

# FORTSCHREIBUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES FÜR DIE LANDESHAUPTSTADT WIESBADEN - WESENTLICHE ERGEBNISSE -

Dipl.-Geogr. Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung Büro Köln

11. Mai 2021



# Gliederung

1. Angebots- und Nachfragesituation

2. Zentren- / Standortstruktur und Sortimentsliste Wiesbaden

3. Empfehlungen zur Standortsteuerung

# Einzelhandelsbestand Gesamtstadt Wiesbaden

	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz (brutto)**	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	600	34	134.315	27	704,1	37
Gesundheit, Körperpflege	124	7	18.510	4	132,0	7
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	75	4	10.240	2	46,4	2
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>799</b>	<b>45</b>	<b>163.065</b>	<b>32</b>	<b>882,5</b>	<b>46</b>
Bücher, Schreib-/ Spielwaren	78	4	15.915	3	52,7	3
Bekleidung, Schuhe, Sport	284	16	94.635	19	382,1	20
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>362</b>	<b>20</b>	<b>110.550</b>	<b>22</b>	<b>434,8</b>	<b>23</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	74	4	18.580	4	138,1	7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	194	11	105.465	21	225,8	12
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	58	3	75.040	15	111,4	6
Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck	143	8	7.285	1	53,7	3
Sonstige Sortimente***	139	8	22.005	4	61,2	3
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>608</b>	<b>34</b>	<b>228.375</b>	<b>45</b>	<b>590,2</b>	<b>31</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>1.769</b>	<b>100</b>	<b>501.990</b>	<b>100</b>	<b>1.907,5</b>	<b>100</b>

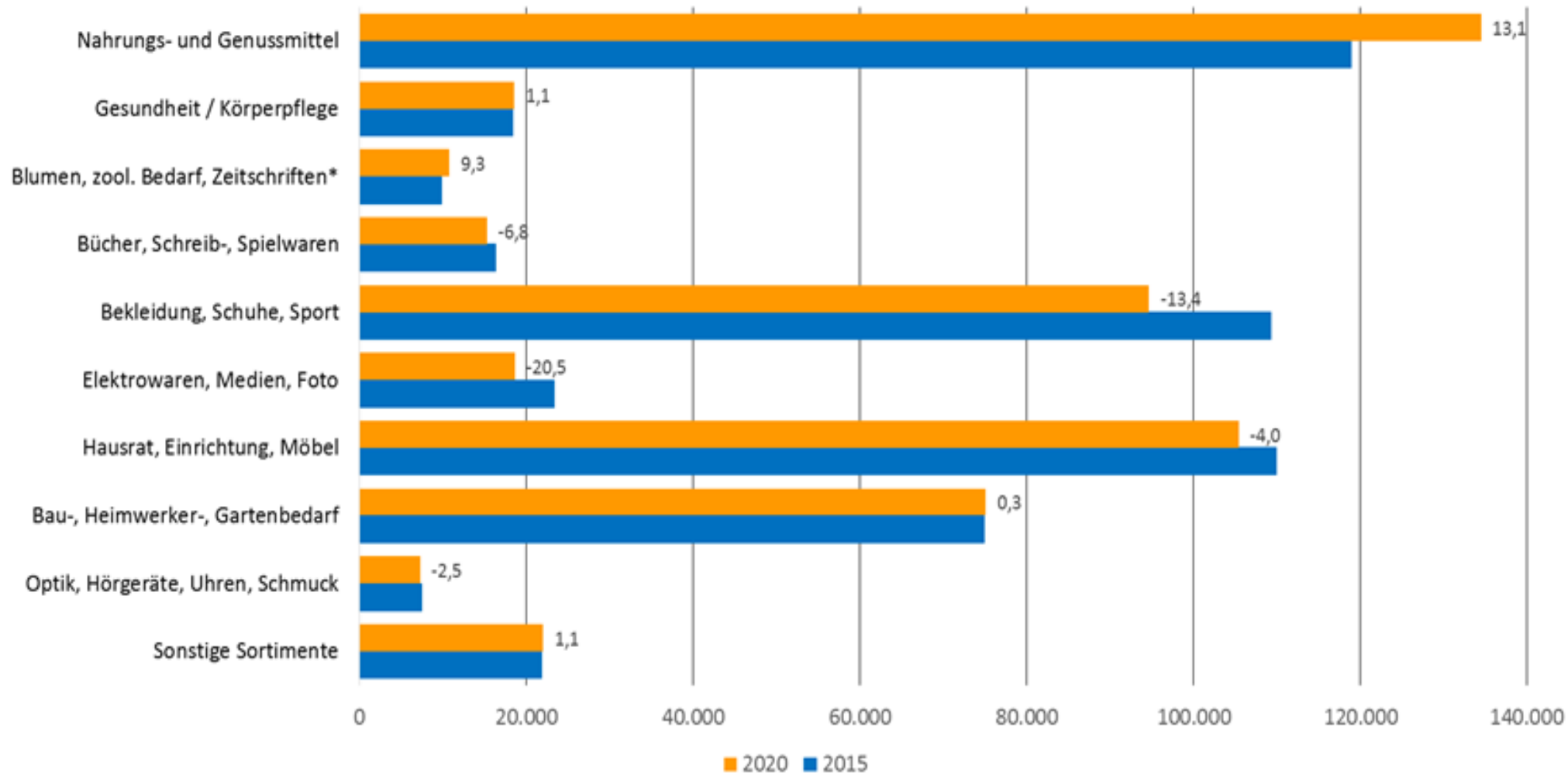
\* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

\*\* bereinigte Werte, Verkaufsflächen und Umsätze der Mehrbranchenbetriebe wurden den jeweiligen Sortimentsgruppen zugeordnet

\*\*\* Sonstige Sortimente: Musikalien, Gebrauchtwaren, Second Hand

GMA-Erhebung 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

# Verkaufsflächenentwicklung im Vergleich zu 2015



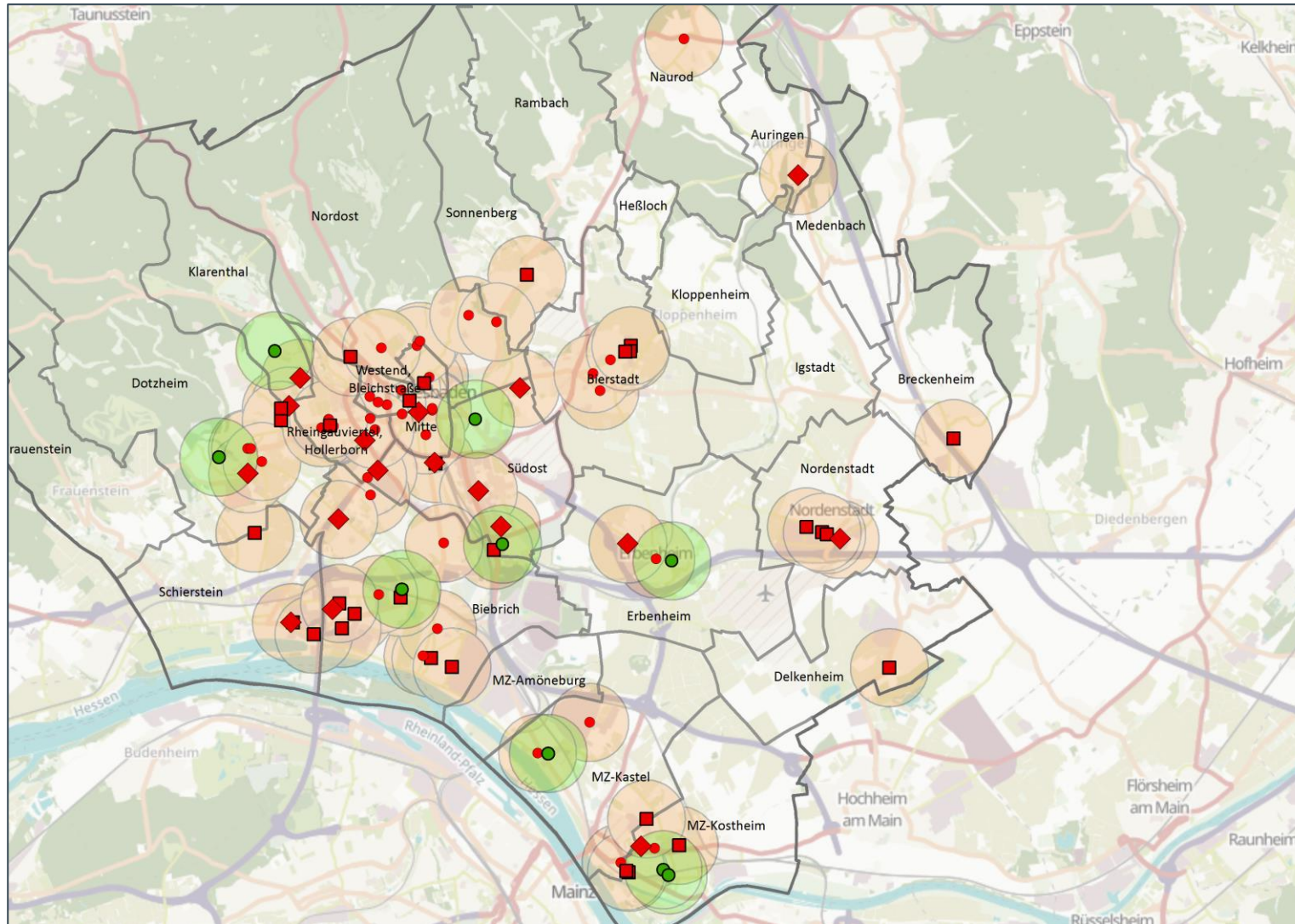
Verkaufsflächenvergleich prozentual im Vergleich zu 2015, \* Veränderungen der Sortimentssystematik;  
GMA-Darstellung 2020 (ca.-Werte, gerundet)

# Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Wiesbaden seit 2009

Kriterium	Jahr			Veränderung 2009 - 2015		Veränderung 2015 - 2020	
	2009	2015	2020	abs.	in %	abs.	Tendenz
Einwohner	277.493	282.201	291.359	+ 4.708	↗	9.158	↗
Zahl der Betriebe	2.079	1.946	1.769	- 133	↘	- 177	↘
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	466.300	510.105	501.990	+ 43.805	↗	- 8.115	↘
Umsatzleistung in Mio. €	1.682,0	1.769,2	1.907,5	+ 87,2	↗	+ 138,3	↗
Verkaufsfläche je Betrieb in m <sup>2</sup>	225	262	284	+ 37	↘	+ 22	↗

GMA-Untersuchungen 2009, 2015 und 2020 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

# Nahversorgungsstruktur



## Legende

### Lebensmittelmärkte

- ◆ über 1.400 m<sup>2</sup> VK
- 800 bis < 1.400 m<sup>2</sup> VK
- unter < 800 m<sup>2</sup> VK
- Bestand
- neu / Umbau

Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;  
GMA-Bearbeitung 2020

# Gliederung

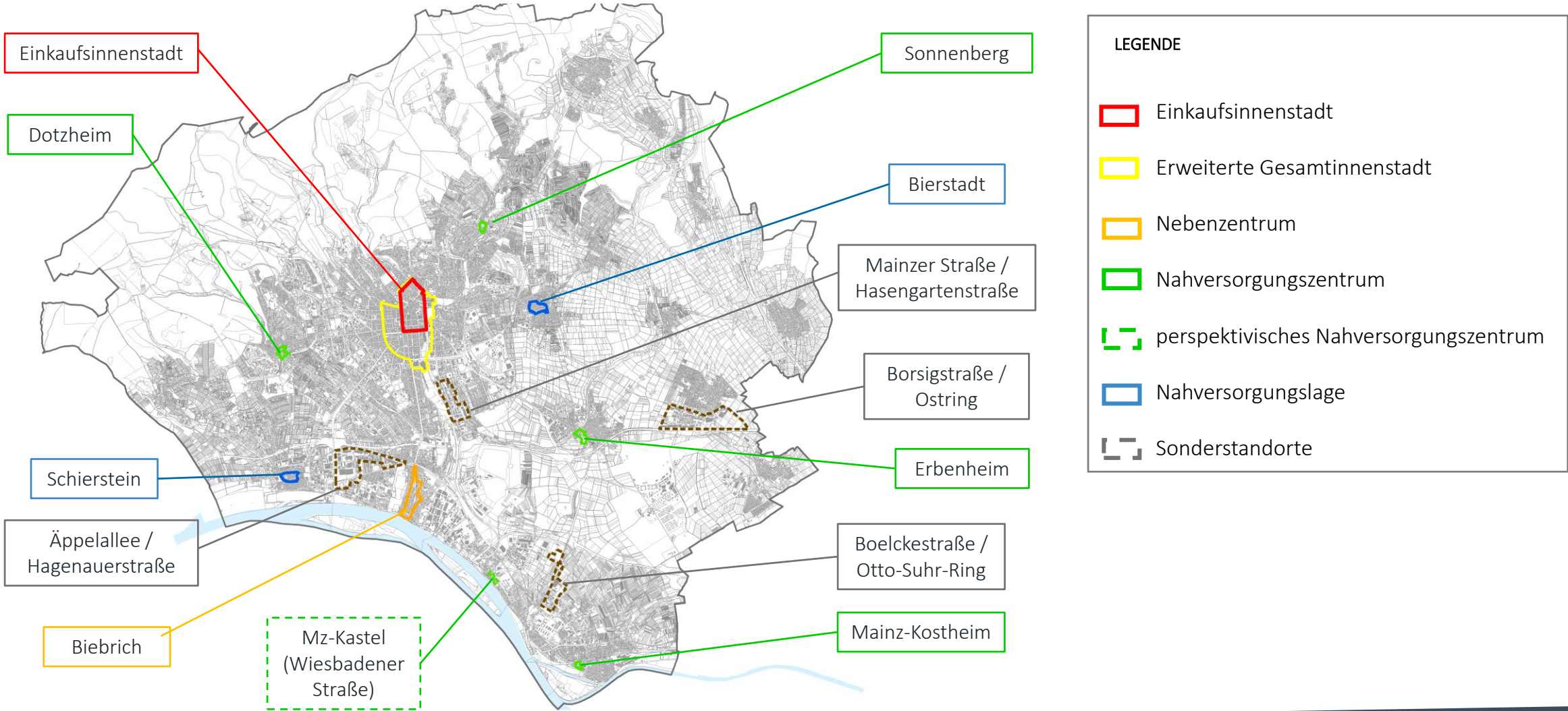
1. Angebots- und Nachfragesituation

**2. Zentren- / Standortstruktur und Sortimentsliste Wiesbaden**

3. Empfehlungen zur Standortsteuerung



# Zentren- und Standortstruktur Wiesbaden 2020





# Zentren- und Standortstruktur Wiesbaden 2020

Standortbezeichnung Zielgebiet

<b>Hauptzentrum</b>	<b>Einkaufsinnenstadt</b>	<b>= Zentrale Versorgungsbereiche i. S. v.</b> § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO
<b>Nebenzentrum</b>	<b>Stadtteilzentrum Biebrich</b>	
<b>Nahversorgungszentrum</b>	Nahversorgungszentrum Dotzheim Nahversorgungszentrum Erbenheim Nahversorgungszentrum Sonnenberg Nahversorgungszentrum Mainz-Kostheim perspekt. Nahversorgungszentrum Mainz-Kastel	
<b>Nahversorgungslage</b>	Nahversorgungslage Bierstadt Nahversorgungslage Schierstein	<b>§ 30, § 34 BauGB</b>
<b>sonstige städtebaulich integrierte Lagen</b>		
<b>Sonderstandorte</b> - Äppelallee / Hagenauer Straße (Biebrich) - Mainzerstraße / Hasengartenstraße (Südost) - Borsigstraße / Ostring (Nordenstadt) - Boelckestraße / Otto-Suhr-Ring (Mainz-Kastel)		
<b>Gewerbe- und Industriegebiete (GE- / GI-Gebiete)</b>		
<b>Außenbereich</b>		<b>§ 35 BauGB</b>

