



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

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz 2016

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in Chemnitz  
Fortschreibung des Konzepts aus 2011



im Auftrag der Stadt Chemnitz  
Hamburg, September 2016



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

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz 2016

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz

Projektnummer: 15DLP1865  
Exemplarnummer: Abstimmungsexemplar Juli 2016

Projektleitung: Boris Böhm  
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Christian-Maria Götz, Michael  
Schmidt

im Auftrag der  
**Stadt Chemnitz**  
Stadtplanungsamt  
Annaberger Straße 89 • 09120 Chemnitz

erarbeitet durch  
**Dr. Lademann & Partner**  
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH  
Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Altmarkt 10d · 01067 Dresden  
Prinzenallee 7 · 40549 Düsseldorf  
Königstraße 10c · 70173 Stuttgart

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



## Inhalt

---

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	XI
<b>1</b>	<b>Grundlagen</b>	<b>14</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	14
1.2	Untersuchungsdesign	16
1.3	Vorgehensweise	21
<b>2</b>	<b>Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel</b>	<b>22</b>
2.1	Demografischer Wandel	22
2.2	Betriebsformenwandel	23
2.3	Der Onlinehandel erobert die Märkte	26
2.4	Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	28
2.5	Fazit	32
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Chemnitz</b>	<b>34</b>
3.1	Lage im Raum	34
3.2	Zentralörtliche Funktion	37
3.3	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	38
3.3.1	Bevölkerungsentwicklung	38
3.3.2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	42
3.3.3	Beschäftigungssituation und Pendlerbeziehungen	43
3.3.4	Tourismus	45
<b>4</b>	<b>Nachfragesituation in Chemnitz</b>	<b>47</b>
4.1	Marktgebiet der Stadt Chemnitz	47
4.2	Nachfragepotenzial der Stadt Chemnitz	50



<b>5</b>	<b>Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Chemnitz</b>	<b>52</b>
<hr/>		
5.1	Einzelhandelsstruktur in der Stadt Chemnitz	52
5.1.1	Verkaufsflächenentwicklung und Raumstruktur	52
5.1.2	Branchen- und Raumstruktur	54
5.1.3	Betriebsgrößenstruktur	57
5.2	Leerstandssituation	60
5.3	Umsatzsituation des Einzelhandels in Chemnitz	62
5.4	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Chemnitz	65
<b>6</b>	<b>Versorgungslage und Zentralitätsanalyse</b>	<b>67</b>
<hr/>		
6.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Chemnitz	67
6.2	Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge	69
6.3	Nahversorgungssituation in Chemnitz	71
6.3.1	Verkaufsflächenangebot und -dichte	71
6.3.2	Räumliche Versorgungssituation	73
6.3.3	Betriebstypenstruktur	77
6.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Chemnitz	79
6.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	81
<b>7</b>	<b>Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Chemnitz</b>	<b>82</b>
<hr/>		
7.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	82
7.2	Strategische Orientierungsprinzipien und Leitziele der künftigen Einzelhandelsentwicklung	85
7.3	Zentrenkonzept für die Stadt Chemnitz	90
7.3.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	90
7.3.2	Chemnitzer Zentren- und Standortmodell	94
7.3.2.1	Zentrale Versorgungsbereiche	97
7.3.2.2	Privilegierte Nahversorgungsstandorte	103
7.3.2.3	Sonderstandorte	105
7.4	„Suchräume“ zur Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben	115
7.5	Anlagetypen „Chemnitzer Laden“ und „Nachbarschaftsladen“	122
7.6	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Chemnitzer Liste“	124



<b>8</b>	<b>Innenstadt Chemnitz</b>	<b>126</b>
8.1	Historische Entwicklung	126
8.2	Städtebauliche/ Versorgungsstrukturelle Analyse	126
8.3	Angebotsituation	131
8.4	Angebotsprofil	136
8.5	SWOT-Analyse	142
8.6	Perspektiven der Innenstadtentwicklung	145
8.6.1	Allgemeine Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Chemnitzer Innenstadt	145
8.6.2	Bewertungen und Empfehlungen zur Entwicklung der innerstädtischen Potenzialflächen	151
8.6.3	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	161
<b>9</b>	<b>Sicherung und Umsetzung des Konzepts</b>	<b>163</b>
9.1	Ansiedlungskriterien	163
9.2	Festsetzungsempfehlungen	167
<b>10</b>	<b>Anhang: Zentrenpässe</b>	<b>172</b>
<b>11</b>	<b>Anhang: Privilegierte Nahversorgungsstandorte</b>	<b>214</b>
<b>12</b>	<b>Glossar</b>	<b>234</b>



## Abbildungsverzeichnis

---

■ Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	23
■ Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	25
■ Abbildung 3: Gesamtentwicklung deutscher Versandhandel	26
■ Abbildung 4: Prognose zur Entwicklung der Einzelhandelsumsätze (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung)	27
■ Abbildung 5: Lage im Raum	34
■ Abbildung 6: Gebietseinteilung SEKo	39
■ Abbildung 7: Einwohnerentwicklung nach SEKo-Gebieten	40
■ Abbildung 8: Altersstruktur im Vergleich	41
■ Abbildung 9: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	42
■ Abbildung 10: Kaufkraftkennziffern nach SEKo-Gebieten	43
■ Abbildung 11: Marktgebiet des Chemnitzer Einzelhandels	48
■ Abbildung 12: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Chemnitz	50
■ Abbildung 13: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Chemnitz	52
■ Abbildung 14: Entwicklung des Einzelhandels nach Standortbereichen	54
■ Abbildung 15: Branchenstruktur des Einzelhandels	55
■ Abbildung 16: Raumstruktur des Einzelhandels	56
■ Abbildung 17: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt	69
■ Abbildung 18: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte im Vergleich	71
■ Abbildung 19: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte nach SEKo-Gebieten	72
■ Abbildung 20: Fußläufige Nahversorgungssituation in Chemnitz	74
■ Abbildung 21: Versorgungsgrad der Nahversorgung in Prozent	75
■ Abbildung 22: Bevölkerungsdichte und Nahversorgungssituation	76



