrale Versorgungsbereiche:

<b>Zentrenkonzept Jena – Zielkonzept</b>			
<b>Zentrenbezeichnung</b>	<b>Standortraum</b>	<b>Zentrenkategorie</b>	
Innenstadt	Innenstadt	Hauptzentrum	(HZ)
Nord	Naumburger Straße	Stadtteilzentrum	(STZ)
Nord I	Emil-Höllein-Platz	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Nord II	Camburger / Altenburger Straße	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
West	August-Bebel-Straße	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Ost	Karl-Liebnecht-Straße	pot. Stadtteilzentrum	(STZ)
Ost I	Heinrich-Heine-Straße	pot. Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Ost II	Fuchslöcherstraße	Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Südwest	Tatzendpromenade	pot. Nahversorgungszentrum	(NVZ)
Winzerla	»Wasserachse«	pot. Stadtteilzentrum	(STZ)
Lobeda-Ost	Salvador-Allende-Platz	Stadtteilzentrum	(STZ)
Lobeda-West	Karl-Marx-Allee	Stadtteilzentrum	(STZ)

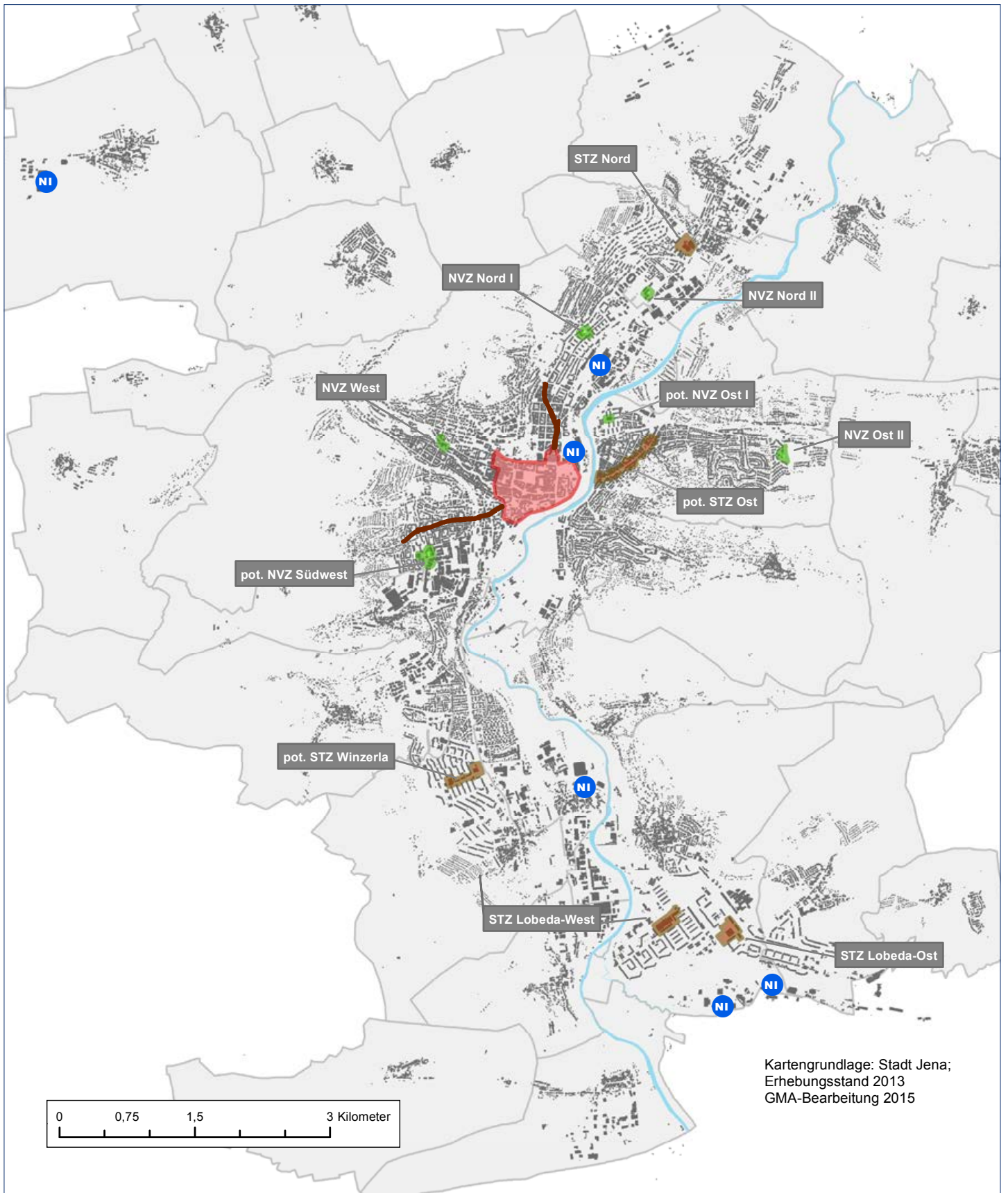
Die zentralen Versorgungsbereiche sind im Anhang in Zentrenpässen detailliert beschrieben. Hier werden auch die empfohlenen Entwicklungsmaßnahmen dargestellt.

*Tabelle 10*

*Quelle: GMA 2014*

Darüber hinaus beinhaltet das Konzept auch nicht integrierte Sonderstandorte (NI), die jedoch keine zentralen Versorgungsbereiche sind. Die nachfolgende Karte zeigt die räumliche Verteilung der zentralen Versorgungsbereiche, der Magistralen sowie nicht integrierter Handelslagen.

Nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen wurden das bisherige potenzielle Wohngebietszentrum Nord II (Schützenhofstraße), das potenzielle Wohngebietszentrum Lobeda/Altstadt (Rathausplatz) und das Wohngebietszentrum Drackendorf (Am Center).



**Legende**

**Zentrale Versorgungsbereiche**

- Innenstadt
- Magistralen als pot. straßenbegleitende Versorgungslagen
- (pot.) Nahversorgungszentrum
- (pot.) Stadtteilzentrum
- NI nicht integrierter Standort

Karte 6

Zentrenkonzept in der Stadt Jena – Zielkonzept

## Zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungsräume in Jena

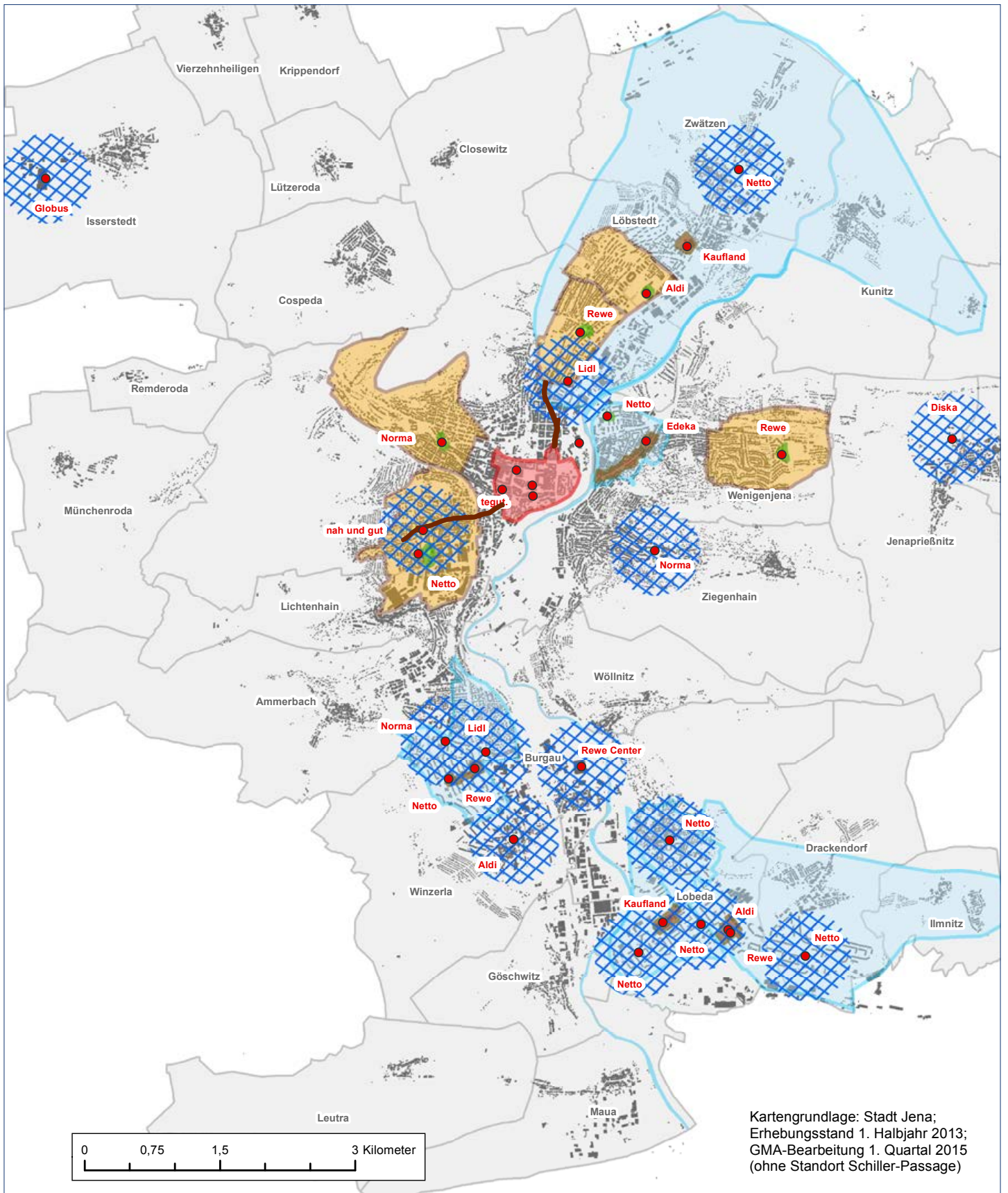
Zentraler Versorgungsbereich	Versorgungsraum	Einwohner (Stand: 31.12.2013)
<b>Hauptzentrum Innenstadt</b>	<b>Jena</b>	<b>105.282</b>
Stadtteilzentrum Nord	Planungsraum Nord	18.789
	Kunitz	875
	Laasan	51
		<b>19.715</b>
Nahversorgungszentrum Nord I	Stat. Bezirk Jena-Nord	<b>10.013</b>
Nahversorgungszentrum Nord II	Stat. Bezirk Nord II	<b>5.490</b>
Nahversorgungszentrum West	Stat. Bezirk Jena-West	<b>8.878</b>
pot. Nahversorgungszentrum Südwest	Stat. Bezirk Jena-Süd	8.306
	Stat. Bezirk Lichtenhain Ort	1.124
	Stat. Bezirk Mühlenstraße	1.041
		<b>10.471</b>
pot. Stadtteilzentrum Winzerla	Planungsraum Winzerla	14.409
	Stat. Bezirk Ammerbach Ort	470
	Stat. Bezirk Göschwitz	602
	Leutra	130
	Maua	341
		<b>15.952</b>
pot. Stadtteilzentrum Ost	Planungsraum Ost	15.697
	Stat. Bezirk Ziegenhain Ort	386
		<b>16.083</b>
pot. Nahversorgungszentrum Ost I	Stat. Bezirk Wenigenjena Ort	<b>5.537</b>
Nahversorgungszentrum Ost II	Stat. Bezirk Wenigenjena / Schlegelsberg	<b>5.501</b>
Stadtteilzentrum Lobeda-West	Stat. Bezirk Lobeda-West	<b>9.598</b>
Stadtteilzentrum Lobeda-Ost	Stat. Bezirk Lobeda-Ost	5.745
	Stat. Bezirk Drackendorf/Lobeda-Ost	6.437
	Stat. Bezirk Lobeda-Altstadt	1.561
	Stat. Bezirk Drackendorf	823
	Stat. Bezirk Ilmnitz	496
		<b>15.062</b>

Tabelle 11

Quelle: Stadt Jena, Stand: 31.12.2013,  
GMA-Zusammenstellung 2014









Ein wichtiges Ziel des Entwicklungskonzeptes Jena 2025 ist die Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Hierfür wurden Versorgungsräume definiert, für welche die zentralen Versorgungsbereiche eine Nahversorgungsfunktion übernehmen sollen (vgl. Tab. 11).

In Verbindung mit zahlreichen Solitärstandorten des Lebensmittel-einzelhandels kann mit den zentralen Versorgungsbereichen eine große räumliche Abdeckung der Nahversorgung im Stadtgebiet erzielt werden. Versorgungslücken sind allenfalls in den Ortschaften und in der Kernstadt punktuell auszumachen.