GMA-Darstellung 2020

# Hauptzentrum Einkaufsinnenstadt

## LEGENDE

— Einkaufsinnenstadt

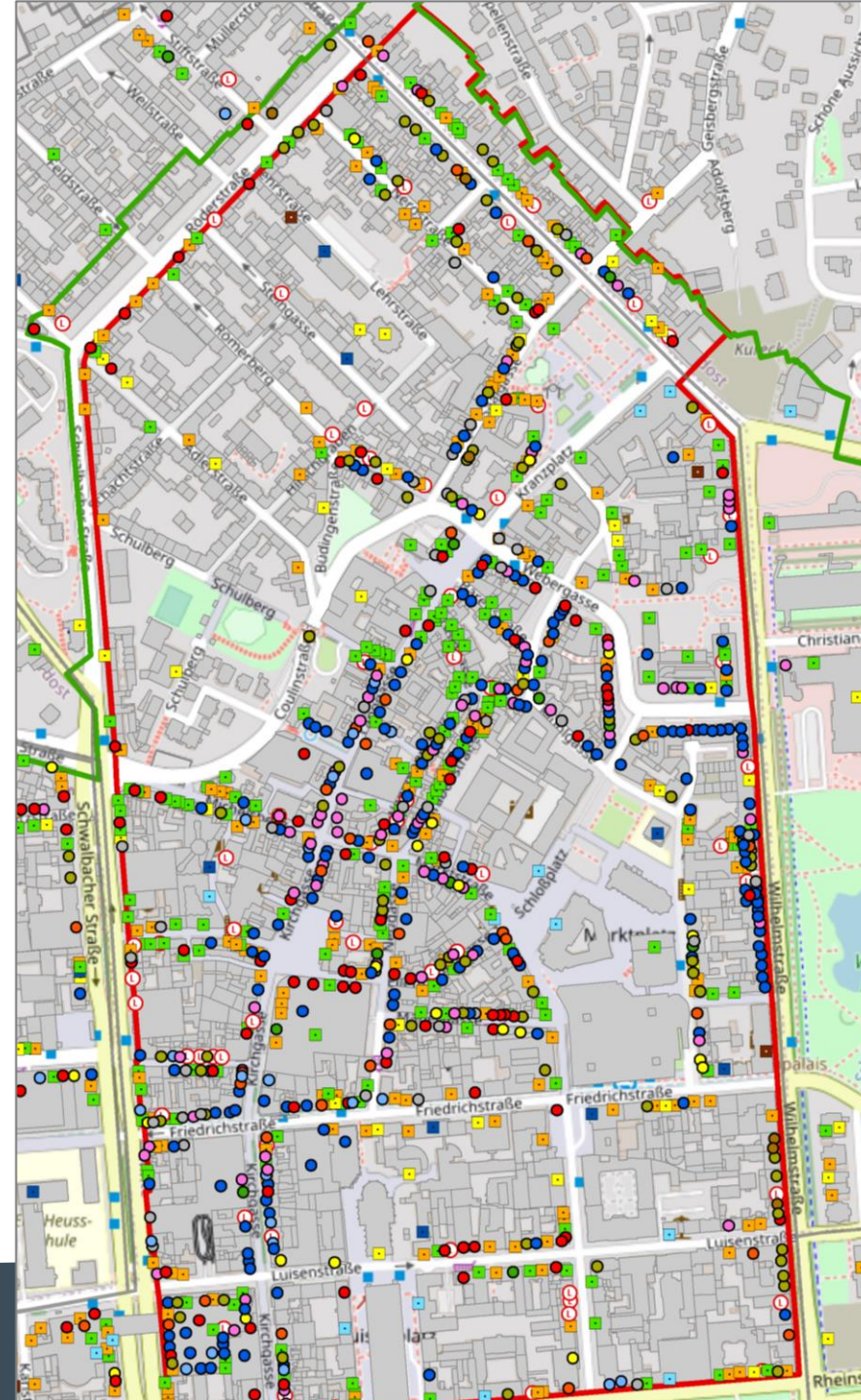
### Sortimente

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

### Komplementärnutzungen

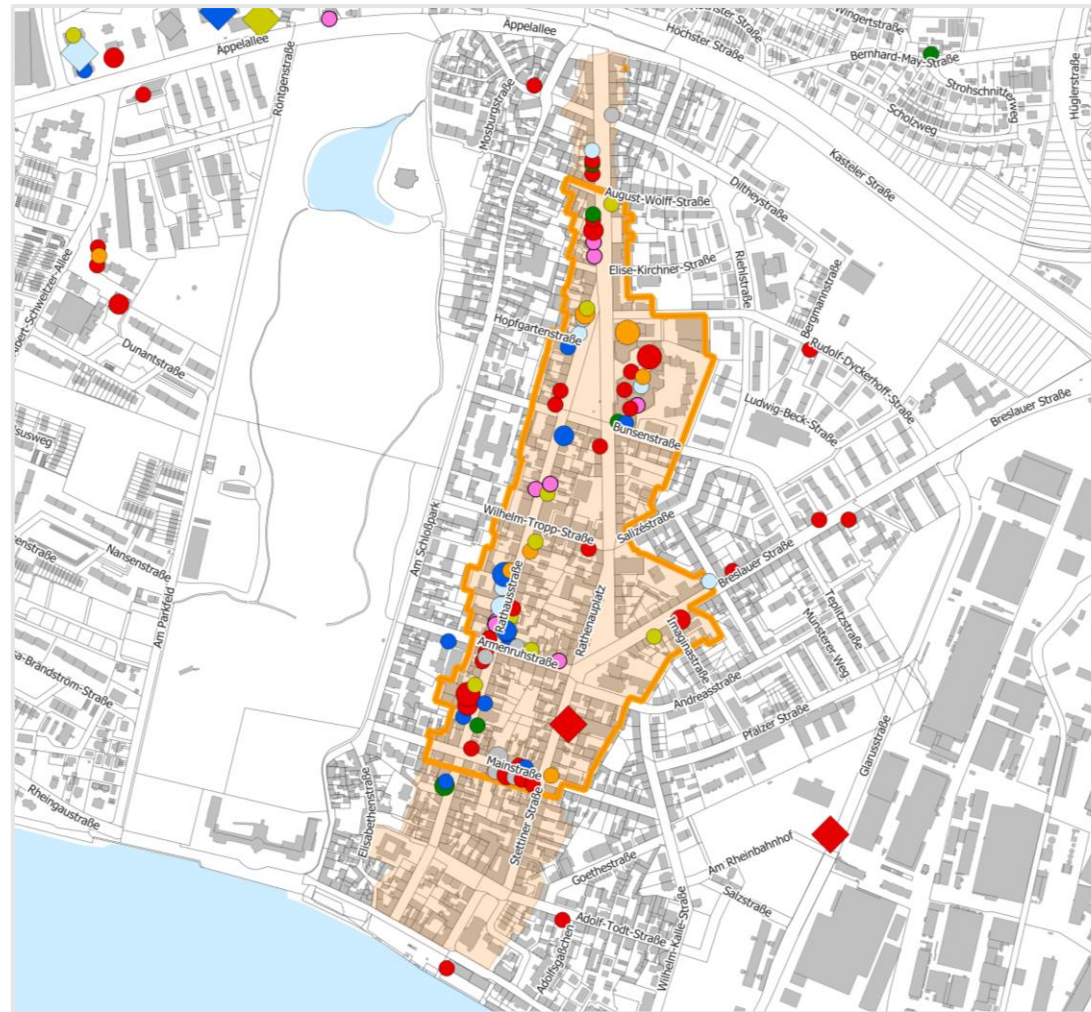
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand

Kartengrundlage: Landeshauptstadt Wiesbaden;  
GMA-Bearbeitung 2020





# STZ Biebrich



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	✓
fußläufige Erreichbarkeit	✓
gute ÖPNV-Anbindung	✓
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	✓
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	✓
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	✓
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	✓
Branchenmix	✓
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	✓
ergänzende Komplementärnutzungen	✓
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	✓
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	✓
Entwicklung / Potenzialflächen	✓
<b>Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?</b>	✓

## Legende

- Stadtteilzentrum
- Abgrenzung 2015

## Verkausflächengröße

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

## Sortimente

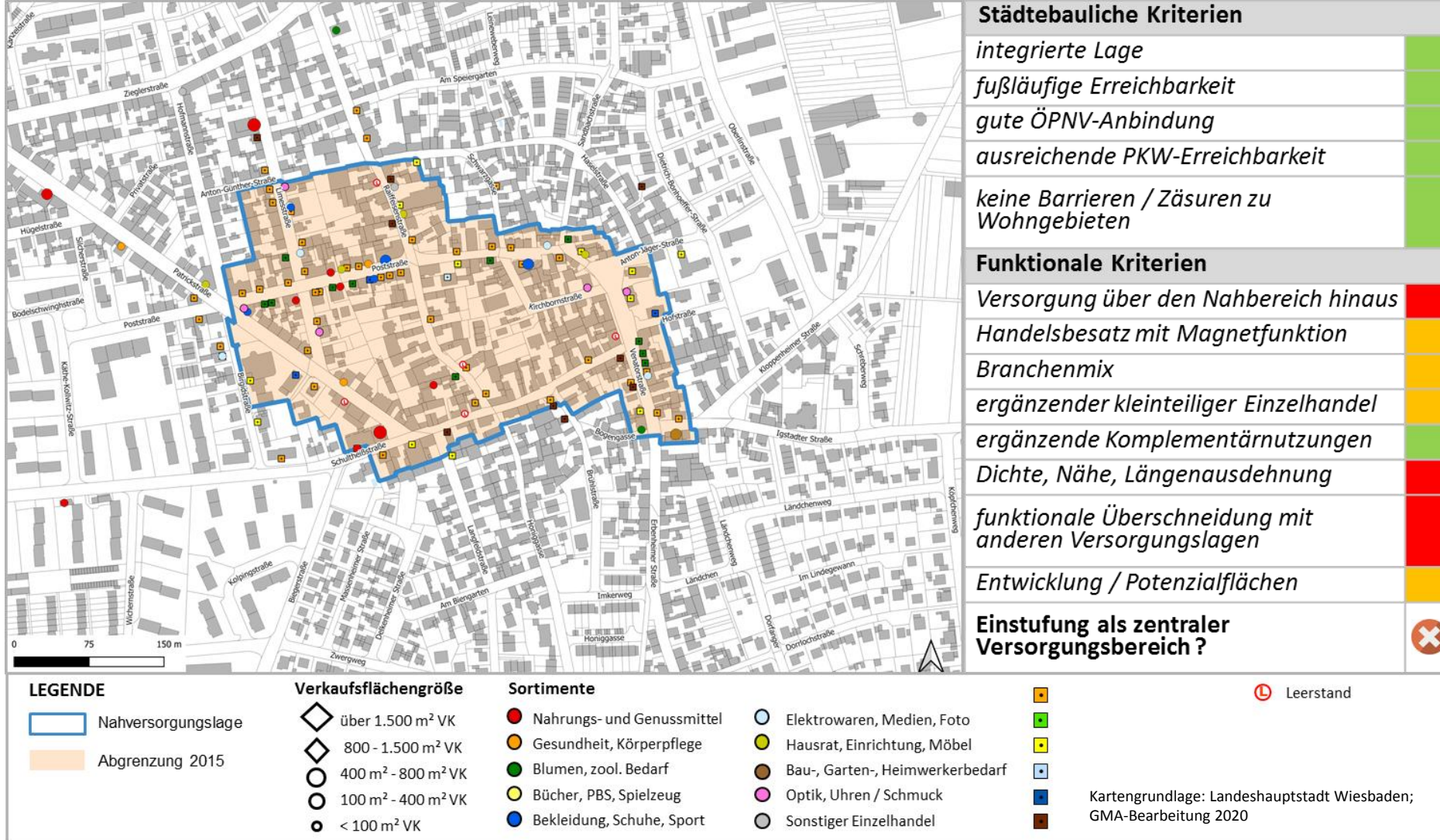
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe

- Leerstand



# NVL Bierstadt



# Alt- grenzung NVZ Mz-Kastel



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	Green
fußläufige Erreichbarkeit	Green
gute ÖPNV-Anbindung	Green
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	Green
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	Red
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	Yellow
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	Red
Branchenmix	Yellow
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	Yellow
ergänzende Komplementärnutzungen	Green
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	Red
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	Yellow
Entwicklung / Potenzialflächen	Yellow
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	Red X

