

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Dübener (Fortschreibung 2014)

für die
Stadt Bad Dübener
Markt 11
04849 Bad Dübener

Ihre Ansprechpartner

Dr. Silvia Horn
(Gesamtleitung)

Humangeographie M.Sc. Richard Engel
(Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-72
Fax +49 341 98386-80
E-Mail horn@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	2
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bad Düben	4
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung.....	4
2.2. Einzugsgebiet des Bad Dübener Einzelhandels.....	6
2.3. Siedlungs- und Standortstruktur innerhalb des Stadtgebietes	7
3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2025	8
3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	8
3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2014	9
3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2025	11
4. Entwicklung der touristischen Nachfrage	13
5. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Bad Düben	14
5.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung	14
5.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Bad Düben	16
5.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bad Düben.....	21
5.4. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept	23
5.4.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Bad Düben	24
5.4.2. Städtebauliche Verträglichkeit aktueller Planvorhaben zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen	27
6. Einzelhandelsstandortkonzept Bad Düben	34
6.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bad Düben	34
6.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung.....	35
6.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems	37
6.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Bad Düben	42
6.4.1. Hauptzentrum Innenstadt Bad Düben – A-Zentrum	42
6.4.2. Nahversorgungszentrum - B-Zentrum	44
6.4.3. Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger.....	46
6.4.4. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel	47

7. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Bad Dübén	49
7.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente	49
7.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Bad Dübener Liste“	51
7.3. Leitlinien zur Umsetzung des Konzeptes der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Bad Dübén	56
8. Anlagen (Zentrenpässe)	60
9. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen	62

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung Bad Dübener..... 8

Abbildung 2: Entwicklung der Übernachtungszahlen Bad Dübener..... 13

Abbildung 3: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf 14

Abbildung 4: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Bad Dübener Einzelhandelsstandorten 16

Abbildung 5: Begriff der qualifizierten Grundversorgung 24

Abbildung 6: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte und kleinteilige Nahversorger 25

Abbildung 7: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bad Dübener..... 38

Abbildung 8: Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Bad Dübener 42

Abbildung 9: Ansichten zum A-Zentrum Innenstadt Bad Dübener..... 43

Abbildung 10: Abgrenzung Nahversorgungszentrum B-Zentrum 44

Abbildung 11: Ansichten zum Nahversorgungszentrum B-Zentrum 45

Abbildung 12: Abgrenzung der Nahversorgungslage Windmühlenweg..... 46

Abbildung 13: Abgrenzung Ergänzungsstandort Körbitzweg (Bauen – Garten - Wohnen) 48

Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung Bad Dübener 4

Karte 2: Lage und verkehrliche Anbindung von Bad Dübener 5

Karte 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels von Bad Dübener 7

Karte 4: Veränderung des fußläufigen Einzugsgebietes bei Standortverlagerung des Aldi-Marktes 32

Karte 5: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bad Dübener..... 40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsprognose für die Stadt Bad Dübener und den Landkreis Nordsachsen	9
Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Bad Dübener nach Warengruppen 2014	10
Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Bad Dübener bis 2025.....	12
Tabelle 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Bad Dübener Einzelhandels.....	19
Tabelle 5: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Bad Dübener Einzelhandels.....	20
Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Bad Dübener Einzelhandels.....	22
Tabelle 7: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bad Dübener 2014	26
Tabelle 8: Übersicht zu aktuellen Planvorhaben im Stadtgebiet von Bad Dübener.....	27
Tabelle 9: Modellrechnung zur Umsatzumlenkung bei Erweiterung Rewe-Markt und Verlagerung Aldi	29
Tabelle 10: Modellrechnung zur Umsatzumlenkung bei Erweiterung Rewe-Markt, Verlagerung Aldi und Nachbelegung des Alt-Standortes	30

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde von der Stadtverwaltung Bad Döben gemäß Vertrag vom 01.07.2014 mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beauftragt.

Die Notwendigkeit der Fortschreibung des Konzeptes resultiert aus aktuellen Veränderungen, die sowohl die örtliche Nachfrageentwicklung als auch die Angebotssituation betreffen. So war die Bevölkerungsentwicklung in den vergangenen Jahren rückläufig. Dem gegenüber stehen jedoch Erweiterungs- bzw. Verlagerungsinteressen der Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie dem Vollsortimenter Rewe. Diese bedürfen einer städtebaulichen Betrachtung, um schädliche Auswirkungen auf die Innenstadt von Bad Döben und auf nachgeordnete zentrale Versorgungsbereiche auszuschließen. Eine städtebaulich verträgliche Entwicklung ist keinesfalls als statisch zu betrachten, sondern sollte auch potenzielle Entwicklungschancen des Einzelhandels einschließen.

Die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes greift die aktuellen, virulenten Fragen der Nachfrage- und Angebotsentwicklung in Bad Döben auf. Unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Angebotsstrukturen und Entwicklungspotenziale werden für die fortführende Bewertung auch diejenigen Sortimente bestimmt und ausgewiesen, die für die Funktionsfähigkeit der Bad Döbener Zentren von besonderer Bedeutung sind („Bad Döbener Liste zentrenrelevanter Sortimente“). Anhand der Liste können auch perspektivisch Einzelhandelsansiedlungen gezielt beurteilt werden.

Grundlage der Aktualisierung bildet das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahre 2010, das von den BBE RETAIL EXPERTS, Niederlassung Leipzig (jetzt BBE Handelsberatung GmbH) erstellt wurde.

Im Wesentlichen erfasst die Aufgabenstellung folgende Schwerpunkte:

- Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bad Döben mit Konkretisierung des Einzugsgebietes für den Einzelhandel
- Aktualisierung der Nachfrage- und Angebotssituation
- Steuerung einer flächendeckenden Nahversorgung unter Berücksichtigung der Einwohnerentwicklung von Bad Döben
- Städtebauliche Bewertung geplanter Einzelhandelsvorhaben an der Schmiedeberger Straße, am Windmühlenweg und der Dommitzscher Straße
- Überprüfung des Einzelhandelskonzeptes für Bad Döben sowie der „Bad Döbener Liste“ zentrenrelevanter Sortimente
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es, die Rahmenbedingungen für eine wettbewerbsfähige und zukunftsfähige Ausrichtung des Bad Döbener Einzelhandels zu schaffen. Mittels einer aktiven, städtebaulich verträglichen Investitionspolitik im Bereich des Handels wird eine nachhaltige Stärkung der Kaufkraftbindung und Zentralität der Stadt Bad Döben angestrebt.

Betriebsstättenerhebung

Für die Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts 2014 wurde eine Aktualisierung und Präzisierung der Datenbasis aus 2010 durch die Bearbeiter des Konzeptes vorgenommen. Die aktuelle Verkaufsflächenerhebung der Einzelhandelsbetriebe in Bad Dübén schließt mit dem Stichtag 16. Juli 2014. Die Verkaufsflächen der Betriebe wurden nach Warengruppen differenziert erhoben, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Stadt Bad Dübén bzw. des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation in der Stadt Bad Dübén stellen aktuelle Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research dar.

Arbeitskreis

Die Konzeptentwicklung basiert auf einer dialogorientierten Vorgehensweise. Dazu wurde am 21.10.2014 eine Arbeitskreisberatung mit Akteuren aus Handel, Trägern öffentlicher Belange, Politik und Verwaltung durchgeführt. Im Rahmen dieser Beratung sind Ergebnisse und Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und zur planungsrechtlichen Absicherung diskutiert und festgelegt worden.

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsplan Freistaat Sachsen (LEP 2013)
- Regionalplan Leipzig, Westsachsen 2008
- Stadtentwicklungsstrategie Sachsen 2020, Staatsministerium des Innern vom 23.Juli 2010
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Stadt Bad Dübén
- Statistische Daten der Stadt Bad Dübén und des Statistischen Landesamtes
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

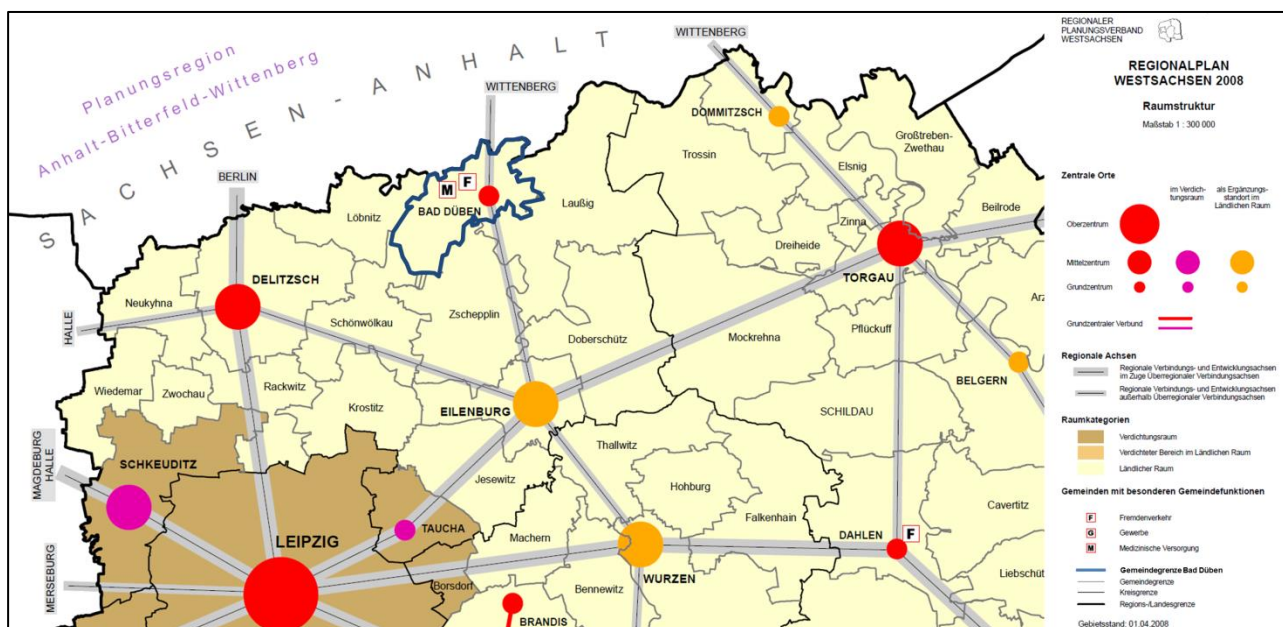
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bad Dübener Heide

2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die Kurstadt Bad Dübener Heide liegt im Nordwesten des Freistaates Sachsen an der Grenze zu Sachsen-Anhalt, im Landkreis Nordsachsen.

Am Südrand des Naturparks Dübener Heide gelegen, verfügt Bad Dübener Heide über eine exponierte naturräumliche Lage. Diese begründet die Bedeutung als Kurstadt und deren Spezialisierung im Kur-/ medical Wellness-/ Spezialklinik-/ Reha-Segment sowie auch eine besondere Qualität als Wohnstandort nordöstlich der Stadt Leipzig. Die Entfernung zwischen Leipzig und Bad Dübener Heide beträgt ca. 35 km.

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung Bad Dübener Heide



Quelle: Regionalplan Westsachsen 2008, Karte 1 Raumstruktur, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die zentralörtliche Gliederung sowie die raumstrukturelle Einordnung der Stadt Bad Dübener Heide ist aus Karte 1 zu entnehmen. Im Regionalplan Westsachsen ist Bad Dübener Heide als Grundzentrum ausgewiesen.¹ In einer weiteren raumordnerischen Differenzierung wird Bad Dübener Heide als Grundzentrum dem Ländlichen Raum zugeordnet. Diese Raumkategorie ist geprägt durch eine geringe Verdichtung und potenziell vorhandene Erreichbarkeitsdefizite zu höherrangigen Zentralen Orten. Im Regionalplan Westsachsen wird zur Stadt Bad Dübener Heide ausgeführt, dass diese am Rande der Dübener Heide gelegen ist und wegen der Entfernung zu den Mittelzentren Delitzsch und Eilenburg sowie daraus resultierender Erreichbarkeitsdefizite als Grundzentrum ausgewiesen wird. Der Verflechtungsbereich umfasst neben der Stadt Bad Dübener Heide auch die Gemeinde Laußig und teilweise die Gemeinden Löbnitz und Zscheppin.²

Ein Grundzentrum sollte lt. Regionalplan Westsachsen ein Versorgungs- und Dienstleistungszentrum darstellen, das über einen Komplex mit zentralörtlichen Einrichtungen ausgestatteten Gemeindekern verfügt.

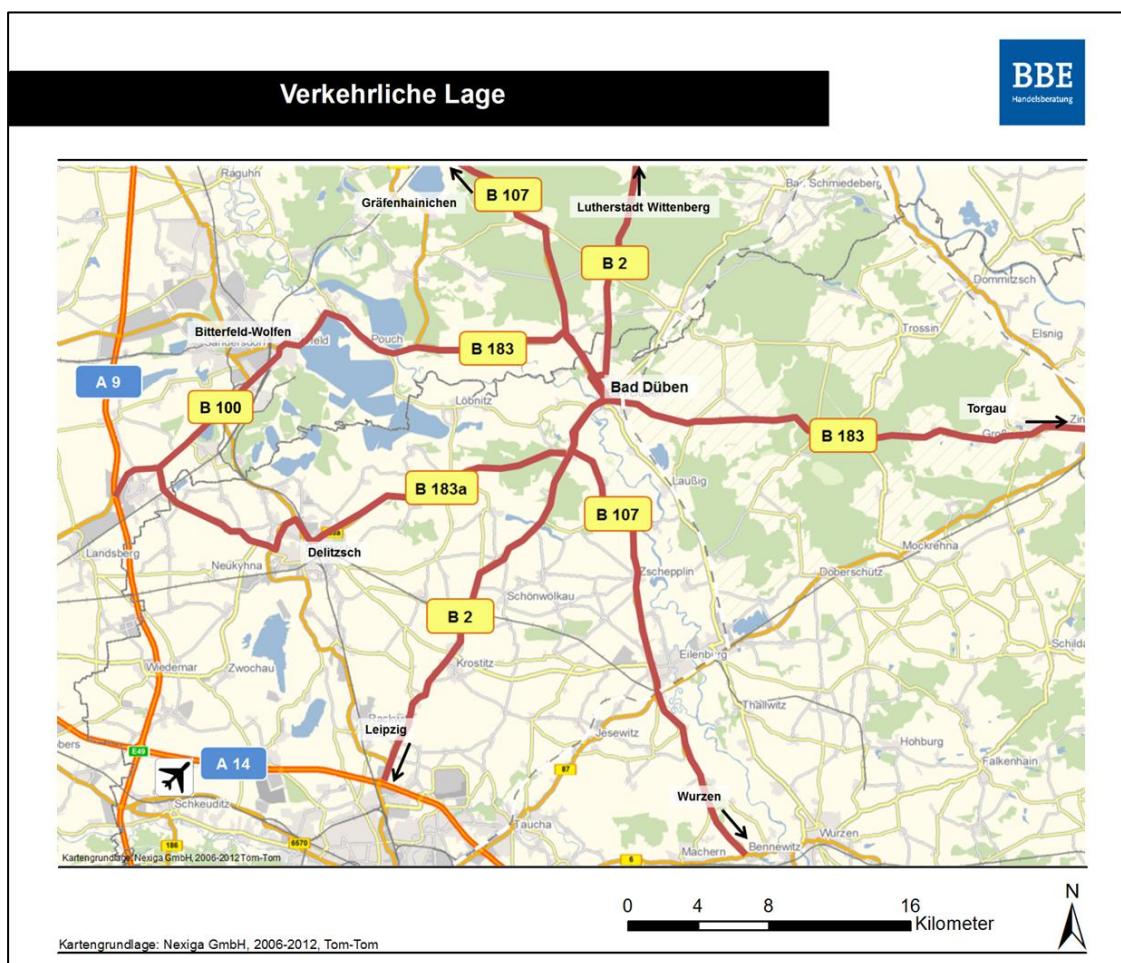
¹ vgl. in Kraft getreten am 25.07. 2008, Z 2.3.7

² vgl. Regionalplan Westsachsen 2008, S. 21

Im Bereich des Einzelhandels wird eine qualifizierte Versorgung mit mehreren Lebensmittel-Supermärkten / Discountern und Fachgeschäften erwartet.

Bad Düben zählt zu den Gemeinden, die besondere Funktionen übernehmen, in diesem Falle gilt dies für die Bereiche Fremdenverkehr und medizinische Versorgung. Diese besondere Funktionsübernahme stellt auch an die Einzelhandelsentwicklung spezifische Anforderungen, die über die Versorgung der Wohnbevölkerung im Verflechtungsbereich hinausgehen. Zugleich eröffnet dies Potenziale für den Einzelhandel.

Karte 2: Lage und verkehrliche Anbindung von Bad Düben



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind wesentliche Standortfaktoren, die die Entwicklungsperspektiven auch des Einzelhandels prägen. Bad Düben liegt im Schnittpunkt mehrerer Bundes- und Staatsstraßen. Die Bundesstraßen B 2, B 107, B 183 sowie die Staatsstraßen S 11 und S 12 durchqueren das Stadtgebiet von Bad Düben und binden die Stadt gut an das überörtliche Verkehrsnetz an. Über die B 183a erfolgt die Anbindung an das Mittelzentrum Delitzsch (rd. 22 km). Anschlussstellen der Autobahnen A 9 (Berlin-Nürnberg) und A 14 (Leipzig-Dresden-Görlitz) befinden sich in ca. 38 km bzw. 27 km Entfernung.

Der Flughafen Leipzig/Halle liegt ca. 38 km südwestlich von Bad Düben.

Der ÖPNV wird ausschließlich durch Linienbusse realisiert. Der Regionalverkehr bedient Verbindungen zum Oberzentrum Leipzig, den sächsischen Mittelzentren Delitzsch, Torgau, Eilenburg sowie Bitterfeld-Wolfen und Lutherstadt Wittenberg in Sachsen-Anhalt.

Die Stärkung grundzentraler Funktionen im Kontext mit der Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Bad Dübener sind zentrale Zielstellungen der Stadtentwicklung. Der Steuerung zukünftiger Entwicklungen im Einzelhandel wird eine bedeutende Stellung in der Stadtplanung eingeräumt. Damit sind Fragen der Standortverteilung des Einzelhandels von besonderer Relevanz.

2.2. Einzugsgebiet des Bad Dübener Einzelhandels

Bad Dübener besitzt in der ländlich geprägten Region als Einkaufsstandort eine historisch gewachsene bedeutsame Stellung, mit einer Ausstrahlungskraft über die Landesgrenze hinaus, insbesondere die südöstlichen Regionen von Sachsen-Anhalt sind darin eingebunden.

Die Abgrenzung eines relevanten Einzugsgebietes erfolgt unter Berücksichtigung wesentlicher Faktoren wie z.B.:

- Einzelhandelszentralität und zu erwartende Kaufkraftströme,
- Verkehrsanbindung,
- Wettbewerbssituation,
- Zeit-Distanz-Aspekte,
- Lage und Größe von Einzelhandelsstandorten bzw. Planvorhaben.

Die zu erwartende Größe des Einzugsgebietes und die Kundenbindung aus dem Umland hängen sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage. Natürlich stellt auch die Wettbewerbssituation im relevanten Umfeld ein gewichtiger Einflussfaktor dar.

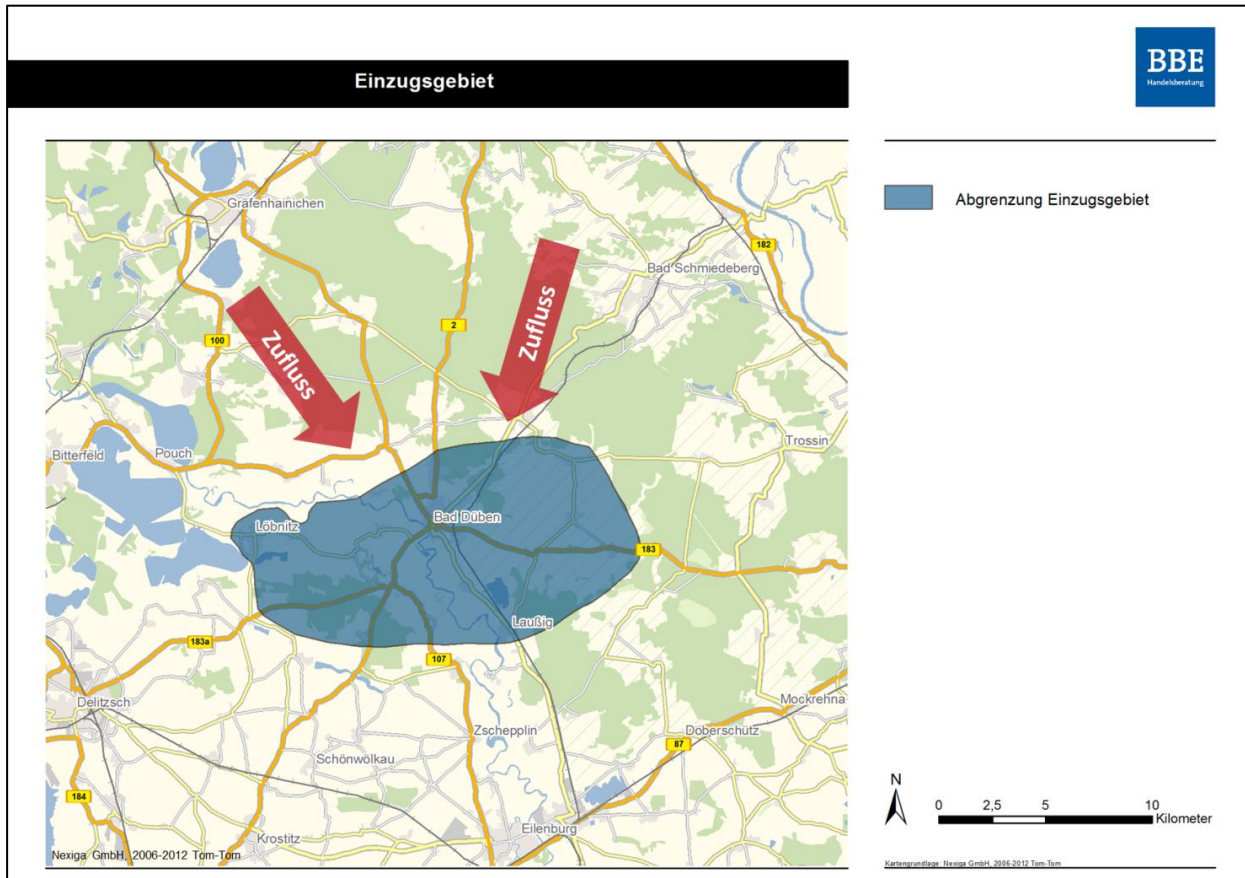
Für die Abgrenzung des Einzugsgebietes der Stadt Bad Dübener ist die Abwägung zwischen Zeit-Distanz-Aspekten, gewachsenen regionalen Kundenbeziehungen und der Magnetwirkung von Einzelhandelsstandorten benachbarter Zentren von besonderer Bedeutung. Im Detail sind folgende Aspekte zu beachten:

- Die regionale Lage im Spannungsfeld übergeordneter zentraler Orte, insbesondere die starke Ausstrahlung des Oberzentrums Leipzig, aber auch der Mittelzentren Bitterfeld-Wolfen und Delitzsch im Westen sowie Eilenburg im Osten lässt für den Bad Dübener Einzelhandel generell ein räumlich begrenztes Einzugsgebiet erwarten.
- Demgegenüber bestehen gewachsene Kundenbeziehungen zur nördlich gelegenen Region in Sachsen-Anhalt, die ebenso wie Bad Dübener dem Naturpark Dübener Heide zugehörig ist. In der relativ dünn besiedelten Region wird neben kleineren Gemeinden (Tornau, Schwemsa) auch die Stadt Bad Schmiedeberg, einschließlich ihrer Ortsteile als einzelhandelsrelevantes Einzugsgebiet angesprochen.
- Der raumordnerisch zugewiesene grundzentrale Verflechtungsbereich, für den Bad Dübener Versorgungsfunktionen zu übernehmen hat, umfasst neben Bad Dübener auch die Gemeinde Laußig sowie Teile von Löbnitz und Zscheppin.
- Eine Veränderung des Einzugsgebietes zur Untersuchung aus dem Jahr 2010 ist nicht festzustellen. Allerdings ergeben sich auf Grund der Bevölkerungsentwicklung Auswirkungen auf das Potenzial.
- Insgesamt umfasst das in Karte 3 abgegrenzte Einzugsgebiet ein Potenzial von 14.467 Einwohnern¹.
- Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Bad Dübener Einzelhandels müssen sich an den Versorgungsfunktionen als Grundzentrum ausrichten.