**Legende**

**Zentrale Versorgungsbereiche**

- |   |   |   |
|---|---|---|
|  Innenstadt                   |  Kerneinzugsgebiet, (pot.) Stadtteilzentrum      |  Lebensmittelmarkt |
|  (pot.) Stadtteilzentrum      |  Kerneinzugsgebiet, (pot.) Nahversorgungszentrum |  Magistralen       |
|  (pot.) Nahversorgungszentrum |  500m-Radius um Solitärstandorte                 |   |

Karte 7

Nahversorgungssituation in Jenaer Stadtgebiet

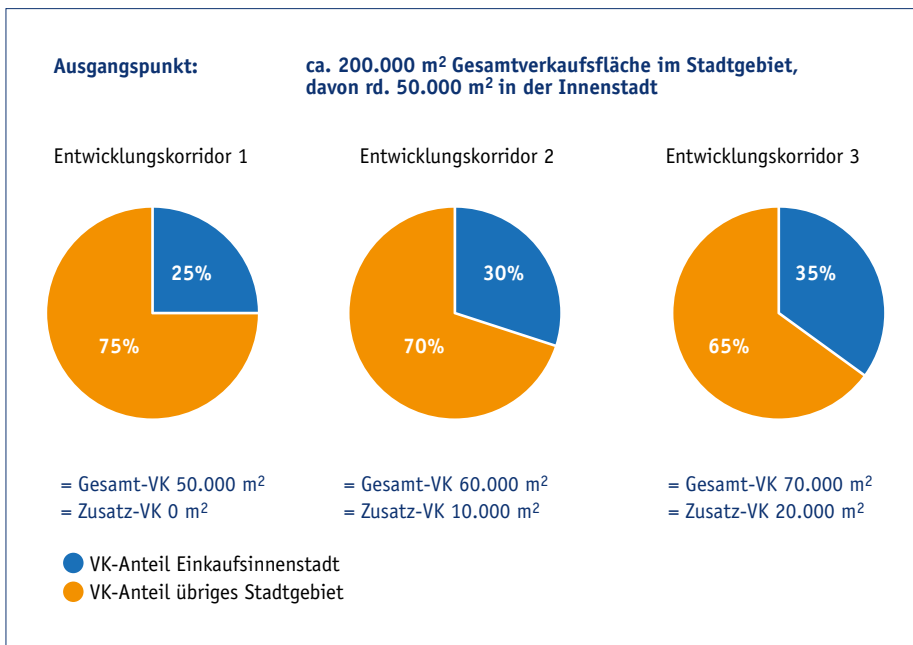


Abbildung 9  
 Entwicklungskorridore für die Jenaer Innenstadt  
 Quelle: GMA 2014  
 Anm.: VK = Verkaufsfläche

## Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept definiert unter Heranziehung eines Kriterienkataloges die ortsspezifische Sortimentsliste (Jenaer Liste). Die Liste umfasst zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente, wobei die zentrenrelevanten Sortimente nochmals nach nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten unterschieden werden.

Mit Hilfe der Liste können im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung Festsetzungen in Bebauungsplänen getroffen werden, die entweder bestimmte Sortimente zulassen (alle anderen sind dann automatisch ausgeschlossen), oder bestimmte Sortimente ausschließen (alle anderen wären dann zulässig).

Das Sortimentsleitbild stellt somit ein planungsrechtliches Instrument im Zusammenhang mit den bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO) dar, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Jena zukünftig gesteuert werden kann.

### 3.7 Entwicklungskonzept Innenstadt

Speziell für die Innenstadt beinhaltet das Konzept auch ein Entwicklungskonzept Einzelhandel Innenstadt. Für die Jenaer Innenstadt werden mit dem Entwicklungskonzept folgende quantitative Ziele verfolgt:

- Erhöhung der Versorgungszentralität der Innenstadt und damit auch der Gesamtstadt Jena,
- Erhöhung der (Kunden-)Frequenz in der Innenstadt und
- Erhöhung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche in Jena.

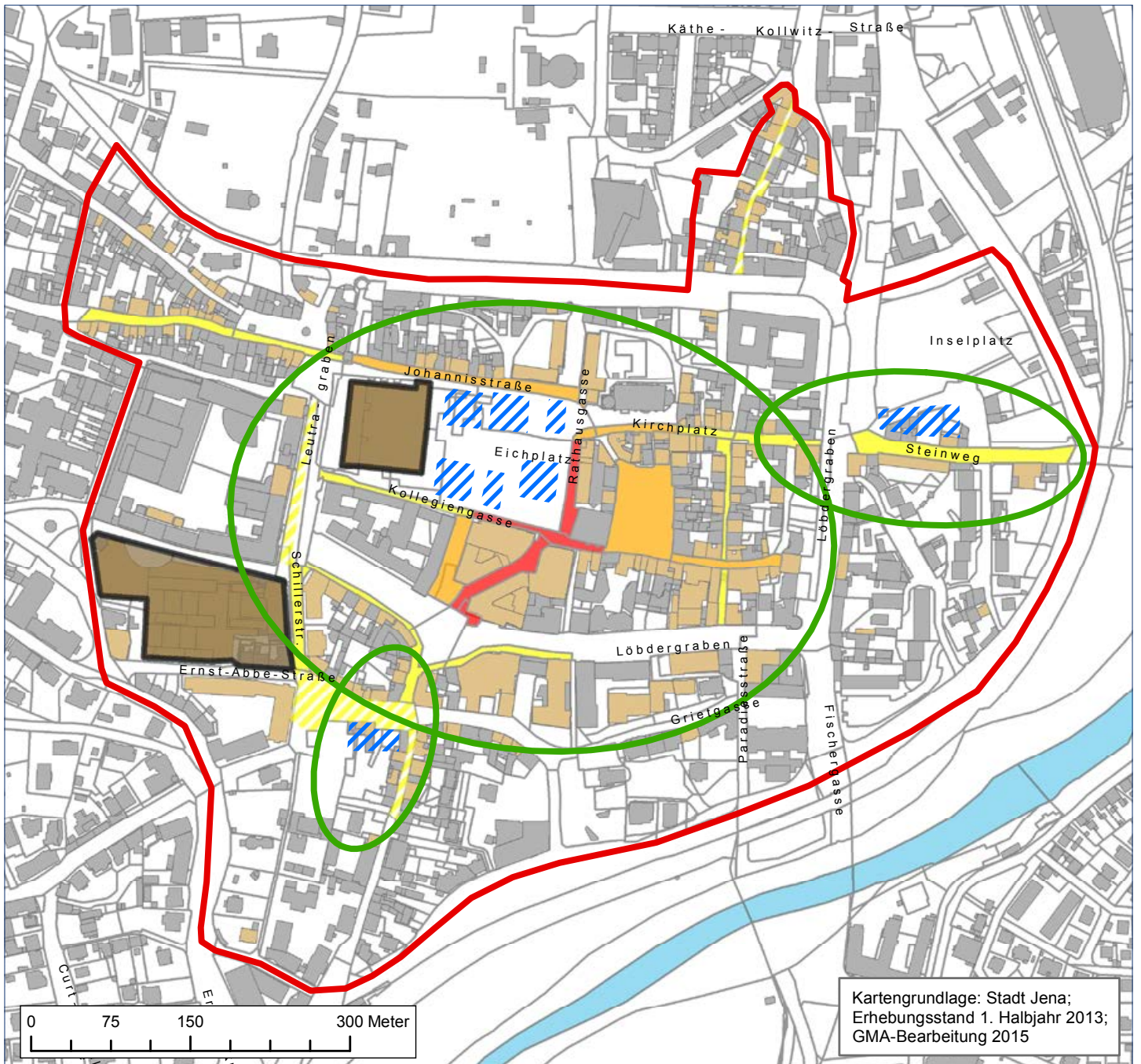
Weiterhin wurden auch qualitative Zielgrößen definiert. Diese sind im Einzelnen:

- Vernetzung der unterschiedlichen Innenstadtlagen unter Einbeziehung der Goethe Galerie und der Neuen Mitte,
- Aufwertung bestehender Lauflagen, z. B. Aufwertung des Bereichs Unterm Markt (westlicher Abschnitt, Höhe Rathaus) zu einer A-Lage,
- Verbreiterung der Angebotsqualität, z. B. durch Ansiedlung zusätzlicher Markenshops,
- Ansiedlung zusätzlicher Magnetbetriebe mit dem Ziel, ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber regionalen Wettbewerbern, wie z. B. den Städten Erfurt, Naumburg und Weimar zu schaffen und stärkere Profilierung im Bereich Mode/Schuhe/Sport.

Als quantitative Zielgröße wurde ein Verkaufsflächenanteil an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Jena von etwa 30–35% definiert, was ausgehend von einem Verkaufsflächenbestand von rd. 200.000 m<sup>2</sup> und einer Bestandsfläche in der Innenstadt von etwa 50.000 m<sup>2</sup> einem Verkaufsflächenzuwachs in einer Größenordnung von 10.000 – 20.000 m<sup>2</sup> entspricht (Abbildung 9).









Das für die Innenstadt entwickelte Zielkonzept umfasst alle potenziellen Entwicklungsareale im Zentrum. Prioritär ist jedoch die Entwicklung in der Stadtmitte, da nur diese Fläche über eine ausreichende Größe verfügt, um eine »kritische Masse« aufzunehmen, die für einen Zentralitätsgewinn in Jena sorgen kann.





**Legende**

**Lagen**

- |  |           |   |   |
|--|-----------|---|---|
|  | A-Lage    |  | Einkaufszentrum   |
|  | B-Lage    |  | Gebäude mit Einzelhandelsbesatz   |
|  | C-Lage    |  | Zentraler Versorgungsbereich »Innenstadt«   |
|  | Nebenlage |  | Potenzialfläche Einzelhandel<br><i>(Flächen nicht maßstäblich, kein Bebauungskonzept)</i> |

 lokale Ausstrahlung, Potenzialfläche

Karte 8

Zielkonzept für die Jenaer Innenstadt



Marktplatz mit Weihnachtsmarkt

Die Entwicklung der Innenstadt soll von einer restriktiven Ansiedlungspolitik außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche - insbesondere in dezentralen Gewerbegebietslagen - flankiert und in den Stadtteilen und Nahversorgungszentren auf eine qualitative Weiterentwicklung der dort vorhandenen wohnortnahen Versorgung im Bestand fokussiert werden.

Das Zentrenkonzept bzw. Entwicklungskonzept für die Innenstadt entbindet jedoch nicht von der aktiven Umsetzung von Entwick-

lungsmaßnahmen an den städtebaulich gewünschten Standorten. Insbesondere für die Innenstadt wurde auf Basis eines Stärken-Schwächen-Profiles ein detaillierter, umsetzungsorientierter Maßnahmenkatalog mit konkreten Empfehlungen zur Weiterentwicklung und Attraktivierung des Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebotes, zur Intensivierung der Marktbearbeitung, Organisation der Akteure, zu verkehrlichen Maßnahmen sowie zur Stadtgestaltung und Aufenthaltsqualität formuliert.

#### Maßnahmenkatalog zur Aufwertung des zentralen Versorgungsbereiches »Innenstadt Jena«

Oberziele / Teilziele / Maßnahmen

Akteure / Verantwortung

Priorität

##### Oberziel:

##### Vernetzung von Goethe Galerie, Neue Mitte, Löbderstraße und Markt

##### Fußgängerleitsystem mit Einzelhandel

- Leutragraben
- westlicher Teichgraben
- Haupteingang Goethe Galerie
- West- und Ostseite Neue Mitte
- SW und NO der Löbderstraße
- Südseite Markt
- Inselplatz / Eichplatz

Stadt / Eigentümer  
(Stadt: Wirtschaftsförderung,  
Stadtentwicklung),  
JenaKultur

mittel

##### attraktive Weegegestaltung

- Teichgraben Südseite
- Kollegiengasse – Universität
- Querung Eichplatz zur Neuen Mitte / Anlage einer Leutrastraße
- Treppenstiege Johannisstraße / Eichplatz

Stadt (Stadtentwicklung)

mittel

##### Einrichtung von Querungshilfen / Gestaltung von Übergangsbereichen

- Leutragraben auf Höhe Kollegiengasse bis zum Ernst-Abbe-Platz
- Kirchplatz – Johannisstraße

Stadt (Stadtentwicklung)

mittel

##### Einbeziehung des ÖPNV in ein Fußgängerleitsystem

Stadt

mittel

##### Öffnung der Neuen Mitte auf der Nord- und Ostseite / Eingangszone mit Terrassenvorplatz auf der Ostseite

Eigentümer

mittel

**Oberziel:****Neugestaltung von Eingangsbereichen bzw. -zonen in die Innenstadt**

- Fürstengraben – Schloßgasse
- Steinweg / Inselplatz – Saalstraße
- Busbahnhof – Engelplatz
- Johannisplatz
- u. a. Fußgängerleitsystem, städtebauliche Markierung der Eingangsbereiche, evtl. Pflasterung, Banner

Stadt (Stadtentwicklung, Tourismus)

hoch

**Oberziel:****Ansiedlung von Markenshops**

- Auswahl geeigneter Markenshops
- Identifikation geeigneter Flächen
- Abgleich Flächen- und Standortanforderungen der Markenshops
- Ermittlung von Ansprechpartnern im Bereich Expansion
- Ansiedlungsschwerpunkt östliche »Altstadt«