## Legende

Abgrenzung 2015

## Verkausflächengröße

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

## Sortimente

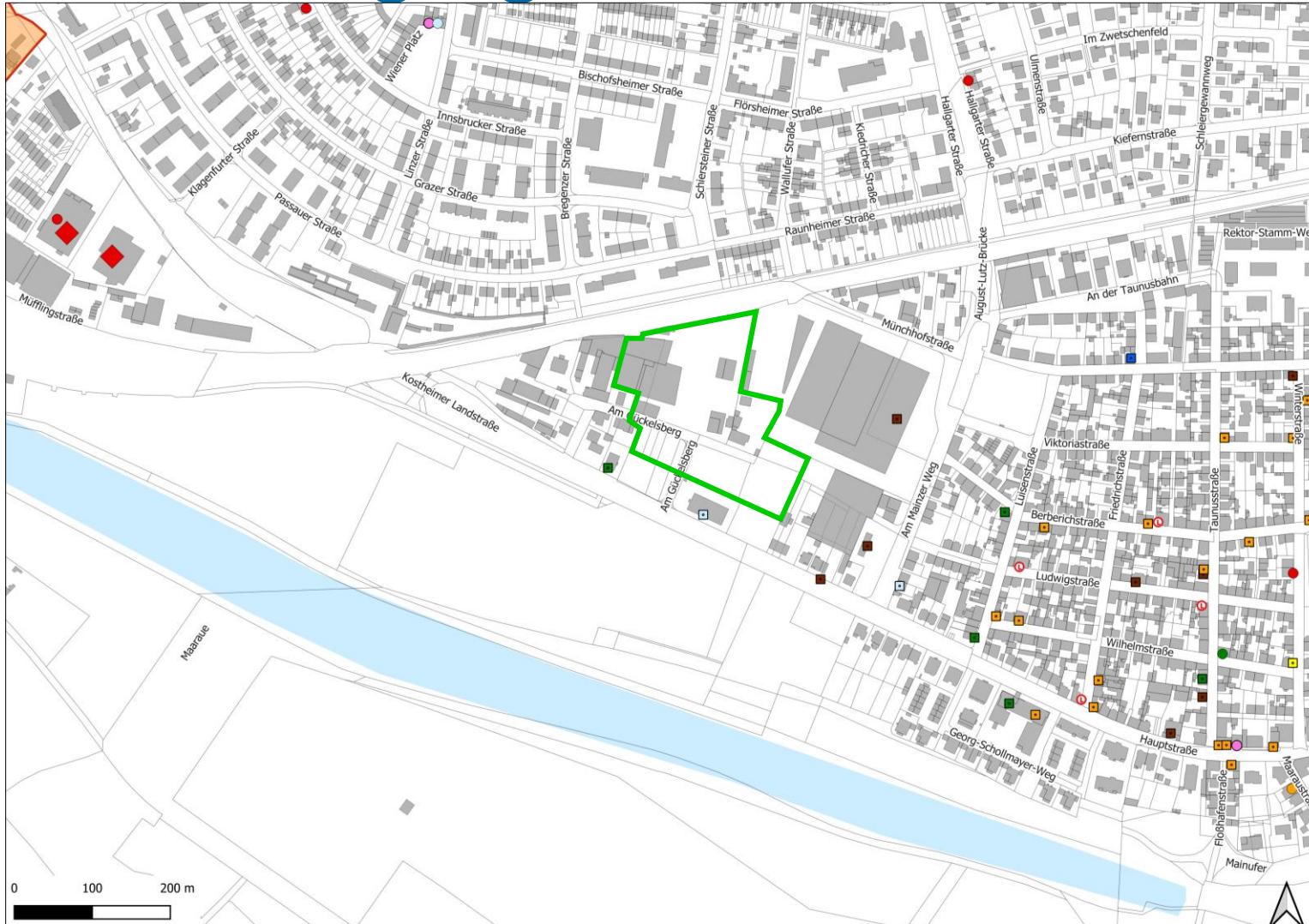
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe

Ⓛ Leerstand



# Nahversorgungszentrum Mz-Kostheim (neu)



**Legende**

Nahversorgungszentrum

**Verkaufsflächengröße**

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

**Sortimente**

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

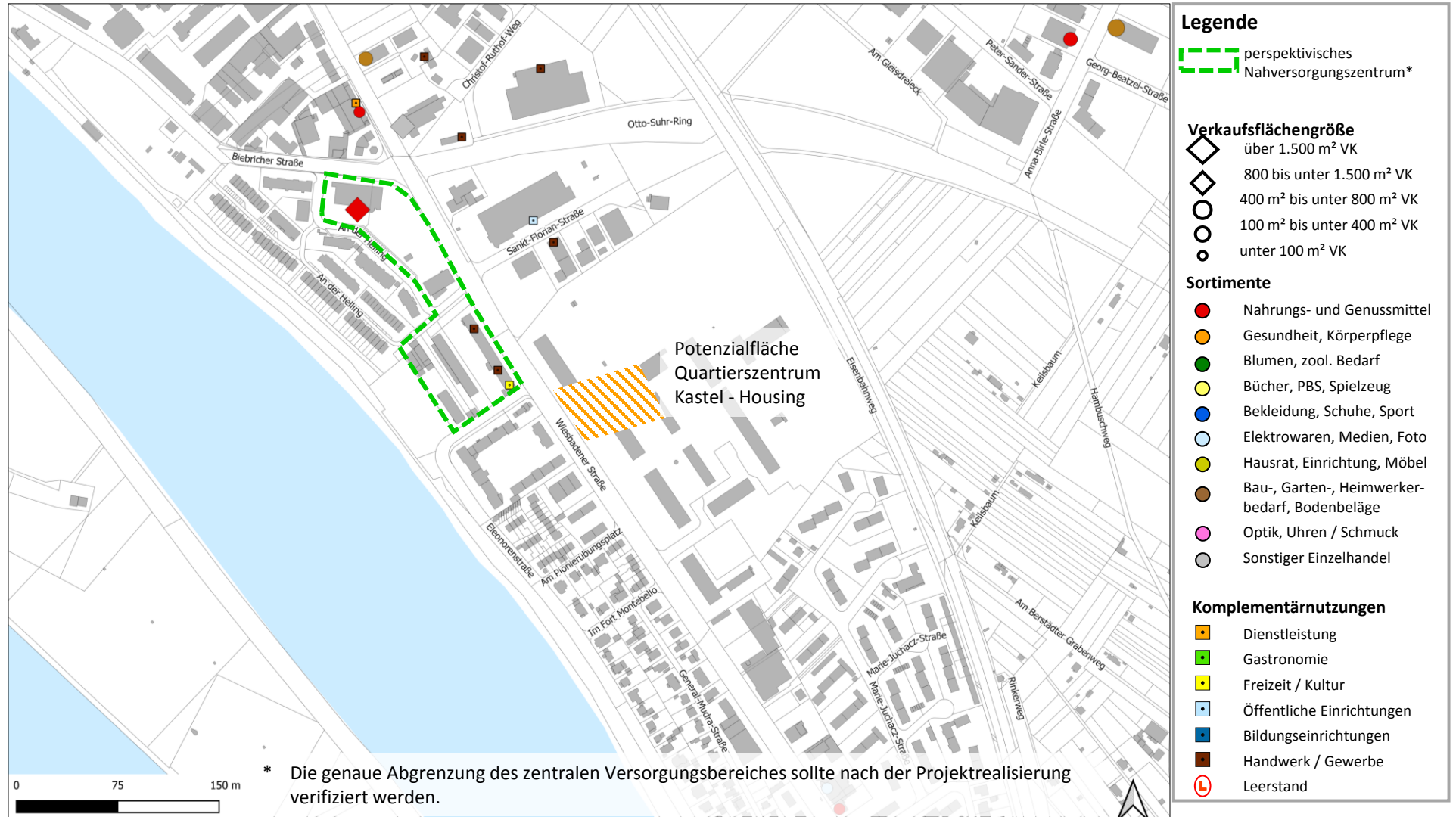
**Komplementärnutzungen**

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Ⓛ Leerstand



# perspektivisches Nahversorgungszentrum

## Mz-Kastel (neu)



# Wiesbadener Sortimentsliste 2020

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> <li>- medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren</li> <li>- Bücher</li> <li>- Spielwaren</li> <li>- Bekleidung, Wäsche (inkl. Baby- und Kinderartikel ohne Kinderwagen, Kindersitze)</li> <li>- Schuhe, Lederwaren</li> <li>- Sportbekleidung, -schuhe, -artikel (ohne Angelartikel, Jagdartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte)</li> <li>- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto) / Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte)</li> <li>- Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Badtextilien</li> <li>- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</li> <li>- Kürschnerwaren, Wolle, Kurzwaren / Handarbeiten, Stoffe</li> <li>- Kunst, Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen, Spiegel, Antiquitäten (ohne Antikmöbel)</li> <li>- Uhren, Schmuck</li> <li>- Optik, Akustik</li> <li>- Musikalien, Musikinstrumente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, Tierpflegemittel</li> <li>- Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel, Gartenkeramik, Pflanzgefäße, Gartenhäuser, Zäune</li> <li>- Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Sanitärartikel, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen</li> <li>- Möbel (inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel, Gartenmöbel)</li> <li>- Matratzen , Bettwaren</li> <li>- Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper</li> <li>- Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf</li> <li>- Elektro-Haushaltswaren (nur Großgeräte) / „weiße Ware“**</li> <li>- Büromaschinen, Büroorganisationsmittel</li> <li>- Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel), Boote und Zubehör Fahrräder, Fahrradzubehör Reitsportartikel, Angelartikel, Jagdartikel (alle Sortimente ohne Bekleidung)</li> <li>- Sportgroßgeräte</li> <li>- Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse</li> <li>- Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds, Kfz-Zubehör, Motorradzubehör, Reifenhandel</li> <li>- Antennen, Satellitenanlagen</li> <li>- Erotikartikel</li> </ul>
<p><b>nahversorgungsrelevant (gleichzeitig immer zentrenrelevant)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke</li> <li>- Reformwaren</li> <li>- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)pharmazeutische Artikel</li> <li>- (Schnitt-) Blumen</li> <li>- Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Bastelbedarf</li> </ul>	<p>* Im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar. / ** sperrige Haus- und Küchengeräte wie z. B. Herde, Öfen, Kühlschränke, Waschmaschinen; GMA-Empfehlungen 2020</p>