■ Abbildung 23: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Chemnitz	80
■ Abbildung 24: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Chemnitz	81
■ Abbildung 25: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Chemnitz	84
■ Abbildung 26: Strategische Orientierungsprinzipien	86
■ Abbildung 27: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“	87
■ Abbildung 28: Hierarchisches Zentren- und Standortmodell	94
■ Abbildung 29: Zentren- und Standortstruktur des Chemnitzer Einzelhandel	96
■ Abbildung 30: Abgrenzung D-Zentrum Leipziger Straße gemäß Zentrenkonzept 2011	100
■ Abbildung 31: Abgrenzung D-Zentrum Carl-von-Ossietzky-Straße gemäß Zentrenkonzept 2011	100
■ Abbildung 32: Abgrenzung D-Zentrum Salzstraße gemäß Zentrenkonzept 2011	101
■ Abbildung 33: Abgrenzung D-Zentrum Paul-Bertz-Straße gemäß Zentrenkonzept 2011	102
■ Abbildung 34: Abgrenzung D-Zentrum Birken-Center gemäß Zentrenkonzept 2011	102
■ Abbildung 35: Sonderstandort Sachsen-Allee	106
■ Abbildung 36: Sonderstandort Chemnitz Center	107
■ Abbildung 37: Sonderstandort Alt Chemnitz Center	109
■ Abbildung 38: Sonderstandort Neefepark	110
■ Abbildung 39: Sonderstandort Vita-Center	112
■ Abbildung 40: Sonderstandort Kaufland-Center	113
■ Abbildung 41: Sonderstandort Heinrich-Schütz-Straße	114
■ Abbildung 42: Suchraum Kapellenberg	116
■ Abbildung 43: Suchraum Mittelbach/Reichenbrand	118
■ Abbildung 44: Suchraum Reichenhain	119



■ Abbildung 45: Suchraum Borna-Heinersdorf	120
■ Abbildung 46: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Chemnitz (Status quo)	128
■ Abbildung 47: Kumulierte Passantenfrequenzen der einzelnen Zählpunkte (Datengrundlage: CIMA 2015; Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	129
■ Abbildung 48: Lagen im A-Zentrum Innenstadt (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	130
■ Abbildung 49: Entwicklung der Verkaufsfläche in der Chemnitzer Innenstadt seit 2006	132
■ Abbildung 50: Branchenstruktur des Innenstadteinzelhandels	133
■ Abbildung 51: Räumliche Angebotsstruktur des Innenstadteinzelhandels	134
■ Abbildung 52: Sortimentsstruktur in der Chemnitzer Innenstadt	135
■ Abbildung 53: Aktuelles Angebotsprofil Marken und Filialisten in der Chemnitzer Innenstadt - Bekleidung/ Textilien	137
■ Abbildung 54: Aktuelles Angebotsprofil Marken und Filialisten in der Chemnitzer Innenstadt – Sonstige innenstadtprägende Sortimente	138
■ Abbildung 55: Die TOP 75 des deutschen Bekleidungseinzelhandels	139
■ Abbildung 56: Die TOP 75 unter den sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten	140
■ Abbildung 57: Laufachsen und Handelslagen (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	146
■ Abbildung 58: Laufachsen und Handelslagen (perspektivisch) (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	147
■ Abbildung 59: Übersichtskarte Potenzialflächen (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	151
■ Abbildung 60: Entwicklungsperspektive Baufeld E3 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	152
■ Abbildung 61: Entwicklungsperspektive Baufeld E4 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	153



■ Abbildung 62: Entwicklungsperspektive Baufeld F4 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	154
■ Abbildung 63: Entwicklungsperspektive Baufeld J5 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	155
■ Abbildung 64: Entwicklungsperspektive Baufeld J1 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	156
■ Abbildung 65: Entwicklungsperspektive Baufeld J2 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	157
■ Abbildung 66: Entwicklungsperspektive Baufeld G (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	158
■ Abbildung 67: Entwicklungsperspektive Baufeld D (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	159
■ Abbildung 68: Entwicklungsperspektive Baufeld B7 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	160
■ Abbildung 69: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)	162
■ Abbildung 70: Zentraler Versorgungsbereich Ermafa-Passage (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	173
■ Abbildung 71: Ermafa-Passage	173
■ Abbildung 72: Zentraler Versorgungsbereich Gablenz-Center (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	175
■ Abbildung 73: Gablenz-Center (Rückseite)	175
■ Abbildung 74: Zentraler Versorgungsbereich New-Yorck-Center (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	177
■ Abbildung 75: New-Yorck-Center	177
■ Abbildung 76: Zentraler Versorgungsbereich Siegmar (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	179
■ Abbildung 77: Siegmar	179



■ Abbildung 78: Zentraler Versorgungsbereich Weststraße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	181
■ Abbildung 79: Weststraße	181
■ Abbildung 80: Zentraler Versorgungsbereich Adelsberger Zeile (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	183
■ Abbildung 81: Adelsberger Zeile	183
■ Abbildung 82: Zentraler Versorgungsbereich Alfred-Neubert-Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	185
■ Abbildung 83: Alfred-Neubert-Straße (Einkaufspark am Harthwald)	185
■ Abbildung 84: Zentraler Versorgungsbereich Altendorf (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	187
■ Abbildung 85: Altendorf	187
■ Abbildung 86: Zentraler Versorgungsbereich Bernsdorfer Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	189
■ Abbildung 87: EDEKA-Markt in der Bernsdorfer Straße	189
■ Abbildung 88: Zentraler Versorgungsbereich Brühl (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	191
■ Abbildung 89: Brühl-Boulevard	191
■ Abbildung 90: Zentraler Versorgungsbereich Ebersdorf (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	193
■ Abbildung 91: Edeka-Markt in der Frankenberger Straße	193
■ Abbildung 92: Zentraler Versorgungsbereich Einsiedel (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	195
■ Abbildung 93: Edeka-Markt an der Einsiedler Hauptstraße	195



■ Abbildung 94: Zentraler Versorgungsbereich Grüna (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	197
■ Abbildung 95: Simmel-Verbrauchermarkt an der Chemnitzer Straße	197
■ Abbildung 96: Zentraler Versorgungsbereich Hainstraße/Fürstenstraße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	199
■ Abbildung 97: Hainstraße/Fürstenstraße	199
■ Abbildung 98: Zentraler Versorgungsbereich Limbacher Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	201
■ Abbildung 99: Rewe-Markt im D-Zentrum Limbacher Straße	201
■ Abbildung 100: Zentraler Versorgungsbereich Rabenstein Center (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	203
■ Abbildung 101: Rabenstein Center	203
■ Abbildung 102: Zentraler Versorgungsbereich Robert-Siewert-Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	205
■ Abbildung 103: Nahversorgungszentrum an der Robert-Siewert-Straße	205
■ Abbildung 104: Zentraler Versorgungsbereich Wittgensdorf (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	207
■ Abbildung 105: Netto im D-Zentrum Wittgensdorf	207
■ Abbildung 106: Zentraler Versorgungsbereich Wolgo-Passage (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	209
■ Abbildung 107: Wolgo-Passage	209
■ Abbildung 108: Zentraler Versorgungsbereich Usti nad Labem (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)	211