Stadt (Wirtschaftsförderung),  
Immobilien Eigentümer

hoch

**Oberziel:****Konsequente Ausgestaltung des östlichen Altstadtbereiches**

- Installation von Skulpturen mit historischem Bezug
- Historisierende Werbung
- Informationsschilder an historischen Gebäuden
- Konzipierung eines »Altstadtrundganges« für Besucher und Touristen mit unterschiedlichen Zeitvorgaben (Infopunkte und ggf. Wegemarkierungen auf dem Boden)
- Bezeichnung »Altstadt« im Fußgängerleitsystem
- Gestaltung von Ruhe- und Aufenthaltszonen: Kirchplatz / Kreuzungsbereich Oberlauengasse – Saalstraße
- Konzeption altstadttypischer Events (z. B. Kneipennacht) unter Einbeziehung des Marktplatzes

Stadt, Gastronomen  
(Stadt: Stadtentwicklung, Tourismus,  
Wirtschaftsförderung)

mittel

**Oberziel:****Schaffung / Attraktivierung von Grün- und Aufenthaltsbereichen auf neuem Eichplatzareal / Unterlauengasse / Löbdergraben**

- altengerechte Gestaltung (Wege, Treppen, Sitzmöbel)
- zielgruppenorientierte Angebote (junge Menschen, alte Menschen, Familien)
- Installation kreativer Spielgeräte
- Wasserelement
- Beschattung
- Grüngestaltung

Stadt (Stadtentwicklung)

gering

**Oberziel:****Familienfreundliche Gestaltung der Innenstadt**

- Kinder-Kleinspielgeräte am Markt, im Kreuzungsbereich Oberlauengasse – Saalstraße und Holzmarkt
- evtl. Thematisierung »Stadt des Lichts«, Beleuchtung

Stadt (Stadtentwicklung),  
Sponsoren

hoch

Oberziele/Teilziele/Maßnahmen	Akteure/Verantwortung	Priorität
<b>Oberziel:</b> <b>Überprüfung der Option eines (dynamischen) Parkleitsystems mit Vorhaltewerten/ Ersatz des statischen Parkleitsystems</b> - an allen Zufahrtsstraßen zur Innenstadt - an allen Parkhäusern	Stadt (Stadtentwicklung), Eigentümer der Parkhäuser / Tiefgaragen	mittel
<b>Oberziel:</b> <b>Offizielle Ausweisung von Wagnergasse/ Johannisplatz/-straße und Markt als »Jenaer Kneipenmeile«</b> - Vermarktung (Homepage, touristische Broschüren) - Aufnahme in das Fußgängerleitsystem - Temporäre Aussetzung von Gebühren für Außensitzbereiche zur Beförderung weiterer gastronomischer Ansiedlungen - Wettbewerb zur Namensgebung (Beispiel Leipzig: »Drallewatsch«)	Stadt, Gastronomen (Stadt: Stadtentwicklung, Tourismus)	hoch
<b>Oberziel:</b> <b>Initiierung eines City-Managements</b> - Management – Konzept - Organisationsstruktur - Finanzierung - Vernetzung	Stadt, Gewerbetreibende (Einzelhandel, Gastronomen, Dienstleister), Immobilieneigentümer (Stadt: Tourismus, Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung)	hoch
<b>Oberziel:</b> <b>Verbesserung der Infrastruktur für den Radverkehr</b> - hochwertige Ausgestaltung der Parkierungsmöglichkeiten für Fahrräder - Parkierungsinfrastruktur für Fahrräder an geeigneten Stellen (z. B. Goethe Galerie)	Stadt, Immobilieneigentümer, Gastronomen	mittel
<b>Oberziel:</b> <b>Sonstiges</b> - Installation von Veranstaltungstafeln in der Innenstadt - Stadtmöblierung durchweg im corporate design/formatio jenensis - Schaffung größerer Ladeneinheiten durch Zusammenlegung von Flächen über Immobiliengrenzen hinweg (insb. in der östlichen Altstadt) - verstärkte werbliche Darstellung des Markenangebotes in Jena (Stadtwerbung/ Geschäftswerbung) - Ausschilderung Rathaus – Innenstadt/ Innenstadt – Rathaus / Tourist-Information Markt 16 Vernetzung Einzelhandel und Gastronomie als gleichwertige Partner	Stadt, Einzelhandel, Immobilien-eigentümer, Gastronomen	hoch

Table 12

Quelle: GMA-Vorschläge 2014



Wagnergasse

### 3.8 Empfehlungen zur Umsetzung des Konzeptes

Bei dem »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« handelt es sich um eine informelle Planung. Daher bedarf es konkreter bauplanungsrechtlich bindender Empfehlungen, die im Folgenden dargestellt werden.

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, d. h. einer planmäßigen Umsetzung des Entwicklungskonzeptes, sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen.<sup>11</sup> Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels  
i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur Jenas branchen- und standortbezogene Handlungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert:

#### Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt

Die Neuansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sollte auf den zentralen Versorgungsbereich der Jenaer Innenstadt gelenkt werden. Damit kann die Innenstadt als Einzelhandelsstandort im gesamtstädtischen Standortgefüge gestärkt sowie die Versorgungsbedeutung und Attraktivität des Zentrums bzw. der Gesamtstadt als Oberzentrum erhöht werden. Damit entsprechende Ansiedlungswünsche realisiert werden können, bedarf es der Bereitstellung entsprechender Flächen.

#### Zentrale Versorgungsbereiche Stadtteil- und Nahversorgungszentren

Der Angebotsschwerpunkt bei Neuansiedlungen sollte bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereiches liegen, so dass hier grundsätzlich nur nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln sind. Darüber hinaus ist in den Stadtteilzentren auch die Realisierung kleinflächiger Betriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment zulässig. Großflächiger<sup>12</sup>, innenstadtrelevanter Einzelhandel ist unter Berücksichtigung der Vorrangstellung und der Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren auszuschließen. Auch die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist aus städtebaulichen Gründen in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren nicht zu empfehlen. Bei entsprechenden kleinflächigen Betrieben wäre eine Einzelfallprüfung notwendig.

#### Nahversorgungslagen

Bei den siedlungsräumlich integrierten Nahversorgungslagen handelt es sich um Standorte, die weder den zentralen Versorgungsbereichen noch den nicht integrierten Sonderstandorten zuzuordnen sind. Die Lagen können als Standorte definiert werden, die der Nahversorgung der unmittelbar angrenzenden Wohnbevölkerung dienen, deren Ausstattung jedoch nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches ausreicht. Demnach sind sie keine zentralen Versorgungsbereiche i. S. des Baugesetzbuches. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Blumen), insbesondere Nachbar-

<sup>11</sup> Die Umsetzung der Maßnahmen ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

<sup>12</sup> Großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Ansiedlung in ... mit ...		Hauptzentrum	Stadtteilzentren	Nahversorgungszentrum	sonstige Lagen	
					Nahversorgungslagen	nicht integrierte Sonderstandorte
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	✓	↗	↗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	○	↗
innenstadtrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	↗	↗	↗	↗
	nicht großflächig	✓	✓	○	↗	↗
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	↗	↗	↗	✓
	nicht großflächig	✓	○	○	○	✓

✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen  
 ○ Einzelfallprüfung erforderlich  
 ↗ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen

\* großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> VK

Abbildung 10  
Handlungskatalog zur Steuerung von Einzelhandelsentwicklungen

Quelle: GMA-Empfehlungen 2014

schaftsläden, können hier ausnahmsweise zulässig sein, sofern keine städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind, die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und eine Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen. Ansiedlungen von großflächigen Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind außerhalb zentraler Versorgungsbereiche nicht zulässig. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

### Nicht integrierte Sonderstandorte (NI)

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, ist an den nicht integrierten Sonderstandorten die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) auszuschließen. An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine räumliche Bündelung dieser Einzelhandelsangebote und somit keinen zusätzlichen Verbrauch von Gewerbeflächen zu erreichen.

Bestehende Betriebe, wie z. B. der Standort Burgaupark, genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Zur Sicherung und zur marktgerechten Entwicklung des Standortes ist bestehenden Betrieben außerdem eine Erweiterungsmöglichkeit im Rahmen der bestehenden planungsrechtlichen Festsetzungen einzuräumen.

Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (Gewerbe- und Industriegebiete) sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie

für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Sonstige kleinteilige Einzelhandelsnutzungen (z. B. Annexhandel<sup>13</sup>) sind baugebietsbezogen ebenfalls im Einzelfall zu prüfen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. Bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist aus Gutachtersicht eine Begrenzung der Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche zu empfehlen, wobei je zentrenrelevantem Einzelsortiment max. 200 m<sup>2</sup> VK zugelassen werden sollten.<sup>14</sup> Die Summe der Verkaufsfläche zentrenrelevanter Sortimente sollte 800 m<sup>2</sup> nicht überschreiten, um negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche entgegenzuwirken (Abbildung 10).

Bei dem »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025« handelt es sich um ein städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Damit ist es im Rahmen der Bauleitplanung, insbesondere

<sup>13</sup> Handel mit selbstproduzierten Waren

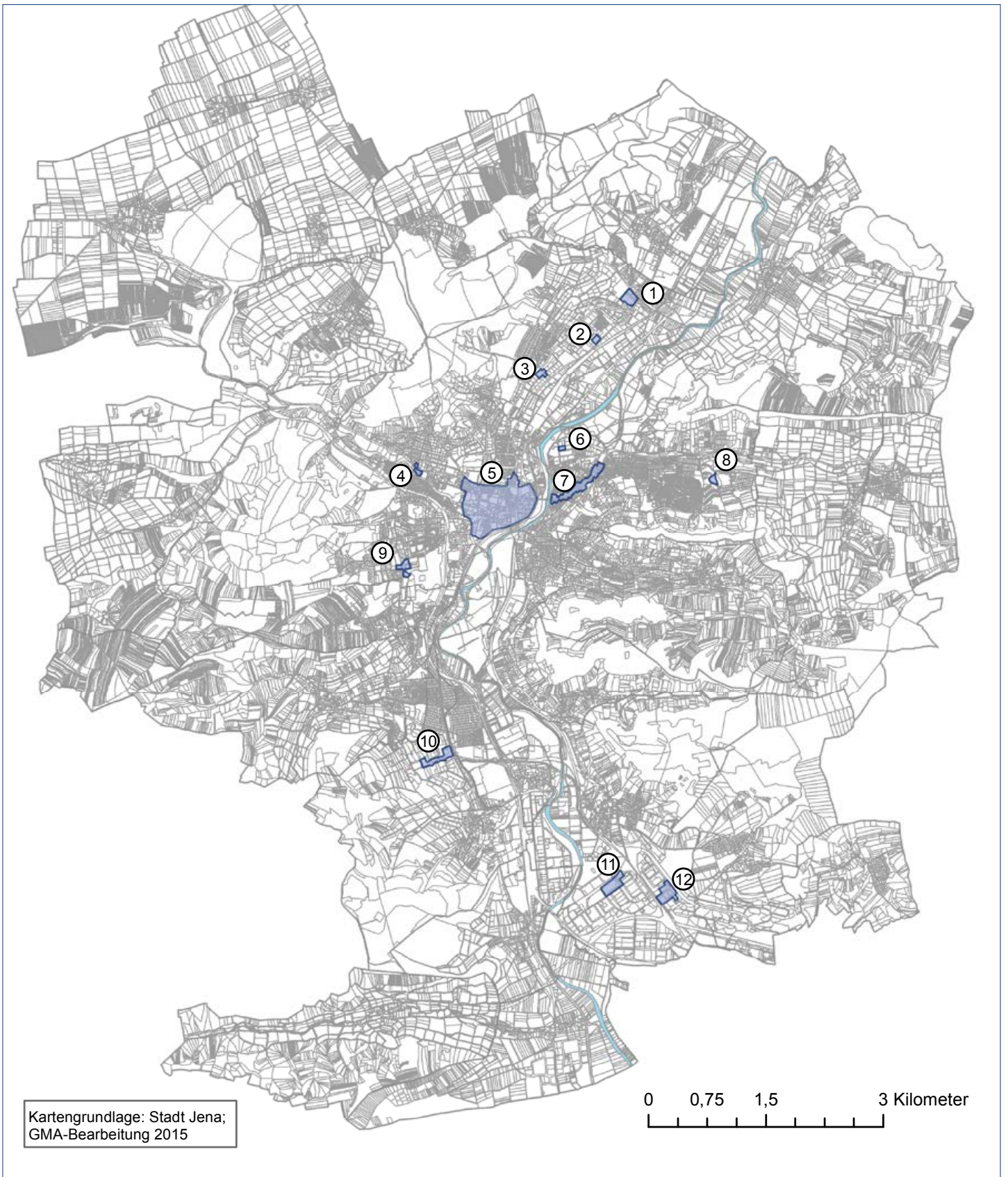
<sup>14</sup> Damit kann verhindert werden, dass die Einzelsortimente die Größe eines Fachmarktes annehmen und damit ein breites und tiefes Sortiment anbieten.

bei der Abwägung zu Bebauungsplänen, zu berücksichtigen. Es bedarf also, damit es seine Wirkung entfalten kann, der Umsetzung mit bauleitplanerischen Mitteln.


Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen im Rahmen des Planungshorizontes (bis 2025) in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass sich an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung vollzieht, die den Zielen und Leitlinien des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel 2025 entgegensteht. Zur Begründung kann das Entwicklungskonzept Einzelhandel herangezogen werden<sup>15</sup>. Weiterhin sollten bestehende Bebauungspläne auf ihre Kompatibilität mit dem Entwicklungskonzept Einzelhandel überprüft werden.