# Gliederung

1. Angebots- und Nachfragesituation

2. Zentren- / Standortstruktur und Sortimentsliste Wiesbaden

3. Empfehlungen zur Standortsteuerung



# Übersicht zur Standortsteuerung

Ansiedlung / Erweiterung in ...		Zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. BauGB und BauNVO			sonstige Lagen		
		Hauptzentrum	Stadtteilzentrum	Nahversorgungszentren	städtebaulich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungs-lagen)	Sonderstandorte <sup>3</sup>	sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbegebiete) <sup>3</sup>
mit ...							
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	✓	✓	ⓘ	⚡	⚡
	nicht großflächig <sup>1)</sup>	✓	✓	✓	ⓘ	⚡	⚡
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	ⓘ	⚡	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig <sup>1)</sup>	✓	✓	✓	NVL: ✓ siL: ⚡	⚡	⚡
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	⚡	⚡	⚡	⚡	✓ <sup>2)</sup>	ⓘ
	nicht großflächig <sup>1)</sup>	✓	✓	✓	⚡	✓	ⓘ

✓ Grundsätzlich möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen (Einzelfallprüfung bei großflächigen Vorhaben zu Auswirkungen erforderlich)

ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen

⚡ Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen

⚡ Grundsätzlich nicht möglich

1) großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

2) Randsortimentsregelungen (10 % Verkaufsflächenanteil zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente, max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

3) Ausnahme: Getränkemärkte  
NVL: Nahversorgungslage; siL: städtebaulich integrierte Lage  
GMA-Empfehlungen 2020



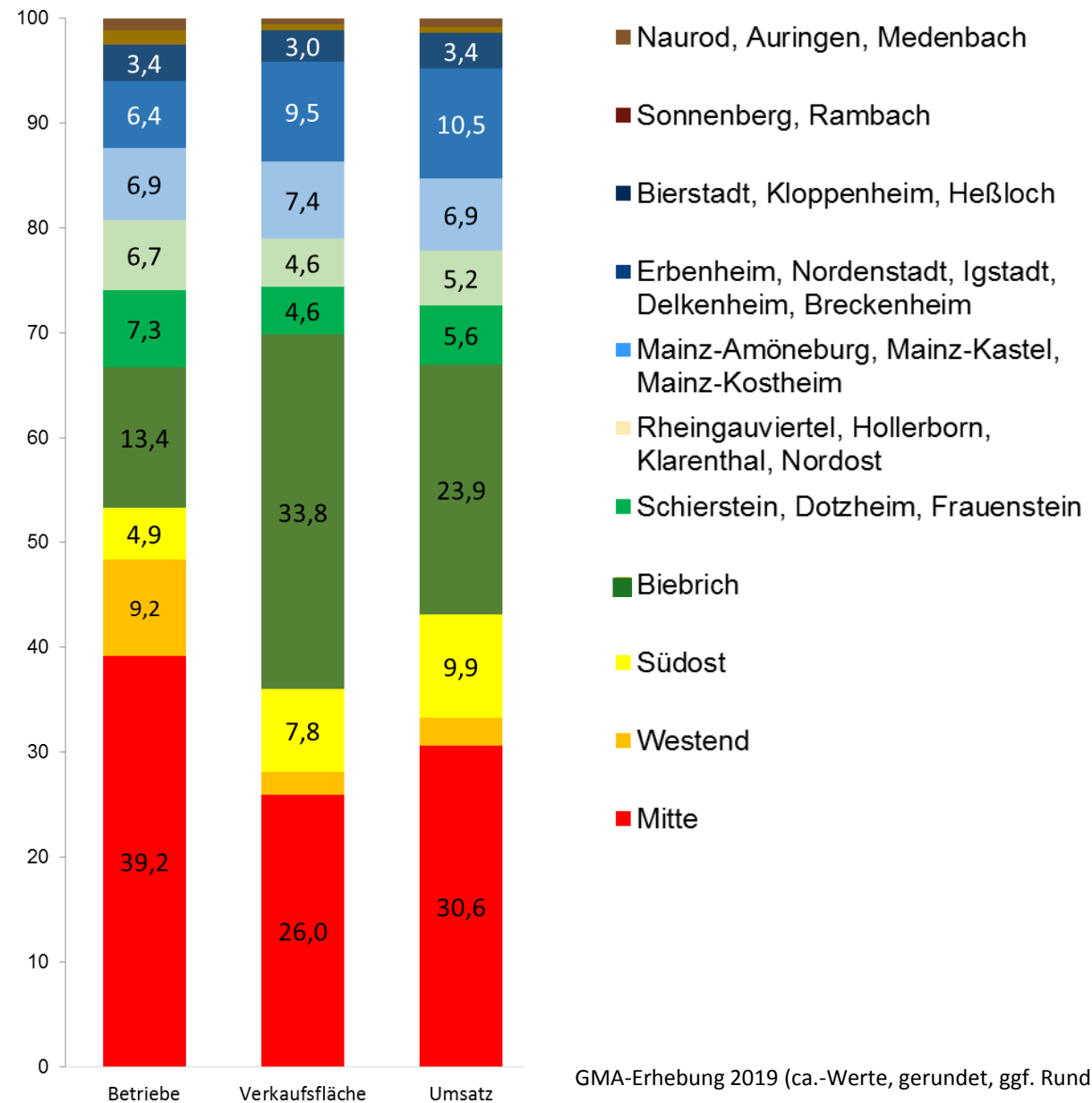
The background image shows the exterior of a flower shop named 'BLUMEN BOUTIQUE'. The shop has large arched windows with decorative glass. In front of the shop, there are several large white patio umbrellas and various plants and flowers displayed on tables and in baskets. A blue semi-transparent banner is overlaid on the left side of the image, containing white text.

**VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT!**

GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Siegburger Straße 215 / 50679 Köln  
Tel 0221 – 989438-0  
[office.koeln@gma.biz](mailto:office.koeln@gma.biz) / [www.gma.biz](http://www.gma.biz)