- Abbildung 109: Aldi im ehemaligen Flughafengebäude an der Stollberger Straße 211



## Tabellenverzeichnis

---

■ Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Chemnitz im Vergleich	38
■ Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	44
■ Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich	44
■ Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich	45
■ Tabelle 5: Marktgebiet des Chemnitzer Einzelhandels	49
■ Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Chemnitz nach Standortbereichen	57
■ Tabelle 7: Leerstandssituation in der Stadt Chemnitz	61
■ Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels	62
■ Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Standortlagen	63
■ Tabelle 10: Verkaufsflächendichten im Vergleich	67
■ Tabelle 11: Citydichte der Innenstadt im Vergleich	70
■ Tabelle 12: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH	77
■ Tabelle 13: Betriebstypenstruktur und mittlere Flächengrößen im LEH	78
■ Tabelle 14: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Chemnitzer Liste“)	125
■ Tabelle 15: Sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in Streulagen	233



# 1 Grundlagen

---

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die am nördlichen Rand des Erzgebirges liegende Stadt Chemnitz stellt nach Dresden und Leipzig die drittgrößte Stadt des Freistaats Sachsen dar. Aktuell leben rd. 247.500 Einwohner in der Stadt, mit einer zuletzt leicht steigenden Tendenz. Von Seiten der Landesplanung ist Chemnitz die Versorgungsfunktion eines Oberzentrums zugewiesen.

Die Stadtentwicklung von Chemnitz ist durch die späte Herausbildung eines funktionsfähigen Stadtkerns gekennzeichnet. Erst Mitte der 1990er Jahre wurde mit der Bebauung innerstädtischer Brachflächen begonnen. Zwar hat das Stadtzentrum in den letzten Jahren gesamtstädtisch und überörtlich an Bedeutung gewonnen, gleichwohl ist die Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt mit rd. 68.000 qm noch immer ausbaufähig. Die Entwicklungsperspektive der Innenstadt hängt dabei auch vom Zusammenspiel mit den agglomerierten Sonderstandorten im Stadtgebiet ab.

Neben der Innenstadt und den Sonderstandorten gibt es eine Reihe von Stadtteil- und Nahversorgungszentren im Stadtgebiet sowie integrierte und nicht-integrierte Streulagen. Für die Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung spielen neben den Stadtteil- und Nahversorgungszentren vor allem auch die siedlungsintegriert gelegenen Lebensmittelanbieter eine wichtige Rolle.

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung hat die Stadt Chemnitz in 2001 erstmals ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufgestellt, welches kontinuierlich in den Jahren 2006 und 2011 fortgeschrieben wurde.

Mit dem Stadtratsbeschluss in der Sitzung vom 28.01.2015 wurde die Stadtverwaltung beauftragt, die abermalige Fortschreibung des Konzepts in die Wege zu leiten.

Als zentrale Anliegen der Fortschreibung wurden dabei folgende Ziele verfolgt:

- Stärkung der Innenstadt und Positionierung als tragender Einzelhandelsstandort unter Berücksichtigung der oberzentralen Versorgungsfunktion,
- Sicherung und Ausbau der verbrauchernahen Versorgung, insbesondere der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung,
- Überprüfung, Erhalt und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche.



Die Innenstadtentwicklung ist seit vielen Jahren auf einem guten Weg und die Verkaufsfläche konnte zuletzt auch leicht gesteigert werden. Im Rahmen der Fortschreibung sollten jedoch die Entwicklungsziele der Innenstadt sowohl in räumlicher Hinsicht als auch in verkaufsflächen- und branchenseitiger Hinsicht aktualisiert und konkretisiert werden.

Das Konzept dient u.a. dazu, Anfragen aus dem Einzelhandel zur Errichtung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsgeschäften beurteilen und im Hinblick auf die städtebaulichen Zielsetzungen bewerten zu können. So konnten unerwünschte Vorhaben in den zurückliegenden Jahren verhindert und gewünschte Vorhaben auf legitimierte Standorte (Zentren, sonstige integrierte Lagen) kanalisiert werden. In der Außendarstellung erwies es sich allerdings als problematisch, dass in der Folge in einzelnen Zentren eine hohe Konzentration von Einzelhandelsbetrieben (Lebensmittelbetrieben) zu beobachten ist, wengleich diese Standorte eigentlich für Ansiedlungen legitimiert sind.

In den letzten Jahren ist die Stadt vor allem mit Anfragen aus dem Lebensmittel-einzelhandel konfrontiert gewesen. Dabei wird mittlerweile eine Verkaufsfläche von ca. 1.000 bis 1.200 qm bei Discountern sowie mindestens 1.500 qm bei Vollsortimentern gefordert. Auf der anderen Seite ist zu beobachten, dass kleine Läden mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche wirtschaftlich zunehmend unter Druck geraten und schließen, was wiederum zu Versorgungslücken führen kann. Derzeit können etwa 70 % der Bevölkerung fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen. Dazu tragen auch viele Märkte außerhalb der Zentren bei. Um Nahversorger außerhalb der Zentren zu ermöglichen, enthielt das Konzept von 2011 bestimmte Ausnahmeregelungen. Im Rahmen der Fortschreibung des Konzepts war daher zu klären, ob diese Ausnahmeregelungen auch zukünftig wichtige Steuerungselemente sind, um die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu erhalten/zu verbessern oder ob eine andere Steuerung geeigneter erscheint.

Darüber hinaus haben sich die Ansiedlungsregeln des bestehenden Konzepts in sämtlichen B-Plänen niedergeschlagen, die in den letzten Jahren aufgestellt wurden. Es hat sich jedoch als anspruchsvoll herausgestellt, die Ansiedlungsregeln rechtssicher in B-Plan-Festsetzungen zu überführen. Das im Rahmen der Fortschreibung anvisierte Steuerungsinstrumentarium ist daher intensiv auf seine Rechtssicherheit zu prüfen gewesen.

Bei der Bearbeitung der Fortschreibung sind die Stadtratsfraktionen, der Einzelhandelsausschuss der Regionalkammer Chemnitz der IHK, der Handelsverband Sachsen e.V., die IG Innenstadt sowie die in Chemnitz ansässigen Ketten des



Lebensmitteleinzelhandels miteinbezogen worden. Zudem sind die Ziele und Grundsätze im Landesentwicklungsplan 2013 berücksichtigt.