¹ Nexiga GmbH (2013): Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Bad Düben liegen die Bindungschancen in der legitimen Eigenbindung der örtlichen Kaufkraft und einer besseren Erschließung zusätzlicher Potenziale des Tourismus.

Karte 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels von Bad Düben



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

2.3. Siedlungs- und Standortstruktur innerhalb des Stadtgebietes

Standort- und Versorgungsstrukturen des Einzelhandels stehen im Kontext zur Struktur des Stadtraumes. Das Stadtgebiet von Bad Düben gliedert sich in die Kernstadt Bad Düben sowie die Stadtteile Schnaditz, Tiefensee mit Brösen und Wellaune. Die Kernstadt selbst verfügt bereits über ein weitläufig ausgelegtes Siedlungsgebiet. Die heutige Struktur der Stadt ist jedoch das Ergebnis von Eingemeindungen, die in den Jahren 1992 (Wellaune) sowie 1998 (Schnaditz und Tiefensee) erfolgt sind.

In der Kernstadt Bad Düben mit Alaunwerk und Hammermühle leben rd. 89% der Bevölkerung. Im Jahr 2010 waren es noch 86%, woraus eine stärkere Konzentration der Bevölkerung auf die Kernstadt abzulesen ist. Die Stadtteile Schnaditz, Tiefensee und Wellaune sind vor allem ländlich geprägt und verfügen nur über eine geringe Anzahl von Einwohnern. Nach Angaben der Stadtverwaltung Bad Düben stellt Schnaditz mit einer Einwohnerzahl von etwa 340 den größten Stadtteil. Die Stadtteile Wellaune und Tiefensee mit Brösen sind mit etwa 270 bzw. 280 Einwohnern ausgewiesen.

Die Versorgungsfunktionen und damit das Einzelhandelsangebot sind an der Siedlungsstruktur ausgerichtet. Während im Hauptort Bad Düben zahlreiche Einzelhandelsanbieter vorhanden sind, verfügt lediglich der Stadtteil Tiefensee über ein kleines Ladengeschäft, das ein eingeschränktes Angebot zur Grundversorgung unterbreitet. Die Stadtteile Schnaditz und Wellaune bieten gegenwärtig keine wohnortnahe Versorgung.

3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2025

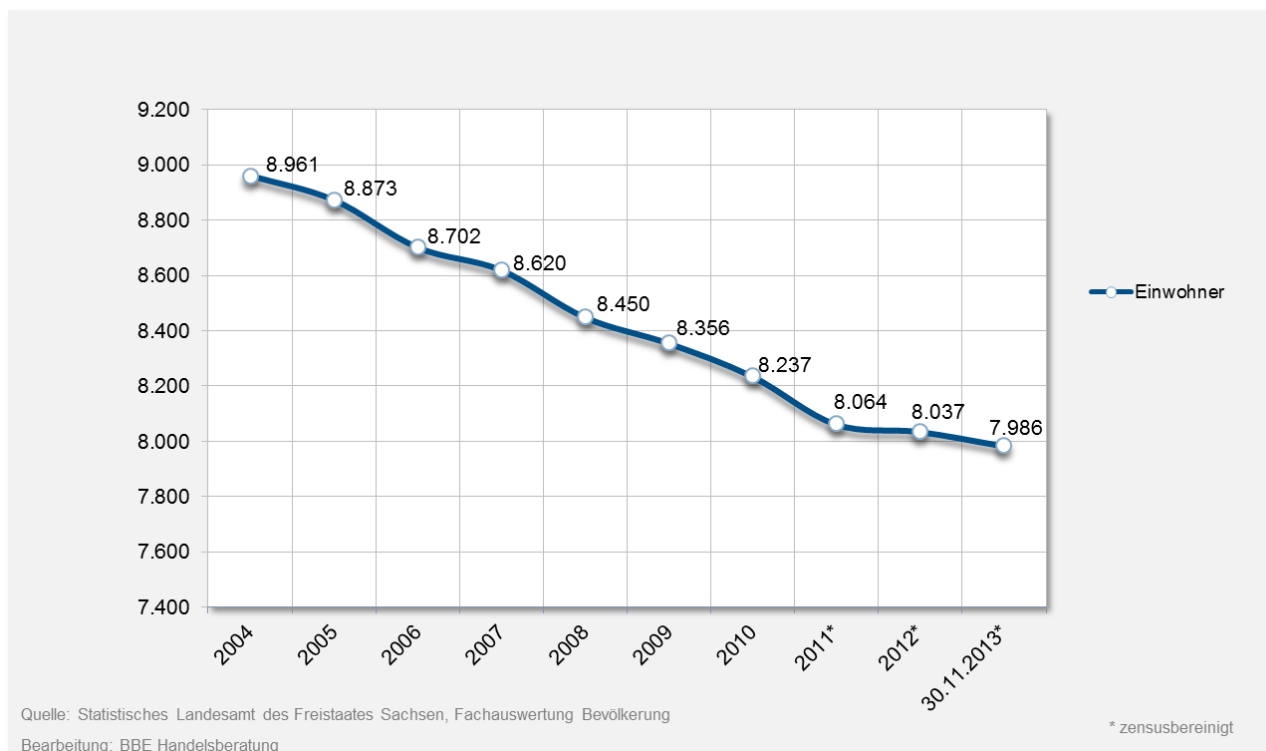
3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Zum 30. November 2013 lebten in der Stadt Bad Dübener 7.986 Einwohner. Die Versorgungsfunktionen des Bad Dübener Einzelhandels konzentrieren sich zunächst auf eine möglichst hohe Eigenbindung des örtlichen Potenzials.

Den Kaufkraftzuflüssen aus der nördlichen Region, insbesondere Gemeinden aus Sachsen-Anhalt stehen die Kaufkraftabflüsse, vordringlich in das Oberzentrum Leipzig, gegenüber.

Die Stadt Bad Dübener verzeichnete im letzten Jahrzehnt einen stetigen Bevölkerungsrückgang, der in den letzten Jahren abgeschwächt ist. Im Zeitraum von 2004 bis November 2013 sank die Einwohnerzahl in Bad Dübener um 10,9% (vgl. Abbildung 1). Mit 11,0% sank im selben Zeitraum die Einwohnerzahl des gesamten Landkreises Nordsachsen auf ähnlichem Niveau.

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung Bad Dübener



Die rückläufige Einwohnerentwicklung der Stadt als auch des Landkreises wird sich gemäß der 5. Regionalisierten Bevölkerungsprognose des Freistaates Sachsen bis 2025 fortsetzen. In der Variante 1 wird ein Bevölkerungsrückgang für die Stadt Bad Dübener im Vergleich zu 2013 von 9,8% prognostiziert. Die Prognosevariante 2 geht sogar von einem Bevölkerungsrückgang bis 2025 von 13,6% aus (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Bevölkerungsprognose für die Stadt Bad Düben und den Landkreis Nordsachsen

	Stand 30.11.2013	Prognose 2025 Variante 1		Prognose 2025 Variante 2	
Bad Düben	7.986	7.200	-9,8%	6.900	-13,6%
Landkreis Nordsachsen	197.385	182.000	-7,8%	176.500	-10,6%

Quellen: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2025

Die absehbare Bevölkerungsentwicklung und deren Konsequenzen für die örtliche Kaufkraftbindung bildet somit eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Entwicklungsperspektiven des örtlichen Einzelhandels und letztlich für die Umsetzung der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2014

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2014 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

- Einwohner im Einzugsgebiet
- regionales, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau
- Verbrauchsausgaben nach Warengruppen

errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Bad Düben.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

Für die Stadt Bad Düben errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 88,5. Die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit ca. 11,5%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 6.205 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus betragen die relevanten Verbrauchsausgaben in der Stadt Bad Düben 5.491 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial von ca. 43,8 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 27,0 Mio. € (ca. 62%),
- den mittelfristigen Bedarf 19,4 Mio. € (ca. 22%),
- den langfristigen Bedarf 7,4 Mio. € (ca. 16%).

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Bad Düben untergliedert nach Warengruppen.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Bad Döben nach Warengruppen 2014

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2014 in 1.000 € zu EVP (incl. MwSt.)	Sortiments-spezifische Kaufkraft	Bad Döben Verbrauchsausgabe pro Person	Bad Döben Marktpotenzial
Einwohner			7.986
Nahrungs- u. Genussmittel /Bäcker / Metzger	92,4	2.105	16,8
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	89,6	266	2,1
Heimtier	92,4	43	0,3
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	86,9	575	4,6
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	89,4	198	1,6
Blumen / Zimmerpflanzen	95,5	193	1,5
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		3.381	27,0
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	79,1	399	3,2
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	81,4	103	0,8
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Bodenbeläge / Autozubehör etc.)	95,5	463	3,7
GPK**/Haushaltsgegenstände	83,7	80	0,6
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	84,4	41	0,3
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	75,9	96	0,8
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.182	9,4
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	84,8	70	0,6
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	81,5	248	2,0
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	87,2	132	1,1
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	83,1	238	1,9
Foto / Optik	87,2	105	0,8
Uhren / Schmuck	68,2	38	0,3
sonstiger Einzelhandel	88,0	96	0,8
Überwiegend langfristiger Bedarf		927	7,4
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	88,5	5.491	43,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, BBE/CIMA/MB-Research

3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2025

Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bad Dübén bis 2025:

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Die prognostizierte Abnahme der Einwohnerzahlen zwischen 9,8% bis zu rd. 13,6% stellt zunächst eine Verminderung des Nachfragepotenzials für den Einzelhandelsstandort Bad Dübén dar. Neben dem Bevölkerungspotenzial bildet auch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben ein wichtiger Indikator für die Nachfrageprognose.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2025:

Generell ist in Deutschland langfristig mit einer weiteren Verringerung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Gesamtausgaben pro Kopf der Bevölkerung zu rechnen.

Seit Jahren sinkt der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität/Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten / Nebenkosten) oder Freizeit. Diese Ausgabensteigerungen in den anderen Bereichen können gegebenenfalls durch eine positive Einkommensentwicklung aufgefangen werden, so dass zumindest die absoluten Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel konstant bleiben oder eventuell sogar geringfügig steigen.

Zukünftig wird diese Entwicklung zusätzlich durch ein sinkendes Rentenniveau (sinkende Rentenbezüge bei Neurentnern durch Lebensphasen mit Arbeitslosigkeit oder Niedriglohnsektor / geringfügige Beschäftigung) beeinflusst. Bei moderater Einkommensentwicklung wird auch mittelfristig der Einzelhandel nur geringfügig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls marginal steigen.

Die weiteren Planungsrechnungen gehen deshalb in der pessimistischen Prognose durchschnittlich nur von einer Stagnation der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben aus und selbst in der optimistischen Prognose nur von einem mittleren Anstieg um 0,5% pro Jahr.

Nachfrageentwicklung in der Stadt Bad Dübén bis 2025:

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Bad Dübén im Zeitraum bis 2025 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 3 zusammengefasst.

Die Bevölkerungsprognose führt in der Modellrechnung zu einem Rückgang des Nachfragevolumens in einer Spannweite zwischen -13,6% bis -4,7%¹ zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Bad Dübén.

¹ Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, BBE!CIMA!MB-Research

Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Bad Döben bis 2025

	Stadt Bad Döben		
	2014	2025 pessimistisch	2025 optimistisch
Einwohner	7.986	6.900	7.200
Kaufkraft	88,50	88,50	93,50
Nahrungs- u. Genussmittel /Bäcker / Metzger	16,8	14,5	16,0
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2,1	1,8	2,0
Heimtier	0,3	0,3	0,3
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	4,6	4,0	4,4
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1,6	1,4	1,5
Blumen / Zimmerpflanzen	1,5	1,3	1,5
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	27,0	23,3	25,7
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	3,2	2,8	3,1
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	0,8	0,7	0,8
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Bodenbeläge / Sanitär / Autozubehör etc.)	3,7	3,2	3,5
GPK**/Haushaltsgegenstände	0,6	0,6	0,6
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	0,3	0,3	0,3
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	0,8	0,7	0,7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	9,4	8,2	9,0
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	0,6	0,5	0,5
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	2,0	1,7	1,9
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	1,1	0,9	1,0
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	1,9	1,6	1,8
Foto / Optik	0,8	0,7	0,8
Uhren / Schmuck	0,3	0,3	0,3
sonstiger Einzelhandel	0,8	0,7	0,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	7,4	6,4	7,1
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	43,8	37,9	41,8
Entwicklung des Einzelhandelsrelevanten Potenzials		-13,6%	-4,7%

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, BBE/CIMA/MB-Research

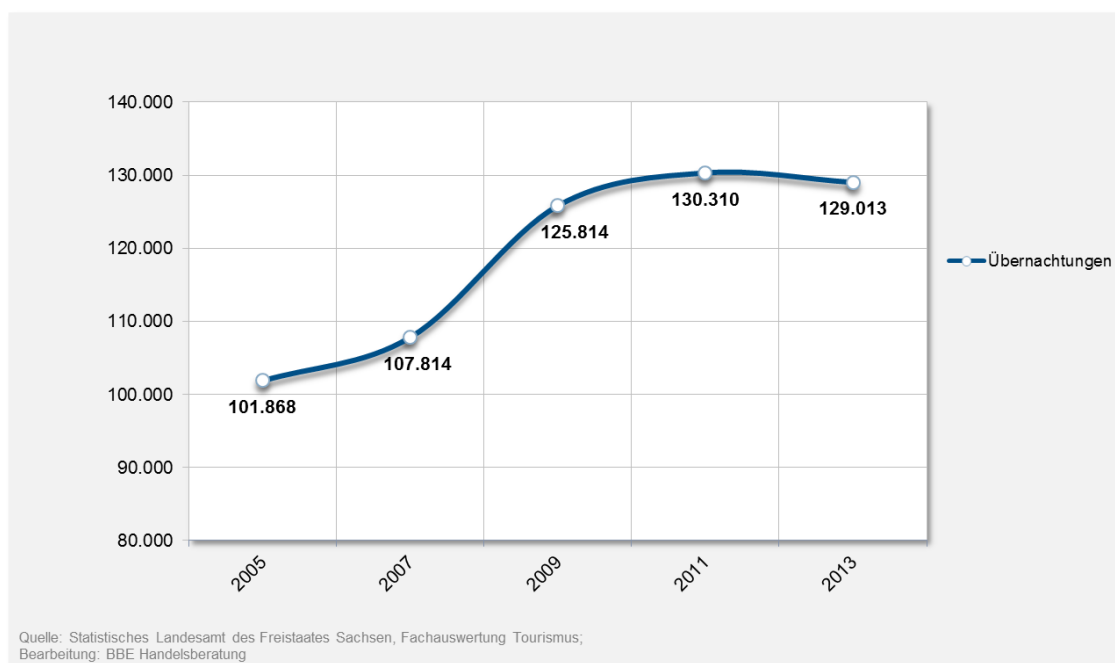
Die Marktpotenzialentwicklung verdeutlicht die geringen Spielräume der Einzelhandelsentwicklung und die Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Standortentwicklung, die den Fokus auf die Innenstadt und die Sicherung der Nahversorgung richtet.

4. Entwicklung der touristischen Nachfrage

Bad Dübener Heide ist ein gewachsener und etablierter Kurort, der aufgrund seiner naturräumlichen Potenziale und vielfältiger, moderner touristischer Angebote nicht nur den klassischen Kurgast anspricht, sondern Wachstumssegmente in den Bereichen Wellness, Natur- und Radtourismus erschließt. Als Tor zum Naturpark Dübener Heide ist Bad Dübener Heide auch ein wichtiges Ziel von Tagesbesuchern, insbesondere aus dem Raum Leipzig.

Der Tourismus stellt eine Querschnittsbranche dar, von der zahlreiche Marktteilnehmer partizipieren können. Besonders der Einzelhandel kann aus dem Tourismus Potenzial generieren. Deshalb soll die Analyse zum Einzelhandelskonzept auch die Entwicklung des Tourismus als Ausgangspunkt einzelhandelsrelevanter Chancen und Aufgabenstellungen umfassen.

Abbildung 2: Entwicklung der Übernachtungszahlen Bad Dübener Heide



Im Einzelhandelskonzept 2010 wurde eine sehr positive Entwicklung des Tourismus, im Besonderen in der Entwicklung der Übernachtungen in Hotels, Gasthöfen und Pensionen, festgestellt. In den letzten Jahren haben sich die Übernachtungszahlen auf einen Wert von ca. 130.000 eingependelt. Für den Einzelhandel in Bad Dübener Heide ergeben sich durch die vergleichsweise hohe touristische Nachfrage Kaufkraftzuflüsse. Ein wesentlich größeres Potenzial stellen die Tagesgäste dar. Es gibt keine statistischen Erhebungen zum Tagesausflugsverkehr, jedoch auf Basis aktueller Untersuchungen¹ kann abgeleitet werden, dass die Anzahl der Tagesgäste in Bad Dübener Heide in einer Bandbreite von ca. 500.000 bis ca. 1.300.000 Besucher pro Jahr angesiedelt ist. Die weite Streuung liegt ursächlich darin begründet, dass die Anzahl der Übernachtungen in den Kurkliniken als Berechnungsbasis für Tagesreisen herangezogen werden kann, jedoch eher eine modelltheoretische Größe darstellt.

¹ Quelle: Für das Reisegebiet Leipzig / Sächsisches Burgen- und Heidegebiet wird ein Koeffizient von 10,4 Tagesreisen je Übernachtung ausgewiesen, vgl.: dwif, Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Nr. 55/2013

5. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Bad Dübener

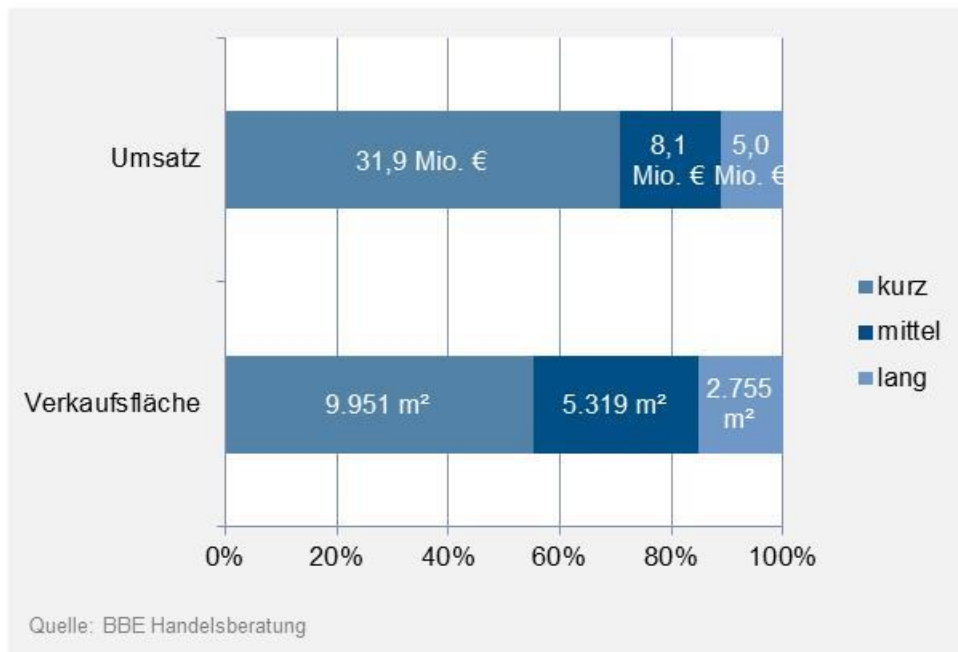
5.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

Zur Analyse der aktuellen Angebotsstrukturen wurden im Stadtgebiet Bad Dübener alle Einzelhandelsstandorte mit einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche, Branchenzuordnung, Standortlage sowie einer Umsatzeinschätzung nach branchenspezifischen Kennzahlen erfasst und bewertet. Berücksichtigung findet der gesamte Einzelhandel im engeren Sinne, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraft-/Brennstoffen, Versandhandel und ambulanter Handel (z.B. Wochenmärkte). Weitere Nutzungen wie Gastronomie oder Dienstleister werden zur Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche herangezogen.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der Gesamtstadt Bad Dübener aus, konzentriert sich weiterführend aber auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen zur Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Stadt Bad Dübener verfügt mit Stand Juli 2014 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 84 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 18.025 m², die einen Umsatz von ca. 45 Mio. € tätigen. Der aktuelle Einzelhandelsbesatz weist im Vergleich zur Situation 2010 einige Betreiberwechsel und auch Geschäftsaufgaben auf, sodass die aktuelle Verkaufsflächenausstattung ca. 1.000 m² und der Umsatz etwa 0,7 Mio. € unter den Vergleichswerten aus 2010 liegen.