# Einzelhandelsbestand nach Stadträumen (Anteile in %)



GMA-Erhebung 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

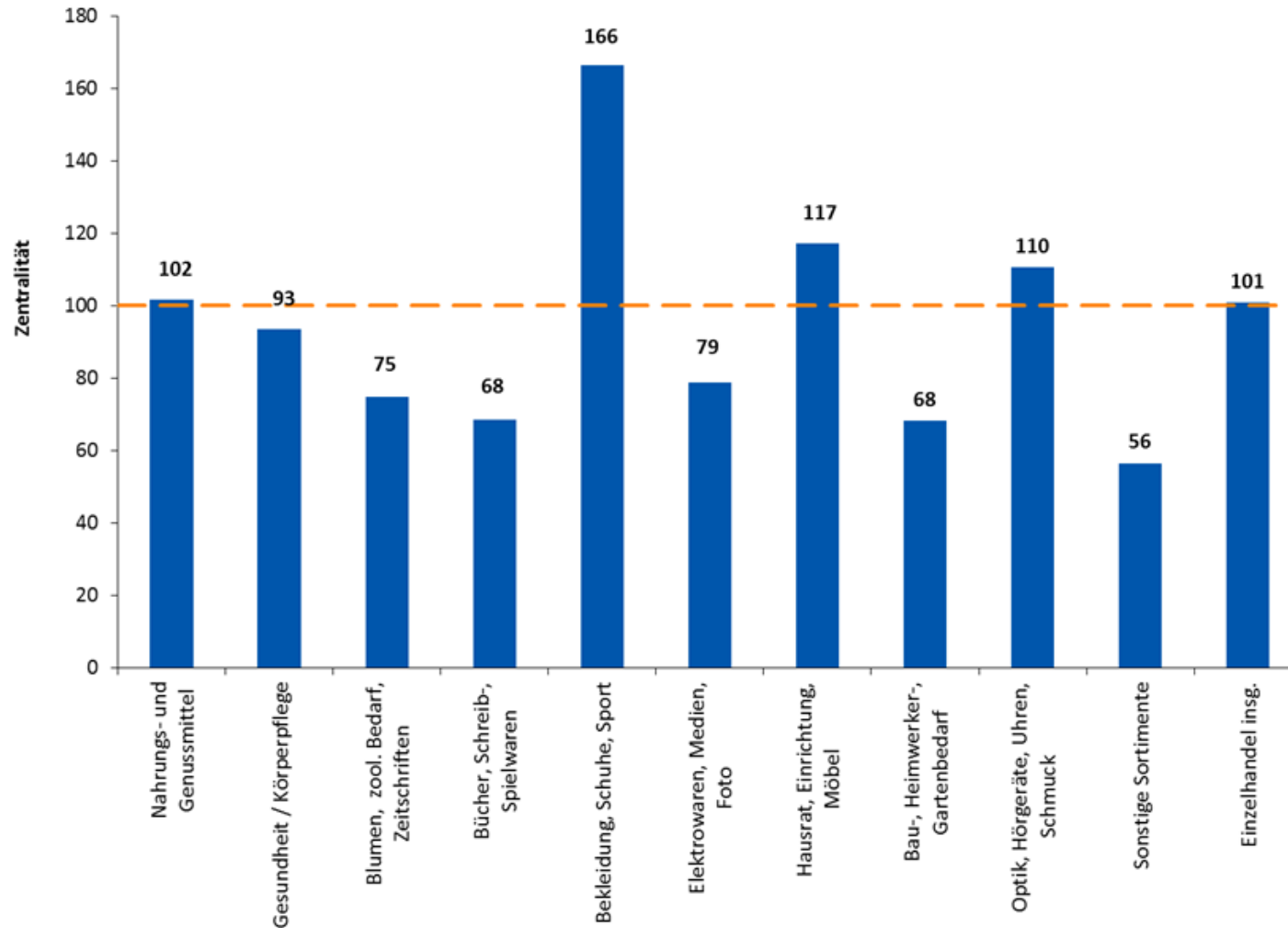


# Kaufkraftpotenzial Wiesbaden aktuell

	2015	2019	Vergleich	
			abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	570,2	692,8	+ 122,6	+ 18
Gesundheit, Körperpflege	107,9	141,4	+ 33,5	+ 24
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften*	38,7	62,1	+ 23,4	+ 38
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>716,8</b>	<b>896,3</b>	<b>+ 179,5</b>	<b>+ 20</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	80,8	77,1	- 3,7	- 5
Bekleidung, Schuhe, Sport	207,3	229,8	+ 22,5	+ 10
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>288,1</b>	<b>306,9</b>	<b>+ 18,8</b>	<b>+ 6</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	160,1	175,6	+ 15,5	+ 9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	177,4	192,8	+ 15,4	+ 8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	144,8	163,3	+ 18,5	+ 11
Optik, Uhren, Schmuck	34,1	48,6	+ 14,5	+ 30
Sonstige Sortimente	78,4	108,5	+ 30,1	+ 28
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>594,8</b>	<b>688,8</b>	<b>+ 94</b>	<b>+ 14</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>1.599,7</b>	<b>1.892,0</b>	<b>+ 292,3</b>	<b>+ 15</b>
<b>Einwohner</b>	<b>282.201</b>	<b>291.359</b>	<b>+ 9.158</b>	<b>+ 3</b>

\* Änderung der GMA-Sortimentssystematik  
 GMA-Untersuchungen 2014 und 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

# Einzelhandelszentralität nach Hauptwarengruppen



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation; sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren); GMA-Darstellung 2020 (ca.-Werte, gerundet)

# Zentrale Versorgungsbereiche

Was sind zentrale Versorgungsbereiche?

- /// räumlich abgrenzbare **Bereiche** einer Kommune, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus** zukommt
- /// nicht nur Innenstadt, Nebenzentren in Stadtteilen, sondern auch **Nahversorgungszentren**
- /// **nur städtebaulich integrierte Lagen** (BVerwG, Urteil vom 11. Okt. 2007, BVerwG, Urteil vom 17. Dez. 2009)

Die Abgrenzung richtet sich nach den tatsächlich vorhandenen Gegebenheiten und unterliegt der vollen gerichtlichen Kontrolle



# Zentrale Versorgungsbereiche

## Wozu zentrale Versorgungsbereiche ?



zur räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

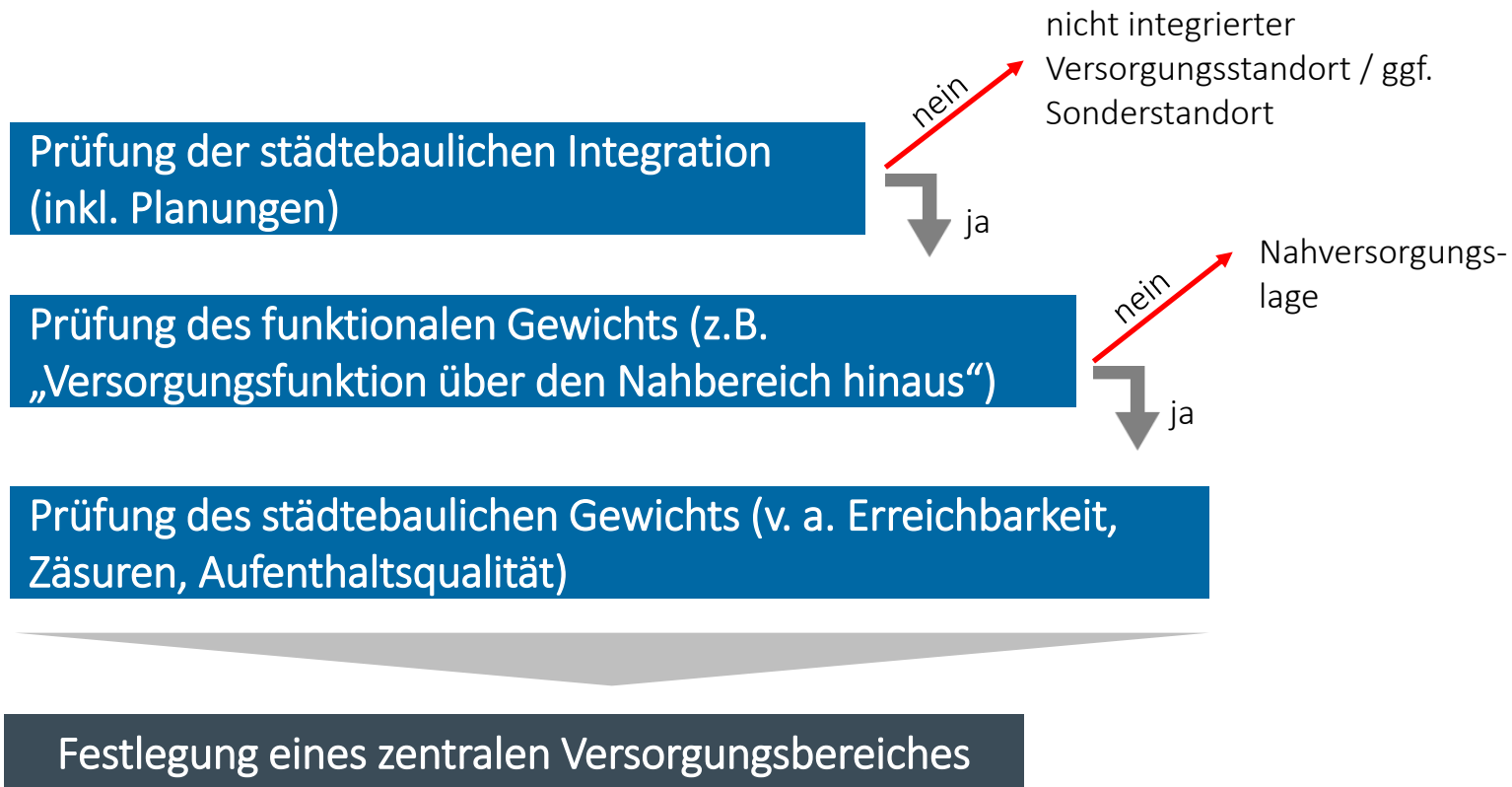


Ausweisung **schutzwürdiger Bereiche** i. S. des Baugesetzbuches

dürfen in ihrer **Funktions- und Entwicklungsfähigkeit** durch Ansiedlungen / Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben in der Standortkommune / Nachbarkommunen nicht wesentlich beeinträchtigt werden

# Überprüfung der Zentren- und Standortstruktur / Operationalisierung

Kann eine Einzelhandelslage als zentraler Versorgungsbereich festgelegt werden?



# Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lagen

## Funktionale Kriterien

- // Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus
- // Handelsbesatz mit Magnetfunktion
- // Branchenmix und Fristigkeit
- // Betriebstypenmix
- // ergänzender, kleinteiliger Handel, Komplementärnutzungen (Gastronomie, Dienstleistung, kulturelle Angebote, „Multifunktionalität“)
- // Dichte, Nähe, Längenausdehnung
- // Wettbewerbssituation im Umfeld
- // Entwicklungs- und Flächenpotenziale

## Städtebauliche Kriterien

- // fußläufige Erreichbarkeit
- // ÖPNV-Erreichbarkeit
- // Pkw-Erreichbarkeit
- // Barrieren / Zäsuren
- // städtebauliche Qualität (u. a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i. S. von Aufenthaltsqualitäten)