## 1.2 Untersuchungsdesign

Der Inhalt und Aufbau des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts entspricht den gemäß der Ausschreibungsunterlage aufgeführten Bausteinen:

Vorangestellt wurden die allgemeinen Entwicklungstrends im Einzelhandel und im Verbraucherverhalten erörtert; dabei wurden insbesondere auch der demografische Wandel sowie die Rolle des Online-Handels und dessen Bedeutung für den stationären Handel herausgearbeitet.

Zudem wurden zunächst die übergeordneten Zielaussagen und Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung von Chemnitz, abgeleitet aus dem Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 sowie dem Regionalplan Region Chemnitz (Entwurf), dargestellt.

### **Baustein 1: Bestand und Entwicklungspotenzial analysieren**

Zunächst wurden die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Chemnitz mit Blick auf das Prognosejahr 2020 ermittelt, dargestellt und bewertet (v.a. Einwohnerentwicklung, Einwohnerdichte, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Altersstruktur, Pendlerbeziehungen, Tourismus). Dazu wurden insbesondere im Hinblick auf die Einwohner- und Kaufkraftentwicklung nach SEKo-Gebieten differenzierte Analysen und Bewertungen vorgenommen. Zudem wurden Vergleiche zu den Zahlen aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2011 gezogen.

Basis der Untersuchung ist die Darstellung und Bewertung der Einzelhandelsituation in Chemnitz. Hierfür wurde (auf Basis der HAFLIS-Daten<sup>1</sup>) eine Analyse, Darstellung und Bewertung der aktuellen Bestandsstruktur des Einzelhandels im Stadtgebiet, gegliedert nach Standorten (Zentren, Sonderstandorte, Streulagen) und Branchen, vorgenommen. Dabei wurden auch Vergleiche zu den zurückliegenden Einzelhandelskonzepten gezogen. Darüber hinaus wurden in den Zentren und an den Sonderstandorten sämtliche Leerstandsflächen erfasst und sämtliche Planvorhaben mit fortgeschrittener Planungsreife berücksichtigt.

<sup>1</sup> Die HAFLIS-Daten wurden von Dr. Lademann & Partner Ende 2014/Anfang 2015 selbst im Rahmen der Fortschreibung des Handelsatlas der IHK Chemnitz erhoben.



Dann wurden einzelbetriebliche Umsatzschätzungen unter Berücksichtigung der Standort- und Wettbewerbsbedingungen vorgenommen, um auf die Leistungskraft des Einzelhandels schließen zu können. Auch diesbezüglich wurden Vergleiche zu den zurückliegenden Einzelhandelskonzepten gezogen.

Die Analyseergebnisse wurden zu einer quantitativen und qualitativen Bewertung über die Versorgungsausstattung im Stadtgebiet verdichtet (z.B. Verkaufsflächendichten). Es erfolgte ein Vergleich mit den Werten aus zurückliegenden Konzepten sowie mit Vergleichswerten auf Bundes- und Landesebene.

Eine vertiefende Analyse, Darstellung und Bewertung wurde für die Nahversorgungsstruktur im Stadtgebiet durchgeführt. Hierzu wurde einerseits eine quantitative Bewertung der Versorgungsausstattung auf Ebene der SEKo-Gebiete vorgenommen und dabei über Nahversorgungsradien der räumliche Abdeckungsgrad sowie räumliche Versorgungslücken identifiziert. Andererseits wurde die Nahversorgungsstruktur auch qualitativ bewertet und z.B. das Verhältnis Discount/Vollsortiment bestimmt sowie auf die Zukunftsfähigkeit von einzelnen Nahversorgungsstandorten eingegangen.

Neben der Aufarbeitung und Analyse der Angebotssituation erfolgte auch die Ermittlung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation. Dazu wurde zunächst überprüft, ob das im Konzept von 2011 abgegrenzte Marktgebiet noch aktuell ist und etwaige Veränderungen des Marktgebiets wurden entsprechend dargestellt. Dann wurden das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial, die Kaufkraftbindung in der Stadt, die Kaufkraftabflüsse aus der Stadt sowie die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland quantifiziert und deren Entwicklung im Vergleich zu den zurückliegenden Konzepten dargestellt. Auf dieser Grundlage wurde dann eine branchenbezogene Zentralitätsanalyse des Chemnitzer Einzelhandels zur Bestimmung dessen Sogkraft durchgeführt und es wurde dargestellt, wie sich die Einzelhandelszentralität in den letzten Jahren entwickelt hat.

Basierend auf den bis hierhin gewonnenen Erkenntnissen wurden die grundsätzlichen Zielvorstellungen und Strategieempfehlungen aus dem Konzept von 2011 einer Erfolgskontrolle unterzogen und Anpassungen in den Zielen und Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung vorgenommen.

## **Baustein 2: Zentrale Versorgungsbereiche abgrenzen**

Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2011 definierte Zentrenhierarchie wurde unter Berücksichtigung der Realentwicklung und der städtebaulichen Zielvorstellungen einer kritischen Prüfung unterzogen. Dabei wurde herausgearbeitet, ob das Zentrenmodell hinsichtlich der Anzahl der Zentren, der Vertei-



lung/Lage der Zentren und der Kategorisierung der Zentren einer Anpassung bedarf.

Auf der Ebene der einzelnen Zentren wurden sämtliche Zentren hinsichtlich ihrer räumlichen Definition und Abgrenzungen sowie deren Einzugsbereiche einer kritischen Prüfung unterzogen und die Abgrenzungen entsprechend angepasst.

Im Rahmen einer intensiven städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Analyse wurden die definierten Zentren nach quantitativen und qualitativen Kriterien beschrieben (nicht nur in Bezug auf den Einzelhandel, sondern auch in Bezug auf Komplementärnutzungen sowie auf städtebaulicher Ebene) und bewertet und ihre jeweils besonderen Stärken und Schwächen sowie deren Entwicklungsperspektiven ermittelt und dargestellt. Insbesondere wurde sich auch mit den zugewiesenen Versorgungsfunktionen der einzelnen Zentren auseinandergesetzt und geprüft, ob das bestehende Angebot der Versorgungsfunktion gerecht wird und ggf. Obergrenzen für die Verkaufsflächenausstattung zu definieren sind. Die Analyse- und Bewertungsergebnisse wurden in Zentrenpässen zusammengefasst und um kartografische und sonstige Abbildungen ergänzt.