Zudem können die zentralen Versorgungsbereiche im Flächennutzungsplan (FNP) dargestellt werden (siehe § 5 BauGB). Da Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln sind, kann eine Darstellung im FNP als Begründung für die verbindliche Bauleitplanung hilfreich sein. Karte 9 stellt die Empfehlung zur Darstellung der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet dar.

<sup>15</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.



**Legende**

 Zentrale Versorgungsbereiche

- |               |                  |                     |
|---------------|------------------|---------------------|
| 1 STZ Nord    | 5 HZ Innenstadt  | 9 pot. NVZ Südwest  |
| 2 NVZ Nord II | 6 pot. NVZ Ost I | 10 pot STZ Winzerla |
| 3 NVZ Nord I  | 7 pot. STZ Ost   | 11 STZ Lobeda-West  |
| 4 NVZ West    | 8 NVZ Ost II     | 12 STZ Lobeda-Ost   |

*Karte 9*

*Empfehlungen zur Darstellung zentraler Versorgungsbereiche  
im Flächennutzungsplan*

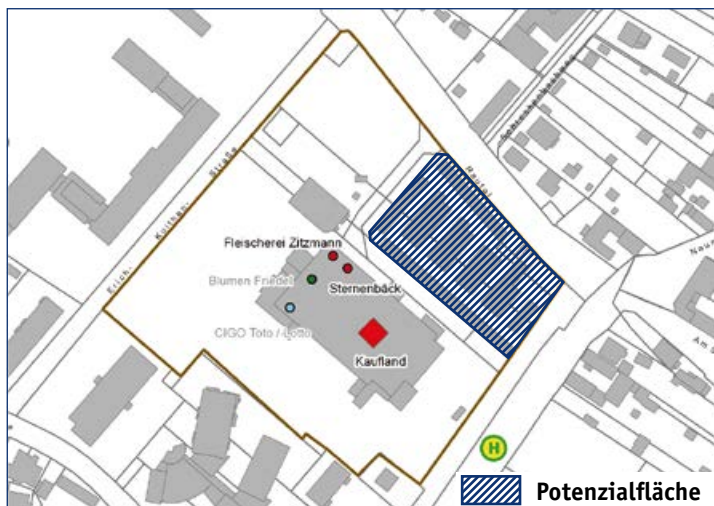


An aerial photograph of a city, likely Jena, Germany, showing a mix of residential buildings, industrial structures, and green spaces. A prominent highway and railway line are visible. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

# Anhang

## Zentrenpässe zu den zentralen Versorgungsbereichen

## Zentrenpass 1: Zentraler Versorgungsbereich »Stadtteilzentrum (STZ) Nord« – Naumberger Straße



### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Post-/Paketdienst, Cash-Points

**Gastronomie:** Imbissstände

**Freizeit:** ---

**Sonstiges:** Tankstelle, Passfotoautomat, Kopiermöglichkeit, Kundentoiletten, Info-Tresen

Das STZ Nord befindet sich im Planungsraum Nord, im Stadtteil Löbstedt.

Eine Anbindung an den ÖPNV besteht durch eine Haltestelle (Straßenbahn) direkt südöstlich des STZ an der Naumberger Straße. Von den umgebenden Wohngebieten ist der Standort zu Fuß problemlos zu erreichen. Mit dem Pkw ist er über die Naumberger Straße bzw. über die Straße »Rautal« und Erich-Kuithan-Straße gut erreichbar. Kundenparkplätze sind in ausreichendem Umfang direkt am Zufahrtsbereich vorhanden. Das südliche und westliche Umfeld des STZ ist überwiegend durch Wohnbebauung geprägt. An der Erich-Kuithan-Straße befindet sich zudem eine Schule (Carl-Zeiss-Gymnasium). Entlang der Naumberger Straße schließen sich südöstlich der Ortskern von Löbstedt sowie nördlich und südlich hauptsächlich gewerbliche Nutzungen an.

Bei dem STZ handelt es sich um ein zweigeschossiges SB-Warenhaus mit Kaufland als Magnet und mit mehreren Fachhandelsgeschäften (Konzessionären) im Vorkassenbereich. Auf dem Areal ist zudem eine Tankstelle vorhanden.

Auf Grund der weiträumigen Anziehungskraft des SB-Warenhauses und der guten Erreichbarkeit erschließt das STZ Nord einen Großteil des nördlichen Jenaer Stadtgebietes.

Der dem STZ Nord zugeordnete Versorgungsraum umfasst den Planungsraum Nord und die Ortsteile Kunitz und Laasan mit insgesamt rd. 19.720 Einwohnern und einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von ca. 95,7 Mio. EUR.

Das STZ Nord kann die ihm zugeordnete Versorgungsfunktion im Wesentlichen erfüllen. Im Dienstleistungsbereich könnte das Angebot noch ausgebaut werden.

### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	3.365
Gesundheit, Körperpflege	470
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	125
Bücher, PBS, Spielwaren	135
Bekleidung, Schuhe, Sport	120
Elektrowaren	75
Hausrat, Einrichtung, Möbel	140
Sonstiger Einzelhandel	100
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>4.530</b>

\* Die VK der Fa. Kaufland wurde nach Hauptwarengruppen aufgeteilt.

### Maßnahmen zur Aufwertung des STZ Nord

#### Städtebauliche Aspekte

- Kennzeichnung von Geh- und Radwegen entlang des Rautals (ab Brückenübergang bis zum nördlichen Abschluss des STZ) / bessere Ausleuchtung der Wege
- Optimierung der Straßenquerung am Rautal auf Höhe des STZ
- Optimierung der städtebaulichen Einbindung von Kaufland durch kleinteilige Bebauung auf der Potenzialfläche (nahversorgungsbezogene Dienstleister) und ästhetische Aufwertung der Kaufland-Immobilie
- Verbesserung des direkten Zugangs von der Straßenbahnhaltestelle zum STZ

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Verbesserte Ausschilderung des Stadtteilzentrums im nördlichen Stadtbereich von Jena
- Neuordnung der Parkierungsflächen / Entschärfung von Eng- und Gefahrenstellen / Verbesserung der Übersichtlichkeit bzw. des Leitsystems / Trennung von Fußgängerwegen und Fahrwegen (Kennzeichnung)
- Neugestaltung des Eingangs- und Mallbereiches: Beleuchtung, keine Verstellung der Laufbereiche durch Sonderangebotswaren, einladende Gestaltung, übersichtlichere Gestaltung des Kassenbereiches
- Diversifizierung des Angebotes / Erhöhung der Multifunktionalität durch Fachhandel und Dienstleister (z. B. Frisör, Schlüsseldienst, Reinigungsannahme)
- Ggf. auf Potenzialfläche Ansiedlung eines Drogeriemarktes, Biomarktes etc.

## Zentrenpass 2: Zentraler Versorgungsbereich

### »Nahversorgungszentrum (NVZ) Nord II« – Camburger Straße / Altenburger Straße



#### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Volksbank, Privatpraxis für Akupunktur und manuelle Medizin, Praxis für Osteopathie, Praxis für Physiotherapie, Praxis für Kinder- und Jugendmedizin, logopädische Praxis, Fußpflege und Kosmetik, Versicherungsbüro

**Gastronomie:** ---

**Freizeit:** Spielcenter

**Sonstiges:** Personal Training, Paketbox, Kleiderspende

Das Nahversorgungszentrum Nord II befindet sich im nördlichen Bereich des Jenaer Stadtgebietes innerhalb des statistischen Bezirkes Nord II bzw. im Planungsraum Nord. Die verkehrliche Erreichbarkeit des NVZ ist durch die Lage an der stark befahrenen Camburger Straße, die eine der wichtigen Hauptausfallachsen nach Norden darstellt, als sehr gut zu bewerten. Eine Anbindung an den ÖPNV besteht durch eine Straßenbahnhaltestelle an der Naumberger Straße (Haltestelle Altenburger Straße) sowie durch die Buslinien 405 und 408 (Haltestelle Merseburger Straße). Von den überwiegend westlich bzw. nördlich gelegenen Wohnbereichen im Umfeld ist der Standort problemlos zu Fuß zu erreichen. Das Nutzungsumfeld des NVZ wird im Westen, Nordwesten und im Süden überwiegend von Wohnnutzungen in Mehrfamilienhäusern geprägt. Entlang der Camburger Straße, insbesondere östlich der Verkehrsachse, überwiegen hingegen gewerbliche Nutzungen. Bei dem NVZ handelt es sich um eine L-förmige, um einen Parkplatz gruppierte Ladenzeile, die in Teilbereichen zweigeschossig ausgebaut ist. Als Magnet fungiert ein Aldi Lebensmitteldiscounter, welcher von mehreren kleineren Ladeneinheiten und einem Markgrafen Getränkemarkt sowie zahlreichen Komplementärnutzungen ergänzt wird. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage kann das NVZ ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet erschließen, welches jedoch im Norden vom STZ Nord und im Süden vom NVZ Nord I eingegrenzt wird. Es umfasst im Wesentlichen den statistischen Bezirk Nord II, welcher ihm auch als Versorgungsraum zugeordnet ist. In diesem Bereich leben derzeit ca. 5.490 Einwohner, die über eine Kaufkraft von etwa 26,4 Mio. EUR verfügen.

#### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	815
Gesundheit, Körperpflege	70*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	20
Bücher, PBS, Spielwaren	---
Bekleidung, Schuhe, Sport	45
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	---
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>950</b>

\* inkl. Drogeriewaren im Aldi Lebensmitteldiscounter

Das NVZ Nord II kann im Wesentlichen die Nahversorgungsfunktion für seinen Versorgungsraum erfüllen. Zur langfristigen Absicherung dieser Funktion wird empfohlen, den Magnetbetrieb Aldi auf eine wettbewerbsfähige Größenordnung zu erweitern.

#### Maßnahmen zur Aufwertung des NVZ Nord II

##### Städtebauliche Aspekte

- Installation einer ÖPNV-Haltestelle für das NVZ
- Einrichtung eines Fußgänger- / Fahrradweges an der Ostseite der Camburger Straße / Schaffung einer Querungsmöglichkeit über die Camburger Straße
- Einrichtung eines Radweges entlang der Altenburger Straße

##### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Installation eines Branchenführers für die Nutzungen im 1. OG
- Ausschilderung der 2. Etage
- Attraktivere Gestaltung des kleinen Mallbereiches
- Verlegung der Metzgerei in die Ladenfläche unmittelbar gegenüber vom Eingangsbereich
- Erweiterung des Aldi-Marktes im Bestand
- Ergänzungen v. a. im Dienstleistungsbereich, z. B. Frisör, Postagentur, Reinigungsannahme

## Zentrenpass 3: Zentraler Versorgungsbereich »Nahversorgungszentrum (NVZ) Nord I« – Emil-Höllein-Platz



### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Zahnarztpraxis, hausärztliche Praxis, Praxis für Physiotherapie, Sparkasse, Wäscherei- und Reinigungsannahme

**Gastronomie:** kleiner Bistrobereich (Bäcker, Fleischer)

**Freizeit:** ---

**Sonstiges:** Wertstoff-Container, öffentliches Telefon, Seniorenbegegnungsstätte

Das Nahversorgungszentrum Emil-Höllein-Platz befindet sich im Stadtteil Jena-Nord (Planungsraum Nord) zwischen der Innenstadt und den nördlich gelegenen Stadtteilen Löbstedt und Zwätzen. Die verkehrliche Erreichbarkeit des NVZ kann als befriedigend bezeichnet werden. Pkw-Kunden können die Versorgungslage über die Leipziger und Camburger Straße anfahren. Parkierungsmöglichkeiten bestehen jedoch nur in eingeschränkter Anzahl entlang der Leipziger Straße. An der westlich angrenzenden Dornburger Straße befindet sich direkt am NVZ eine Haltestelle der Straßenbahn. Von den umgebenden Wohnquartieren ist der Standort problemlos fußläufig erreichbar. Das NVZ gruppiert sich um den Emil-Höllein-Platz bzw. entlang der Leipziger Straße. Nach Süden wird es durch eine zweigeschossige Immobilie mit einem Supermarkt, nach Westen durch die Dornburger Straße, einen dort vorhandenen Geländesprung und nach Norden und Osten durch mehrgeschossige Gebäudekomplexe mit Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen abgegrenzt. Der Einzelhandel im NVZ deckt den nahversorgungsrelevanten Warenbereich nur in Teilen ab. Ergänzend befindet sich ein Textilfachmarkt in der Versorgungslage, der zusammen mit dem Supermarkt als Magnetbetrieb fungiert. Weiterhin existieren am Standort ein Optiker sowie ein Bäcker in der Vorkassenzonen des Supermarktes. Als Komplementärnutzungen sind eine Sparkassenfiliale, ein Reisebüro und ein Versicherungsbüro vorhanden. Auf Grund der siedlungsstrukturellen Bedingungen und der Bevölkerungsdichte im direkten Umfeld kommt dem NVZ Emil-Höllein-Platz eine zentrale Versorgungsfunktion im Stadtteil Jena-Nord zu. Allerdings wird das Kerneinzugsgebiet des Zentrums durch zwei nahegelegene Discounter und durch das SB-Warenhaus im STZ

### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	1.605
Gesundheit, Körperpflege	220*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	---
Bekleidung, Schuhe, Sport	460
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	60
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2.345</b>

\* inkl. Drogeriewaren im Rewe Supermarkt

Nord eingeschränkt, so dass es überwiegend von der Bevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich frequentiert wird. Der dem NVZ Nord I zugeordnete Versorgungsraum umfasst den statistischen Bezirk Jena-Nord mit rd. 10.010 Einwohnern und einer einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 48,6 Mio. EUR.