Abbildung 3: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf



Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 2,26 m² je Einwohner weist Bad Dübener einen quantitativ sehr hohen Flächenbesatz für ein Grundzentrum auf. Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2010 ist die Verkaufsflächenausstattung leicht rückläufig (2010: 2,28 m² je Einwohner). Die Ausstattung stützt sich auf die regionalen Verflechtungsbeziehungen, wobei der Einzelhandel von Bad Dübener neben seinen Versorgungsfunktionen im unmittelbaren Nahbereich auch traditionell gewachsene Kaufkraftzuflüsse aus angrenzenden Gemeinden des Landes Sachsen-Anhalt erzielt.

Die wahrgenommenen Versorgungsfunktionen konzentrieren sich dabei auf eine Grundversorgung mit eindeutigem Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (Verkaufsflächenanteil: 55%; Umsatzanteil: 71%). Die Verkaufsflächenausstattung zeigt eine starke Ausprägung bei Lebensmittelmärkten / Verbrauchermarkt (0,86 m² je Einwohner), auf welches etwa 38,6% der gesamten Verkaufsflächenausstattung entfallen. Insgesamt sind derzeit sechs Lebensmittelmärkte zu verzeichnen, darunter ein Verbrauchermarkt (Vorteilkauf am Hammermühlenweg), ein Supermarkt und vier Discounter. Insgesamt steht in diesen Lebensmittel-Betriebsformen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 6.878 m² zur Verfügung, eine differenzierte Bewertung des örtlichen Besatzes mit den differenzierten Betriebsformen des Lebensmittelhandels erfolgt im Abschnitt 5.4.2.

In der Stadt Bad Döben sind vier großflächige Anbieter (Anbieter ab 800 m² Verkaufsfläche) vertreten, dazu zählen der BayWa Bau- und Gartenmarkt, der Verbrauchermarkt Vorteilkauf, der Supermarkt Rewe sowie der Fachmarkt Teppicheck.¹

Aktuelle Einzelhandelsentwicklungen im Stadtgebiet Bad Döben konzentrieren sich auf die Weiterentwicklung von Lebensmittelmärkten, mit entsprechendem Ausbau der Marktstellung dieser Betriebsformen innerhalb der Angebotsstrukturen von Bad Döben. Ein daraus resultierender Einfluss auf die Standort- und Zentrenstruktur wird im Abschnitt 5.4 untersucht.

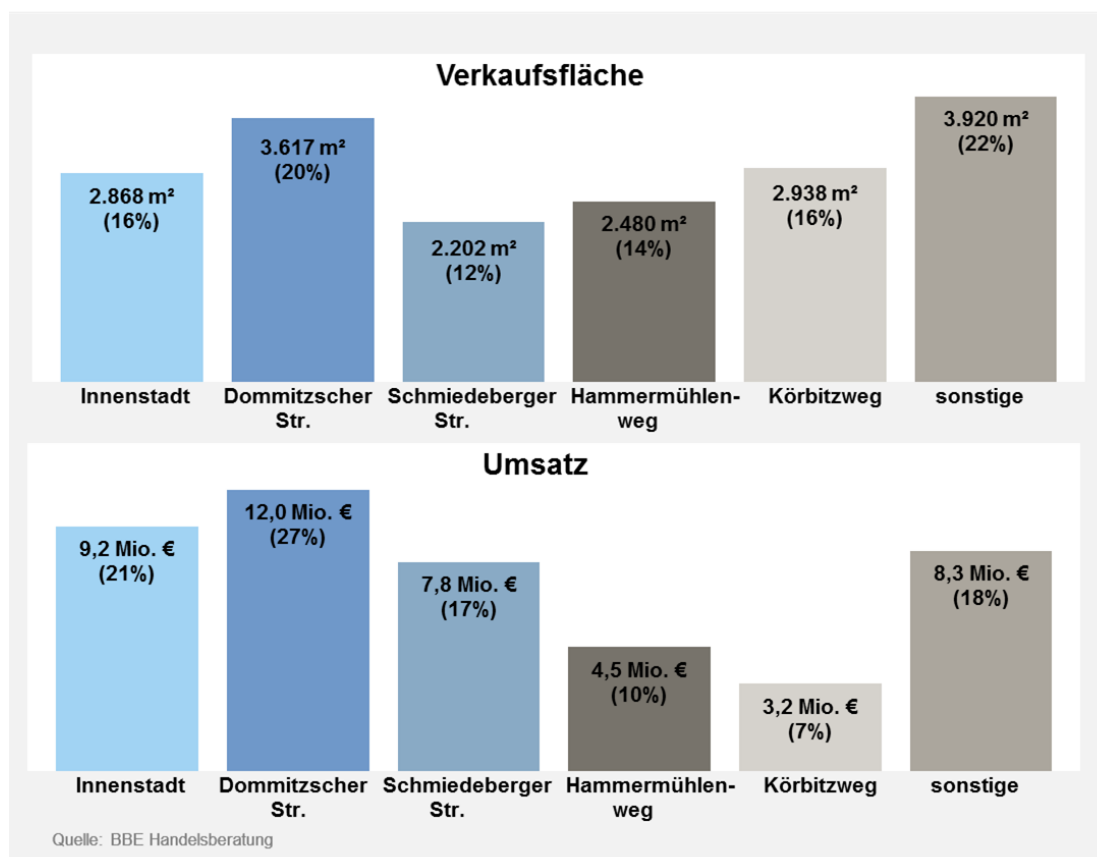
Bei sinkender Nachfrage (vgl. Prognose der Nachfrageentwicklung im Abschnitt 3.2) ist zukünftig ein weiter zunehmender Standortwettbewerb zu erwarten, welcher ein wesentliches Argument für die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche innerhalb einer bereits guten Verkaufsflächenausstattung darstellt.

¹ Der Lebensmitteldiscounter Netto zusammen mit dem Getränkemarkt Netto-Getränke-Discount in der Dommitzcher Straße sind aufgrund der baulichen Struktur in der vorliegenden Einzelhandelserhebung als zwei getrennte, nicht großflächige Anbieter bewertet. Zusammen umfassen beide Anbieter jedoch über mehr als 1.100 m² Verkaufsfläche.

5.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Bad Dübener

Die nachfolgende Abbildung sowie die Tabellen 4 und 5 differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach maßgeblichen Einzelhandelsstandorten innerhalb des Bad Dübener Stadtgebietes, zum besseren Vergleich analog zum Einzelhandelskonzept 2010.

Abbildung 4: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Bad Dübener Einzelhandelsstandorten



Auf die **Innenstadt** entfällt ein Verkaufsflächenanteil von lediglich 16%, dieser liegt damit leicht unter dem Anteil von 17 % in 2010. Als Innenstadt wird bereits eine räumliche Abgrenzung zugrunde gelegt, wie sie sich als zentraler Versorgungsbereich im Abschnitt 6.4.1 darstellt. Insgesamt 36 Anbieter sind darin eingebunden, überwiegend mit kleinteiligen Verkaufsflächen. Im Jahr 2010 waren es noch 41 Anbieter. Die durchschnittliche Verkaufsfläche je Fachgeschäft in der Innenstadt beträgt rd. 80 m², wobei dieser Wert bereits durch wenige größere Anbieter angehoben wird. Zu dem flächengrößten Ladenlokal zählt die Firma Lohan Haushaltswaren am Paradeplatz mit über 500 m². Ohne diesen Anbieter beträgt die mittlere Verkaufsfläche nur ca. 66 m².

Gerade die inhabergeführten Ladenlokale bieten eine Vielzahl attraktiver und individueller Geschäftskonzepte, wodurch die Innenstadt von Bad Dübener auch eine eigenständige Ausstrahlungskraft als Einzelhandelsstandort entwickelt und somit den Versorgungsfunktionen und Bindungschancen eines Grundzentrums gerecht wird.

Aus Sicht des Einzelhandelsbesatzes teilt sich die Innenstadt aber faktisch in zwei Teilbereiche. Am Paradeplatz ist zwar mit der Fa. Lohan Haushaltswaren ein wichtiger innerstädtischer Magnetanbieter ansässig, insgesamt sind jedoch nur wenige Einzelhandelsanbieter vertreten. Dienstleister (u.a. Volksbank, Reisebü-

ro, Frisöre und Fahrschulen) überwiegen, mit dem Restaurant Weltenbummler und Café Paradeplatz sind gastronomische Angebote vertreten. Aufkommende Leerstände verdeutlichen die schwierige wirtschaftliche Situation in diesem Umfeld.

Mit dem Übergang vom Paradeplatz in die Altstädter Straße beginnt der konzentrierte Einzelhandelsbesatz, der sich bis einschließlich des Umfeldes am Markt erstreckt und am Kreuzungsbereich mit der Leipziger Straße endet. Der Branchenbesatz des innerstädtischen Einzelhandels wird sicherlich durch wichtige zentrenrelevante Warengruppen geprägt, ohne jedoch in diesen Bereichen eine dominierende Stellung einzunehmen. So entfallen 52% der Verkaufsflächen für Bekleidung/Wäsche auf die Innenstadt, folglich sind aber die übrigen 48% an anderen Standorten verteilt. Gleiches gilt für eine Reihe weiterer Branchen. Teilweise befinden sich weitere Angebote in Randlage zur Innenstadt, ohne eine direkte funktionale Anbindung aufzuweisen (z.B. Schuhe und Lederwaren in der Friedensstraße oder das Dübener Sportcenter in der Grünstraße).

In der **Dommitzcher Straße**, östlich der Innenstadt, befinden sich 20% der Dübener Einzelhandelsflächen, die 27% des Bad Dübener Einzelhandelsumsatzes erzielen. Der Besatz verteilt sich im Wesentlichen auf zwei Standorte. Am Kreuzungsbereich Dommitzcher Straße / Torgauer Straße ca. 120 m von der Innenstadt (Paradeplatz) entfernt, befindet sich ein solitärer Discounterstandort. Dieser Standort besteht aus zwei Gebäudekomplexen. Der Standort des Netto Marken-Discounts mit Backshop im Eingangsbereich verfügt über einen separaten Getränkemarkt „Netto-Getränke-Discount“.

Den Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes an der Dommitzcher Straße bildet jedoch am nördlichen Kreuzungsbereich mit der Gartenstraße die Agglomeration mit einem Supermarkt (Rewe) und einem Discounter (Penny), ergänzt durch eine Drogerie (Rossmann).

Insgesamt erweist sich die Dommitzcher Straße als wichtigster Angebotsstandort von Bad Dübener im kurzfristigen Bedarfsbereich, 45% der Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel sowie 39% der Verkaufsfläche für Drogerie / Parfümerie / Apotheken entfallen auf diesen Bereich.

Entlang der **Schmiedeberger Straße** verteilen sich mehrere Einzelhandelsstandorte, zusammen umfassen diese 2.202 m² Verkaufsfläche (12% im Bad Dübener Stadtgebiet) und einen Umsatzanteil von 17%.

Dabei ist zunächst auf einen integrierten Nahversorgungsstandort mit einem Lebensmittel-Discounter (Aldi) zu verweisen, ein Solitärstandort in dessen näherem Umfeld sich eine Sparkasse und ein Schreibwarengeschäft befinden.

Der weitere Einzelhandelsbesatz der Schmiedeberger Straße ist als periphere Lage am östlichen Stadtrand einzustufen. Ursprünglich bestand eine Agglomeration mit Lebensmittel-Discounter (Lidl) und weiteren Anbietern, darunter ein Getränkemarkt (bilgro). Durch den Neubau des Lebensmittel-Discounters auf dem benachbarten Grundstück hat sich die potenzielle Einzelhandelsfläche an diesem Standortumfeld deutlich ausgeweitet. Die ehemalige Discounter-Filiale wird durch einen Textil-Discounter (KiK) nachgenutzt.

Am **Hammermühlenweg**, in peripherer Lage, ca. 1,5 km vom nördlichen Stadtrand entfernt, befindet sich ein Verbrauchermarkt. Dieser wurde in einen ehemaligen Hallenbau integriert. Ergänzt wird dieser Lebensmittelmarkt lediglich durch einen Backshop im Eingangsbereich. Der Standort liegt unmittelbar an der Bundesstraße B 107/B 183, vereinzelt befindet sich im näheren Umfeld Wohnbebauung (z.B. Ortsteile Weinbergshäuser und Hammermühle).

Das Gewerbegebiet am **Körbitzweg** umfasst 16% der Verkaufsflächen von Bad Dübener. Angesiedelt sind ein Bau- und Gartenmarkt sowie das Gartencenter Meier.

Als **sonstige Standorte** wird jener Einzelhandelsbesatz zusammengefasst, der den voranstehenden Standorten nicht zugerechnet werden kann. Diese „sonstigen Standorte“ umfassen immerhin 22% der Verkaufsfläche von Bad Dübener und beziehen sich auf ein breites Standortspektrum.

Zu unterscheiden sind Randlagen zur Innenstadt, kleinteilige Nahversorgungsstandorte in Wohnquartieren oder Ortsteilen, eine Standortagglomeration an der Neuhofstraße sowie diverse Streulagen.

Erwähnt wurden bereits die Randlagen zur Innenstadt, im unmittelbaren Umfeld (Friedensstraße, Grünstraße, Neustraße, Torgauer Straße) befinden sich verschiedene Fachgeschäftsstandorte ohne funktionale Anbindung an den Innenstadtbereich.

Als kleinteilige Nahversorgungsstandorte sind der Standort von Markant nah & frisch in der Blücherstraße als wichtiger Nahversorger für nördliche Wohnquartiere sowie das Lebensmittel-Fachgeschäft in Tiefensee zu benennen.

Der Einzelhandelsstandort an der Neuhofstraße verfügt über das Möbelhaus Ertel, im Geschäftshaus selbst ist weiterhin eine Postfiliale mit Schreibwarenverkauf vertreten.

Diese „sonstigen Standorte“ umfassen ein breites Warengruppenspektrum, speziell aus Streulagen ist eine potenzielle Verlagerung einzelner Anbieter in die Innenstadt oder zu anderen leistungsfähigeren Standorten sowohl aus Sicht der städtebaulichen Entwicklung als auch aus Betreibersicht zur längerfristigen Existenzsicherung empfehlenswert.

Tabelle 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Bad Dübener Einzelhandels

	Innenstadt	Domnitzscher Straße	Schmiedeberger Straße	Hammermühlensweg	Körbitzweg	sonstige	Stadt Bad Dübener gesamt
	(m ²)	(m ²)	(m ²)	(m ²)	(m ²)	(m ²)	(m ²)
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (o. Bäcker/Metzger)	127	2.764	1.305	1.340		708	6.244
Bäcker/Metzger	145	70	85	40		85	425
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	170	449	84	340		100	1.143
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	220	90	27	50	1.338	125	1.850
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	75	35	70	30	20	59	289
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	750		526	70		85	1.431
Schuhe/Lederwaren	80		15	150		160	405
Heimwerker/Autozubehör			15		1.080	895	1.990
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	270	150	10	180	80	93	783
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	30		40	90		25	185
Sportartikel/Fahrräder	160		10		30	325	525
Haustextilien/Heimtextilien	110			30		320	460
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	160				100	525	785
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	180	9		10	290	140	629
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	80		15			105	200
Foto/Optik/Akustik	155	5				140	300
Uhren/Schmuck	96			150		30	96
sonstiges	60	45					285
	2.868	3.617	2.202	2.480	2.938	3.920	18.025
	16%	20%	12%	14%	16%	22%	100%

Quelle: BBE Handelsberatung Erhebung und Berechnung

Tabelle 5: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Bad Dübener Einzelhandels

Sortimentsgruppe	Innenstadt		Domnitzscher Straße		Schmiedeberger Straße		Hammermühlengeweg		Körbitzweg		sonstige		Stadt Bad Dübener gesamt	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (o. Bäcker/Metzger)	330	2%	8.760	45%	5.330	28%	2.620	14%			2.180	11%	19.220	100%
Bäcker/Metzger	1.170	41%	410	14%	540	19%	260	9%			490	17%	2.870	100%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	2.220	35%	2.090	33%	460	7%	740	12%			830	13%	6.340	100%
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	460	19%	170	7%	100	4%	40	2%	1.430	58%	250	10%	2.450	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	370	36%	140	14%	220	21%	80	8%	20	2%	200	19%	1.030	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.640	62%			900	33%	120	4%			40	1%	2.700	100%
Schuhe/Lederwaren	220	35%			50	8%	160	26%			190	31%	620	100%
Heimwerker/Autozubehör					45	2%			1.190	50%	1.130	48%	2.365	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	430	42%	180	17%	35	3%	160	15%	90	9%	140	14%	1.035	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	90	27%			80	24%	120	37%			40	12%	330	100%
Sportartikel/Fahrräder	370	37%			30	3%			30	3%	580	57%	1.010	100%
Haustextilien/Heimtextilien	200	38%					60	12%			260	50%	520	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	240	23%							110	11%	670	66%	1.020	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	270	28%					20	2%	320	33%	340	34%	980	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	180	26%			50	7%					470	67%	700	100%
Foto/Optik/Akustik	500	53%									420	44%	950	100%
Uhren/Schmuck	400	100%					160	36%			20	4%	400	100%
sonstiges	120	27%	150	33%									450	100%
	9.210	21%	11.960	27%	7.840	17%	4.540	10%	3.190	7%	8.250	18%	44.990	100%

Quelle: BBE Handelsberatung Erhebung und Berechnung

5.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bad Dübener

Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im Stadtgebiet Bad Dübener führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellen den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar. Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten in den einzelnen Warengruppen sind auch ein Indikator für die Beurteilung der Marktchancen bzw. potenziellen, wettbewerblichen Auswirkungen zusätzlicher Anbieter sowie für die Entwicklungschancen von Standortbereichen.

Der Einzelhandel von Bad Dübener übernimmt mit seiner Angebotsstruktur vorrangig Grundversorgungsfunktionen, in Folge ist der kurzfristige Bedarfsbereich überdurchschnittlich besetzt. Somit bilden die nachfolgenden Bindungsquoten auch verstärkt Kaufkraftzuflüsse im kurzfristigen Bedarfsbereich ab, während im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich überwiegend Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Bad Dübener errechnet sich über alle Warengruppen eine Bindungsquote von 103%. Dieser Wert beinhaltet sowohl regionale Kaufkraftzuflüsse als auch Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet, außerdem fließt die Bindung touristischer Potenziale in dieses Ergebnis ein. Insgesamt ergibt sich ein saldierter Kaufkraftzufluss von ca. 1,1 Mio. €.

Maßgeblich trägt der kurzfristige Bedarfsbereich zu dieser dennoch guten Kaufkraftbindung bei, bedingt durch einen hohen Besatz an Lebensmittelmärkten. Speziell die regionale Ausstrahlung des Verbrauchermarktes am Hammermühlenweg führt zu entsprechenden Zuflüssen. So beträgt die Bindungsquote bei Nahrungs- und Genussmitteln 131% und ist nur bedingt als weiter steigerungsfähig einzuschätzen. Auch die Warengruppe Blumen / Heimtierbedarf erzielt, aufgrund der Bau- und Gartenmarkttagglomeration am Körbitzweg, sehr hohe Werte.

In wichtigen zentrenrelevanten Branchen (Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren) liegen die Saldowerte der Bindungsquoten z.T. deutlich unterhalb von 100%. Diese beinhalten bereits die regionale Kundenbindung aus dem Nahbereich. Folglich bestehen zugleich größere Kaufkraftabflüsse in Richtung der Mittelzentren Delitzsch und Eilenburg sowie insbesondere in Richtung des Oberzentrums Leipzig. Dagegen wird beispielsweise bei Sportartikeln/Fahrräder mit einem sehr guten Angebot vor Ort, in erheblichem Umfang die örtliche und regionale Nachfrage gebunden. Die Bindungsquote bei dieser Warengruppe beträgt 131%.

Insgesamt wird im kurzfristigen Bedarfsbereich ein saldierter Kaufkraftzufluss von ca. 4,9 Mio. € erzielt, während im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich ein saldierter Kaufkraftabfluss von ca. 3,8 Mio. € verbleibt. Diese Werte sind als typisch für ein Grundzentrum anzusehen, da der Schwerpunkt der Versorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich liegt.

Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Bad Dübener Einzelhandels

	Marktpotenzial Stadt Bad Dübén	EH-Umsatz Stadt Bad Dübén	Kaufkraft- bindung	Saldo Zu- u. Abfluss
	(T€)	(T€)	(%)	(T€)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	16.813	22.090	131%	5.277
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	1.887	2.450	130%	563
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	6.720	6.340	94%	-380
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.584	1.030	65%	-554
überwiegend kurzfristiger Bedarf	27.004	31.910	118%	4.906
Bekleidung / Wäsche	3.184	2.700	85%	-484
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	819	620	76%	-199
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	3.698	2.365	64%	-1.333
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	641	1.035	161%	394
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	330	330	100%	0
Sportartikel / Fahrräder / Camping	770	1.010	131%	240
überwiegend mittelfristiger Bedarf	9.442	8.060	85%	-1.382
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	562	520	93%	-42
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	1.979	1.020	52%	-959
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1.052	980	93%	-72
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	1.904	700	37%	-1.204
Foto / Optik / Akustik	835	950	114%	115
Uhren / Schmuck	305	400	131%	95
Sonstiges	766	450	59%	-316
überwiegend langfristiger Bedarf	7.404	5.020	68%	-2.384
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	43.850	44.990	103%	1.140

Quelle: BBE Handelsberatung, Eigene Berechnung

5.4. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine wesentliche Aufgabenstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bad Döben. Der Rückgang der Einwohnerzahlen in den vergangenen Jahren sowie aktuelle Planvorhaben bedürfen einer Überprüfung und Fortschreibung der Nahversorgungsstrukturen. Folgende Planvorhaben bestehen aktuell im Stadtgebiet von Bad Döben:

- Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Aldi-Marktes von der Schmiedeberger Straße an den Windmühlenweg
- Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Rewe-Marktes an der Dommitzcher Straße
- Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl an der Schmiedeberger Straße

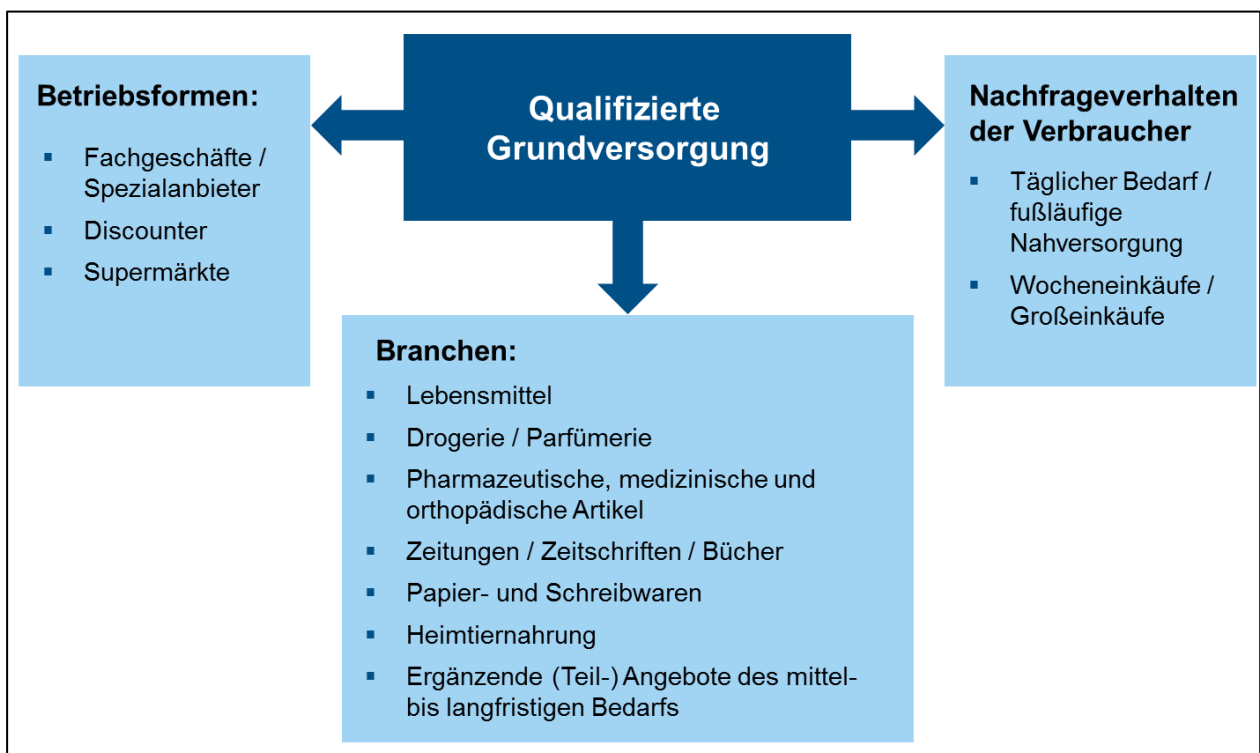
Auf Grundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes von 2010, in welchem der Lidl-Standort als Bestandsstandort eingeordnet wurde, fasste der Stadtrat am 17.06.2014 den Beschluss, eine Veränderungssperre über den Standort des Lidl-Marktes zu erlassen sowie die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplans. Zum Planvorhaben der Erweiterung des Lidl-Marktes wird im Abschnitt 5.4.2 eine Einschätzung zur städtebaulichen Einordnung gegeben.