Für jedes Zentrum wurden individuelle Zielvorstellungen und Handlungsempfehlungen zur Stabilisierung, Ergänzung und Aufwertung (quantitativ und qualitativ) formuliert, die auf den städtebaulichen Analysen basieren und die gesamtstädtischen Zielvorstellungen berücksichtigen. In diesem Zusammenhang wurde auch geprüft, ob ein weiterer Verkaufsflächenausbau in einzelnen Zentren noch sinnvoll im Sinne der Nahversorgung ist oder zu Betriebsaufgaben in anderen Zentren oder siedlungsintegrierten Lagen führen kann.

Ein besonderer Stellenwert wurde der Chemnitzer Innenstadt beigemessen. Der erreichte Status quo wurde dabei kritisch gewürdigt, die Stärken und Schwächen detailliert herausgearbeitet und die Entwicklungsperspektiven sowohl räumlich als auch funktional und verkaufsflächen- und branchenseitig aufgezeigt. Zudem wurden für die Innenstadt konkrete Empfehlungen zur Stärkung ihrer Position erarbeitet. Neben einer langfristigen Vision für eine attraktive Innenstadt wurden dabei auch konkrete, räumlich differenzierte Vorschläge zur Ansiedlung von Handelsunternehmen oder Handelobjekten unter Berücksichtigung erforderlicher Flächengrößen, Flächenzuschnitte und bevorzugter Nachbarschaften/Lagen getroffen. Dabei wurden auch die Ergebnisse der Frequenzmessungen berücksichtigt, die Aufschluss über die Kundenströme geben und Schlussfolgerungen zur sinnvollen räumlichen Anordnung von Geschäften/Sortimenten mit dem Ziel der Frequenzsteigerung ermöglichen.



Für die Chemnitzer Innenstadt wurde auch eine zusammenfassende SWOT-Analyse durchgeführt und dabei die wesentlichen Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken verdichtet.

Darüber hinaus wurde geprüft, ob und wenn ja, wo eine stufenweise Erweiterung des A-Zentrums im Sinne der weiteren Innenstadtentwicklung förderlich sein kann.<sup>2</sup>

### **Baustein 3: Ortsspezifische Sortimentsliste bestimmen**

Die Sortimentsliste aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2011 wurde zunächst einer kritischen Prüfung unterzogen. Dabei wurde vor allem geprüft, ob die Zuordnung der einzelnen Sortimente unter Berücksichtigung der aktuellen faktischen Situation sowie der städtebaulichen Zielvorstellungen noch richtig und sinnvoll ist.

### **Baustein 4: Nahversorgungs- und Sonderstandorte festlegen**

Über das Zentrenmodell hinausgehend wurde auch geprüft, ob noch weitere Standorttypen im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufgegriffen werden sollten.

Dabei ging es zum einen um Sonderstandorte des Einzelhandels, die nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzustufen sind, aber dennoch eine relevante Versorgungsbedeutung haben. Die Standorte, die für solch eine Einstufung in Frage kommen, wurden von Dr. Lademann & Partner identifiziert und definiert bzw. wurden die bislang ausgewiesenen Standorte dahingehend geprüft, ob diese Ausweisung auch heute noch gerechtfertigt erscheint. Im zweiten Schritt wurden Empfehlungen zu deren Weiterentwicklung abgegeben und auf Basis der Analyseergebnisse zur Versorgungssituation sowie der städtebaulichen Zielvorstellungen herausgearbeitet, ob die Sonderstandorte wie bisher restriktiv behandelt werden sollten.

Zum anderen ging es dabei um Nahversorgungsstandorte, die keinen Zentrencharakter haben, aber aufgrund ihrer stadträumlichen Lage dennoch zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen. Solche Standorte sind im bisherigen Konzept noch nicht definiert gewesen. Im Zuge der Fortschreibung wurden solche Standorte nun identifiziert und definiert und in die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur eingebunden.

<sup>2</sup> Unter Berücksichtigung der aktuellen Potenzialstudie von Aengevelt.



Grundsätzlich wurde sich auch mit der Frage auseinandergesetzt, ob die Schließung von Nahversorgungslücken außerhalb der Zentren überhaupt ein wichtiges Ziel ist und wenn ja, wie es am sinnvollsten umgesetzt werden kann.

### **Baustein 5: Ansiedlungsleitsätze definieren**

Um beantworten zu können, welche Branchen/Sortimente, Betriebsformen und Verkaufsflächengrößen an welchen Standorten im Stadtgebiet positiv zu beurteilen sind, sollten auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse sowie unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielvorstellungen sogenannte Ansiedlungsleitsätze definiert werden. Die Leitsätze wurden für alle Standortkategorien und für alle Sortimentsgruppen entwickelt und so formuliert, dass sie rechtssicher in abzuleitende B-Planfestsetzungen überführt werden können.

Dazu wurden die im Konzept von 2011 aufgeführten Ansiedlungsleitsätze – unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung sowie der Erfahrungen der Stadt aus den letzten Jahren – zunächst einer kritischen Prüfung unterzogen. Im zweiten Schritt wurden die bisherigen Ansiedlungsleitsätze überarbeitet, ergänzt und konkretisiert.

Besonders in den Fokus genommen wurden die bestehenden Ausnahmeregelungen zu Lebensmittelmärkten außerhalb der Zentren. In enger Abstimmung mit dem Auftraggeber wurde erörtert, ob sich die Ausnahmeregelung in dieser Form bewährt hat, inwieweit sich ein Anpassungsbedarf ergibt oder ob eher andere Steuerungsmechanismen gefunden werden müssen (z.B. Definition von E-Zentren, Ausweisung städtebaulich integrierter Standorte, Abgrenzung von Ansiedlungsbereichen).

### **Baustein 6: Festsetzungsempfehlungen erarbeiten**

Die im Konzept formulierten Ansiedlungsleitsätze müssen dazu geeignet sein, hieraus rechtssichere Festsetzungen für Bebauungspläne ableiten zu können. Dr. Lademann & Partner hat diesbezügliche Festsetzungsempfehlungen erarbeitet, die zur Umsetzung der Ansiedlungsleitsätze bei der Aufstellung oder Änderung von B-Plänen verwendet werden können.

### **Baustein 7: Angebotsprofil Innenstadt**

Um das Angebotsprofil und die Qualitäten der Innenstadt einordnen und vergleichend bewerten zu können, wurde für die Innenstadt ein aktuelles Filialisten- und Markenportfolio erstellt. Darin wurden die TOP-Filialisten und Marken sowie die derzeit besonders expansiven Formate in Deutschland aufgeführt und nach Bekanntheitsgrad und Wertigkeit geordnet.