Das NVZ Nord I kann die ihm obliegende Versorgungsfunktion ohne wesentliche Einschränkungen erfüllen.

### Maßnahmen zur Aufwertung des NVZ Nord I

#### Städtebauliche Aspekte

- Einrichtung eines Fahrradweges entlang der Leipziger Straße
- Erweiterung der Parkierungsflächen
- Seniorengerechte Gestaltung des Fußweges zur Haltestelle (durchgängiges Gelände)
- Optimierung der Anbindung des Obergeschosses/Ausschilderung des zurückversetzten Aufzuges/rutschfester Treppenaufgang/Ausleuchtung des Treppenaufgangs/Anbringung eines durchgängigen Geländers
- Einrichtung weiterer Sitzmöglichkeiten (z. B. im 1. OG)
- Installation von Kinderspielgeräten

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Installation eines Branchenführers zur Dokumentation der Multifunktionalität des NVZ (insb. in Nahlage zur Haltestelle)
- Erweiterung des Rewe-Marktes durch Einbeziehung des separaten Getränkemarktes/Schaffung eines Vollsortimentsangebotes
- Großzügigere Gestaltung des Eingangsbereiches zum Rewe-Supermarkt/verbesserte Ausleuchtung des Eingangsbereiches
- Ergänzungen, v. a. im Dienstleistungsbereich, z. B. Frisör, Postagentur

## Zentrenpass 4: Zentraler Versorgungsbereich »Nahversorgungszentrum (NVZ) West« – August-Bebel-Straße



### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Post-Agentur, Praxis für Physiotherapie, ambulante Kinderkrankenpflege, Sparkasse, Schlüsseldienst

**Gastronomie:** Pizzadienst, China-Restaurant

**Freizeit:** ---

**Sonstiges:** Bildungszentrum, Schulungszentrum, Ingenieurgesellschaft, Tankstelle, Briefkasten (Citykurier)

Das Nahversorgungszentrum August-Bebel-Straße befindet sich im Stadtteil Jena-West, im Planungsraum West/Zentrum.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des NVZ kann als befriedigend bezeichnet werden. Mit dem Pkw ist das NVZ gut von der B7 anzufahren. Parkierungsmöglichkeiten sind in ausreichendem Umfang vorhanden. Die fußläufige Erreichbarkeit ist gegeben. Lediglich die Überquerbarkeit der August-Bebel-Straße ist im NVZ durch das Fehlen eines Zebrastreifens nur eingeschränkt gewährleistet.

Das Nahumfeld des NVZ ist überwiegend durch mehrgeschossige Wohngebäude geprägt. Sie befinden sich v.a. südlich der Leutra. Nördlich ist die Bebauung hingegen aufgelockert. Östlich grenzt eine Schule direkt an das NVZ an.

Das NVZ August-Bebel-Straße setzt sich aus mehreren Immobilien zusammen, die sich im Kreuzungsbereich der August-Bebel-Straße mit der Katharinenstraße/Ebertstraße befinden. Es umfasst dabei die Eckgrundstücke im Nordwesten, Südwesten und im Südosten des Kreuzungsbereiches. Zusätzlich ist noch eine Gastwirtschaft südlich der Leutra eingebunden. Der Immobilienbesatz im NVZ stellt sich heterogen dar. Neben älteren Wohn- und Geschäftshäusern ist im Kreuzungsbereich Katharinenstraße/August-Bebel-Straße auch eine Tankstelle sowie ein modernes Geschäftshaus mit Handels- und Dienstleistungsflächen vorhanden. Der Einzelhandel im NVZ wird von einem Lebensmitteldiscounter (= Magnetbetrieb) dominiert. Des Weiteren sind drei kleine Fachgeschäfte angesiedelt.

Auf Grund der topografischen Bedingungen im Stadtteil kommt dem NVZ August-Bebel-Straße eine überwiegend quartiersbezogene Versorgungsfunktion zu.

### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	660
Gesundheit, Körperpflege	50*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	20
Bekleidung, Schuhe, Sport	---
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	---
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>730</b>

\* inkl. Drogeriewaren im NORMA Lebensmitteldiscounter

Der dem NVZ West zugeordnete Versorgungsraum umfasst den statistischen Bezirk Jena-West mit ca. 8.880 Einwohnern und ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von ca. 43,2 Mio. EUR.

Das NVZ kann hinsichtlich seines Magnetbetriebes Norma nur eingeschränkt eine Versorgungsfunktion wahrnehmen. Der Betreiber operiert auf einer eindeutig zu kleinen Verkaufsfläche. Es sollen verstärkte Anstrengungen unternommen werden, um Norma langfristig durch eine Vergrößerung der Verkaufsfläche unter Heranziehung bestehender Flächen marktgerecht aufzustellen, zumal die Bevölkerung im Versorgungsraum wachsen wird.

### Maßnahmen zur Aufwertung des NVZ West

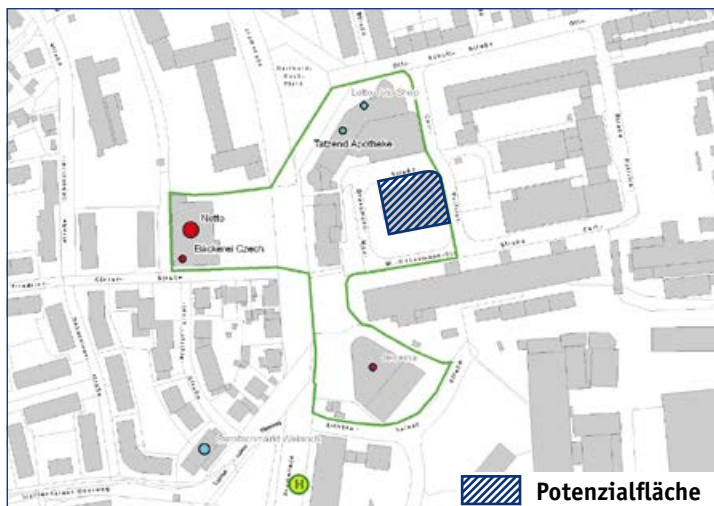
#### Städtebauliche Aspekte

- Installation einer ÖPNV-Haltestelle am NVZ
- Einrichtung eines Fahrradweges entlang der August-Bebel-Straße
- Sanierung der Gehwege im Umfeld des NVZ
- Schaffung einer gesicherten Fußgängerquerung über die August-Bebel-Straße zum NVZ
- Erweiterung der Parkierungskapazitäten (wenn möglich)

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Optimierung der Ausschilderung des NVZ an der August-Bebel-Straße
- Prüfung der Möglichkeiten zur Erweiterung des Norma-Marktes
- Großzügigere Gestaltung des Eingangsbereiches zur Mall bzw. zu Norma/bessere Ausleuchtung/Ausschilderung der Dienstleistungsnutzungen im EG und 1. OG der Immobilie
- Vergrößerung der Ein- und Ausgangstür zur Verkaufsfläche von Norma
- Erhöhung der Sauberkeit insbesondere im Einfahrtsbereich/Entfernung der Holzterrasse
- Ergänzungen im Dienstleistungssektor (z. B. Frisör)

## Zentrenpass 5: Zentraler Versorgungsbereich »pot. Nahversorgungszentrum (NVZ) Südwest« – Tatzendpromenade



### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Sparkasse, Frisör, Toto Lotto

**Gastronomie:** ---

**Freizeit:** Kegelbahn

**Sonstiges:** Job-Center, Paketshop

Das potenzielle Nahversorgungszentrum Südwest–Tatzendpromenade befindet sich im Stadtteil Jena-Süd, südwestlich der Jenaer Innenstadt.

Die Verkehrslage des NVZ kann als gut eingestuft werden. Eine Anbindung an den ÖPNV ist durch eine Bushaltestelle an der nahe gelegenen Fachhochschule gesichert. Die fußläufige Erreichbarkeit, insbesondere aus den westlich gelegenen Wohnbereichen, ist jedoch für den östlich der Tatzendpromenade gelegenen Teil des WGZ eingeschränkt, da hier keine sichere Überquerungsmöglichkeit vorhanden ist. Pkw-Kunden erreichen das NVZ aus Richtung Innenstadt über die Straße Magdelstiege und aus Süden über die Hermann-Löns-Straße/Carl-Zeiss-Promenade.

Das Nahumfeld des NVZ ist im Norden und Westen durch teils verdichtete Wohnbebauung und im Osten und Süden durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Hinzuweisen ist darüber hinaus auf eine Schule westlich der Tatzendpromenade und die Fachhochschule, welche ca. 200 m südlich der Versorgungslage gelegen ist.

Das NVZ setzt sich aus mehreren heterogenen Immobilien zusammen. Der überwiegende Teil befindet sich dabei auf der östlichen Seite der Tatzendpromenade. Hier sind neben einem zweigeschossigen Gewerbebau im Kreuzungsbereich zur Lichtenhainer Straße auch zwei mehrgeschossige Geschäftshäuser mit Dienstleistern, Ämtern, Eigenbetrieb der Stadt Jena und Einzelhändlern vorhanden. Allerdings weist das südlich gelegene Geschäftshaus in erheblichem Umfang Leerstände auf. In einer »Hinterhofsituation« befindet sich zudem eine ältere Gewerbeimmobilie, die früher von einem Supermarkt genutzt wurde. Diese Fläche steht derzeit leer. Auf der westlichen Seite der Tatzendpromenade befindet sich ein Lebensmitteldiscounter, der bereits als Magnet fungiert.

### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>

Nahrungs- und Genussmittel	750
Gesundheit, Körperpflege	45
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	---
Bekleidung, Schuhe, Sport	---
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	70
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>865</b>

Das NVZ weist aufgrund der Komplementärnutzungen eine recht hohe Multifunktionalität auf, jedoch schränkt der Leerstand (ehem. Supermarkt) die Versorgungsfunktion ein. Das NVZ fungiert vor allem für die westlich und nördlich angrenzenden Wohnbereiche als zentrale Einkaufslage, kann aber durch seine verkehrsgünstige Lage auch in gewissem Umfang noch ein Kundenpotenzial von außerhalb dieses Kerneinzugsgebietes erschließen. Der dem NVZ Südwest zugeordnete Versorgungsraum umfasst die statistischen Bezirke Jena-West, Lichtenhain Ort und Mühlenstraße mit ca. 10.470 Einwohnern und ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von ca. 51,4 Mio. EUR. Für einen vergleichsweise großen Versorgungsraum steht im NVZ derzeit kein adäquates Angebot bereit, so dass das NVZ seiner Versorgungsfunktion nicht gerecht wird. Das NVZ sollte gezielt weiterentwickelt werden, dies betrifft sowohl den bestehenden Netto Markt, als auch die Nachnutzung des Leerstands.