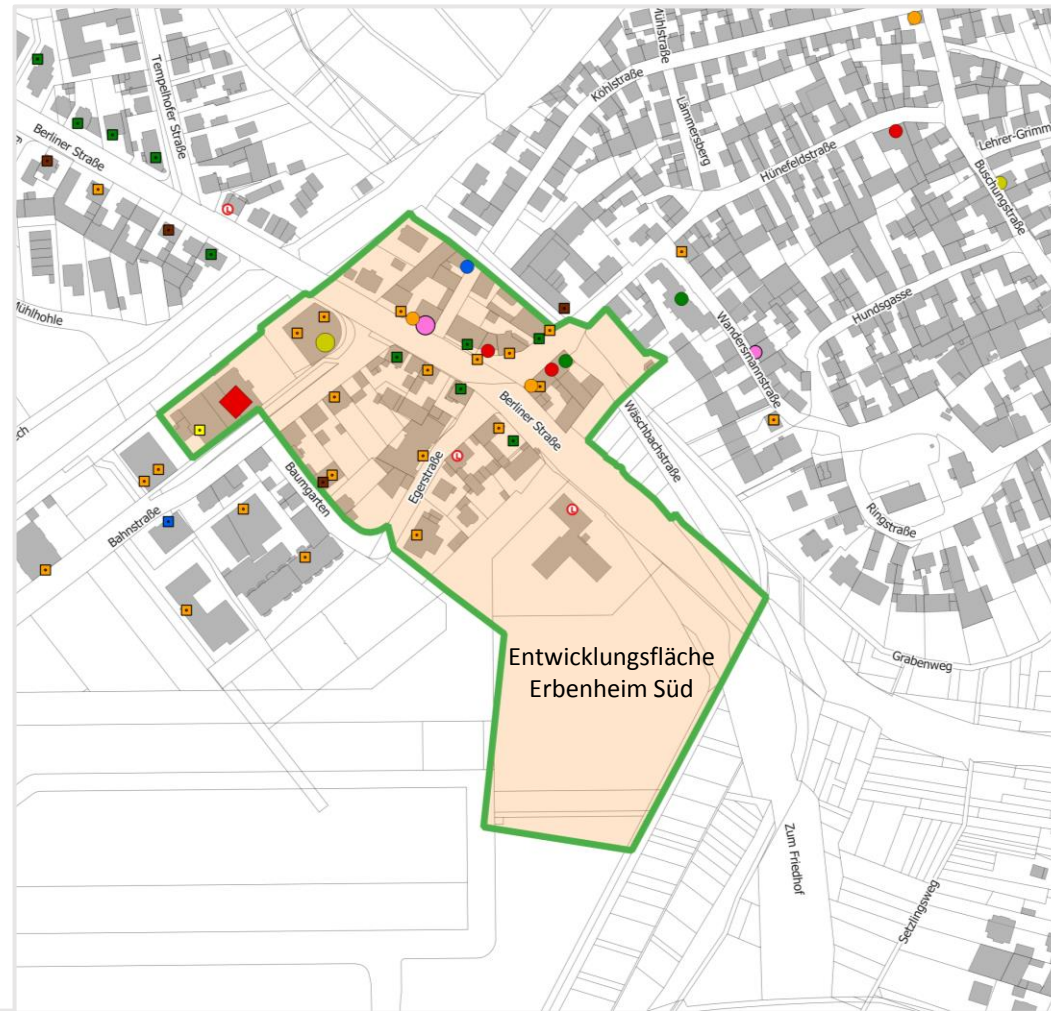
# NVZ Dotzheim



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	■
fußläufige Erreichbarkeit	■
gute ÖPNV-Anbindung	■
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	■
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	■
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	■
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	■
Branchenmix	■
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	■
ergänzende Komplementärnutzungen	■
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	■
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	■
Entwicklung / Potenzialflächen	■
<b>Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?</b>	✓

Legende		Verkaufsflächengröße		Sortimente		Leerstand	
	Nahversorgungszentrum		über 1.500 m² VK		Nahrungs- und Genussmittel		Dienstleistung
	Abgrenzung 2015		800 - 1.500 m² VK		Gesundheit, Körperpflege		Gastronomie
			400 m² - 800 m² VK		Blumen, zool. Bedarf		Freizeit / Kultur
			100 m² - 400 m² VK		Bücher, PBS, Spielzeug		Öffentliche Einrichtungen
			< 100 m² VK		Bekleidung, Schuhe, Sport		Bildungseinrichtungen
					Optik, Uhren / Schmuck		Handwerk / Gewerbe
					Sonstiger Einzelhandel		Leerstand
					Elektrowaren, Medien, Foto		
					Hausrat, Einrichtung, Möbel		

# NVZ Erbenheim

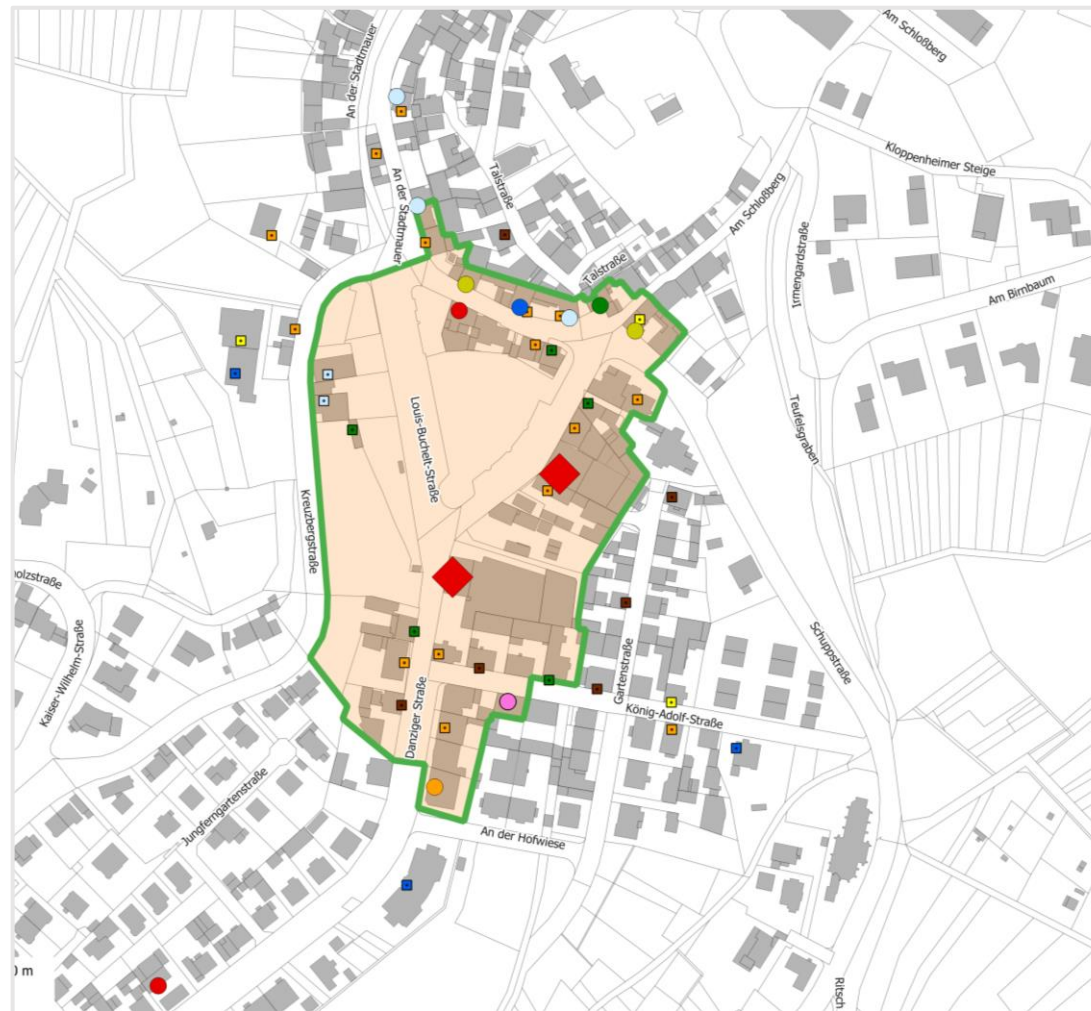


Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	✓
fußläufige Erreichbarkeit	✓
gute ÖPNV-Anbindung	✓
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	✓
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	✓
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	⚠
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	✓
Branchenmix	⚠
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	⚠
ergänzende Komplementärnutzungen	✓
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	✓
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	✓
Entwicklung / Potenzialflächen	✓
<b>Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?</b>	✓

<b>Legende</b> Nahversorgungszentrum Abgrenzung 2015	<b>Verkaufsflächengröße</b> über 1.500 m² VK 800 - 1.500 m² VK 400 m² - 800 m² VK 100 m² - 400 m² VK < 100 m² VK	<b>Sortimente</b> Nahrungs- und Genussmittel Gesundheit, Körperpflege Blumen, zool. Bedarf Bücher, PBS, Spielzeug Bekleidung, Schuhe, Sport Elektrowaren, Medien, Foto Hausrat, Einrichtung, Möbel Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf Optik, Uhren / Schmuck Sonstiger Einzelhandel	Dienstleistung Gastronomie Freizeit / Kultur Öffentliche Einrichtungen Bildungseinrichtungen Handwerk / Gewerbe Leerstand
--	---	--	---