Aufbauend auf eine Bewertung der aktuellen Grundversorgungsfunktionen im Stadtgebiet (Abschnitt 5.4.1) werden die Planvorhaben von Aldi und Rewe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Auswirkungen und einer potenziellen Einbindung in die Standort- und Zentrenstrukturen nachfolgend einer Prüfung und Bewertung unterzogen (Abschnitt 5.4.2).

5.4.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Bad Döben

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt.

Abbildung 5: Begriff der qualifizierten Grundversorgung

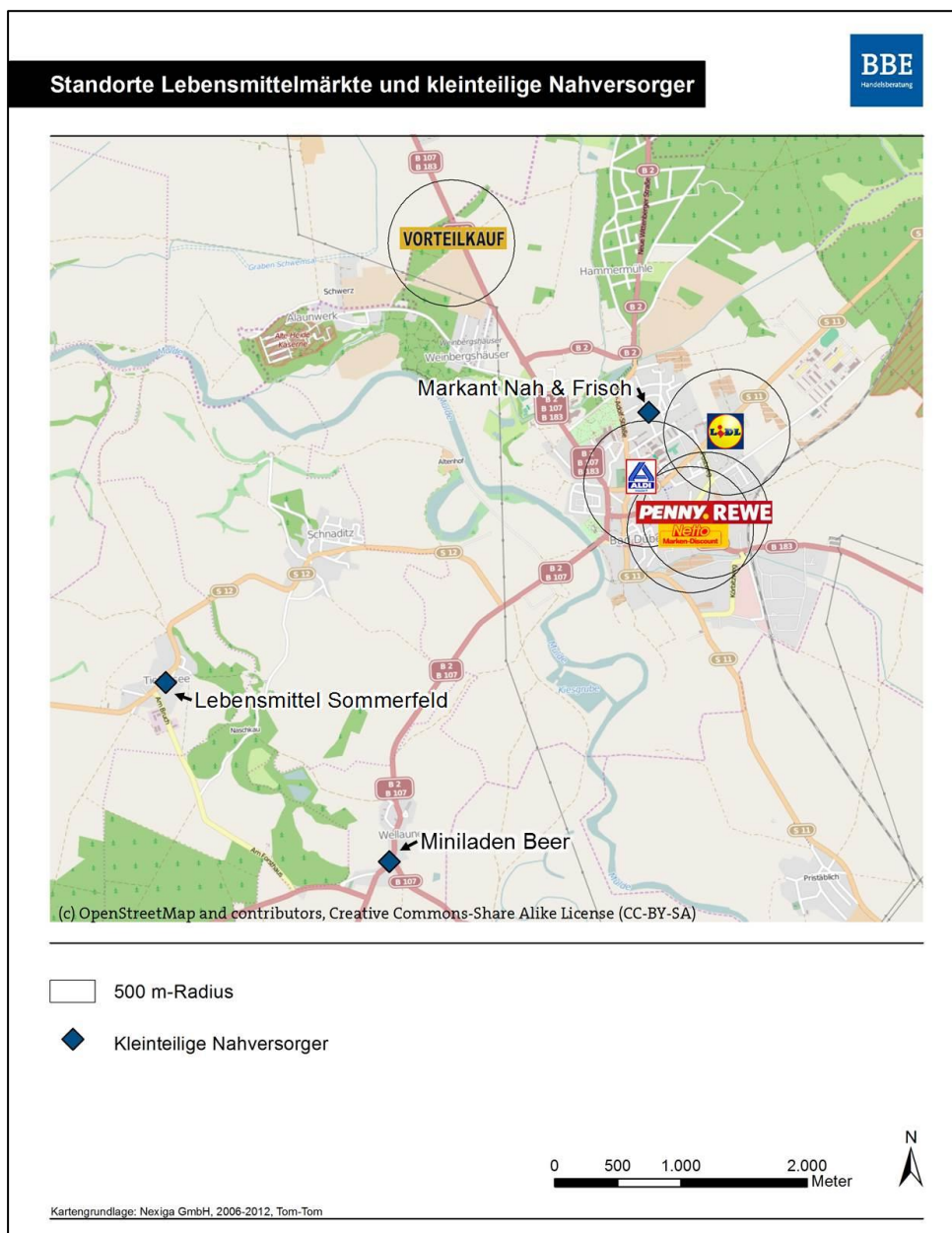


Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbrauchermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden zu wöchentlichen Großeinkäufen, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. vorrangig Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in die Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden. Im Stadtgebiet Bad Döben bauen die bisherigen Grundversorgungsstrukturen gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 auf dem Grundversorgungszentrum in der Dommitzcher Straße und der integrierten Nahversorgungslage Schmiedeberger Straße mit Aldi als Magnetanbieter auf. Kleinteilige Nahversorger runden das Nahversorgungsangebot innerhalb von Bad Döben ab.

Nachfolgende Abbildung 6 veranschaulicht zum einen die Standorte der Lebensmittelmärkte und deren fußläufige Erreichbarkeit, wofür i.d.R. Distanzen von bis zu 500 m¹ zugrunde zu legen sind. Die Darstellung differenziert zwischen Standorten, die im Zentrenkonzept aus dem Jahr 2010 als Nahversorgungs- oder Ergänzungsstandort integriert sind und weiteren, konkurrierenden Lebensmittelmärkten. Separat sind die kleinteiligen Nahversorger im nördlichen Stadtgebiet sowie im Stadtteil Tiefensee dargestellt.

Abbildung 6: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte und kleinteilige Nahversorger



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

¹ Eine fußläufige Erreichbarkeit kann üblicherweise auch bis zu 600 m unterstellt werden, für das kompakte Stadtgebiet von Bad Düben ist dieser Wert für die Mehrheit der Einwohner jedoch zu hoch, da dann in kürzerer Distanz bereits ein alternativer Anbieter vertreten ist. Ein Umkreis von 600 m würde insbesondere in den nördlichen und westlichen Wohngebieten eine größere Abdeckung der fußläufigen Erreichbarkeit ausweisen.

Grundsätzlich sichern die bestehenden Nahversorgungsstrukturen eine gute fußläufige Nahversorgung für die Mehrheit der Einwohner.

Das Nahversorgungszentrum als Doppelstandort mit Supermarkt (Rewe) und Discounter (Penny) an der Dommitzscher Straße sowie die Nahversorgungslage (Discounter Aldi) an der Schmiedeberger Straße decken in ihrer fußläufigen Erreichbarkeit einen Großteil der Kernstadt ab. Die beiden weiteren Discounterstandorte führen zu keiner nennenswerten Verbesserung der Nahversorgungsstruktur. Der zusätzliche Discounterstandort an der Dommitzscher Straße (Netto Marken-Discount), benachbart zum Nahversorgungszentrum, ist als veritabler Wettbewerbsstandort für beide zentrale Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentrum und Innenstadt) einzuschätzen, er spricht kein zusätzliches Kundenpotenzial an und erreicht auch keine funktionale Verknüpfung mit einem der beiden zentralen Versorgungsbereiche. Auch der Lidl-Standort an der Schmiedeberger Straße liegt peripher zu den Wohnquartieren und erreicht fußläufig nur einen geringen Bevölkerungsanteil. Der Standort übernimmt partiell Nahversorgungsfunktionen und bindet aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage Kundenströme aus Bad Schmiedeberg.

Der Standort Hammermühlenweg ist eine rein autoorientierte Lage ohne fußläufiges Umfeld. Für die Ortsteile Weinbergshäuser und Hammermühle bildet dieser jedoch den nächstgelegenen Versorgungsstandort.

Räumliche Versorgungsdefizite werden teilweise durch kleinteilige Lebensmittelanbieter aufgefangen. Dazu zählt in der nördlichen Kernstadt die Markant-Filiale in der Blücherstraße, ein Lebensmittelgeschäft mit ca. 160 m² Verkaufsfläche. Der Standort ist mitten in ein Wohngebiet integriert und wird von den Einwohnern gut angenommen.

Zwei kleinere Lebensmittelgeschäfte übernehmen zudem die Versorgung für den täglichen Bedarf im Stadtteil Tiefensee und im Stadtteil Wellaune.

Der Besatz mit Lebensmittelmärkten ist insgesamt bereits als sehr hoch zu bewerten.

Tabelle 7: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bad Dübener 2014

Region	Einwohner	Anzahl	Verkaufsfläche in qm	qm je Objekt	Einwohner je Objekt	qm je 1.000 Einwohner	DICHTEINDEX in %
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	80.585.700	26.877	22.250.000	828	2.998	276	100
Stadt Bad Dübener gesamt	7.986	6	6.878	1.146	1.331	861	312
	Penny (Dommitzscher Str.)		484				
	Rewe (Dommitzscher Str.)		1.424				
	Netto (Dommitzscher Str.)		1.140				
	Lidl (Schmiedeberger Str.)		780				
	Aldi (Schmiedeberger Str.)		630				
	Vorteilkauf (Hammermühlenweg)		2.420				
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	80.585.700	1.942	9.860.000	5.077	41.496	122	100
Stadt Bad Dübener gesamt							
	keine Anbieter vertreten						
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	80.585.700	28.819	32.110.000	1.114	2.796	398	100
Stadt Bad Dübener gesamt	7.986	6	6.878	1.146	1.331	861	216

¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Im Bad Dübener Stadtgebiet sind insgesamt sechs Supermärkte / Discounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 6.878 m² vertreten. Die obige Tabelle bewertet diesen Besatz in Relation zum Bevölkerungspotenzial.

zial der Stadt Bad Dübén. Die Gesamtverkaufsfläche entspricht einer sehr hohen Ausstattungskennziffer von 861 m² je 1.000 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt stehen je 1.000 Einwohner 276 m² Verkaufsfläche in Supermärkten und Discountern sowie weitere 122 m² in Großflächen (z.B. SB-Warenhäuser) zur Verfügung, folglich 398 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner über alle Lebensmittel-Betriebsformen.

Der Besitz in Bad Dübén entspricht im Vergleich zum Bundesdurchschnitt einer Flächenausstattung von 216%. Dieser Besitz wird maßgeblich von dem Ergänzungsstandort am Hammermühlenweg beeinflusst, der jedoch auch eine stärkere regionale Ausstrahlung bis ins benachbarte Bundesland Sachsen-Anhalt erzielt. Generell spiegelt sich in dieser Ausstattungskennziffer auch die regionale Einzelhandelsfunktion und das historisch gewachsene Einzugsgebiet des Einzelhandels von Bad Dübén wider.

Positiv hervorzuheben ist für ein Grundzentrum noch einmal die umfassende Ausstattung mit Discountern und Vollsortimentern, die eine qualifizierte Grundversorgung erlaubt.

Die aktuellen Planvorhaben konzentrieren sich auf einen Ausbau der Angebotsstrukturen. Sie lassen Wettbewerbseffekte hinsichtlich der regionalen Ausstrahlung (Zentralität), einer veränderten Zuordnung von Angebots- und Nachfragestrukturen im Stadtgebiet und somit einer partiellen Neuausrichtung von Kundenströmen erwarten. Welche städtebaulichen Auswirkungen aus Standort und Größendimensionierung der Planvorhaben abzuleiten sind, wird im nachfolgenden Abschnitt geprüft.

5.4.2. Städtebauliche Verträglichkeit aktueller Planvorhaben zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzulenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnaher Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Zunächst fasst nachfolgende Tabelle noch einmal die aktuell relevanten Planvorhaben hinsichtlich der Verkaufsflächenentwicklung und der Umsatzerwartung zusammen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass es sich beim Aldi-Markt um eine Verlagerung von der Schmiedeberger Straße an den Windmühlenweg handelt, in Zuge derer auch die Verkaufsfläche ausgebaut werden soll. Das Rewe-Planvorhaben zielt ausschließlich auf die Erweiterung der Verkaufsfläche am bestehenden Standort.

Tabelle 8: Übersicht zu aktuellen Planvorhaben im Stadtgebiet von Bad Dübén

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung gesamt	darunter: Food + Nonfood I	darunter: Nonfood II
Aldi-Lebensmitteldiscounter / Bestand	630 m ²	4.200 €/m ²	2.650 T€	2.410 T€	240 T€
Aldi-Lebensmitteldiscounter / Planvorhaben	799 m ²	4.000 €/m ²	3.200 T€	2.910 T€	290 T€
Standortentwicklung Aldi	169 m²		550 T€	500 T€	50 T€
Rewe-Supermarkt / Bestand	1.424 m ²	3.500 €/m ²	4.980 T€	4.630 T€	350 T€
Rewe-Supermarkt / Planvorhaben	1.800 m ²	3.200 €/m ²	5.760 T€	5.360 T€	400 T€
Standortentwicklung Rewe	376 m²		780 T€	730 T€	50 T€

Quelle: Angaben zur Verkaufsflächenenerweiterung der Fa. Aldi und Rewe, Berechnungen der Umsätze durch BBE Handelsberatung

Der **Rewe-Markt** befindet sich in der Dommitzscher Straße in integrierter Lage und wurde im Einzelhandels- und Zentrenkonzept gemeinsam mit den weiteren Anbietern als Nahversorgungszentrum (zentraler Versorgungsbereich) ausgewiesen. Für diesen Markt ist eine Erweiterung auf ca. 1.800 m² Verkaufsfläche geplant. Diese Fläche ist für ein modernes Supermarktkonzept als branchentypisch zu bewerten. Mit dieser Größen-

dimensionierung ist eine leistungsfähige Wettbewerbsstellung in Bad Döben zu erwarten, das Erweiterungsvorhaben ist dann nach Vorteilkaufl der zweitgrößte Lebensmittelmarkt in Bad Döben. Diese direkte Wettbewerbssituation, aber auch der insgesamt hohe Flächenbesatz durch Lebensmittelmärkte bedingen gegenwärtig eine unterdurchschnittliche Flächenproduktivität¹, keinesfalls jedoch eine herausragende Marktstellung als B-Zentrum. Das Planvorhaben führt zu einer spürbaren Umsatzentwicklung, wenngleich auch bei leicht sinkender Flächenproduktivität. Insgesamt ist mit einem Planumsatz von ca. 5,8 Mio. Euro zu rechnen, resultierend vorrangig aus einer Kundenumorientierung zu Lasten des peripheren Vollsortimenters am Hammermühlenweg.

Der Standort liegt im Geltungsbereich des rechtskräftigen Vorhaben- und Erschließungsplans / Bebauungsplan „Einkaufszone Dommitzcher Straße“ bzw. geht nach den aktuellen Planungen in östlicher Richtung leicht über diesen hinaus. Festgesetzt sind ein eine Gesamtverkaufsfläche von 3.200 m², differenziert für zwei Lebensmittelmärkte mit 800 m² und 2.400 m².

Die Firma **Aldi** plant eine Verlagerung des bisherigen Standorts von der Schmiedeberger Straße an den Windmühlenweg. Im Zuge der Verlagerung soll sich die Verkaufsfläche von 630 m² auf 799 m² Verkaufsfläche erweitern. Bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche um ca. 170 m² ist nicht mit einer Ausweitung des Sortiments zu rechnen. Die Bestrebung zur Erweiterung der Verkaufsfläche resultiert aus Anforderungen an die Angebotskonzepte der Lebensmittelmärkte in den letzten Jahren, die angepasst an die Kundennachfrage und Vorschriften des Gesetzgebers Veränderungen erfahren haben und einen höheren Flächenbedarf nach sich ziehen. Die Hauptursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmittel-Einzelhandel ist vor allem in der Prozessoptimierung zu sehen. Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern i. d. R. zu einer abnehmenden Flächenleistung.

Zu berücksichtigen ist dabei, dass der Aldi-Markt an der Schmiedeberger Straße im Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Nahversorgungslage ausgewiesen wurde, dem zu Folge ist zu prüfen, ob der Planstandort adäquate Versorgungsfunktionen übernehmen kann. Für die bestehende Immobilie des Aldi-Marktes hat die Stadt Bad Döben zum Schutz der Innenstadt eine Veränderungssperre verhängt, um die Ansiedlung eines Anbieters mit zentrenrelevantem Kernsortiment auszuschließen. Um dies auch zukünftig abzusichern, ist die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplans am 17. Juni 2014 vom Stadtrat beschlossen worden.

Im Folgenden werden die durch die Vorhaben von Aldi und Rewe induzierten „Kannibalisierungseffekte“ abgeschätzt.

Anzunehmen ist dabei, dass der Mehrumsatz, der mit der Erweiterung am Planstandort gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, ein vergrößerter Anbieter vergrößert nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes.

Aufgrund des gegenwärtig bereits hohen Wettbewerbsbesatzes ist von einer Verlagerung des bestehenden Aldi-Marktes an der Schmiedeberger Straße zum Windmühlenweg und damit einem Großteil des zu realisierenden Umsatzes auszugehen. Da jedoch am Altstandort das Baurecht zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes weiterhin Bestand hat, wird auch eine Modellrechnung zur Umverteilung bei Nachbelegung des Altstandortes erstellt.

Nachfolgende Tabelle bewertet die Umsatzumverteilungen bei Verlagerung des Aldi-Marktes und Erweiterung des Rewe-Marktes.

Dabei sind folgende wechselseitige Einflussfaktoren zu berücksichtigen:

- Die Modellrechnung basiert auf der Bewertung der nahversorgungsrelevanten Warengruppen Food- und Non-Food I zur Steuerung einer verbrauchernahen Grundversorgung in Bad Döben sowie der Warengruppe Non-Food II zur Beurteilung der Auswirkungen auf die Innenstadt.

¹ BBE Markt- und Strukturdaten, durchschnittliche Flächenproduktivität für Supermärkte in Deutschland: 3.800 €/m²

- In der Bewertung wird unterstellt, dass bei Verlagerung des Aldi-Marktes der Standort nicht mit einem Lebensmittelmarkt nachbelegt wird. Dem zu Folge werden lediglich die Mehrumsätze des Marktes im Zuge der Erweiterung der Verkaufsfläche einbezogen.
- Beide Planvorhaben treten auch in direkte Wettbewerbsbeziehungen, die Modellrechnung geht von etwa 3% (0,25 Mio. Euro) wechselseitiger Umsatzumverteilung aus.

Tabelle 9: Modellrechnung zur Umsatzumlenkung bei Erweiterung Rewe-Markt und Verlagerung Aldi

Standortentwicklungen Aldi und Rewe	Zusätzliche Verkaufsfläche	Umsatz	
		Food + Nonfood I	Umsatz Nonfood II
Rewe-Erweiterungsvorhaben	376 m ²	0,73 Mio. €	0,05 Mio. €
Aldi-Verlagerungsvorhaben	169 m ²	0,50 Mio. €	0,05 Mio. €
Summe Mehrumsatz beider Standorte		1,23 Mio. €	0,10 Mio. €
Wettbewerb Rewe / Aldi untereinander		0,24 Mio. €	0,00 Mio. €
notwendige Umverteilung gegenüber sonstige Wettbewerbsstandorte		0,99 Mio. €	0,10 Mio. €
Lage	aktueller Umsatz	Umsatzumverteilung	
Innenstadt	3,7 Mio. €	2,0%	0,07 Mio. €
Nahversorgungszentrum Dommitzscher Straße (ohne Rewe)	3,4 Mio. €	1,0%	0,03 Mio. €
Netto Marken-Discount, Dommitzscher Str.	3,1 Mio. €	6,0%	0,18 Mio. €
Standort Lidl, Schmiedeberger Straße	3,9 Mio. €	6,8%	0,26 Mio. €
Vorteilkauf Hammermühlenweg	3,6 Mio. €	9,8%	0,35 Mio. €
sonstige	3,5 Mio. €	3,0%	0,10 Mio. €

Im Saldo führen beide Vorhaben zu einer notwendigen Umsatzumverteilung von 1,0 Mio. € im Stadtgebiet im Food und Nonfood I-Bereich sowie 0,1 Mio. € im Nonfood II-Bereich. Bei zusätzlichen Umsätzen im Non-Food II-Bereich von 0,1 Mio. € ist eine standortspezifische Ausweisung nicht möglich. Für den einzelnen Betrieb liegen die Auswirkungen unterhalb der Spürbarkeitsschwelle, da sich die Umverteilungen auch auf mehrere Branchen verteilen.