### Maßnahmen zur Aufwertung des NVZ Südwest

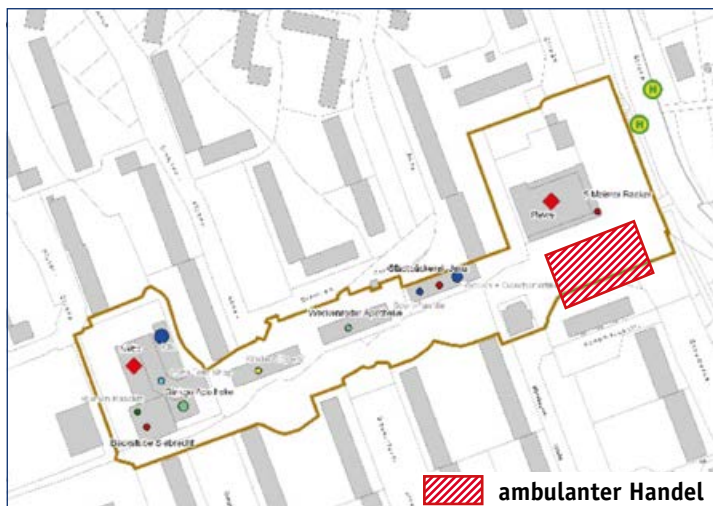
#### Städtebauliche Aspekte

- Optimierung des funktionalen Zusammenhangs im pot. NVZ, u. a. durch Einrichtung einer gesicherten Fußgängerquerung über die Tatzendpromenade
- Einrichtung eines Fahrradweges entlang der Tatzendpromenade
- Revitalisierung der brachgefallenen Immobilie im Osten des pot. NVZ (ehem. Nahkauf als Potenzialfläche)
- Erweiterung der Parkierungskapazitäten

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Diversifizierung des Angebotes / Erhöhung der Multifunktionalität
- Erhöhung der Sauberkeit insbesondere im östlichen Bereich des pot. NVZ
- Nachbelegung der Leerstandsfläche (ehem. Nahkauf-Supermarkt) durch Modernisierung vorzugsweise mit nahversorgungsrelevanten Nutzungen (Einzelhandel oder Dienstleistungen, idealerweise mit kleinem Nahversorger (< 400 m<sup>2</sup> VK) oder Bio-Sortimenten

## Zentrenpass 6: Zentraler Versorgungsbereich »pot. Stadtteilzentrum (STZ) Winzerla« – Wasserachse



### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Praxis für Allgemeinmedizin, Chirurg, Praxis für Physiotherapie, Zahnarztpraxis, Ambulantes OP-Zentrum, Hebamme, Praxis für Kinder- und Jugendpsychiatrie / Kinderheilkunde, Praxis für Orthopädie, Praxis für Ergotherapie, Naturheilpraxis, Heilpraktiker, Frisör, Kosmetiksalon, Fahrschule, Sparkasse, Dienstleistungsservice (u. a. Schuh- und Schlüsseldienst, Annahmestelle chem. Reinigung, Näharbeiten, Kopieren), Steuerberater, Post-Agentur, Hundepflegesalon

**Gastronomie:** Café, Bäckereicafé

**Freizeit:** Fitnesscenter, Sonnenstudio, Billardpub

**Sonstiges:** Stadtteilbüro, Stadtteilbibliothek, Büro des Ortsteilbürgermeisters, Nachhilfe, Immobilien- und Hausverwaltungsbüro

Das potenzielle Stadtteilzentrum Winzerla befindet sich im Stadtteil Winzerla. Er liegt im südlichen Stadtgebiet zwischen dem Stadtteil Lichtenhain im Norden und Göschwitz im Süden und ist überwiegend von mehrgeschossigen Wohnblöcken in Plattenbauweise geprägt.

Die ÖPNV-Anbindung ist durch eine Haltestelle an der Rudolstädter Straße gesichert. Hier befindet sich auch eine Quermöglichkeit durch einen Fußgängertunnel in Fortführung der sog. »Wasserachse«, der jedoch schlecht gestaltet ist. Aus den umliegenden Wohnblöcken ist der Standort problemlos fußläufig erreichbar. Die verkehrliche Erreichbarkeit des STZ mit dem Pkw ist nicht als optimal einzustufen, da die Zufahrt durch ein Wohngebiet mit beengten Straßenverhältnissen führt. Parkierungsmöglichkeiten bestehen am STZ in ausreichendem Umfang, wobei sich ein Teil der Parkplätze in einer Tiefgarage befindet. Weitere Parkmöglichkeiten existieren darüber hinaus bei einem Supermarkt an der Rudolstädter Straße.

Bei dem STZ handelt es sich um eine bipolare Versorgungslage. Im Südwesten befindet sich das EKZ WIN in einer zweigeschossigen Immobilie. Es ist über einen kleineren Grünzug mit einem Supermarkt an der Rudolstädter Straße verbunden. Im EG der Wohnblöcke entlang des Grünzuges sind mehrere Ladeneinheiten etabliert. Bei dem Supermarkt handelt es sich um ein modernes Betreiberkonzept.

### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	2.110
Gesundheit, Körperpflege	410*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	20
Bücher, PBS, Spielwaren	30
Bekleidung, Schuhe, Sport	845
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	60
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>3.475</b>

\* inkl. Drogeriewaren im Rewe Supermarkt und Netto Lebensmittel-discounter

Auf Grund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und der hohen Bevölkerungsdichte im direkten Umfeld kommt dem STZ Winzerla eine zentrale Versorgungsfunktion im Stadtteil Winzerla zu. Allerdings wird das Kerneinzugsgebiet des STZ durch die ungünstige Pkw-Erreichbarkeit und das EKZ Burgau Park sowie durch mehrere solitär gelegene Discounter eingeschränkt.

Der dem pot. STZ Winzerla zugeordnete Versorgungsraum umfasst den Planungsraum Winzerla und die Ortschaften Ammerbach-Ort, Göschwitz, Leutra und Maua mit insgesamt rd. 15.950 Einwohnern und einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von ca. 79,2 Mio. EUR. Insgesamt kann das STZ die ihm zugewiesene Funktion erfüllen. Angebotsverbesserungen können, angesichts rückläufiger Einwohnerzahlen im Umfeld, im Bestand erfolgen. Eine Ausweitung der Gesamtverkaufsfläche ist nachfrageseitig nicht notwendig.

### Maßnahmen zur Aufwertung des pot. STZ Winzerla

#### Städtebauliche Aspekte

- Verbesserung der Anbindung der Wohngebiete östlich der Rudolstädter Straße und Empfehlung der Schaffung einer oberirdischen Fußgängerquerung über die Rudolstädter Straße
- Komplettierung des Radwegnetzes auf den Zufahrtswegen u. a. durch die Ausweisung von Fahrradstreifen

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Verbesserung der Bedingungen für den ambulanten Handel (Markt) am östlichen Eingang des potenziellen Stadtteilzentrums »Wasserachse«
- Verdichtung der Einzelhandelsnutzungen zwischen WIN und Rewe
- Installation von Branchenführern zur Dokumentation der Multifunktionalität des pot. STZ
- Bauliche Neustrukturierung der mehrgeschossigen Immobilie des EKZ WIN
- Attraktivierung der Tiefgarage am WIN (Beleuchtung, Kennzeichnung der Pfeiler, Aus und Einfahrt, Modernisierung des Aufgangsbereiches zum WIN)

## Zentrenpass 7: Straßenbegleitende Versorgungslage »pot. Stadtteilzentrum (STZ) Ost – Karl-Liebknecht-Straße«



### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	810
Gesundheit, Körperpflege	100*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	20
Bücher, PBS, Spielwaren	35
Bekleidung, Schuhe, Sport	105
Elektrowaren	15
Hausrat, Einrichtung, Möbel	240
Sonstiger Einzelhandel	165
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>1.490</b>

\* inkl. Drogeriewaren im Edeka Supermarkt

### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Reisebüro, 3 Kosmetikstudios, 2 Frisöre, 2 Maklerbüros, 2 Bestatter, Hausmeisterservice, Landschaftsarchitekt, 2 Zahnärzte, Fußpflege, Ernährungsberatung, Grundbesitz GmbH, Computer-Dienstleister, Immobilien-Center, Unternehmensberatung, 3 Versicherungsbüros, 6 Handwerker, Rechtsanwalt

**Gastronomie:** 5 Gastronomiebetriebe (v. a. Imbisse)

**Freizeit:** 2 Fitnessstudios, Alpenverein, Tanzstudio

**Sonstiges:** Schule, Kita, Lohnsteuerhilfe, Ortsteilrat, Pfingstgemeinde

Die straßenbegleitende Versorgungslage potenzielles Stadtteilzentrum Ost befindet sich im Stadtteil Wenigenjena. Die Siedlungsstruktur dieses Teilraums wird neben dem Flusslauf der Saale vor allem von den angrenzenden Höhenzügen im Osten bestimmt.

Der Gebäudebesatz im Nahumfeld des STZ besteht überwiegend aus gründerzeitlicher Bebauung, in die moderne Wohn- und Geschäftshäuser integriert wurden. Richtung Saale schließt sich ein verdichtetes Wohngebiet an.

Mit Blick auf den ÖPNV besteht eine sehr gute Anbindung an das städtische Liniennetz. Auf der Karl-Liebkecht-Straße verläuft eine Straßenbahnlinie, die im Bereich des STZ drei Haltestellen aufweist. Für Fußgänger aus den umliegenden Wohnbereichen ist die Versorgungslage problemlos erreichbar. Die verkehrliche Erreichbarkeit des pot. STZ mit dem Pkw ist als gut zu bezeichnen. Die Karl-Liebkecht-Straße verbindet die B 7 im Norden und die B 88 im Westen. An den Innenstadtbereich ist die Karl-Liebkecht-Straße über die Wiesenbrücke im Norden und die Camsdorfer Brücke im Süden angeschlossen. Die als straßenbegleitendes STZ ausgewiesene Einkaufslage erstreckt sich entlang der Karl-Liebkecht-Straße über eine Distanz von etwa 750 m, ohne jedoch eine durchgehende Schaufensterfront auszubilden. Vielmehr reihen sich Dienstleistungs-, Gastronomie- und Einzelhandelsbetriebe in unregelmäßiger Reihenfolge aneinander. Durch die teilweise relativ große Distanz zwischen einzelnen Anbietern sind Kopplungskäufe nur in begrenztem Umfang möglich.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes deckt den nahversorgungsrelevanten Bereich ab. Als Magnetbetrieb fungiert dabei ein Supermarkt im nördlichen Bereich der Karl-Liebkecht-Straße/Einmündung der Kunitzer Straße.

Auf Grund der siedlungsstrukturellen und topografischen Gegebenheiten sowie der Konkurrenz durch die nur ca. 1 km westlich gelegene Innenstadt beschränkt sich das Kerneinzugsgebiet des pot. STZ auf den Stadtteil Wenigenjena sowie auf Teile von Ziegenhain.

Der dem pot. STZ Karl-Liebkecht-Straße zugeordnete Versorgungsraum umfasst den Planungsraum Ost und die Ortschaft Ziegenhain Ort mit insgesamt rd. 16.080 Einwohnern und einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von ca. 78,4 Mio. EUR.

Das STZ kann derzeit seine Funktion nicht erfüllen. Hierzu bedarf es eines Ausbaus des Handelsangebotes, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie des Dienstleistungsangebotes. Voraussetzung ist die Erschließung geeigneter Potenzialflächen, wobei wegen der überwiegend kleinteiligen Parzellierung v. a. die Zusammenlegung von Bestandsflächen einen Ansatz darstellen könnte.

### Maßnahmen zur Aufwertung des pot. STZ Ost

#### Städtebauliche Aspekte

- Errichtung von Wohn- und Geschäftshäusern auf Baulücken oder minder genutzten Flächen mit Straßenanschluss zur Schließung städtebaulicher Lücken
- Städtebauliche Akzentsetzung der Einfahrtbereiche zum STZ im Westen und Osten
- Identifikation weiterer Stellplatzflächen im Rahmen der Bebauung
- Ankauf von Immobilien im Umfeld des Edeka-Marktes/gewerbliche Aktivierung/Schaffung einer Nahversorgungslage als Kristallisationskern



### **Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte**

- Einrichtung eines Händler- und Dienstleisterstammtischs mit Beteiligung der Stadt als Ergänzung des Gewerberinges Jena-Ost
- Initiierung einer Werbegemeinschaft
- Identifikation aktivierbarer Ladenflächen in straßenbegleitenden Immobilien / Zusammenlegung von Flächen / Abstimmungsgespräche mit Eigentümern
- Organisation und Durchführung eines Straßenfestes zur Schaffung einer eigenständigen Identität als Einkaufslage / Maßnahmen zur Kundenbindung
- Vorstellung der Karl-Liebknecht-Straße als potenzieller Standort für kreative Gründer (Einzelhandel, Dienstleister, Gastronomie) an der Universität und bei Stadtfesten
- Temporäre Aussetzung der Gebühren für Außenverkauf und Außengastronomie
- Ergänzung im Einzelhandelsbereich, z. B. bei Drogeriewaren, Apotheke

## Zentrenpass 8: Zentraler Versorgungsbereich »pot. Nahversorgungszentrum (NVZ) Ost I« – Heinrich-Heine-Straße



### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Frauenarztpraxis, Praxis für Physiotherapie, Praxis für Ergotherapie, Zahnarztpraxis, Cash-Point, Rechtsanwaltskanzlei, mehrere gewerbliche Dienstleister

**Gastronomie:** ---

**Freizeit:** ---

**Sonstiges:** Wertstoff-Container im Umfeld, Briefkasten (Citykurier)

Das potenzielle Nahversorgungszentrum Ost I liegt im Stadtteil Wenigenjena, östlich der Saale.

An den ÖPNV ist der Standort durch eine Bushaltestelle (Haltestelle Dammstraße) und am Jenzigweg (B 7) nördlich des Standortes angebunden. Allerdings handelt es sich hierbei lediglich um eine Regionalbushaltestelle, so dass die Anbindung nicht als optimal einzuschätzen ist. Die Erreichbarkeit des NVZ mit dem Pkw ist als suboptimal zu beschreiben, da es abseits der größeren Verkehrsachsen liegt und die Erschließung durch eine Wohngebiets- bzw. die untergeordnete Dammstraße erfolgt. Stellplätze befinden sich im westlichen Bereich der Einzelhandelsimmobilie in ausreichendem Umfang. Das Standortumfeld wird einerseits von mehrgeschossigen Wohnbauten nördlich, östlich und südlich sowie im weiter südlichen Bereich teilweise auch von lockerer Wohnbebauung geprägt. Weiterhin ist auf zahlreiche Bildungseinrichtungen (Kindergärten und zwei Schulen) an der Dammstraße hinzuweisen.

Bei dem NVZ handelt es sich um ein mehrgeschossiges Geschäftshaus, welches im Erdgeschoss von Dienstleistungs- und Handelsnutzungen geprägt ist. In den Obergeschossen befinden sich u. a. auch Arztpraxen.