Im zweiten Schritt wurde vermerkt, welche davon in der Chemnitzer Innenstadt ansässig sind und welche Aussagen sich hieraus bezogen auf das Gesamtangebotsprofil der Innenstadt ableiten lassen. Zudem wurde das aktuelle Angebotsprofil dem bereits im Konzept von 2011 aufgeführten Angebotsprofil gegenübergestellt und Entwicklungstendenzen abgeleitet.

### 1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundäranalysen waren erforderlich, um das o.g. Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Eine vollständige Bestandserhebung des Einzelhandels in Chemnitz ist nicht Bestandteil des Angebots gewesen. Dem Auftragnehmer wurden stattdessen die HAF LIS-Daten zur Verfügung gestellt. Ergänzend wurden jedoch die Leerstandsflächen in den Zentren und Sonderstandorten erhoben.
- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts und der Stadt Chemnitz sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten.
- Gründliche Begehungen der Chemnitzer Innenstadt sowie sämtlicher Zentren und Sonderstandorte zur Bestimmung der spezifischen Stärken und Schwächen sowie zur Identifizierung räumlich-funktionaler Defizite; darüber hinaus wurden auch sämtliche Nahversorgungsstandorte begangen.
- Sekundärstatistische Erfassung der regionalen Wettbewerbsstandorte des Einzelhandels.
- Sichtung und Auswertung vorliegender Gutachten und Studien (v.a. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2011, Studie zur Ermittlung der Potenziale der Chemnitzer Innenstadtbaufelder E3, E4, F4 und J5 durch die Aengevelt Immobilien GmbH & Co. KG., Frequenzmessungen 2013, 2014 und 2015) sowie der Grundlagen der Landes- und Regionalplanung.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der Distanzhandel (Internet-/Versandhandel) berücksichtigt, da er immer stärker an Bedeutung gewinnt und Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels zu erkennen sind. Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2020 zu Grunde gelegt.



## 2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

---

### 2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Und während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, wird in einigen Jahren fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Achse Frankfurt-Stuttgart, Metropolregion Hamburg) zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden.
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“) und
- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch



mit in Betracht, so folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.

Da eine Veränderung immer auch eine Chance bedeutet, eröffnet dieser Wandel gleichzeitig neue Märkte. Es gilt also, diejenigen Standorte, die in Kombination mit dem Einsatz der Instrumente des Handelsmarketings für das eigene Unternehmen zieloptimal sind, frühzeitig zu erkennen und vor der Konkurrenz zu besetzen.

## 2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen (demografischer Wandel, ökonomische Megatrends) ausgesetzt. Zum einen sinken neben der Einwohnerzahl auch die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben am privaten Verbrauch, zum anderen ‚überaltert‘ die Gesellschaft zusehends, womit Präferenzverschiebungen bei den Verbraucherbedürfnissen einhergehen. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

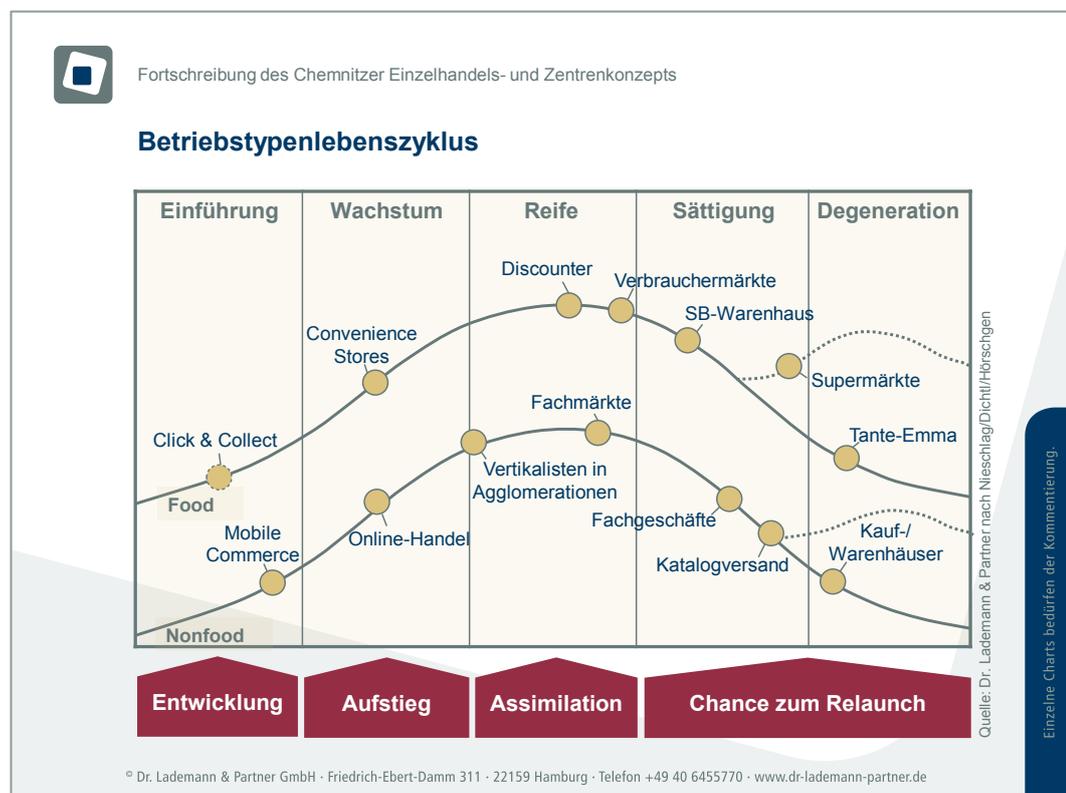


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen



Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung 1). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Jüngere Absatzkanäle hingegen wie der B2C E-Commerce<sup>3</sup> sind stark aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen – eine Fortsetzung dieses Trends ist zu erwarten, allerdings nur mit abgeschwächtem Tempo. Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden neuere Vertriebswege wie der E-Commerce oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie Shoppingcenter oder Fachmarktzentren gehören. Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte. Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

<sup>3</sup> B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Onlinehandels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.



Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen Preiswettbewerb und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist.



### 2.3 Der Onlinehandel erobert die Märkte

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren ungebremst fort. Mit dieser Entwicklung geht einerseits eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer Verdrängung des klassischen Katalogversands einher: Im Jahr 2014 vereinte der Onlinehandel bereits einen Anteil von 85 % des gesamten Versandhandels auf sich. Andererseits führt der Vormarsch des Onlinehandels auch dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am gesamten Einzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. In 2014 betrug der Anteil des Online-Handels am gesamten Einzelhandel laut Angaben der GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) rd. 8,5 %.