Von den beiden Planvorhaben wird besonders der **Supermarkt Vorteilkauf** betroffen sein, da zwischen betriebstypisch gleichen Anbietern die größten Wettbewerbsverflechtungen bestehen. Zudem kann der Rewe mit der Verkaufsflächenerweiterung seine Wettbewerbsposition gegenüber dem Supermarkt am Hammermühlenweg deutlich verbessern. Allein 61% der Mehrumsätze des Rewe-Marktes werden aus Umverteilungseffekten vom Standort Hammermühlenweg zu erwarten sein. Es wird eine Umsatzumverteilung in Höhe von 10% bzw. 0,36 Mio. € prognostiziert. Damit ist eine stärkere Kaufkraftbindung im Stadtkern, respektive im B-Zentrum verbunden. Die Entwicklung unterstützt die städtebaulichen Ziele.

Der erweiterte Aldi-Markt wird im Wettbewerb mit dem **Lidl an der Schmiedeberger Straße** gestärkt. Daraus resultiert eine Umverteilungsquote gegenüber dem Lidl von 7% (0,27 Mio. €). Die absatzwirtschaftlichen Wirkungen werden den Lidl nicht gefährden, da dieser über gute Standortqualitäten mit Ausstrahlung nach Bad Schmiedeberg sowie Kopplungseffekten im Umfeld verfügt.

Der **Netto Marken-Discount an der Dommitzscher Straße**, liegt lediglich 300 m entfernt vom Rewe-Markt und würde folglich von dessen geplanter Erweiterung betroffen sein. Die Entfernung zum Aldi-Markt würde hingegen durch die Verlagerung abnehmen, so dass mit Umsatzumverteilungseffekten von 6% bzw. 0,19 Mio. € zu rechnen ist.

Sonstige Lagen, wie z.B. der Anbieter Markant an der Blücherstraße stehen auf Grund der unterschiedlichen Ausrichtung mit deutlich geringerer Verkaufsfläche nur in geringerem Maße im Wettbewerb. Insgesamt ergeben sich dadurch Umsatzumverteilungseffekte von 0,11 Mio. € (3%), die sich auf mehrere Anbieter verteilen.

Die **Innenstadt** von Bad Düben ist traditionell stärker auf dem mittelfristigen Bedarfsbereich mit dem Fokus auf Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren sowie Glas, Porzellan und Keramik ausgerichtet. Diese Sortimente existieren sowohl beim Rewe als auch beim Aldi-Markt auf deutlich untergeordneter Fläche. Insofern sind

die Auswirkungen bei den Planvorhaben der Firmen Aldi und Rewe im Non-Food II-Bereich marginal. Die Umsatzumverteilungen im Lebensmittelbereich sind mit 0,07 Mio. € ebenfalls gering.

Die folgende Tabelle 10 nimmt eine detaillierte Bewertung der Umsatzumverteilung bei Realisierung der Planvorhaben und bei einer Nachbelegung des Aldi-Altstandortes vor. Hervorzuheben ist zunächst, dass insbesondere aufgrund der Verkaufsflächengröße des Standortes Hammermühlenweg bereits gegenwärtig ein hoher Verkaufsflächenbesatz an Lebensmittelmärkten in Bad Dübener gegeben ist, der durch Zuflüsse aus Sachsen-Anhalt kompensiert wird. Dennoch ist eine intensive Wettbewerbssituation mit leistungsfähigen Anbietern zu konstatieren. Bei Nachnutzung des Alt-Standortes von Aldi in der Schmiedeberger Straße würde sich per se auf alle Anbieter verteilt, eine durchschnittliche Umverteilungsquote von rd. 15% errechnen. Der Anbieter, welcher den Alt-Standort nachbelegt, begibt sich folglich in einem intensiven Wettbewerb und muss von den Kundenströmen anderer Anbieter partizipieren. Dies lässt starke Zweifel an der Erzielung einer wirtschaftlichen Tragfähigkeit aufkommen, da auch die Objektqualität und-größe modernen Markterfordernissen nur bedingt entsprechen.

Tabelle 10: Modellrechnung zur Umsatzumlenkung bei Erweiterung Rewe-Markt, Verlagerung Aldi und Nachbelegung des Alt-Standortes

Standortentwicklungen Aldi und Rewe	Zusätzliche Verkaufsfläche	Umsatz Food + Nonfood I	Umsatz Nonfood II
Rewe-Erweiterungsvorhaben	376 m ²	0,73 Mio. €	0,05 Mio. €
Aldi-Verlagerungsvorhaben	799 m ²	2,91 Mio. €	0,29 Mio. €
Summe Mehrumsatz beider Standorte		3,64 Mio. €	0,34 Mio. €
abzgl. Minderumsatz Nachnutzung Aldi-Altstandort		0,46 Mio. €	0,05 Mio. €
notwendige Umverteilung gegenüber sonstige Wettbewerbsstandorte		3,18 Mio. €	0,29 Mio. €

Lage	aktueller Umsatz	Umsatzumverteilung	Umsatzumverteilung
Innenstadt	3,7 Mio. €	4,0%	0,15 Mio. €
Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße (ohne Rewe)	3,4 Mio. €	12,0%	0,41 Mio. €
Aldi-Altstandort	2,1 Mio. €	27,5%	0,59 Mio. €
Netto Marken-Discount, Dommitzcher Str.	3,1 Mio. €	20,4%	0,63 Mio. €
Standort Lidl, Schmiedeberger Straße	3,9 Mio. €	18,5%	0,72 Mio. €
Vorteilkauf Hammermühlenweg	3,6 Mio. €	12,0%	0,43 Mio. €
sonstige	3,5 Mio. €	7,0%	0,25 Mio. €

Im Saldo führen die Vorhaben zu einer notwendigen Umsatzumverteilung von rd. 3,2 Mio. € im Stadtgebiet im Food und Nonfood I-Bereich sowie 0,3 Mio. € im Nonfood II-Bereich.

Wie bereits diskutiert, werden bei Nachbelegung des Aldi-Altstandortes alle Lebensmittelmarktstandorte in erheblichen Größenordnungen betroffen sein. Da der Lidl sich an der gleichen Verkehrsachse (Schmiedeberger Straße) befindet, ist eine Umverteilung von 0,72 Mio. € Umsatz als realistisch einzuschätzen. Darüber hinaus soll der Lidl keine Genehmigung zur Erweiterung seiner Verkaufsfläche erhalten und damit zur Umsetzung des modernisierten Angebotskonzeptes. Vor diesem Hintergrund rückt eine Aufgabe des Standortes im Bereich des Möglichen. Diese führt zu keinen städtebaulichen Beeinträchtigungen, da der Standort auch zukünftig nicht in die Nahversorgungsstruktur der Stadt eingebunden ist. Gleiches gilt für die Standorte Dommitzcher Straße (Netto) und Hammermühlenweg (Vorteilkauf). Letzterer bietet sein spezielles Angebotskonzept in einer nicht mehr marktgerechten Immobilie an. Mit zunehmendem Wettbewerb wird eine wirtschaftlich existenzielle Gefährdung des Standortes wahrscheinlicher. Die Bindung der Kaufkraft im Stadtgebiet wäre städtebaulich sogar von Vorteil.

Der Anbieter, welcher den Standort an der Schmiedeberger Straße nachnutzt, wird selbst von Umverteilungseffekten in dieser ausgeprägten Wettbewerbssituation betroffen sein, die eine Umverteilungsquote von 27,5% bzw. von fast 0,6 Mio. € erwarten lassen. Die bereits getroffene Einschätzung zur wirtschaftlichen Machbarkeit der Nachnutzung mit einem Lebensmittelmarkt wird damit untersetzt.

Auch der Penny-Markt im Nahversorgungszentrum wird bei Nachbelegung mit Verdrängungseffekten zu rechnen haben. Einerseits profitiert der Markt von der attraktiven Anbietersituation mit Rewe und Drogerie Rossmann am Standort, andererseits verfügt auch dieser Markt über keine marktgerechte Verkaufsflächen-

größe. Nach gutachterlicher Einschätzung würde bei Schließung des Marktes die Fläche nachbelegt werden können. Das Nahversorgungszentrum wird vom Kunden sehr gut angenommen.

Der Anbieter Markt an der Blücherstraße profitiert hauptsächlich von dem fußläufigen Umfeld, er schafft sich damit eine eigenständige Nachfrage und kann sich mit dem kleinflächigen Angebot auch ein Stückweit dem Wettbewerb entziehen.

In der Variante der Nachnutzung ist war auch mit einer Erhöhung der Umsätze im Nonfood II zu rechnen, aber immer noch auf einem Niveau, dass keine städtebaulichen Auswirkungen auf die Innenstadt von Bad Döben erwarten lässt.

Im Fazit der Bewertung beider Varianten ist festzuhalten, dass aus gutachterlicher Sicht eine Nachbelegung des Alt-Standortes nicht wahrscheinlich ist. Darüber hinaus aber auch zu keinen städtebaulichen Verwerfungen führen würde.

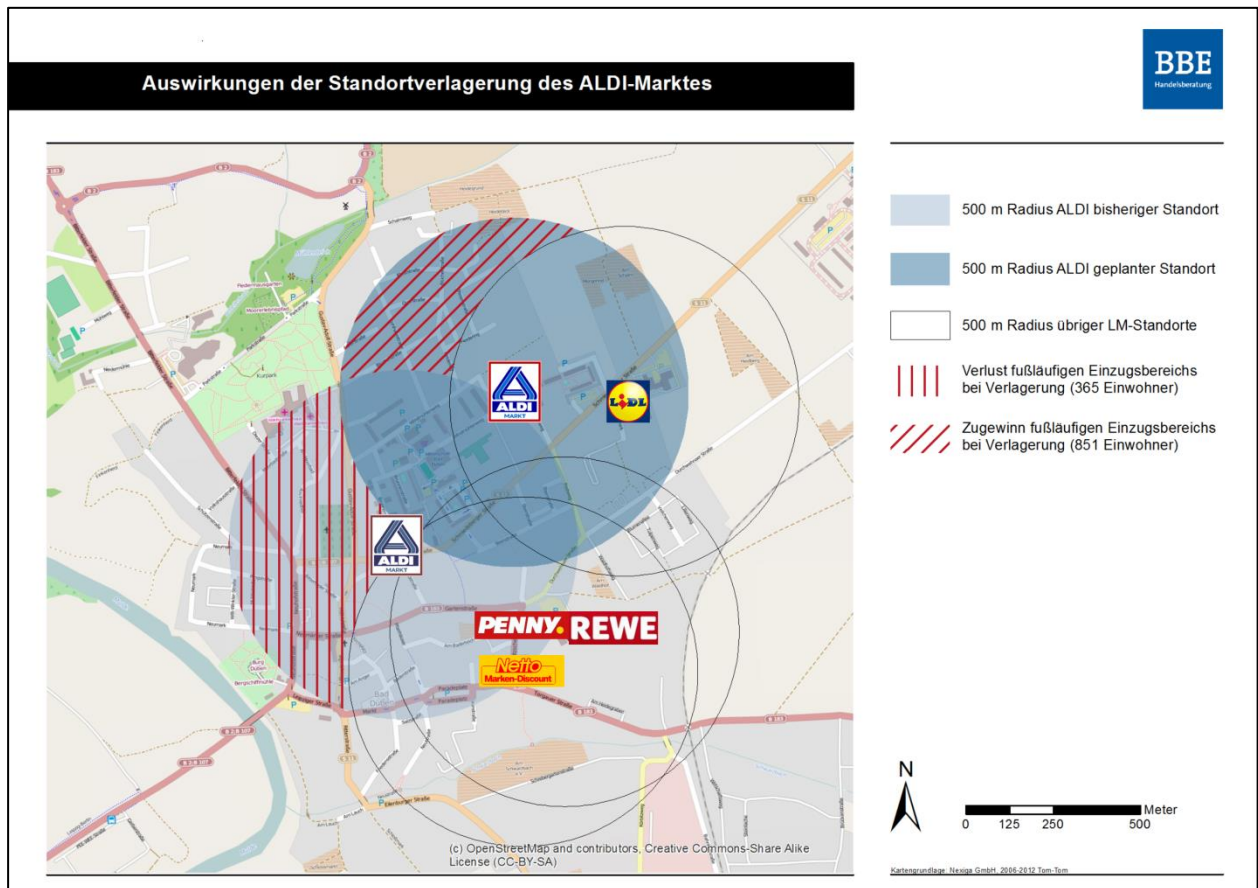
Städtebauliche Auswirkungen von einzelhandelsrelevanten Maßnahmen können dann eintreten, wenn die bestehende Angebots- und Versorgungsstruktur eines städtischen Teilraumes in Folge von erheblichen Umsatzeinbußen bei den ansässigen Betrieben beeinträchtigt und hierdurch die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren gefährdet würde.

Die BBE Handelsberatung vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass die Verlagerung und die damit verbundene Erweiterung des **Aldi-Marktes** um rd. 169 m² und auch die Erweiterung des **Rewe-Marktes** um 376 m² Verkaufsfläche **keine schädlichen Auswirkungen** auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung erwarten lassen. Hierfür sprechen folgende Argumente:

- Das Erweiterungsvorhaben des **Rewe-Marktes** trägt zur Stärkung des Nahversorgungszentrums der Stadt Bad Döben bei. Die Funktion des Magnetanbieters wird gestärkt, die Standortattraktivität als zentraler Versorgungsbereich wird im Nahversorgungssortiment ausgebaut.
- Die Erweiterung der Verkaufsfläche ist als sinnvolle Entwicklung und Anpassung an aktuelle, marktfähige Konzepte zu bewerten. Mit der geplanten Verkaufsflächendimensionierung nimmt der Rewe-Markt weiterhin keine dominierende Marktstellung ein, sondern ist in Bezug zur Verkaufsfläche lediglich der zweitgrößte Anbieter nach Vorteilkauf.
- Als Supermarkt steht der Rewe-Markt insbesondere mit dem nicht-integrierten Standort des Anbieters Vorteilkauf im Wettbewerb. Umsatzumlenkungen werden sich zu wesentlichen Teilen von diesem Anbieter ergeben, so dass Kaufkraft von einem peripheren Standort mit einem stärkeren Fokus auf den Non-Food II-Bereich (rd. 28% der Verkaufsfläche des Marktes) stärker in einen ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich gebunden wird.
- Bei der Verlagerung des **Aldi-Marktes** ist zunächst festzuhalten, dass der Markt im Ist-Zustand 2.074 Einwohner¹ im fußläufigen Einzugsgebiet versorgt. Deshalb wurde der Standort in integrierter Lage als Nahversorgungsstandort im Einzelhandelskonzept 2010 ausgewiesen. Die Verlagerung soll 500 m Luftlinie entfernt in nordöstlicher Richtung an den Windmühlenweg erfolgen. Nachstehende Karte zeigt die Veränderung der fußläufigen Einzugsgebiete bei Verlagerung des Aldi-Marktes auf:

¹ Nexiga GmbH (2013): Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene

Karte 4: Veränderung des fußläufigen Einzugsgebietes bei Standortverlagerung des Aldi-Marktes



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

- Hieraus wird deutlich, dass sich die Anzahl der Einwohner in fußläufiger Erreichbarkeit um 1.609 erhöht, so dass der Markt zukünftig 3.683 Einwohner¹ in fußläufiger Entfernung erreicht. Der Markt kann dabei insbesondere im südwestlichen Bereich vom Windmühlenweg bestehende Versorgungsfunktionen weiterhin wahrnehmen. Eine Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung ergibt sich sogar für die Bereiche nördlich des Windmühlenwegs (851 Einwohner), welche vorher keinen Lebensmitteldiscounter bzw. Supermarkt in fußläufiger Erreichbarkeit verfügbar hatten.
- Der Standort Windmühlenweg ist als integrierte Lage zu kennzeichnen und bietet die Qualität einer Nahversorgungslage, welche letztlich auch durch ein zukunftsfähiges Konzept gestärkt würde. Dies ist beim Altstandort nicht der Fall.
- Bei einer Entfernung von 450 m zum Standort des Lidl-Marktes ist keine funktionale Verknüpfung gegeben und Agglomerationseffekte der Standorte sind nicht zu erwarten.
- Sowohl bei der Erweiterung des **Aldi und des Rewe** ergeben sich die erhöhten Umsätze in Folge einer stärkeren Kundenbindung aus dem grundzentralen Verflechtungsbereich. Eine Vergrößerung des Einzugsgebietes ist bei einer Verkaufsflächendimensionierung von 800 m² bzw. 1.800 m² nicht zu erwarten.
- Schädliche Auswirkungen durch die Vorhaben der Firmen Aldi und Rewe auf die Innenstadt können nicht abgeleitet werden. Die Innenstadt von Bad Düben ist stärker auf den mittelfristigen Bedarfsbereich mit einem Fokus auf Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren sowie Glas, Porzellan und Keramik

¹ Nexiga GmbH (2013): Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene

ausgerichtet. Diese Sortimente existieren auf deutlich untergeordneter Fläche in den beiden Märkten (Aldi ca. 9%, Rewe ca. 7%). Die Anteile des Non-Food II-Bereichs steigen dabei nicht überproportional zur Verkaufsfläche, weshalb bei Erweiterung der Verkaufsflächen der beiden Märkte mit zusätzlichen Umsätzen in Höhe von 0,10 Mio. € zu rechnen ist, welche sich auf mehrere Branchen verteilen. Insofern sind die Auswirkungen bei den Planvorhaben der Firmen Aldi und Rewe marginal.

- Die Überschneidung des Nahversorgungsbereichs des Aldi-Standort und des B-Zentrums nimmt ab, zugleich auch die Wechselwirkung des Aldi-Planstandortes mit der Innenstadt.
- Die sich durch die Planvorhaben abzeichnende Standortstruktur erlaubt eine gezielte Weiterentwicklung der Funktionsteilung zwischen der Innenstadt mit dem Fokus auf zentrenrelevante Sortimente und des B-Zentrums mit dem Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente.
- Vor dem Hintergrund der negativen Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahren in der Stadt Bad Dübén, ist die Konzentration von Lebensmittelmärkten auf das Nahversorgungszentrum und die Nahversorgungslage besonders wichtig, um eine wohnungsnaher Versorgung sicherstellen zu können. Die in der Karte 4 dargestellte Standortstruktur ist geeignet, als Nahversorgungskonzept fortgeschrieben zu werden.

Wie bereits dargestellt, liegt eine Anfrage und seit dem 16.07.2014 auch ein Bauantrag der Firma Lidl zur Erweiterung des Lidl-Marktes am Standort Schmiedeberger Straße vor. Die Verkaufsflächenerweiterung soll ca. 400 m² betragen. Der Standort ist im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2010 aufgrund seiner Lage, ohne unmittelbaren Bezug zu Wohngebieten, nicht in das Nahversorgungskonzept der Stadt Bad Dübén eingebunden. An der städtebaulichen Qualität des Standortes hat sich grundsätzlich nichts verändert. Im Vergleich mit den anderen beiden Planvorhaben ist festzuhalten, dass deren Verdrängungseffekte von 630 T€ bzw. 61% die peripheren Standorte betreffen, insbesondere Hammermühlenweg und somit zu einer stärkeren Nachfragebindung innerhalb des Stadtgebietes bzw. an wohnintegrierte Lagen führen. Für die Erweiterung des Lidl um 400 m² Verkaufsfläche sind im Worst Case-Szenario Mehrumsätze in Betracht zu ziehen, die wiederum zu Umverteilungseffekten im Stadtgebiet von Bad Dübén führen. Diese Mehrumsätze würden zu Lasten der Anbieter im Stadtgebiet, insbesondere Aldi und Penny im Nahversorgungszentrum gehen. Unter städtebaulichen Aspekten ist eine Verkaufsflächenerweiterung des Lidl-Standortes deshalb nicht empfehlenswert.

6. Einzelhandelsstandortkonzept Bad Dübén

6.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bad Dübén

Die Sicherung und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Bad Dübén ist eine prioritäre Zielstellung der Stadtentwicklung. Damit verknüpft ist die Aufgabenstellung, grundzentrale Versorgungsfunktionen für die eigene Wohnbevölkerung und für den Nahbereich sowie die Erschließung touristischer Potenziale als Kurstadt zu sichern und zu stärken. Vor dem Hintergrund einer auch zukünftig schrumpfenden Bevölkerung sind konsequente Handlungsleitlinien erforderlich. Bezogen auf die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich diese aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Stadt Bad Dübén, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (z.B. demographische Entwicklung, Angebots- und Nachfragesituation, verkehrliche Situation) ab.

Die stärkere Erschließung touristischer Potenziale ist eng mit einer individuellen und attraktiven Innenstadt verbunden, während die Sicherung von Grundversorgungsfunktionen für die örtliche und regionale Bevölkerung auf leistungsfähige Nahversorgungsstandorte zielt. Die wechselseitige Abstimmung beider Aufgaben unter Berücksichtigung von Standortpotenzialen einer kompakten Kleinstadt bestimmt das Anforderungsprofil für den Einzelhandelsstandort Bad Dübén.

Der Konzentration auf das innerstädtische Zentrum gebührt oberste Priorität.

Das Anforderungsprofil für das Grundzentrum Bad Dübén wird durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkte untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels soll die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich gestärkt werden und die Ansiedlung wichtiger zentrenrelevanter Angebote prioritär in der Innenstadt erfolgen. Die Innenstadt bedarf eines Schutzes bestehender Strukturen, aber auch deren weiterer Ausbau mit dem Ziel, die urbanen Qualitäten einer lebendigen Stadt zu erhalten und weiter zu entwickeln.
- Die Stadt Bad Dübén verfügt über ein attraktives Stadtzentrum, in welchem aber bestehende Entwicklungspotenziale aufgegriffen werden müssen, um zukünftig die Funktion eines Hauptgeschäftszentrums stärker wahrzunehmen. Neben der Verdichtung der Angebotsstrukturen sollen die Teilbereiche der Innenstadt stärker als funktionale Einheit zusammengeführt werden. Die städtebaulichen Entwicklungsziele müssen, auch eingedenk der umfassenden Sanierungsmaßnahmen mit hohen investiven Aufwendungen privater sowie öffentlicher Träger, auf die Stärkung und Weiterentwicklung einer attraktiven Innenstadt gerichtet sein.
- Die Einzelhandelsangebote im zentralen Versorgungsbereich müssen mit weiteren Funktionsbereichen wie Verwaltung, Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung oder touristischen Schwerpunkte zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt werden, um die Ausstrahlungskraft als Zentrum mit Stadtidentität zu entfalten.
- Die Festlegungen einer Zentren- und Standortstruktur für Bad Dübén orientieren sich an überschaubaren Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereichen.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentrenkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevantem Sortiment sollen vorrangig in städtebaulich integrierter Lage erfolgen und haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Zentrenkonzeptes unterzuordnen. Diese sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.