Aufgrund der vergleichsweise ungünstigen Erreichbarkeit erschließt das pot. NVZ ein Einzugsgebiet, welches sich auf den Bereich südlich der B 7 und westlich der Karl-Liebnecht-Straße beschränkt.

Als Versorgungsraum kann dem NVZ der statistische Bezirk Wenigenjena Ort zugeordnet werden. In diesem Bereich leben ca. 5.540 Einwohner, die über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 26,9 Mio. EUR verfügen.

### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	635
Gesundheit, Körperpflege	115*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	---
Bekleidung, Schuhe, Sport	---
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	---
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>750</b>

\* inkl. Drogeriewaren im Netto Lebensmitteldiscounter

Angesichts der geringen Verkaufsflächenausstattung des NVZ kann das Zentrum seine Nahversorgungsfunktion nur eingeschränkt erfüllen. Langfristig kann die Versorgungsfunktion nur bei einer qualifizierten Ausweitung und Aufstockung des Angebotes, v. a. durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel (z. B. Blumen, Kiosk) und Gastronomie (z. B. Café oder Imbiss) erhalten bleiben.

### Maßnahmen zur Aufwertung des pot. NVZ Ost I

#### Städtebauliche Aspekte

- Einrichtung einer ÖPNV-Haltestelle im Umfeld des pot. NVZ
- Verbesserung der Fahrradwege im Umfeld des pot. NVZ
- Absenkung aller Bordsteine im Umfeld der Zugangsbereiche
- Erweiterung der Parkierungsflächen mit direktem Bezug zum pot. NVZ

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Prüfung der Möglichkeiten zur Erweiterung des pot. Nahversorgungszentrum
- Aufgrund räumlicher Einschränkungen nur Erweiterung im Dienstleistungsbereich (z. B. Frisör, Postagentur)

## Zentrenpass 9: Zentraler Versorgungsbereich »Nahversorgungszentrum (NVZ) Ost II« – Fuchslöcherstraße



### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	1.240
Gesundheit, Körperpflege	80*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	---
Bekleidung, Schuhe, Sport	---
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonstiger Einzelhandel	---
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>1.320</b>

\* inkl. Drogeriewaren im Rewe Supermarkt

### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Praxis für Allgemeinmedizin, Praxis für Physiotherapie, Fußpflege, Frisör, Post-Agentur, Cash-Point

**Gastronomie:** Gaststätte

**Freizeit:** Kampfsportschule

**Sonstiges:** ---

Das Nahversorgungszentrum Fuchslöcherstraße befindet sich im Ortsteil Jena-Ost.

Die Erreichbarkeit des NVZ für den Pkw-Verkehr ist als suboptimal zu bezeichnen. Zudem besteht keine direkte Anbindung an den ÖPNV. Eine Straßenbahnhaltestelle befindet sich erst an der Eisenberger Straße in einer Entfernung von ca. 350–400 m, wobei ein erheblicher Höhenunterschied zu überwinden ist. Parkierungsmöglichkeiten bestehen unmittelbar im NVZ. Die fußläufige Erreichbarkeit für die umgebenden Wohnquartiere ist als unproblematisch zu bezeichnen. Das Nahumfeld des NVZ wird überwiegend durch mehrgeschossige Wohngebäuden geprägt. Sie sind nördlich und südlich um das NVZ positioniert.

Das NVZ Fuchslöcherstraße setzt sich insgesamt aus drei Immobilien zusammen, die sich um eine modern gestaltete Grünfläche gruppieren. Im westlichen Gebäudeteil befindet sich ein Gastronomiebetrieb sowie ein Kampfsportklub. Östlich liegen zwei mehrgeschossige Wohn- und Geschäftshäuser, die mittels eines Durchgangs verbunden sind. Beiderseits des Durchgangs befinden sich Einzelhandelsflächen, die mit einem Supermarkt und einem Getränkemarkt belegt sind. Unmittelbar anschließend sind die Kundenparkplätze angeordnet.

Auf Grund von Lagedefiziten und des eingeschränkten Angebotes übernimmt das NVZ v.a. Versorgungsfunktionen für den Stadtteil Jena-Ost.

Dem NVZ Ost II sind als Versorgungsraum der statistische Bezirk Wenigenjena/Schlegelsberg mit ca. 5.500 Einwohnern und rd. 26,7 Mio. EUR einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zugeordnet.

Das NVZ Ost II kann seine Versorgungsfunktion noch erfüllen. Es sollte aber überprüft werden, inwiefern eine Angebotsausweitung möglich ist.

### Maßnahmen zur Aufwertung des NVZ Ost II

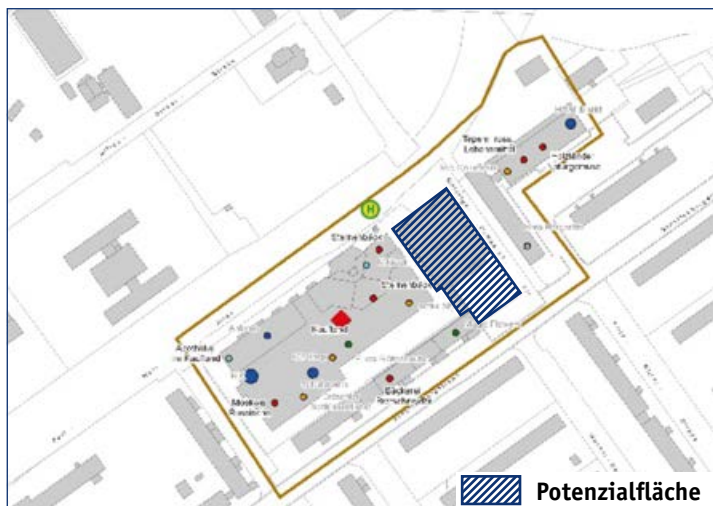
#### Städtebauliche Aspekte

- Fortführung der Fußwege in der Auffahrt zum NVZ
- Schaffung eines barrierefreien Zugangs entlang des Biberweges (Vermeidung von Treppen, Anbringen von Geländern) sowie an der Südseite des NVZ
- Sanierung der vorhandenen Möblierung (Sitzbänke, Mülleimer)
- Installation eines Aufzuges zur besseren Anbindung des 1. OG
- Erweiterung der Parkierungsflächen, z. B. im nördlichen Bereich des Areal

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Prüfung der Möglichkeiten zur baulichen Zusammenlegung des Rewe-Supermarktes und des Rewe-Getränkemarktes mit neuem Eingangsbereich mit dem Ziel der Erweiterung von Rewe im Bestand

## Zentrenpass 10: Zentraler Versorgungsbereich »Stadtteilzentrum (STZ) Lobeda-West« – Karl-Marx-Allee



### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	4.215
Gesundheit, Körperpflege	535
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	175
Bücher, PBS, Spielwaren	210
Bekleidung, Schuhe, Sport	960
Elektrowaren	245
Hausrat, Einrichtung, Möbel	115
Sonstiger Einzelhandel	150
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>6.605</b>

\* Die VK der Fa. Kaufland wurde nach Hauptwarengruppen aufgeteilt.

### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Praxis für Allgemeinmedizin, Frauenarztpraxis, Hebamme, Internist, Reisebüro, Rheuma Beratungsstelle, Fußpflege, Nagelstudio, Frisör, Schuh- und Schlüsseldienst, Cash-Point, Post mit Postbank, Versicherungsbüro

**Gastronomie:** Selbstbedienungsrestaurant, Asia-Imbiss, Eis-Café, Bäckerei-Café, Imbiss, Pizzadienst

**Freizeit:** ---

**Sonstiges:** Stadtteilbüro mit Galerie, Lohnsteuerhilfverein, Passfotoautomat

Das Stadtteilzentrum Lobeda-West befindet sich im gleichnamigen Jenaer Stadtteil an der Karl-Marx-Allee. Es liegt im südöstlichen Bereich des Jenaer Stadtgebietes.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des STZ ist als gut zu bezeichnen. Die Anbindung an den ÖPNV ist durch eine Haltestelle direkt vor dem STZ gegeben. Die fußläufige Erreichbarkeit aus den angrenzenden Wohnblöcken ist ebenfalls als unproblematisch einzustufen. Pkw-Kunden können von der Stadtrodaer Straße durch eine gut ausgebauten Anschlussstelle problemlos zum STZ gelangen. Parkmöglichkeiten bestehen in einer mehrgeschossigen Tiefgarage. Insgesamt stehen den Kunden ausreichende Parkmöglichkeiten zur Verfügung.

Das Nahumfeld des STZ wird neben mehrgeschossigen Wohnblöcken in Plattenbauweise im Süden auch von Schulen, einer Sport- und Schwimmhalle, einem Ambulatorium sowie kulturellen Einrichtungen geprägt.

Baulich wird das STZ von einer einheitlich geplanten, mehrgeschossigen Immobilie mit einem SB-Warenhaus sowie mehreren Fachmärkten und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben dominiert. An das SB-Warenhaus schließt sich direkt eine Leerstandsfläche in einer eingeschossigen ehemaligen Kaufhalle an. Weitere, der Versorgungslage zuzuordnende, kleinflächige Betriebe befinden sich an der Matthias-Domaschk-Straße und in der Ladenstraße.

Leerstände im STZ dokumentieren die schwierige Marktposition des Standortes, der durch den Ausbau des STZ Lobeda-Ost zunehmend unter einen Wettbewerbsdruck geraten ist. Zur unbefriedigenden Situation trägt auch der Investitionsstau in der Immobilie bei.

Das Stadtteilzentrum erschließt ein Kerneinzugsgebiet, das sich v. a. auf Lobeda-West und Lobeda-Altstadt bezieht. Der dem STZ Lobeda-West zugeordnete Versorgungsraum umfasst die statistischen Bezirke Lobeda-West und Lobeda-Altstadt mit insgesamt rd. 9.600 Einwohnern und einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von ca. 47,6 Mio. EUR.

Das STZ Lobeda-West kann seine Versorgungsfunktion erfüllen. Angesichts der rückläufigen Einwohnerentwicklung ist aber eine Angebotsausweitung nicht tragfähig, vielmehr sollten die Leerstände durch eine Nachvermietung beseitigt und eine qualitative Verbesserung angestrebt werden.

### Maßnahmen zur Aufwertung des STZ Lobeda-West

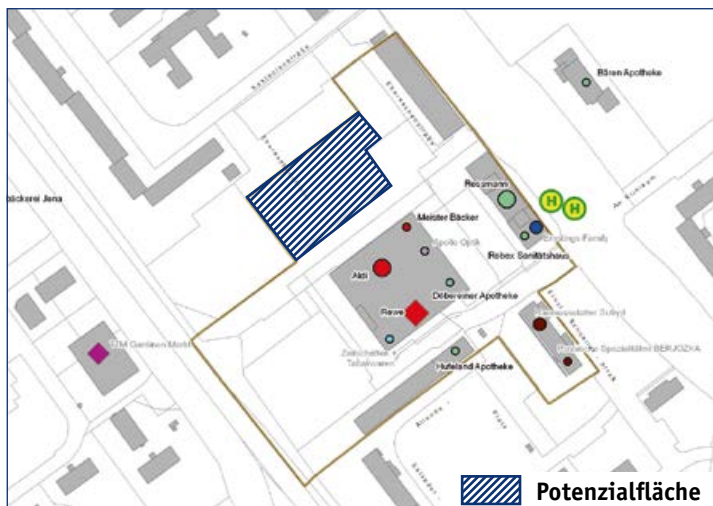
#### Städtebauliche Aspekte

- Beseitigung der städtebaulichen Missstände im östlichen Bereich des STZ (Leerstände, schlechter Zustand der Immobilien, Verschmutzung, Vandalismus etc.) z. B durch Abriss oder Revitalisierung des ehem. Rewe-Gebäudes /ggf. Gestaltung als öffentlicher Raum
- Verbesserung der Fußwegenanbindung von den südlich gelegenen Wohnquartieren (z. B. über ehem. Rewe-Parkplatz, bessere Ausschilderung der Durchwegung im südlich angrenzenden Plattenbau)
- optimierte Anbindung des kleinen Geschäftsbereiches im südlichen Anschluss an die Hauptimmobilie (Geschäfte als Unterlagerung eines Plattenbaus in der Stauffenbergstraße)
- Aufwertung der Ladenstraße (Sanierung der TLG-Immobilie) und dazugehöriger Pergola

#### **Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte**

- Bereitstellung einer Potenzialfläche, vorzugsweise für ambulanten Handel (Markt) oder Gestaltung als öffentlicher Raum
- Revitalisierung der leerstehenden oder mindergenutzten Ladenflächen im Stadtteilzentrum
- Installation eines Leitsystems innerhalb des mehrstöckigen und baulich teilweise unübersichtlichen Stadtteilzentrums
- Beseitigung des Investitionsstaus im Center/Verbesserung der Ausleuchtung des Centers

## Zentrenpass 11: Zentraler Versorgungsbereich »Stadtteilzentrum (STZ) Lobeda-Ost« – Salvador-Allende-Platz



### VK-Ausstattung nach Hauptwarengruppen in m<sup>2</sup>\*

Nahrungs- und Genussmittel	2.420
Gesundheit, Körperpflege	980*
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	45
Bekleidung, Schuhe, Sport	150
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	135
Sonstiger Einzelhandel	65
Einzelhandel insgesamt	3.795

\* Drogeriewaren im Rewe Supermarkt  
und Aldi Lebensmitteldiscounter

### Komplementärnutzungen

**Dienstleistungen:** Praxis für Kieferorthopädie, Praxis für Physiotherapie, Praxis für Ergotherapie, Sparkasse, Volksbank, Reisebüro, Post-Agentur, Reha-Zentrum, Frisör, Änderungsschneiderei, Versicherungsbüro, Fahrschule

**Gastronomie:** Bäckereicafé, Imbissstände

**Freizeit:** ---

**Sonstiges:** Tintentankstelle, öffentliches Telefon, Kundentoilette, Wertstoff-Container, Spielplatz, Briefkasten

Das Stadtteilzentrum Lobeda-Ost befindet sich im gleichnamigen Stadtteil an der Erlanger Allee. Der Stadtteil ist überwiegend von mehrgeschossigen Wohnblöcken in Plattenbauweise, dem Universitätsklinikum und anderen Gesundheitseinrichtungen geprägt.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des STZ kann als gut bezeichnet werden. Die Anbindung an den ÖPNV ist durch eine Haltestelle direkt am STZ gesichert. Für den Fußgängerverkehr aus den umliegenden Wohngebieten ist die Erreichbarkeit als gut einzustufen. Über die Erlanger Allee besteht eine Zufahrt zur Stadtrodaer Straße. Parkmöglichkeiten bestehen für den Pkw-Kundenverkehr im Bereich des Stadtteilzentrums. Das Nahumfeld des potenziellen STZ ist einerseits durch mehrgeschossige Wohnblöcke im nördlichen und südlichen Bereich geprägt, andererseits durch das Universitätsklinikum und die Gräfliche Klinik an der Erlanger Allee.