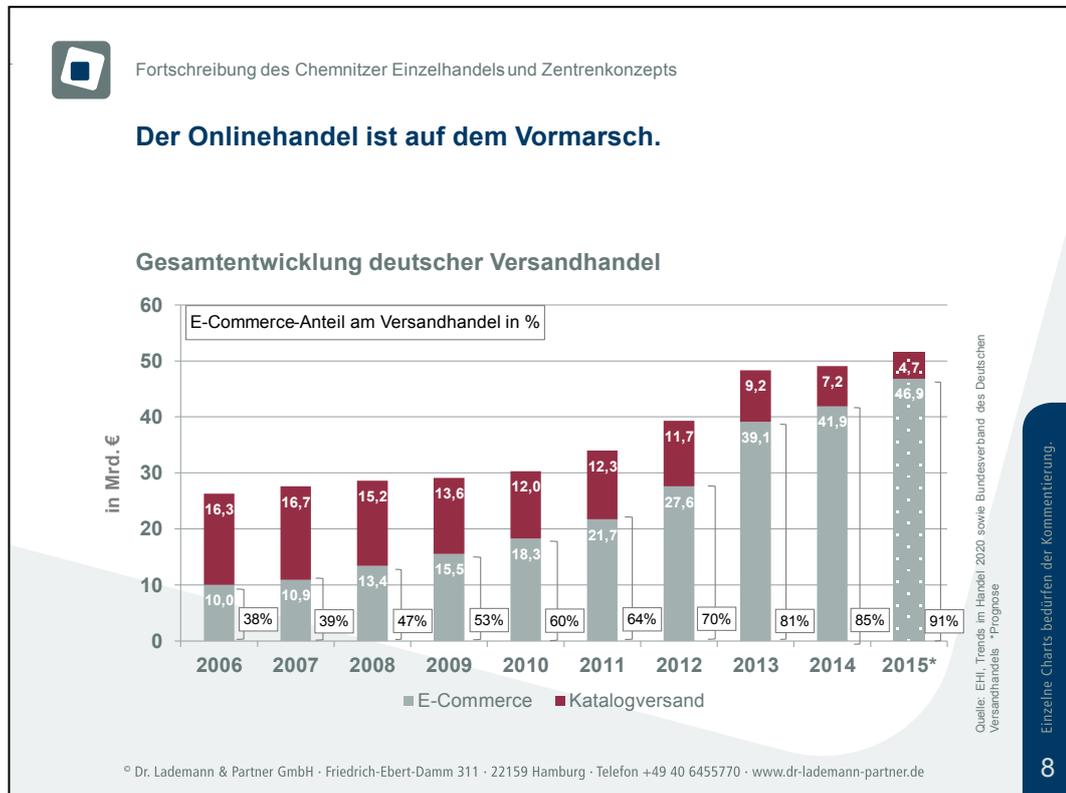


Abbildung 3: Gesamtentwicklung deutscher Versandhandel

Bemerkt werden muss dabei, dass der Online-Umsatzanteil je nach Sortiment sehr unterschiedlich ist: Liegt dieser bei Sortimenten wie Technik/Medien, Sport/Freizeit und Fashion/Lifestyle bei etwa 20 %, fallen die Werte für Garten/Heimwerken und Wohnen/Einrichten mit etwa 8 % bereits deutlich geringer aus. Im periodischen Bedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren) wird etwa 1 % er-



reicht.<sup>4</sup> Nahversorgungsrelevante Sortimente werden auch in Zukunft ganz überwiegend nur stationär verkauft werden.

Zu berücksichtigen ist aber auch, dass es in einigen Branchen bereits erste Sättigungstendenzen gibt. Der prozentuale Zuwachs nimmt in den meisten Sortimenten deutlich ab – im Segment Bücher/Schreibwaren konnten z.B. zuletzt überhaupt keine nennenswerten Zuwächse mehr festgestellt werden. Auch muss die Innovationskraft des stationären Handels berücksichtigt werden, der bereits heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Die GfK geht in ihrer Prognose bis 2025 davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von heute 8,5 % auf künftig etwa 15 % erhöhen wird (im Non-Food-Einzelhandel auf etwa 25 %). Das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bleibt nach den Prognosen der GfK „unterm Strich“ jedoch weitgehend stabil, da insgesamt von einem Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann.

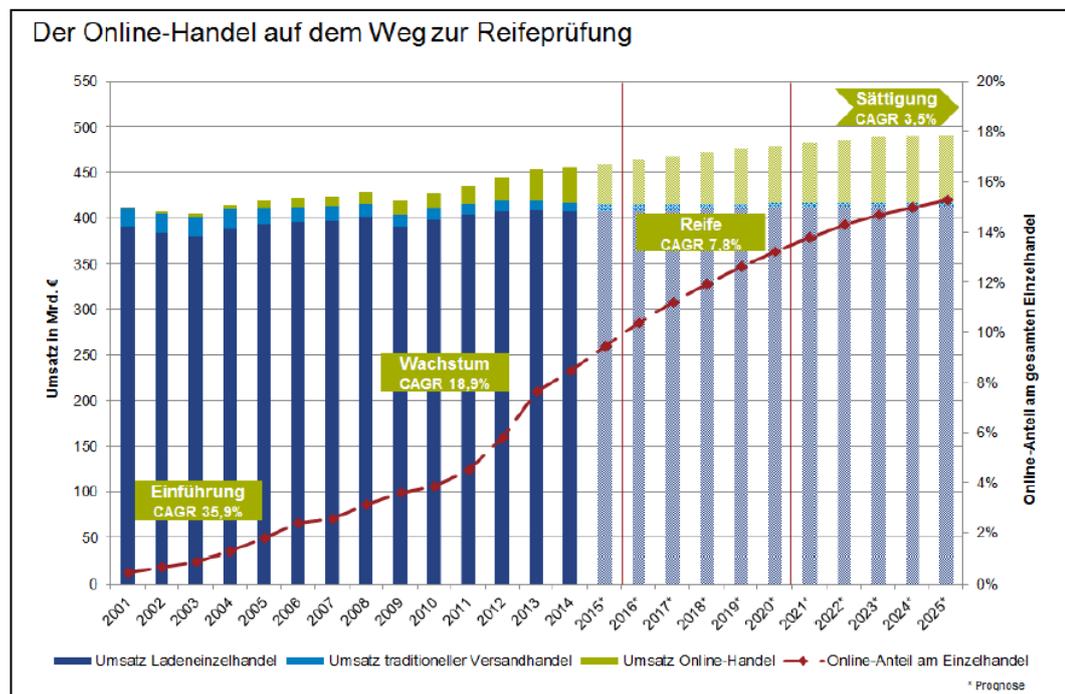


Abbildung 4: Prognose zur Entwicklung der Einzelhandelsumsätze (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung)

Es verwundert insgesamt aber nicht, dass der Vormarsch des Onlinehandels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen zu Lasten des zentrenrelevanten Einzelhan-

<sup>4</sup> Vgl. GfK Geomarketing.



dels geführt hat. Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Onlinehandels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den (städtischen) Zentren geführt hat.