- Städtebaulich integriert ist in dem Sinne zu fassen, dass eine weitgehende Integration in zentrale Versorgungsbereiche sowie in Nahversorgungsstrukturen vorliegt, die auch für nichtmobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen sind.

6.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Marktentwicklung im Einzelhandel ist von Dynamik geprägt, daraus leitet sich auch die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes ab. Ziel ist es, diese dynamische Entwicklung gezielt zu steuern und städtebaulich in geordnete Bahnen zu lenken. Dabei ist ausdrücklich festzuhalten, dass nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb gewollt ist, sondern vielmehr eine städtebaulich verträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

Mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept werden nachfolgende Ziele verfolgt, die Zielvorstellungen der Stadtentwicklungsplanung aufgreifen und diese speziell für die Einzelhandelsentwicklung konkretisieren und untersetzen:

- **Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion von Bad Dübén und der Funktion als Kurstadt durch eine qualifizierte Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstrukturen** – Die Analyse der Angebots- und Nachfrageentwicklung zeigt, dass die Spielräume für Wachstum im Einzelhandel von Bad Dübén nur sehr gering sind (vgl. Nachfrageentwicklung bis 2025), sodass nur eine räumlich-strukturelle Weiterentwicklung der Angebotsituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Bad Dübén sicherstellen kann.
- **Erhalt, Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt als multifunktionales Zentrum für Einwohner und Touristen** – knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Die Kundenbindung vor Ort und die Erschließung zusätzlicher touristischer Potenziale können nur im Kontext einer sich wechselseitig ergänzenden Zielgruppenansprache erfolgen. Dabei ist eine Funktionsbündelung für attraktive Erlebnisräume mit hoher Aufenthaltsqualität anzustreben. Aus Sicht des Einzelhandels ist eine weitere Angebotsverdichtung und Qualifizierung notwendig. Dazu gilt es auch die räumlichen Entwicklungspotenziale auszuschöpfen.
- **Konzentration auf urbane Stadtstrukturen** – konsequente Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen statt einer Zergliederung der Einzelhandelsstandorte, um bei rückläufiger oder stagnierender Nachfrage auch zukünftig der Stadtstruktur aus Einzelhandelsicht eine Entwicklungsperspektive zu geben. Eine Entwicklung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte konkurrierend zu den zentralen Versorgungsbereichen und integrierten Nahversorgungsstandorten ist auszuschließen.
- **Sicherung eines hierarchischen Zentrengefüges** – ein hierarchisch gestuftes Zentrengefüge bietet die beste Gewähr zum einen für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Stadtgebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau eines für ein Grundzentrum und für eine Kurstadt adäquates, attraktives Hauptgeschäftszentrum. Zentrale Versorgungsbereiche und ergänzende Einzelhandelsstandorte sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, übergeordnete Zentren in deren Funktion jedoch nicht beeinträchtigen.
- **Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (500 m) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität und gewinnt unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an Bedeutung. Tendenziell rückläufige Bevölkerungszahlen oder begrenzte Potenziale in peripheren Ortsteilen gefährden zunächst wohngebietsintegrierte Angebotsstrukturen. Die Präferenz einer wohngebietsintegrierten, qualifizierten Versorgung gegenüber autoorientierten, vorrangig discountorientierten Standortlagen ist erklärtes Ziel des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bad Dübén und unterstützt

gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Stadtentwicklung, notwendiges Verkehrsaufkommen zu begrenzen.

- **Angebotsverdichtung und -ergänzung in den Zentren** - insbesondere zur Weiterentwicklung einer individuellen und attraktiven Innenstadt. Die Nachfragepotenziale und Bindungschancen des Einzelhandels von Bad Döben zielen auf eine leistungsfähige Fachgeschäftsstruktur, großflächige Anbieter sind in vielen Branchen nicht tragfähig oder würden bei dezentraler Lage zu massiven Verdrängungseffekten gegenüber dem innerstädtischen Fachhandel führen. Die Stadt Bad Döben verfügt bereits quantitativ über einen hohen Verkaufsflächenbesatz, folglich sind für zukünftige Entwicklungen vorrangig innerstädtischen Potenzialflächen zur gezielten Stärkung des Hauptfrequenzbereiches einzusetzen. Eine gezielte Lenkung von Einzelhandelsansiedlungen, verknüpft mit einer Begrenzung bzw. sogar eines Ausschlusses der Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist mehr denn je ein notwendiges Erfordernis.
- **Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung** - Hierzu gehört neben der Integration in Wohnfunktionen insbesondere die Erreichbarkeit der Zentren zu Fuß und Rad, mittels guter ÖPNV-Erschließung, eine effiziente Auslastung der Verkehrsinfrastruktur durch die Steuerung der Verkehrsströme (Leitsysteme) und ein im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ geknüpftes Versorgungsnetz, welches auch Verkehrsaufkommen mindert.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit in zentralen Einkaufsbereichen** – Die Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung von Bad Döben an einem System von zentralen Versorgungsbereichen und abgestimmten Ergänzungsstandorten sichert nicht nur den Erhalt attraktiver und lebenswerter Stadtstrukturen, sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

Die aktuelle Bestandsaufnahme der Angebots- und Nachfrageentwicklung verdeutlicht, dass eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche und eine straffe Zentren- und Standortgliederung, welche die Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich in den Mittelpunkt stellt, notwendig ist und mit Konsequenz umgesetzt werden sollte.

6.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept erwächst aus der Überprüfung der Strukturen aus 2010 und schreibt diese, aufgrund aktueller Entwicklungen, fort.

Grundsätzlich zu unterscheiden ist zwischen städtebaulich integrierten Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche), wohnortintegrierten Nahversorgungslagen und nicht integrierten Ergänzungsstandorten bzw. Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.

Zentrale Versorgungsbereiche:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Ortsteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.¹
- Nahversorgungszentren als unterste Ebene von zentralen Versorgungsbereichen setzen in ihrer Anbieterstruktur voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläufe.²
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bad Döben erfolgt im Funktionsschwerpunkt als Einzelhandels- und Dienstleistungszentren mit entsprechendem Bezug zur jeweils räumlichen Versorgungsfunktion. Zu unterscheiden sind die Innenstadt als Hauptgeschäftszentrum sowie das Nahversorgungszentrum an der Dommitzcher Straße.
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.

Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger:

- „Nahversorgungslagen“ dienen einer ergänzenden, möglichst flächendeckenden Nahversorgung zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen, in Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen. Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), maximal ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Fleischer), ihre Verkaufsflächendimensionierung bleibt zusammen unter der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m².
- Kleinteilige Nahversorger auf Fachgeschäftsebene unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche

¹ Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

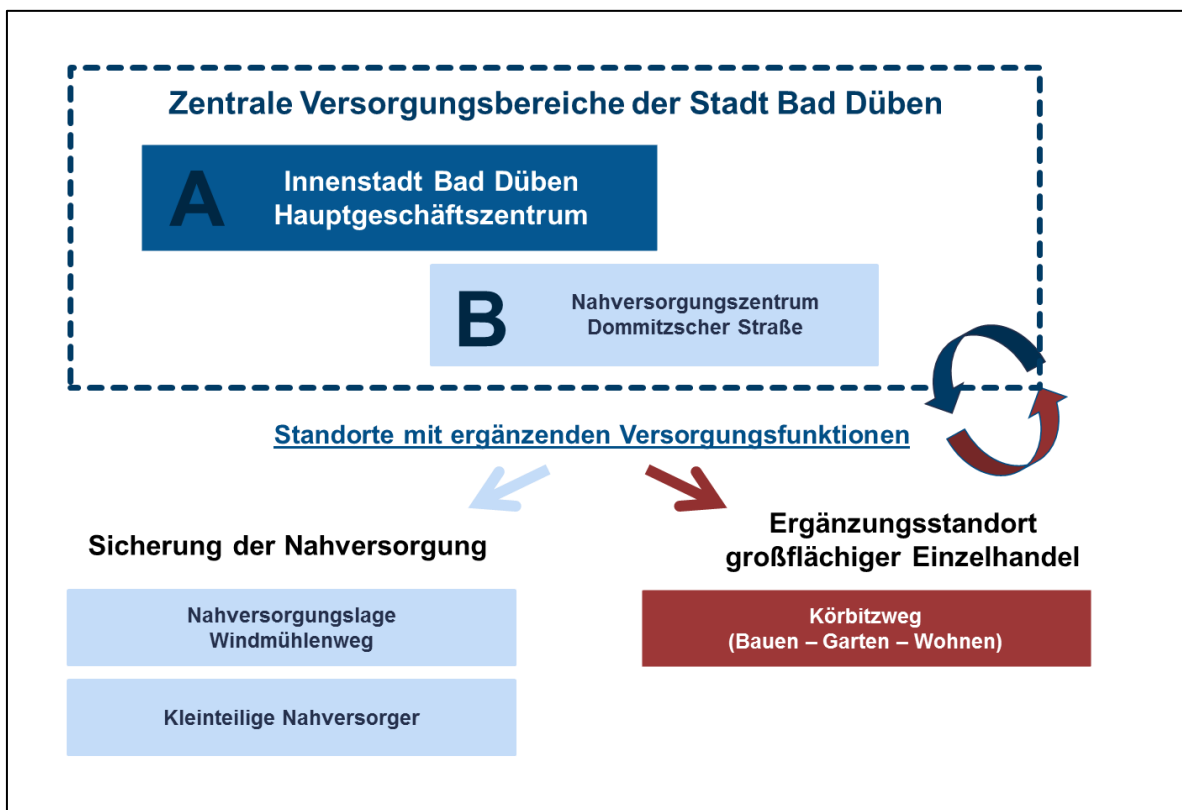
² vgl. Urteil des 7. Senats des OVG NW vom 11.12.2006 (7 A 964/05)

Tragfähigkeit finden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen und kleinteiliger Nahversorger in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Dübén wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Ortsteile, Wohngebiete).

Folgende Zentrengliederung und deren Arbeitsteilung mit Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels wird empfohlen:

Abbildung 7: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bad Dübén



Das Zentrenkonzept fokussiert auf den **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum) als Hauptgeschäftszentrum**. Alle weiteren, im Zentrenkonzept ausgewiesenen Standortstrukturen dienen ergänzenden Versorgungsfunktionen. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den beiden Schwerpunktbereichen **Sicherung der Nahversorgung** und **Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel**. Diese Zentren- und Standortstruktur ist als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen und fixiert somit konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt Bad Dübén.

Entgegen der bisherigen Zentren- und Standortstruktur, in der der Standort Hammermühlenweg als großflächiger Ergänzungsstandort ausgewiesen wurde, empfehlen die Gutachter diesen Standort zukünftig nicht mehr in die Standortstruktur aufzunehmen. Natürlich ist dem Standort der Bestandschutz einzuräumen, ergänzende Funktionen übernimmt der Standort jedoch, aufgrund der Weiterentwicklung des Rewe im Nahversorgungszentrum, zukünftig nicht mehr.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum):

- Die Innenstadt von Bad Döben steht auch zukünftig als Handels- und Dienstleistungszentrum für grundzentrale Versorgungsfunktionen und für die touristische Entwicklung im Fokus der Entwicklung. Daraus leiten sich spezifische Aufgabenstellungen zum Schutz und zur Entwicklung der Angebotsstrukturen ab.

Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße (B-Zentrum):

- Das Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße übernimmt mit einem Vollsortimenter, einen Lebensmitteldiscounter und dem Drogeriemarkt Rossmann umfassende stadtgebietsbezogene Nahversorgungsfunktionen, wie auch Versorgungsfunktionen im Nahbereich.

Sicherung der weiteren Nahversorgung:

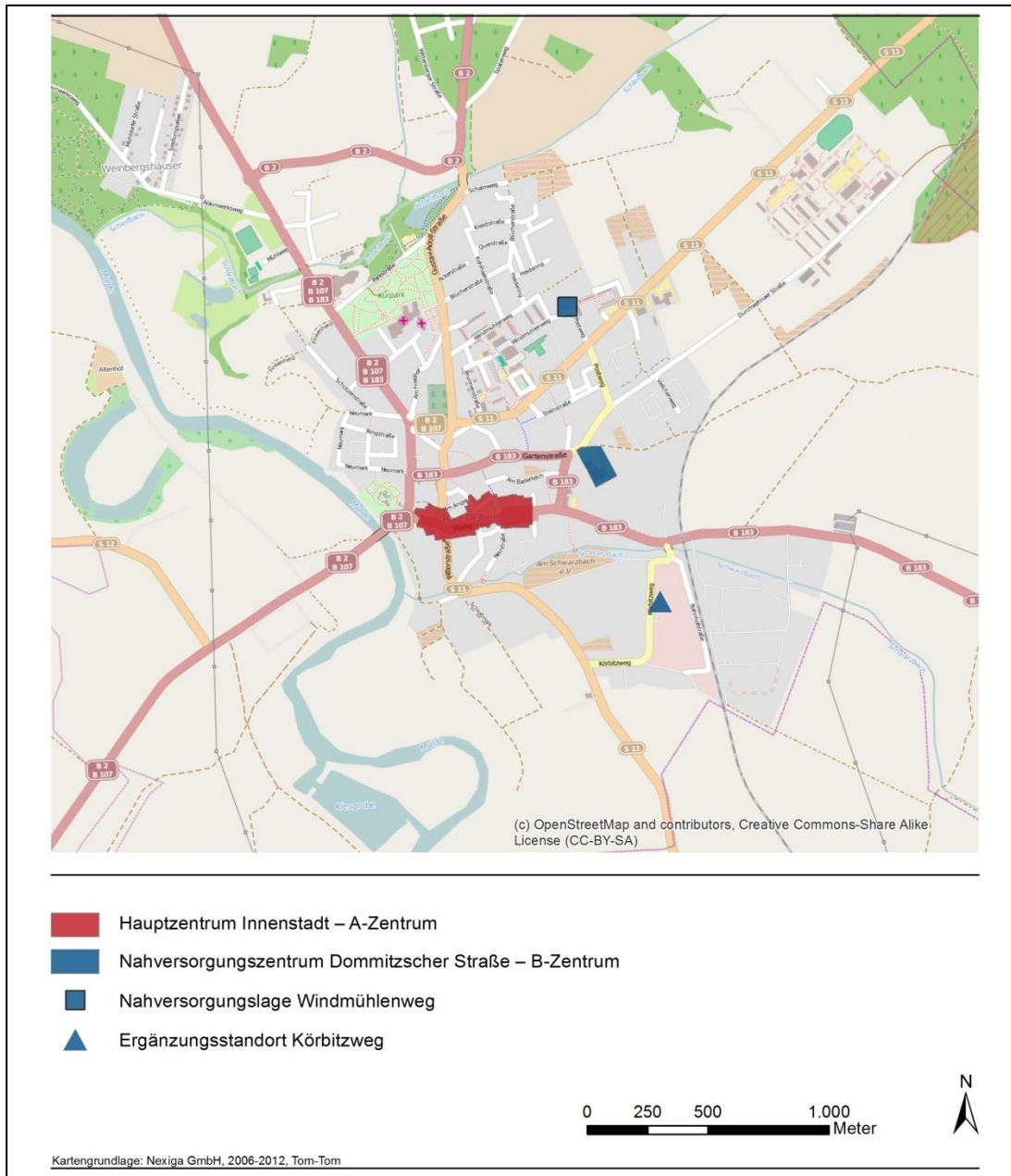
- Zur Sicherung der fußläufigen Nahversorgung wurde die Nahversorgungslage Windmühlenweg ausgewiesen. Weiterhin wurden bestehende kleinteilige Nahversorger, wie z.B. der SB-Markt Marktant Nah & Frisch, eingebunden.

Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel:

- Der Ergänzungsstandort für großflächigen Einzelhandel umfasst nicht-zentrenrelevante Sortimente im Branchenumfeld Bauen - Garten – Wohnen.
- Nicht integrierte Ergänzungsstandorte sollen zukünftig das Zentrengefüge weder dominieren noch auf irgendeiner Stufe gefährden. Folglich sind Entwicklungen an Ergänzungsstandorten, grundsätzlich nach ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu bewerten.

Zukünftige Einzelhandelsentwicklungen und Ansiedlungsvorhaben sind in das Zentren- und Standortgefüge einzubinden, somit unerwünschte Entwicklungen gezielt auszuschließen.

Karte 5: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bad Dübener Heide



Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte wie folgt zu definieren und bestehenden Standortstrukturen der Stadt Bad Dübén zuzuordnen:

**A-Zentrum – Hauptzentrum
Innenstadt**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden innerstädtischen Einkaufsbereiches
- Schwerpunkt der grundzentralen Versorgungsstruktur – gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung
- Erschließung touristischer Potenziale
- umfassendes Branchenmixkonzept bis in den spezialisierten, höheren Bedarf
- Strategie der qualifizierten Entwicklung – Optimierung des Flächenbedarfs und Qualifizierung der Konzepte

**B-Zentrum –
Nahversorgungszentrum:**

Standort an der Dommitzscher
Straße

- Standort östlich der Innenstadt
- fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, insbesondere für das östliche und südliche Stadtgebiet - über gute Verkehrsanbindung auch gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung als umfassendes Grundversorgungszentrum
- Angebotsausrichtung: Anbieter mit Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Sortimente, sonstige zentrenrelevante Sortimente nur als Ergänzungssortiment bei städtebaulicher Verträglichkeit
- Lebensmittel-Supermarkt und Discounter sind als strukturbildende Betriebe vorhanden, weiterhin sind vorhanden oder werden angestrebt: mehrere Einzelhandelsbetriebe für den täglichen Bedarf (z.B. Bäcker, Metzger, Obst- und Gemüsegeschäft, Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Blumengeschäft) und/oder haushaltsorientierte Dienstleistungsbetriebe (z.B. Post, Friseur, Servicestelle einer Bank) und/oder Gastronomiebetriebe.
- Verkaufsflächendimensionierung maximal 3.000 m², Anbieterstruktur mit 2 Lebensmittelmärkten (auch >800 m²) und 5-10 sonstige Betriebe.

Nahversorgungslage

Standort am Windmühlenweg

- Versorgungsfunktion: fußläufige Versorgung mit Lebensmitteln ergänzend zum Nahversorgungszentrum im nördlichen Stadtgebiet
- Verkaufsflächendimensionierung im Regelfall unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (< 800 m²) zur Sicherung von Nahversorgungsfunktionen auch großflächig (Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit)

6.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Bad Dübener

6.4.1. Hauptzentrum Innenstadt Bad Dübener – A-Zentrum

Die Innenstadt von Bad Dübener verfügt über ein urban gewachsenes Stadtzentrum mit einer historischen Altstadt. Diese ist geeignet, die grundzentralen Versorgungsfunktionen und die Erschließung touristischer Potenziale durch multifunktionale Nutzungen mit einem verdichteten, profilierten Einzelhandelsbesatz zusammenzuführen.

Die Funktionen des traditionellen Geschäftszentrums werden von einer Achse zwischen dem Paradeplatz als östliche Abgrenzung und der Leipziger Straße als westliche Abgrenzung wahrgenommen. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Abgrenzung des Innenstadtbereichs. Das A-Zentrum erstreckt sich folglich vom Paradeplatz über die Altstädter Straße, den Markt bis zum Kreuzungsbereich Leipziger Straße / Lutherstraße. Außerdem liegen die Kirchstraße und die Baderstraße im zentralen Versorgungsbereich.

Abbildung 8: Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Bad Dübener



Eingebunden ist jeweils die begleitende Bebauung bzw. sind die angrenzenden Grundstücke entlang der genannten Straßenzüge, Abbildung 8 erlaubt eine exakte Zuordnung. Diese Abgrenzung ist zugleich als zusammenhängender, funktionaler Geschäftsbereich einzuschätzen, außerhalb dieses Bereiches sind nur einzelne Geschäftseinheiten ohne unmittelbare Anbindung an das A-Zentrum vertreten. Beispielhaft verwiesen sei auf die Friedensstraße, die Grünstraße oder die Torgauer Straße.

Der aktuelle Einzelhandelsbesatz konzentriert sich an der Altstädter Straße, Bader Straße, am Markt und an der Kirchstraße. Von den insgesamt 35 innerstädtischen Einzelhandelsanbietern sind 31 in diesem Bereich ansässig. Ergänzt wird dieser Besatz durch einige Dienstleister (u.a. Reisebüro, Kosmetik, Frisör), einem

Eiscafé und einer Galerie, der Angebotsschwerpunkt liegt aber eindeutig im Einzelhandel. Dagegen sind am Paradeplatz lediglich vier Einzelhandelsanbieter vertreten, das Umfeld wird stärker geprägt durch gastronomische Angebote (Restaurant und Café) sowie diverse Dienstleister (Frisöre, Fahrschule, Reisebüro, Volksbank-Filiale, Spielothek). Generell ist die Geschäftsdichte am Paradeplatz geringer als im Umfeld des Marktes, dafür bietet der Paradeplatz größere Parkkapazitäten für den Innenstadtbesuch.

Leerstand im A-Zentrum sind auch eher am Paradeplatz zu finden, mehrere Gebäude weisen weiterhin Sanierungsbedarf auf. Dagegen ist im Umfeld des Marktes zum Zeitpunkt der Angebotsanalyse lediglich ein Leerstand zu verzeichnen.

Die Wahrnehmung der Stadt als attraktiver Einzelhandelsstandort soll zukünftig stärker durch einen zusammenhängenden innerstädtischen Haupteinkaufsbereich, durch Verdichtung der Einzelhandelsangebote und Verknüpfung attraktiver Erlebnisräume sowie durch breite Funktionsbündelung aus Handel – Tourismus – städtisches Leben geprägt werden, um auf diesem Weg zugleich eine regionale und tourismusorientierte Kaufkraftbindung zu fördern. Bisher werden bestehende Potenziale noch nicht ausreichend genutzt. Besonders die zunehmende Wettbewerbsintensität mit dem Online-Handel bedarf einer attraktiven Angebotsvielfalt und kreativer Ladenkonzepte in der Innenstadt.

Als wichtige innerstädtische Entwicklungsstandorte sind neben dem Paradeplatz die Baderstraße sowie der Kreuzungsbereich Leipziger Straße / Lutherstraße einzustufen. Am Paradeplatz steht die weitere Gebäudesanierung mit entsprechendem Ausbau der Geschäftseinheiten im Vordergrund, bei der Ansiedlung zukünftiger Nutzungen ist vor allem auf eigenständige Attraktivität mit entsprechend frequenzstärkender Wirkung zu zielen. Auch die Baderstraße bietet räumliche Entwicklungsperspektiven. Durch die Bebauung des Eckgrundstücks Baderstraße / Kirchstraße fand ein wichtiger Lückenschluss im Innenstadtbereich statt, welcher neue Handelsflächen geschaffen und den nördlichen Teilbereich der Kirchstraße wieder stärker an den Markt angebunden hat. Auch im Teilbereich der Baderstraße vor dem Paradeplatz sind Entwicklungen möglich und anzustreben. Der westliche Zugang zur Innenstadt könnte durch die Anknüpfung an die Burg Düben attraktiver gestaltet und damit Impulse für die Innenstadt geben.