# NVZ Sonnenberg

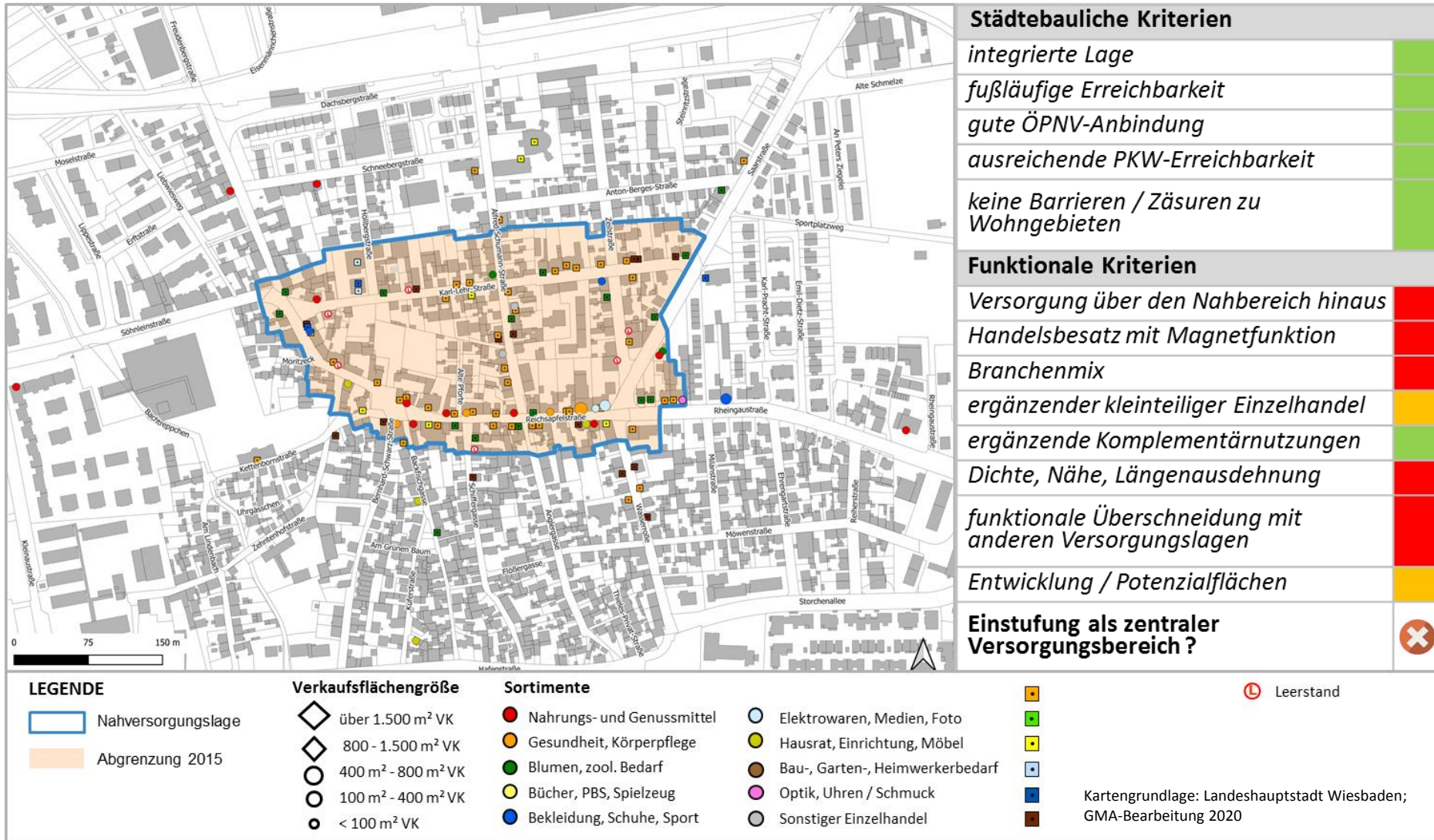


Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
fußläufige Erreichbarkeit	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
gute ÖPNV-Anbindung	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	<span style="background-color: #FFD700; width: 20px; height: 10px;"></span>
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
Branchenmix	<span style="background-color: #FFD700; width: 20px; height: 10px;"></span>
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	<span style="background-color: #FFD700; width: 20px; height: 10px;"></span>
ergänzende Komplementärnutzungen	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
Entwicklung / Potenzialflächen	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px;"></span>
<b>Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?</b>	<span style="background-color: #90EE90; width: 20px; height: 10px; border: 1px solid black; border-radius: 50%; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"><span style="color: green; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">✓</span></span>

Legende	Verkausflächengröße	Sortimente		
<span style="border: 2px solid green; padding: 2px;"> </span> Nahversorgungszentrum	<span style="border: 1px solid black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> über 1.500 m <sup>2</sup> VK	<span style="color: red; font-size: 1.2em;">●</span> Nahrungs- und Genussmittel	<span style="border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Elektrowaren, Medien, Foto	<span style="background-color: #FFD700; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Dienstleistung
<span style="background-color: #FFDAB9; width: 20px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Abgrenzung 2015	<span style="border: 1px solid black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> 800 - 1.500 m <sup>2</sup> VK	<span style="color: orange; font-size: 1.2em;">●</span> Gesundheit, Körperpflege	<span style="background-color: #90EE90; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Hausrat, Einrichtung, Möbel	<span style="background-color: #90EE90; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Gastronomie
	<span style="border: 1px solid black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> 400 m <sup>2</sup> - 800 m <sup>2</sup> VK	<span style="color: green; font-size: 1.2em;">●</span> Blumen, zool. Bedarf	<span style="background-color: #FFDAB9; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf	<span style="background-color: #FFD700; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Freizeit / Kultur
	<span style="border: 1px solid black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> 100 m <sup>2</sup> - 400 m <sup>2</sup> VK	<span style="color: yellow; font-size: 1.2em;">●</span> Bücher, PBS, Spielzeug	<span style="background-color: #FFDAB9; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Öffentliche Einrichtungen	<span style="background-color: #90EE90; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Bildungseinrichtungen
	<span style="border: 1px solid black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> < 100 m <sup>2</sup> VK	<span style="color: blue; font-size: 1.2em;">●</span> Bekleidung, Schuhe, Sport	<span style="background-color: #FFDAB9; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Optik, Uhren / Schmuck	<span style="background-color: #90EE90; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Handwerk / Gewerbe
		<span style="color: grey; font-size: 1.2em;">●</span> Sonstiger Einzelhandel	<span style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> Leerstand	



# NVL Schierstein

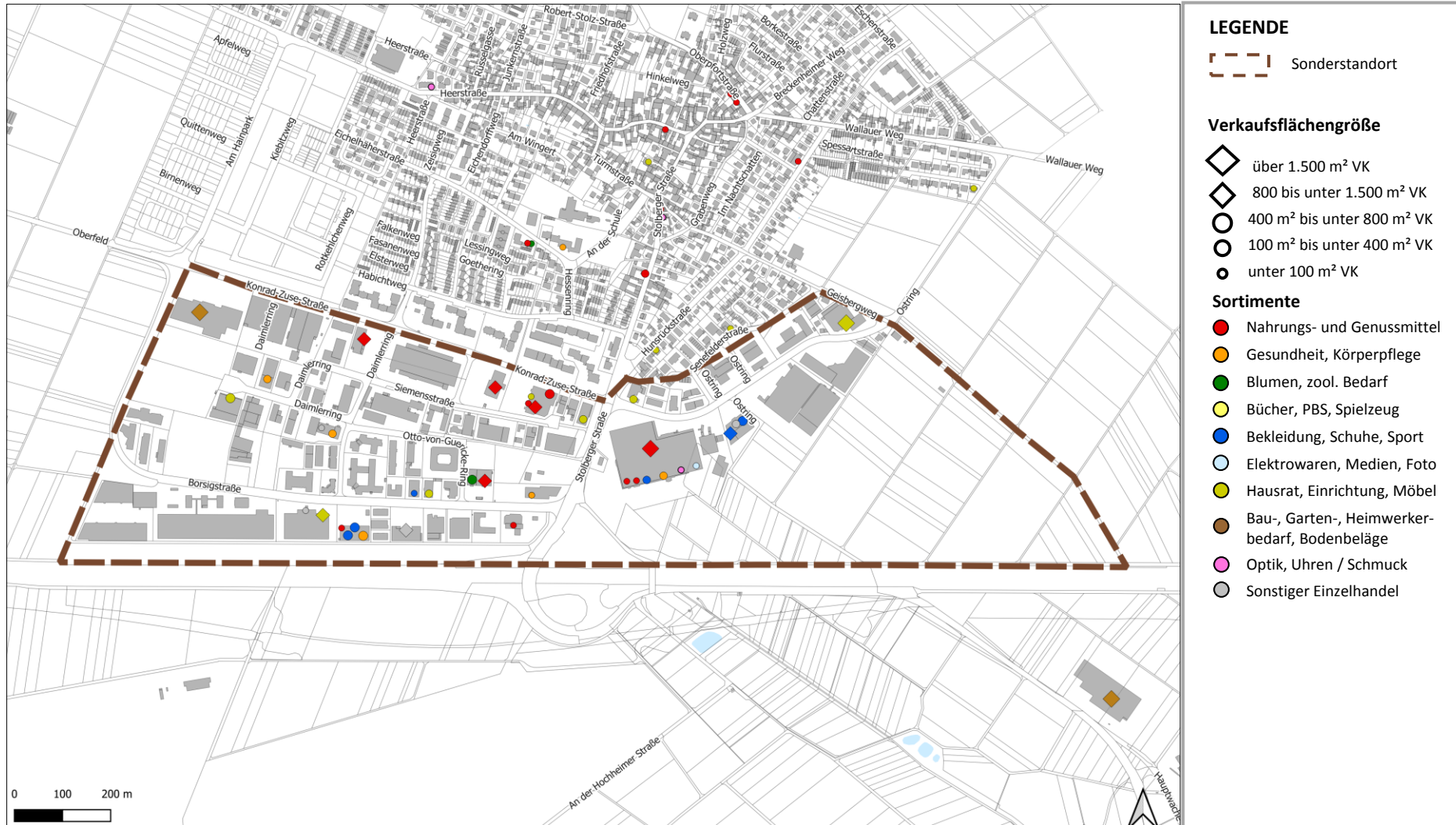


# Sonderstandort Äppelallee / Hagenauer Straße (Biebrich)





# Sonderstandort Borsigstraße / Ostring





# Sonderstandort Boelckestraße / Otto-Suhr-Ring (Mz-Kastel)











# Sonderstandort Mainzer Straße / Hasengartenstraße (Südost)



## LEGENDE

 Sonderstandort

## Verkaufsflächengröße

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

## Sortimente

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