Das STZ setzt sich neben den Unterlagerungen am südlichen Rand des Salvador-Allende-Platzes aus zwei modernen Handelsimmobilien, die um einen Parkplatz gruppiert sind, zusammen. Ergänzt werden diese Handels- und Dienstleistungseinrichtungen durch die nördlich angrenzenden Gräfliche Klinik (ambulantes Reha-Zentrum). Weiterhin befinden sich auch noch private Parkplätze westlich der Handelsimmobilien. Potenzialflächen zum Ausbau des Stadtteilzentrums befinden sich am nördlichen Rand des zentralen Versorgungsbereiches (Ebereschenstraße). Als Magneten fungieren im Stadtteilzentrum Aldi, Rewe und Rossmann.

Auf Grund der Konkurrenzbeziehung zum STZ Lobeda-West aber auch zum nahegelegenen EKZ Burgaupark deckt derzeit das STZ ein Kerneinzugsgebiet ab, das sich in erster Linie auf Lobeda-Ost und Lobeda-Altstadt bezieht.

Der dem STZ Lobeda-Ost zugeordnete Versorgungsraum umfasst im Planungsraum Lobeda die statistischen Bezirke Lobeda-Altstadt, Lobeda-Ost, Drackendorf/Lobeda-Ost und die Ortschaften Drackendorf und Ilmnitz mit insgesamt ca. 15.060 Einwohnern und einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 74,8 Mio. EUR.

Das moderne STZ kann seine Versorgungsfunktion im vollen Umfang erfüllen. Ein weiterer Ausbau erscheint derzeit und auch perspektivisch aufgrund der Einwohnerentwicklung nicht angezeigt.

### Maßnahmen zur Aufwertung des STZ Lobeda-Ost

#### Städtebauliche Aspekte

- Funktionale Verbindung des neu geschaffenen Stadtteilzentrums mit den unterlagerten Gewerbeflächen in den Plattenbauten im südlichen bzw. südöstlichen Anschluss (z. B. Wegeführung, Straßenquerung, Leitsystem) und Umfeldgestaltung (Salvador-Allende-Platz Nr. 9 – 23)

#### Einzelhandelsbezogene / absatzpolitische Aspekte

- Installation von Branchenführern zur Dokumentation der Multifunktionalität des Stadtteilzentrums
- Aufwertung der Mall insbesondere im Vorfeld von Aldi (z. B. Einrichtung einer Ruhezone)
- Aufwertung der Unterlagerung Salvador-Allende-Platz Nr. 9 – 23 in Bezug auf Einzelhandel und v. a. Gastronomie, Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit den Eigentümern (jenawohnen)
- Die bestehende Potenzialfläche kann durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel genutzt werden. Mögliche Sortimente könnten Bio-Lebensmittel sein.

# Weiterführende Literatur

## Auszug

Baugesetzbuch (BauGB), § 34 Abs. 3: Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile. Beck-Texte im dtv, 45. Auflage, 2014

BSV Büro für Stadt- und Verkehrsplanung Dr.-Ing. Reinhold Baier GmbH: Leitfaden Gesamtstädtische Parkraumkonzeption, Fortschreibung des Parkraumkonzeptes Innenstadt und Leitlinien zum Umgang mit dem ruhenden Verkehr im gesamtstädtischen Zusammenhang, 2010

EHI Retail Institute: EHI Handelsdaten aktuell, Ausgaben 2010/2011, 2013, 2014

Hahn Gruppe, Retail Real Estate Report Germany, verschiedene Jahrgänge

Handelsverband Deutschland e.V. – Der Einzelhandel, verschiedene Veröffentlichungen verschiedener Jahrgänge

IHK Erfurt / IHK 24: »Der Handel verändert sich – Über 50 Shopping-Center in Planung«  
[https://www.erfurt.ihk.de/servicemarken/branchen/Handel/Trends\\_und\\_Entwicklungen\\_im\\_Handel/Der\\_Handel\\_veraendert\\_sich\\_Ueber\\_50\\_Shopping\\_Center\\_in\\_Planung/395330](https://www.erfurt.ihk.de/servicemarken/branchen/Handel/Trends_und_Entwicklungen_im_Handel/Der_Handel_veraendert_sich_Ueber_50_Shopping_Center_in_Planung/395330)  
Studie der IHK und des EHI Retail Institute Köln (Verteilung der Shopping-Center-Gesamtfläche in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2013 nach Bundesländern, in Prozent); Zugriff am 17. 11. 14.

IHK Ostthüringen zu Gera: Großflächiger Einzelhandel in der Region Ostthüringen 2011, Gera Juni 2011

Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, vhw Verlag, Bonn, 2007

Meyer, Günter: Entwicklung des Passantenverkehrs in der Jenaer Innenstadt 1991 bis 2012. Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Band 33, Geographisches Institut an der Johannes Gutenberg Universität Mainz, Juli 2012

Meyer, Günter: City Entwicklung Jena 1991 bis 2012. Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt Band 34, Geographisches Institut an der Johannes Gutenberg Universität Mainz, September 2014

Michael Bauer Research GmbH (MB Research): Internationale Marktdaten 2012

Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr Thüringen: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, in Kraft getreten am 5. Juli 2014

Stadt Jena: formatio jenensis, Standard für die Gestaltung des öffentlichen Raumes. Schriften zur Stadtentwicklung Nr. 2, Stand 2013

Stadt Jena: Konzeption zur Entwicklung des Einzelhandelsnetzes in der Stadt Jena, Fortschreibung 1997, beschlossen 1999

Stadt Jena: Nahversorgungskonzept Jena 2015, beschlossen 2006

Stadt Jena: Stadtteilentwicklungskonzept Nord 2012, evaluiert 2014

Stadt Jena: Stadtumbaugebiet Jena Nord, Teilräumliches Stadtbaukonzept 2017, KEM Kommunalentwicklung Mitteldeutschland GmbH, Stand 03/2011

Stadt Jena: Statistikstelle, Jenaer Statistik Quartalsbericht IV/2012, statistische Privathaushalte und Wohnhaushalte  
Stadt Jena: Statistikstelle, Bevölkerungsprognose 2014

Stadt Jena: Wohnen in Jena (Nr. 1 der Schriften zur Stadtentwicklung), Januar 2012





# Dank

Mitwirkung im projektbegleitenden Arbeitskreis:

Handelsverband Thüringen »Der Einzelhandel e. V.«  
Industrie- und Handelskammer Ostthüringen zu Gera  
Jenaer Einzelhandelsunternehmen

JenaKultur

Kreishandwerkerschaft Jena / Saale-Holzland-Kreis

Thüringer Landesverwaltungsamt Weimar

Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH

Fraktionen des Jenaer Stadtrates

sowie

Dezernate und Fachbereiche der Stadtverwaltung Jena

Erarbeitung des Konzeptes und fachliche Begleitung:

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH Ludwigsburg

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Bereitstellung eines Fachbeitrages:

Cornelia Dörries

Deutsches Architektenblatt »der architekt«

## Bildnachweise und Autoren

### Bilder:

Titelseite:

Andreas Hub, Matthias Lerm, Sebastian Reuter (obere Reihe von links)

DominoPlus, Matthias Lerm, Nürnberg Luftbild · Hajo Dietz, Dez. Stadtentwicklung und Umwelt · FAIRTRADE (untere Reihe von links)

Seite 4 und 5: [www.jena.de](http://www.jena.de) >>> Pressebilder

Seite 7: shutterstock · LuckyImages

Seite 11: Nürnberg Luftbild · Hajo Dietz

Seite 13: Matthias Lerm

Seite 15: Regina Geib

Seite 23: Matthias Lerm

Seite 33: DominoPlus

Seite 42: Andreas Hub

Seite 45: Sebastian Reuter

Bilder in den blauen Flächen: Nürnberg Luftbild · Hajo Dietz

### Texte:

Seite 12/13

Städtisch handeln · Fachbeitrag von Cornelia Dörries,  
Redakteurin Deutsches Architektenblatt

»Städtisch handeln« in Anlehnung an die Veröffentlichung im Deutschen Architektenblatt 10/2015

Seite 14 – 48

Kurzfassung »Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2025«:

Oliver Behrens, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH Ludwigsburg

**Herausgeber:** Stadt Jena, Dezernat Stadtentwicklung und Umwelt

**Kontakt:** Stadt Jena, Dezernat Stadtentwicklung und Umwelt, Fachbereich Stadtentwicklung/Stadtplanung

Am Anger 26 · 07743 Jena

Telefon: +49 (0) 3641 495201

E-Mail: [fb-stadtentwicklung@jena.de](mailto:fb-stadtentwicklung@jena.de)

[www.jena.de](http://www.jena.de)

Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH

Leutragraben 2 – 4 · 07743 Jena

Telefon: +49 (0) 3641 87300-30

E-Mail: [jenawirtschaft@jena.de](mailto:jenawirtschaft@jena.de)

[www.jenawirtschaft.de](http://www.jenawirtschaft.de)

**Redaktion:** Fachdienst Stadtentwicklung

Barbara Heinze, Dr.-Ing. habil. Matthias Lerm

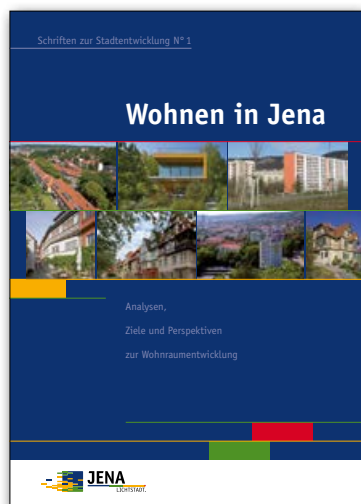
November 2015

### Gestaltung

**und Lektorat:** DominoPlus, Jena

[www.dominoplus-jena.de](http://www.dominoplus-jena.de)

Bisher erschienen



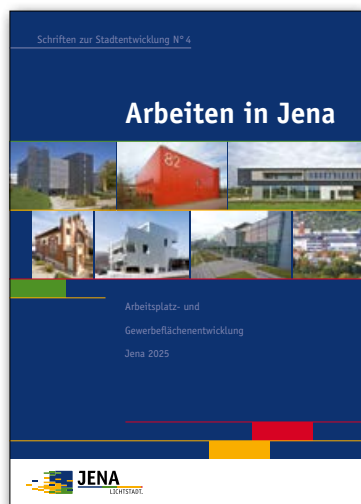
Heft 1: **Wohnen in Jena** 2012



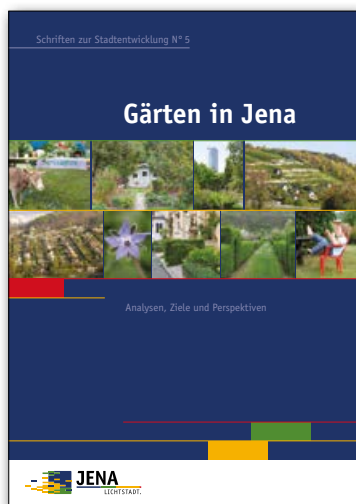
Heft 2: **formatio jenensis** 2013



Heft 3: **Handbuch Klimagerechte Stadtentwicklung für Jena** 2012



Heft 4: **Arbeiten in Jena**



Heft 5: **Gärten in Jena**