Abbildung 9: Ansichten zum A-Zentrum Innenstadt Bad Düben



Fotos: BBE Handelsberatung

Die Urbanität der Innenstadt von Bad Düben erwächst aus der historischen Gebäudesubstanz, die ein eigenes Profil entwickelt und aus der Verbindung von Handel und anderweitig Frequenz stärkenden Strukturen, wie Stadtverwaltung, Gastronomie und weiteren Dienstleistern. Dichte, Frequenz und Vielfalt ist ein gewich-

tiger Standortfaktor des Bad Dübener Stadtzentrums. Die Verknüpfung von Einkauf, Kultur, und Gastronomie bietet die Chance, die Innenstadt als Erlebnisbereich zu profilieren und sich gegenüber den wachstumsstarken Online-Handel abzuheben. Dies erfordert auch letztlich eine stärkere Kooperation der innerstädtischen Anbieter und konsequente Ausrichtung auf Nachfrageveränderungen.

6.4.2. Nahversorgungszentrum - B-Zentrum

Nahversorgungszentren sind Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung und zielen auf die fußläufige Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Idealerweise setzen sie sich aus einem Lebensmittelmarkt und Fachgeschäften des kurzfristigen Bedarfs, beispielsweise Lebensmittelhandwerk, Zeitungen/Zeitschriften oder Blumen, zusammen. Weitere zentrenrelevante Sortimente des mittel- bis langfristigen Bedarfs bleiben auf ergänzende Versorgungsfunktionen beschränkt. Darüber hinaus bieten sich wohngebietsnahe Dienstleistungen (z.B. Frisör, Reinigung), Gesundheitsdienstleistungen und Gastronomie an.

Innerhalb des Zentrenkonzeptes der Stadt Bad Dübener übernimmt das Nahversorgungszentrum an der Dommitzcher Straße zentrale Funktionen einer wohnortnahen und wohnungsnahen Nahversorgung. Es verfügt über eine innenstadtnahe Lage, die Entfernung bis zum Paradeplatz beträgt ca. 370 m.

Abbildung 10: Abgrenzung Nahversorgungszentrum B-Zentrum

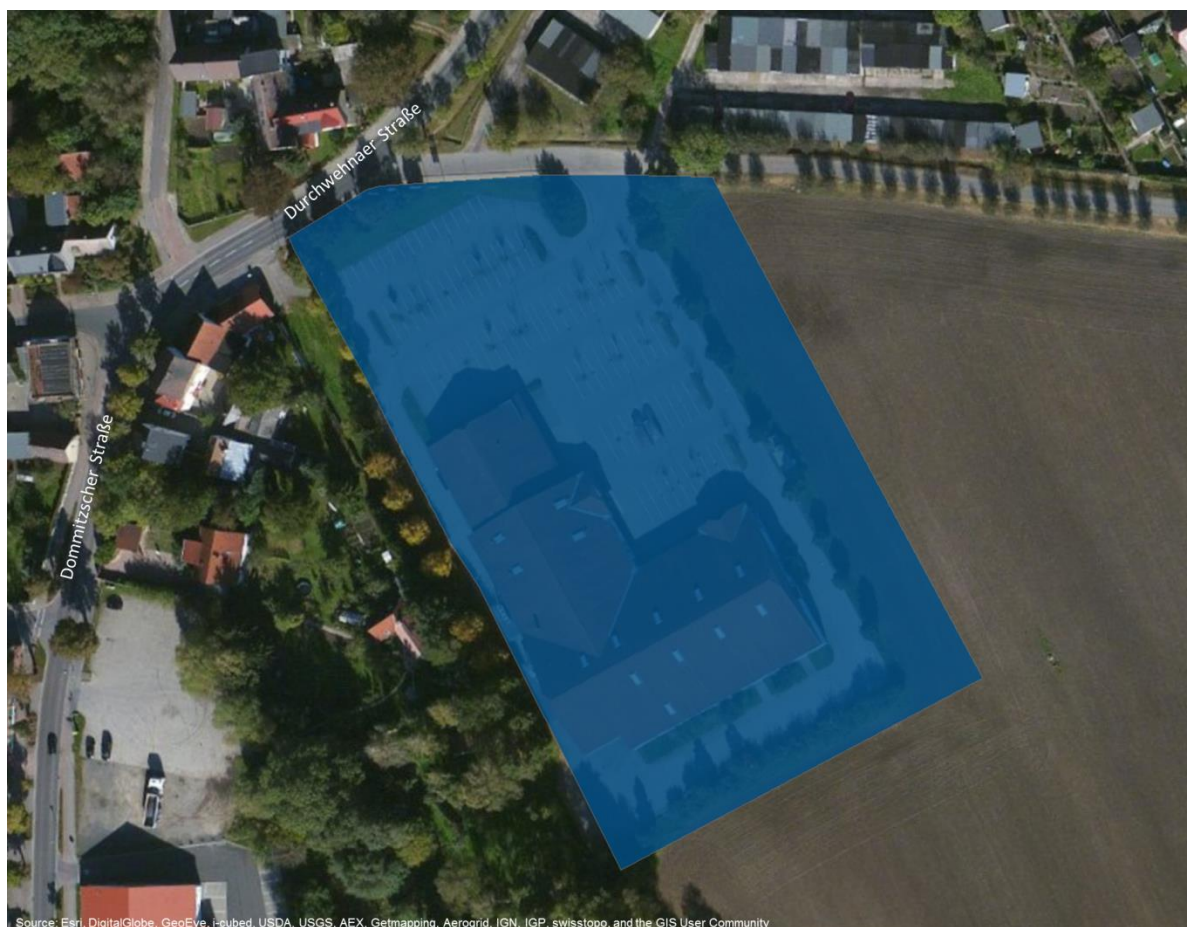


Abbildung 11: Ansichten zum Nahversorgungszentrum B-Zentrum

Fotos: BBE Handelsberatung

Gemäß der Planungen der Firma Rewe geht das Planvorhaben über den Geltungsbereich des Vorhaben- und Erschließungsplans / Bebauungsplans „Einkaufszone Dommitzcher Straße“ hinaus. Entsprechend wurde die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs daran angepasst.

Kern der Versorgungsfunktion bildet die Standortkombination aus Vollsortimenter und Discounter, die eine umfassende Nahversorgung vom täglichen Bedarf bis zum Wochenbedarf absichert. Dabei wird sowohl ein wichtiges fußläufiges Umfeld in der östlichen und südlichen Kernstadt angesprochen, in Folge einer guten Erreichbarkeit werden Versorgungsfunktionen aber auch für die weitere Kernstadt von Bad Dübener und für den grundzentralen Nahbereich übernommen. Dieser Standort ist in der Funktionseinheit zu sichern und durch ergänzende Anbieter als zentraler Versorgungsbereich weiter auszubauen.

Neben den beiden Lebensmittelmärkten sind aktuell ein Backshop (Eingangsbereich des Vollsortimenters) und ein Drogeriemarkt im zentralen Versorgungsbereich ansässig. Zusammen umfassen diese Anbieter eine Verkaufsfläche von ca. 2.300 m², wobei der Discounter (Penny) mit weniger als 500 m² Verkaufsfläche der kleinste Lebensmittelmarkt in Bad Dübener ist. Mit der geplanten Erweiterung der Verkaufsfläche des Rewe-Marktes wird sich die Verkaufsfläche auf ca. 2.700 m² erhöhen und die qualitative Nahversorgung gestärkt. Damit verbunden ist die Funktionssicherung des zentralen Versorgungsbereiches. Zur weiteren Stärkung des Nahversorgungszentrums ist weiterhin die Ergänzung durch zusätzliche Fachgeschäfte wünschenswert, um die Multifunktionalität als zentraler Versorgungsbereich auszubauen. Aufgrund der räumlichen Nähe zur Innenstadt sind Entwicklungen von zentrenrelevanten Sortimenten aber stets auf deren Verträglichkeit mit dem A-Zentrum zu prüfen. Gleichzeitig ist das B-Zentrum aber gegenüber dem benachbarten, solitären Discounterstandort (Netto Marken-Discount) an der Dommitzcher Straße zu stärken.

Für den Standort liegt der rechtskräftige Vorhaben- und Erschließungsplan / Bebauungsplan „Einkaufszone Dommitzcher Straße“ vor, der die Fläche als Sondergebiet nach §11 BauNVO mit einer maximal zulässigen Verkaufsflächengröße von 3.200 m² ausweist, differenziert für zwei Lebensmittelmärkte mit 800 m² und 2.400 m². Die Planung des Rewe-Marktes bewegt sich mit 1.800 m² Verkaufsfläche somit im Rahmen des Vorhaben- und Erschließungsplans. Aus Sicht der abzusichernden Nahversorgungsfunktionen und der oben genannten Erweiterungsmöglichkeiten ist der Maximalwert von 3.200 m² auch zukünftig kaum auszuschöpfen, insbesondere nicht die Größe des Vollsortimenters. Nach gutachterlicher Einschätzung sichern die realistischen Entwicklungspotenziale eine Größendimensionierung bis ca. 3.000 m² ab, die auf dem abgegrenzten Areal umsetzbar sind. Auf Grund der Überschreitung des Geltungsbereichs des Vorhaben- und Erschließungsplans ist der Geltungsbereich daraufhin anzupassen und es wird empfohlen die zulässige Verkaufsfläche auf 3.000 m² zu reduzieren.

6.4.3. Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger

Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet Bad Dübén zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche. Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Dübén wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger beschränken sich in ihrer Funktion auf eine fußläufige Versorgung des täglichen Bedarfs, sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten. Diese Funktionen übernehmen im Stadtgebiet Bad Dübén perspektivisch eine Nahversorgungslage sowie zwei Lebensmittel-Fachgeschäfte.

Nahversorgungslage Windmühlenweg

Die Nahversorgungslage liegt im Zuge der geplanten Verlagerung am Windmühlenweg. Eigenständige Versorgungsfunktionen übernimmt der Standort vor allem für Wohngebiete nördlich des Windmühlenwegs. Mit ca. 3.700 Einwohnern im fußläufigen Einzugsgebiet (500 m-Radius) erfüllt der Markt eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Nach den Planungen umfasst die Nahversorgungslage einen Lebensmittel-Discounter (Aldi) mit einer Größendimensionierung von 799 m². Weiterer Einzelhandelsbesatz ist im Umfeld nicht vertreten. Die Festbeschreibung dieses Standortes als Nahversorgungslage dient einerseits der erläuterten Versorgungsfunktion für das nordöstliche Stadtgebiet, andererseits auch der Begrenzung des Standorts für einen Lebensmittelmarkt. Ein Ausbau der Einzelhandelsfunktionen an diesem Standort durch Angliederung weiterer Anbieter und Branchen führt zu starken Verdrängungswirkungen gegenüber dem A-Zentrum und ist folglich auszuschließen.

Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die räumliche Einordnung des Standortes.

Abbildung 12: Abgrenzung der Nahversorgungslage Windmühlenweg



Source: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, i-cubed, USDA, USGS, AEX, Getmapping, Aerio, IGN, IGP, Swisstopo, and the GIS User Community

Kleinteilige Nahversorger

Im Stadtgebiet Bad Dübener bestehen derzeit zwei kleinteilige Nahversorger, ein Standort in der nördlichen Kernstadt sowie ein Standort im Stadtteil Tiefensee.

Zum weitergehenden Ausbau von Nahversorgungsstrukturen in unterversorgten, kleineren Wohnquartieren sowie in den kleineren Stadtteilen von Bad Dübener kann die Förderung kleinteiliger Nachbarschaftsläden beitragen. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. Dabei zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen, einerseits sind die Einkaufsgewohnheiten aufgrund bisher fehlender Angebote oft auf Kaufkraftabfluss manifestiert (z.B. Einkauf in Verbindung mit dem Arbeitsweg) und erfordern entsprechende Akzeptanz eines neuen kleinteiligen Anbieters, andererseits steigt mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft generell der Nachfrageanteil unmittelbar vor Ort bzw. im unmittelbaren Wohnumfeld. Aus der demographischen Entwicklung leiten sich folglich Chancen für die Nahversorgung ab. Eine zunehmend ältere Bevölkerung ist an einer wohnortnahen Versorgung nicht nur interessiert (u.a. soziale Aspekte), sondern auch bei rückläufiger Mobilität darauf angewiesen. Außerdem sind die zunehmende Sensibilisierung für Umweltbelastungen und die steigenden Kosten des motorisierten Individualverkehrs zu berücksichtigen, beide Aspekte tragen dazu bei, dass immer häufiger „unnötige Fahrten“ vermieden werden.

6.4.4. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an dezentralen Ergänzungsstandorten erfolgt grundsätzlich über Festsetzungen in Bebauungsplänen bzw. in Vorhabens- und Erschließungsplänen. In die Standortstruktur der Stadt Bad Dübener wird zukünftig ein Ergänzungsstandort mit definierter Funktionszuweisung eingebunden.

Der bereits bestehende Ergänzungsstandort in der Stadt Bad Dübener ist der

- Körbitzweg (Bauen – Wohnen – Garten)

Dieser wird hinsichtlich Standortlage und dessen Funktionseinbindung in das Einzelhandelskonzept nachfolgend kurz skizziert.

Ergänzungsstandort Körbitzweg

Der Ergänzungsstandort liegt am südöstlichen Rand der Kernstadt, angrenzend an das Gewerbegebiet Süd-Ost.

Abbildung 13: Abgrenzung Ergänzungsstandort Körbitzweg (Bauen – Garten - Wohnen)



Dominierender Anbieter auf diesem Ergänzungsstandort ist ein Baustoffhandel mit angeschlossenem Bau- und Gartenmarkt (BayWa), die einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche des Bau- und Gartenmarktes umfasst ca. 2.500 m².

Das Grundstück am südlichen Rand des abgegrenzten Ergänzungsstandortes wird durch eine Gärtnerei mit Verkaufsgewächshaus genutzt.

Außerdem sind verschiedene Gewerbebetriebe im Gesamtareal zwischen Baustoffhandel und Gärtnerei ansässig, teilweise sind leerstehende Hallenkomplexe zu verzeichnen.

Der Ergänzungsstandort ist auch zukünftig auf die aktuellen Versorgungsfunktionen auszurichten, also für nicht-zentrenrelevante Warengruppen im Branchenumfeld Bauen-Wohnen-Garten. Für potenzielle Ansiedlungen bietet der Ergänzungsstandort ausreichend Flächenpotenzial.

Es wurde schon darauf hingewiesen, dass der vormalige Ergänzungsstandort Hammermühlenweg aufgrund des Funktionsverlustes nicht mehr in die Standortstruktur eingebunden wird. Auch im Einzelhandelskonzept von 2010 wurde diesem Standort vorrangig Bestandsschutz eingeräumt. Im Falle einer Existenzaufgabe des bestehenden Verbrauchermarktes sollte eine Nachnutzung als Handelsstandort planungsrechtlich unterbunden werden

7. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Bad Dübén

7.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

Das planerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Einklang mit städtebaulichen und raumordnerischen Vorstellungen zu bringen. Es bedarf allerdings eines konsequenten Einsatzes der Instrumente. Nach aktueller Rechtsprechung sind Städte und Gemeinden zu schnellem Handeln aufgefordert, um den Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten rechtlich begründet begegnen zu können. Mit dem §9 Abs. 2a BauGB wird die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in den Mittelpunkt gerückt. Hierzu sind planungsrechtliche Festsetzungen notwendig, die ortsspezifisch und auch einzelfallbezogen nachvollziehbar begründet werden müssen. Als Grundlage können insbesondere aktuelle, detaillierte und fundierte Einzelhandelskonzepte herangezogen werden, die auch die ortsspezifische Relevanz und räumliche Abgrenzung von zentralen Bereichen begründen. Das Einzelhandelskonzept für Bad Dübén untersetzt und erfüllt die Anforderung des §9 Abs. 2a BauGB.

Im §9 Abs. 2a wird ausgeführt:

„...Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des §1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder des Gemeindeteils enthält...“

Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich aus planerischen Darstellungen und Festlegungen in den Bauleitplänen oder aus Festlegungen in den Raumordnungsplänen, aus nicht verbindlichen („informellen“) raumordnerischen und städtebaulichen Konzepten oder nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen und haben eine hohe städtebauliche Bedeutung (Sicherstellung wohnort- und daher verbrauchernahe Versorgung, demografische Entwicklung).

Der Gesetzgeber hat über die Bauleitplanung die Möglichkeit geschaffen, die verschiedenen Nutzungen im Gemeindegebiet räumlich zu verteilen und in Ansiedlungen steuernd einzugreifen.

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Wenn dem großflächigen Einzelhandel einerseits einzelne Entwicklungsschwerpunkte zugewiesen werden, sind andererseits auch Aussagen über die Entwicklung derartiger Betriebe zu treffen, die an Standorten außerhalb der dargestellten Schwerpunkte bereits ansässig sind oder sich ansiedeln wollen, um auch hier eine geordnete städtebauliche Entwicklung zu gewährleisten.

Die Steuerung der Ansiedlung, auch von Discountern und weiteren Anbietern bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m², ist auszurichten an den im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept fixierten städtebaulichen Zielstellungen, untersetzt durch die Zentrenstruktur. Auch bereits vorhandene Standorte können sich verändern. Durch nachfolgende Ansiedlungen werden sie aufgewertet und können sich zu Konkurrenzstandorten zur Zentrenstruktur entwickeln. Diesen potenziellen Entwicklungen sollte bereits im Vorfeld stadtplanerisch entgegengewirkt werden, um die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche nicht zu gefährden.

Das Einzelhandelskonzept bildet die Grundlage für das zu fixierende Ordnungsprinzip der Stadt Bad Dübén. Die zielgerichtete Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes erfordert sowohl eine Unterstützung gewünschter Einzelhandelsansiedlungen als auch eine Unterbindung nicht gewollter Standortentwicklungen.

Die Kommune tritt hierbei in Vorleistung, indem geeignete und ungeeignete Standorte für Einzelhandelsentwicklungen hinsichtlich ihrer städtebaulichen Auswirkungen zu bewerten und gegebenenfalls planungsrechtlich zu überarbeiten sind.

„Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach §34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können;...“ (§9 Abs. 2a BauGB)

Fazit: Aktive Angebotsplanung für Einzelhandelsflächen sowie Restriktionen für Einzelhandelsnutzungen an städtebaulich nicht geeigneten Standorten bilden die Schwerpunkte zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bad Dübén. Im Mittelpunkt stehen der Erhalt und die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bad Dübén. Mit dem Planvorhaben wird das Nahversorgungszentrum an der Dommitzcher Straße ergänzend zur Innenstadt gestärkt. Bauleitplanung und das Einzelhandelskonzept sind geeignete Instrumente zur Umsetzung dieser strategischen Aufgabenstellung. Das Einzelhandelskonzept muss vom politischen Willen der Kommune getragen sein.

7.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Bad Dübener Liste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese vorrangig in die zentralen Versorgungsbereiche von Bad Dübén einzubinden, bzw. die Entwicklungschancen der zentralen Versorgungsbereiche nicht durch weitergehende Entwicklungen an Ergänzungs- bzw. Streustandorten zu gefährden.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in innenstädtische Zentren führen kann.

Die Einstufung als „zentrenrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einem Hauptgeschäftszentrum vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in den zentralen Versorgungsbereichen von Bad Dübén angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch insbesondere im A-Zentrum auch umsetzbar sind, bleiben diesem auch vorbehalten. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung in Bad Dübén existenziell wichtig. Die verfügbaren Nachfragepotenziale und Bindungschancen als Grundzentrum erfordern weiterhin eine Präferenz der zentralen Versorgungsbereiche, unabhängig von der Frage, ob das einzelne Sortiment gegenwärtig stärker in Zentren oder in Ergänzungsstandorten vertreten ist. Eine Angebotsentwicklung an peripheren, autoorientierten Standorten kann bei begrenztem Potenzial in einzelnen Warengruppen relativ schnell die Wettbewerbs- und Entwicklungschancen innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches und somit dessen Existenzgrundlage entziehen. Die Konzentration verbleibender Entwicklungschancen auf die Zentren von Bad Dübén ist folglich die übergeordnete Zielsetzung.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten,
- eine hohe Beratungsintensität,
- eine hohe Flächenproduktivität,
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Folglich ist der besondere Schutz einer fußläufigen Nahversorgung ein wichtiges Anliegen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes. Neben der Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu den zentralen Versorgungsbereichen können diese bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und

versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen ausnahmsweise auch an Standorten zugelassen werden, die zwar außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen. Diese, als Nahversorgungslagen oder kleinteilige Nahversorger in das Zentrenkonzept aufgenommen Standorte konzentrieren sich ausschließlich auf Lebensmittelanbieter. Ergänzende kleinteilige Grundversorgungsstrukturen in Wohngebieten oder Stadtteilen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit von Lebensmittelmärkten werden auch zukünftig angestrebt. In diesem Sinne ist beispielsweise eine zusätzliche Einbindung des Lebensmittelhandwerks in Wohngebieten durchaus erwünscht, ebenso Apotheken im Umfeld von Ärzten oder vergleichbare Strukturen.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Bad Döben folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Speziell für die Stadt Bad Döben ist eine derartige Zulässigkeit ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit zu begrenzen. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemarkte können in den zentralen Versorgungsbereichen integriert werden und somit zur Stärkung dieser Zentren beitragen. Die Verkehrsanbindung speziell des B-Zentrums ermöglicht generell eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW.

Tiernahrung/ Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf“ werden gegenwärtig in Bad Döben vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt, außerdem auch im BayWa Bau- und Gartenmarkt. Besonders hervorzuheben ist jedoch die Zoo-Fachhandlungen im Innenstadtbereich (Baderstraße).

Zum besonderen Schutz des zentralen Versorgungsbereiches und durch die verstärkte Kopplung der Heimtiernahrung an nahversorgungsrelevante Anbieter wird für das gesamte Spektrum der Warengruppen Heimtiernahrung, Zoologischer Bedarf und lebende Tiere die Einstufung als zentrenrelevant empfohlen.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom qualifizierten Facheinzelhandel, Drogerien sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen.

Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als zentrenrelevant anzusehen.

Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz, maßgeblicher Fachhandel befindet sich in Bad Dübén überwiegend im Innenstadtbereich (z.B. Buchhandlung Lehmann und Schreibwaren Paul Streubel).

Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten folglich als zentrenrelevant zu bewerten, Zeitschriften und Zeitungen zudem als nahversorgungsrelevant.

Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Hausrat/ Geschenkartikel, Spielwaren/ Hobby/ Basteln, Haushaltstextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche), Unterhaltungselektronik/ PC/ Kommunikation, Elektrohaushaltswaren (ohne Elektrogroßgeräte), Foto/Optik/Akustik, Uhren/ Schmuck

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.). Gerade in diesen Warengruppen ist die Präferenz innerstädtischer Entwicklungschancen von besonderer Bedeutung.

Sportartikel (ohne Campingartikel)

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten, auch wenn sich die Anbieterstruktur auf Innenstadt und Randlage aufgliedert, sollten die Entwicklungsperspektiven in diesem Sortiment der Innenstadt vorbehalten bleiben.

Campingartikel werden aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt und deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Bau- und Heimwerkerbedarf ist in den zentralen Versorgungsbereichen von Bad Dübén, wie in fast allen anderen Kommunen, nicht vertreten oder wird nur als Teil- oder Aktionssortimente geführt. Dominanter Anbieter in diesem Branchenspektrum ist jedoch der BayWa Bau- und Gartenmarkt am Ergänzungsstandort Körbitzweg. Aus der Warengruppe Wohnmöbel ist jedoch auf Küchenstudios am Paradeplatz und in der Kirchstraße zu verweisen. Bei Wohnmöbel ist die vorrangige Kundenorientierung auf überregionale große Einrichtungshäuser ausgerichtet, entsprechende Anbieter sind nicht einem Grundzentrum zuzuordnen.

Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die innerstädtischen Einkaufslagen deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Gartenbedarf

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, Topfpflanzen und Pflanzgefäße werden grundsätzlich vor allem über Gartencenter/Gärtnereien verkauft, die aufgrund ihrer niedrigen Flächenproduktivität und ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Die Waren des Gartenbedarfs werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Schnittblumen werden dagegen zumeist über Fachgeschäfte verkauft, sind daher grundsätzlich als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen, durch ihre Kopplung an das typische Nachfrageverhalten der Verbraucher für den täglichen Bedarf sind sie zugleich als nahversorgungsrelevant einzustufen. Letztere Festlegung erlaubt in der Stadt Bad Dübén auch die Einbindung von Blumenläden in Nahversorgungsstandorte.

Haustextilien (Haus- und Tischwäsche; Bettwaren), Heimtextilien (Gardinen, Dekorations- und Möbelstoffe, Vorhänge, Kissenbezüge, Auflagen), Teppiche/ textile Bodenbeläge

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Bad Dübén zwar an verschiedenen Standortlagen, als qualifizierte Fachgeschäfte aber auch in zentralen Versorgungsbereichen (z.B. Raumtextilien in der Altstädter Straße oder Textileck am Markt) angeboten, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar. Maßgeblicher Anbieter in Bad Dübén ist die Fa. Dübener Teppicheck in Randlage zur Innenstadt. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind aber mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Bad Dübener Liste“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Bad Dübén vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Hierarchiestufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig dem innerstädtischen A-Zentrum vorbehalten, in abgestufter Funktionszuweisung als ergänzendes Angebot auch dem B-Zentrum. Nahversorgungsrelevante Sortimente bleiben der gesamten Zentrenstruktur vorbehalten, kleinteilig sind Ansiedlungen nach oben genannten Kriterien auch wohngebietsintegriert außerhalb der Versorgungszentren gewünscht.

„Bad Dübener Liste“

zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
Blumen	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
Apotheken	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)
zentrenrelevante Sortimente	
Zoologischer Bedarf, Heimtiernahrung, Lebende Tiere	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ-Nr. 47.76.2)
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
Bücher, Papier, Schreibwaren/ Büroorganisation	Papierwaren/Büroartikel/Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche (aus WZ-Nr. 47.53)
Musikalienhandel	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
Spielwaren, Bastelbedarf Sportartikel	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65), Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote (aus WZ-Nr. 47.64.2)
Fahrräder und –zubehör	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 47.64.1)

Quelle: Zusammenstellung auf Grundlage der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

7.3. Leitlinien zur Umsetzung des Konzeptes der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Bad Dübén

Der Erhalt und die Stärkung von Bad Dübén als Grundzentrum und attraktive Kurstadt ist untrennbar mit der Entwicklung der Versorgungsstruktur Bad Dübéns verknüpft. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf die Weiterentwicklung der Bad Dübéner Innenstadt:

- A-Zentrum Innenstadt – zielt auf einen umfassenden Branchenmix bis zum spezialisierten höheren Bedarf
- B- Zentrum Nahversorgungszentrum – verfügt über eine Verkaufsfläche von max. 3.000 m² und konzentriert sich auf Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten
- Nahversorgungslage Windmühlenweg – ergänzt die zentralen Versorgungsbereiche mit dem Ziel einer möglichst flächendeckenden, fußläufigen Nahversorgung, sie besteht aus einem Lebensmittelmarkt
- Ergänzungsstandorte für vorwiegend großflächigen Einzelhandel mit lokaler und regionaler Ausstrahlung.

Mit dem folgenden Handlungsleitfaden wird das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Die Leitlinien bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der „Bad Dübéner Liste“ zur Festlegung zentrenrelevanter Sortimente wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet.

Der abgesteckte Rahmen für Einzelfallentscheidungen sichert einerseits die notwendige Flexibilität, andererseits bleibt der Fokus auf die gesamtstädtische Entwicklung gerichtet.

Die jeweiligen Leitlinien geben auch bestehenden Einzelhandelsbetrieben und ansiedlungsinteressierte Anbietern eine Orientierung und gewährleisten die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit.

Leitlinie 1:

Die Stärkung der Innenstadt von Bad Dübén besitzt oberste Priorität. Diese soll als erlebbares Handelszentrum mit Stadtidentität für Einwohner, Kurgäste und Besucher weiter ausgebaut werden. Einzelhandelsentwicklungen im zentrenrelevanten Sortimentsbereich gemäß der ortsspezifischen „Bad Dübéner Liste“ sind folglich vorrangig in das A-Zentrum einzubinden, entsprechende Investitionen sind zu lenken und zu unterstützen, Entwicklungspotenziale bieten sich vorrangig durch vorhandene Gebäude und Flächen an.

Die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern und im innerstädtischen Bereich zu konzentrieren ist ausgehend von den verfügbaren örtlichen, regionalen und touristischen Nachfragepotenzialen zwingend, um auch zukünftig Kundenströme gezielt in das A-Zentrum Innenstadt zu lenken und somit den Einzelhandelsstandort als Hauptgeschäftszentrum zu erhalten. Alle weiteren Versorgungsfunktionen ordnen sich diesem übergeordneten Ziel unter. Dies ist für die Stärkung der Innenstadt über die stadtbildprägende Funktion des Einzelhandels und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar. Als ein wesentliches Instrument zur städtebaulich verträglichen Entwicklung des Einzelhandels dient dabei die ortsspezifische „Bad Dübéner Liste“ (vgl. Definition der zentren-, nahversorgungsrelevanten- und nicht zentrenrelevanten Sortimente).

Leitlinie 2:

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten, ab einer Größenordnung von 100 m² Verkaufsfläche, sollen zukünftig ausschließlich in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

Die zukünftige Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist nur zulässig, wenn die Verkaufsfläche je Einzelanbieter unter 100 m² liegt.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Bad Dübener. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von unter 100 m² sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Bad Dübener Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren, denen keine strukturprägende Bedeutung zukommt und von denen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen. 39% aller Einzelhandelsbetriebe (aktuell 33 Einzelhandelsbetriebe) in Bad Dübener verfügen über eine Verkaufsfläche ab 100 m². Im A-Zentrum Innenstadt verfügen nur 16% (27 Anbieter) der aktuell ansässigen Betriebe über eine Verkaufsfläche ab 100 m². Einzelanbieter mit Verkaufsflächen ab 100 m² sind folglich für die Kurstadt Bad Dübener bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen.

Leitlinie 3:

Nahversorgungszentrum und Nahversorgungslage ergänzen das innerstädtische A-Zentrum mit der vorrangigen Aufgabenstellung zur Sicherung einer möglichst flächendeckenden, fußläufig erreichbaren Nahversorgung im Stadtgebiet. Deren Angebotsstrukturen sind hauptsächlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten. In peripheren Ortsteilen oder weiteren Wohnquartieren ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen, werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.

Die Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung. Mit der zusätzlichen Aufnahme von Nahversorgungslagen in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Dübener wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung neben den zentralen Versorgungsbereichen und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind begrenzt auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt lediglich durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich. Eine Weiterentwicklung sowie Ergänzung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich wenn diese:

- eine eigenständige Nahversorgungsfunktion innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen,
- eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen,
- eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungs Umfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes)
- und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und anderer Nahversorgungslagen in Bad Dübener führen.

In den peripheren Stadtteilen Schnaditz, Tiefensee und Wellaune aber auch in einzelnen Wohnquartieren der Kernstadt von Bad Dübener kann durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden, folglich unterstützt die Stadt Bad Dübener auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen.

Leitlinie 4:

Neuansiedlungen sowie die Erweiterung und Sortimentsveränderungen bestehender Betriebe an Standorten, die nicht in die Zentrenstruktur integriert sind, sollen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Ausnahmen von dieser Empfehlung können nur zugelassen werden, wenn folgende Kriterien erfüllt werden:

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Handlungsschwerpunkt 2 (Bad Dübener Nachbarschaftsläden).

oder:

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der ortsspezifischen Bad Dübener Sortimentsliste zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 100 m² begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche verbunden ist.

Leitlinie 5:

Der großflächige Ergänzungsstandort des Einzelhandels wird durch planungsrechtliche Festsetzungen gesichert, eine potenzielle Veränderung der Angebotsstruktur, insbesondere zentrenrelevanter Sortimente sollte sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren.

Leitlinie 6:

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

Für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist bauleitplanerischer Handlungsbedarf geboten. Vorrangig wird die Aufstellung eines B-Plans gemäß § 9 (2a) BauGB für die Gebiete im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) empfohlen.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird durch Beschluss des Stadtrats vom politischen Willen der Kommune getragen.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Silvia Horn

Dipl.-oec.

Gesamtleitung




i. V. Richard Engel

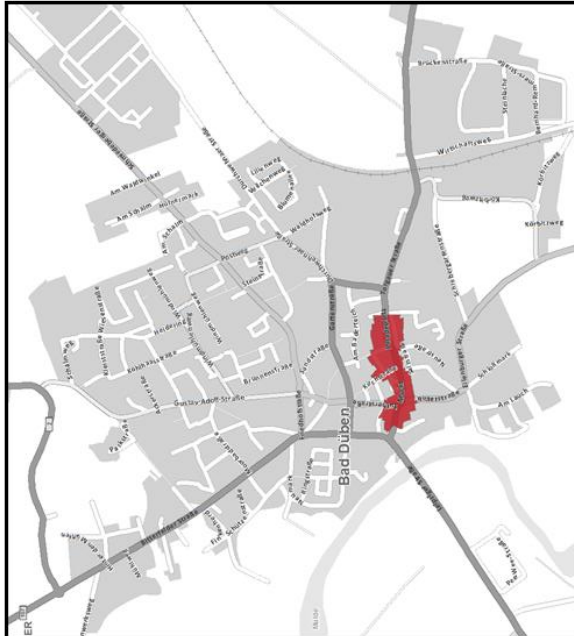
Humangeographie M. Sc.

Projektleitung

8. Anlagen (Zentrenpässe)



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich



Lage im Stadtgebiet Bad Dübén

A - Zentrum Innenstadt Bad Dübén

Lage: Umschließt die zusammenhängenden, räumlichen Entwicklungsbereiche als multifunktionales Zentrum für die örtlichen und regionalen Grundversorgungsfunktionen sowie für die touristischen Potenziale als Kurstadt. Es erstreckt sich über die Achse Paradeplatz, Altstädter Straße, Markt bis zum Kreuzungsbereich Leipziger Straße / Lutherstraße zzgl. des Bereiches um Kirchstraße und Baderstraße. Eingebunden in das A-Zentrum ist jeweils die straßenbegleitende Bebauung bzw. zugehörige Grundstücke.

Versorgungsfunktion: Konzentration multifunktionaler Nutzungen – attraktiver Erlebnisraum für Handel, städtisches Leben & Tourismus, vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen, Entwicklungspotenziale bis zum spezialisierten höheren Bedarf.

Einzugsgebiet: gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung, Anlaufpunkt für Touristen

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:
Die höchste Priorität im Zentren- und Standortgefüge besitzt die Innenstadt von Bad Dübén als urbanes Zentrum der Stadt. Die aktuelle Einzelhandelsstruktur weist eine Zweiteilung auf, konzentrierter Einzelhandelsbesatz findet sich an der Altstädter Straße und dem Marktumfeld, während am Paradeplatz neben einigen Einzelhandelsbetrieben vor allem Dienstleister überwiegen, ergänzt durch Gastronomie.

Die Ausstrahlungskraft des A-Zentrums bedarf auch zukünftig einer strukturellen Weiterentwicklung. Der Paradeplatz ist dabei als wichtiger Potenzialstandort zur Weiterentwicklung innerstädtischer Strukturen anzusehen, zusätzliche Entwicklungspotenziale bieten sich in der Baderstraße sowie am Kreuzungsbereich Leipziger Straße/Lutherstraße.

Angebotsstruktur
(Stand: August 2014):

Nahrungs- & Genussmittel	272 m ²
Gesundheit, Körperpflege	170 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	220 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	75 m ²
Bekleidung, Textilien	750 m ²
Schuhe, Lederwaren	80 m ²
Heimwerkerbedarf	30 m ²
Spielwaren, Hobby, Baby	160 m ²
Sportartikel, Fahrräder	540 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	180 m ²
Elektrowaren	80 m ²
UE, Kommunikation, PC	155 m ²
Foto / Optik / Akustik	96 m ²
Uhren / Schmuck	60 m ²
Sonstiges	60 m ²

B - Zentrum Nahversorgungszentrum

Lage: Innenstadtnahe Lage im östlichen Stadtgebiet (Entfernung ca. 370 m über Dommitzcher Straße bis zum Paradeplatz) mit Zufahrt am Kreuzungsbereich Dommitzcher Straße / Gartenstraße. Sowohl fußläufig aus weiten Teilen der Kernstadt als auch mit dem PKW aus dem gesamten Stadtgebiet und den Umlandregionen gut zu erreichen.

Versorgungsfunktion: Angebotsspektrum einer qualifizierten Nahversorgung in der Kombination aus Discounter und Vollsortimenter, die das Spektrum des täglichen Bedarfs bis zum Wochenbedarf einschließt. Weitere Angebotsergänzungen vorrangig im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich und durch Dienstleister, zusätzliche zentrenrelevante Ergänzungsangebote nur bei Verträglichkeit mit dem A-Zentrum.

Einzugsgebiet: Versorgungsfunktionen vorrangig für östliche und südliche Kernstadt, zusätzliche gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung.

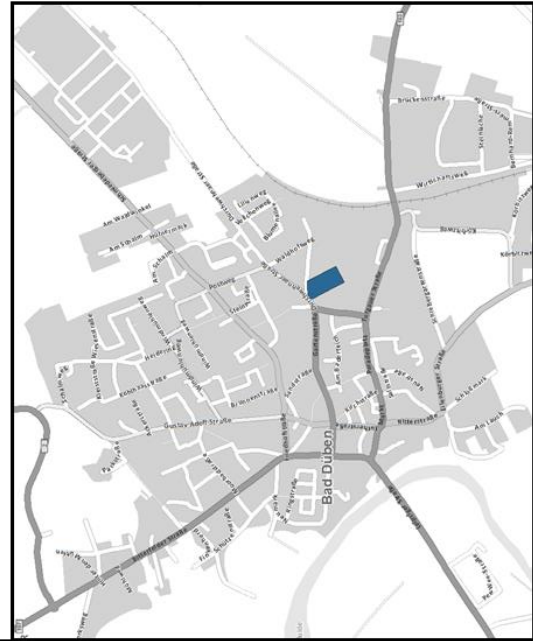
Angebotsstruktur (Stand: August 2014):

Nahrungs- & Genussmittel	1.743 m ²
Gesundheit, Körperpflege	414 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	60 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	30 m ²
Bekleidung, Textilien	
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf	
Spielwaren, Hobby, Baby	
Sportartikel, Fahrräder	15 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5 m ²
Elektrowaren	
UE, Kommunikation, PC	5 m ²
Foto / Optik / Akustik	
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	35 m ²

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:
Das Nahversorgungszentrum besteht derzeit aus einem einheitlichen Gebäudekomplex. Insgesamt sind aktuell 4 Anbieter ansässig, darunter fungieren ein Lebensmittel-Discounter und ein Supermarkt gemeinsam als Funktionskern des Nahversorgungszentrums. Ergänzt werden diese aktuell durch einen Drogeriemarkt und einen Bäcker im Eingangsbereich des Supermarktes, ein ehemaliges Reisebüro ist geschlossen. Entwicklungsziel ist eine Angebotsergänzung vorrangig durch nahversorgungsrelevante Fachgeschäfte und Dienstleister. Der Standort verfügt über ein Entwicklungspotenzial bis 3.000 m² maximale Verkaufsflächenausstattung. Eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches erscheint auch im Wettbewerb mit einem benachbarten solitären Discounterstandort empfehlenswert.



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich



Lage im Stadtgebiet Bad Dübener

9. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

Begriffsdefinitionen in Anlehnung an: Definitionssammlung zum Einzelhandelsmarkt der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (2013), Katalog E – Definitionen zu Einzelhandel und Distribution des Instituts für Handelsforschung der Universität Köln (2006).

DIY:

- DIY ist die Abkürzung für Do It Yourself. Als DIY-Sortiment werden alle Heimwerkersortimente zusammengefasst. Die DIY-Branche (synonym Baumarktbranche) bezieht alle Betriebsformen mit Heimwerkersortimenten ein, den Schwerpunkt bilden Bau- und Gartensmärkte.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

- Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung eines Gebietes innerhalb eines Jahres. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen und Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft.
- Bei der Ermittlung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden nur diejenigen Anteile der Kaufkraft berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

Einzelhandelsrelevante Zentralität:

- Der Zentralitätsgrad eines definierten räumlichen Gebietes (z. B. Innenstadt, Gemeinde, Region) gibt an, welche Bedeutung die in diesem Gebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der in diesem und in umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung haben.
- Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100.
- Ein Wert unter 100 zeigt an, dass Handelsumsatz an andere Standorte abgegeben wird. Ein Wert über 100 bedeutet, dass Umsätze von Kunden außerhalb des definierten Gebietes hinzufließen, der Handelsumsatz also größer als das Potenzial der Bevölkerung darin ist.

Ergänzungsstandort:

- Ein Ergänzungsstandort ist ein Standort mit meist großflächigem nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel. Er ist autoorientiert und beinhaltet entweder ein oder mehrere Einkaufszentren oder einzelne, große Einzelhandelsbetriebe (z. B. Garten-, Bau-, Möbelbranche) oder beides in Kombination. Meist waren solche Standorte für größere Gewerbebetriebe vorgesehen.

GPK:

- „GPK“ ist die Abkürzung für die Sortimentsbezeichnung „Glas / Porzellan / Keramik“.

Großflächiger Einzelhandel

- Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Ur. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² beginnt (BVerwG Ur. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.
- Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.
- Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

Kaufkraftbindung:

- Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines bestimmten Gebiets (z. B. einer Gemeinde), der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kernsortiment/Randsortiment:

- Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
- Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Wichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10% der Gesamtverkaufsfläche).

Lebensmitteldiscounter:

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Nonfood-Umsatzanteil von ca. 10% - 13% auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:

- Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen (oder auch Nachfragepotenzial) setzt sich aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, in den einzelnen Warengruppen bzw. für den Einzelhandel insgesamt, zusammen.

Nahversorgungslage:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Nahversorgungslagen sind durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter) gekennzeichnet, i. d. R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Nahversorgungszentrum:

- Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine städtebauliche Einheit und ist in das Siedlungsgefüge integriert. Eine räumliche Nachbarschaft zu Wohngebieten ist charakteristisch.
- Nahversorgungszentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Sie übernehmen die lokale Vor-Ort-Versorgung vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung.

SB-Markt:

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m². Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

SB-Warenhaus:

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m². Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) auch eine umfangreiche Nonfood-Abteilung (Nonfood-Umsatzanteil ca. 35% - 50%, Nonfood-Flächenanteil ca. 60% - 75%).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und/oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem autokundenorientierten, oft peripheren Standort.

Sortiment, nahversorgungsrelevantes:

- Als nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln, anzusehen. Diese Waren werden von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.
- Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbraucher-nah gelegenes Angebot gewährleistet werden soll.

Sortiment, zentrenrelevant:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.
- Die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.
- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:

- Wesentliche Merkmale nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind ein meist hoher Flächenanspruch, geringe Kopplungswirkungen und eine eingeschränkte Transportfähigkeit. Diese Artikel werden oft mit handwerklichen Dienstleistungen (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt) oder für gewerbliche Nutzungen (z. B. Baustoffhandel, Büromöbelhandel) angeboten.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente strahlen kein Gefährdungspotential auf gewachsene Zentren aus. Zu beachten sind dabei aber immer zentrenrelevante Randsortimente, die sehr wohl Auswirkungen haben können.

Stadtteilzentrum:

- Ein Stadtteilzentrum beschreibt eine städtebauliche Einheit, die sich abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge in räumlicher Nähe zu Wohngebieten befindet.
- Stadtteilzentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Hauptaufgaben sind sowohl die Nahversorgung als auch die Grundversorgung eines Stadtteils mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Die Einzelhandelsstruktur ist i. d. R. durch Lebensmittel- und ergänzende Anbieter geprägt. Weiterhin sind zentrentypische Dienstleistungen vorhanden.

Supermarkt:

- Ein Supermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von ca. 400 bis 2.500 m². Er bietet ein Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Kompetenz im Frische-Bereich an. Ab 800 m² Verkaufsfläche findet sich auch bereits ein höherer Nonfood-Anteil (Umsatzanteil ca. 10% - 15%, Flächenanteil ca. 20 - 30 %).
- Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m². Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Nonfood-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20% - 40%, Flächenanteil ca. 30% - 60%) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche:

- Die Verkaufsfläche bezeichnet alle Flächen, die dem Verkauf dienen (inkl. Gänge, Treppen, Kassenzonen, Schaufenster, Theken, Vorkassenzone, Windfang, Leergutannahme) und dem Kunden frei zugänglich sind sowie dauerhaft genutzte Freiverkaufsflächen.
- Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen sowie Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

Verkausflächenausstattung je Einwohner:

- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beschreibt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl.
- Es ist ein quantitativer Indikator der Versorgung für die Ausstattung eines Gebiets.

Zentraler Versorgungsbereich:

- Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z. B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken. (Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007)

- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.