Gleichwohl muss berücksichtigt werden, dass sich die stationäre und die interaktive Handelswelt zunehmend vermischen. So drängen viele der einst reinen Online-Player in den stationären Handel vor, u.a. um die Kontaktpunkte mit den Kunden zu erhöhen (z.B. Cyberport, Jako-O, My Müsli etc.). Auf der anderen Seite verfügt mittlerweile zumindest der filialisierte Handel in großen Teilen über eigene Online-Shops, die mit dem stationären Ladennetz verknüpft sind. Und auch für den inhabergeführten Einzelhandel bietet sich neben dem eigenen Online-Shop die Möglichkeit, Waren über Online-Marktplätze (wie z.B. e-Bay) zu vertreiben und sich damit zusätzliche Absatzkanäle zu sichern. Insofern wird heute nicht mehr streng nach On- und Offline-Handel getrennt. Vielmehr spricht man von Multichannel-Handel oder Omnichannel-Handel.

Insgesamt betrachtet wird der stationäre Handel durch den weiterhin starke Wachstumstendenzen aufweisenden Onlinehandel aber weiter unter Druck gesetzt werden und auch Verkaufsflächenrückgänge induzieren. Tendenziell kann man davon ausgehen, dass die „Großstädter“ zwar onlineaffiner sind, die Kaufkraftabwanderungen ins Netz können attraktive Großstädte aber durch Kaufkraftzuflüsse aus den ländlichen Regionen weitgehend auffangen. So ist derzeit nicht zu beobachten, dass die ländliche Bevölkerung massenweise „ins Netz“ abwandert, wenn die Angebotsvielfalt vor Ort zurückgeht. Shopping als Freizeitattraktion hat zunehmend an Bedeutung gewonnen und treibt die Verbraucher in Richtung der großen Einkaufsdestinationen. Dieser Effekt fällt umso höher aus, je stärker sich das Angebot für die Verbraucher vor Ort verknappt und je attraktiver die Einkaufsdestination im Hinblick auf Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität ist. Insofern bieten sich auch im Zeitalter des Onlinehandels für attraktive Großstädte durchaus noch gute Entwicklungschancen für den stationären Einzelhandel.

## 2.4 Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Durch die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung haben sich die ursprünglichen Funktionen des Einzelhandels als Verteiler von Waren stark gewandelt. Es ist ein Netz der Filialisierung und Massendistribution mit ganz unterschiedlichen Betriebsformen entstanden. Die Betriebsformen unterscheiden sich



in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:<sup>5</sup>

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 999 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (1.000 bis 2.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (2.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter<sup>6</sup> (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie das Schnittblumensegment.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 bis 2.000 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 bis 1.200 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

<sup>5</sup> Diese Definition basiert auf der Betriebstypenabgrenzung im Lebensmitteleinzelhandel des Marktforschungsunternehmens Nielsen sowie auf der Betriebstypenklassifizierung des EHI-Instituts aus Köln. Dr. Lademann & Partner verwendet im Folgenden eine davon leicht abgewandelte Betriebsformtypologie.

<sup>6</sup> Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.



Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion von Nahversorgungsbereichen wird jedoch keineswegs nur durch periphere Standorte ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Demografie- und Präferenzverschiebung<sup>7</sup> der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das Vordringen der Lebensmitteldiscounter mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten entwickelt. Dadurch erhöht sich zum einen die Gefahr, dass Nahversorgungsstandorte in integrierten Lagen verdrängt werden. Zum anderen geraten gewerbliche Nutzungen (produzierendes Gewerbe/Handwerk) in den Gewerbegebieten unter Druck, da sie nur weitaus geringere Grundstücks- und Mietpreise zahlen können als Einzelhandelsbetriebe.

Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat. In diesem Zusammenhang muss auch auf die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher an Produktvielfalt, Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale) und auf den größeren Flächenbedarf durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen (Aufback-Stationen) hingewiesen werden.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was

<sup>7</sup> Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.



stark auch mit der Dynamik mindestoptimaler Ladengrößen mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die ausufernde Sortimentsentwicklung infolge der von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation angewachsen sind.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (z.B. Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte);
- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu
  - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 8.000 qm);
  - größeren Verkaufsflächen bei Discountern (von 600 bis 700 qm auf 1.000 bis 1.200 qm);
  - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (2.500 qm bis 4.999 qm).



## 2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich somit folgende zentrale Befunde ableiten:

- Schrumpfung und Überalterung: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft jedoch bundesweit stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszuwachs profitieren können (vorwiegend die Metropolen und die südwestlichen Regionen, insb. zwischen Frankfurt und Stuttgart).
- Präferenzverschiebung bei Verbrauchern: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten‘ bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.
- Verschärfter Strukturwandel: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an Top-Playern in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und große Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den Vormarsch des Onlinehandels, der die Entwicklung bei Anbietern mit zentrenrelevanten Sortimenten vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zu Lasten der Innenstädte führt.

Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft, jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich



diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen, ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen.

Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Stadtplaner und Einzelhändler, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkennntnis an.

Aus diesen Entwicklungstendenzen leiten sich veränderte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ab:

- Anpassungsdruck steigt;
- Betriebsformendynamik steigt;
- Verdrängungswettbewerb und
- Strukturwandel intensivieren sich;
- Flächenwachstum setzt sich fort, jedoch gebremst und mit absehbarer Stagnation.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- gute Standorte (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung, etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung;
- Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- permanente Verbraucherforschung, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.



## 3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Chemnitz

### 3.1 Lage im Raum

Die zum Freistaat Sachsen gehörige kreisfreie Stadt Chemnitz liegt am Nordrand des Erzgebirges innerhalb der Metropolregion Mitteldeutschland.

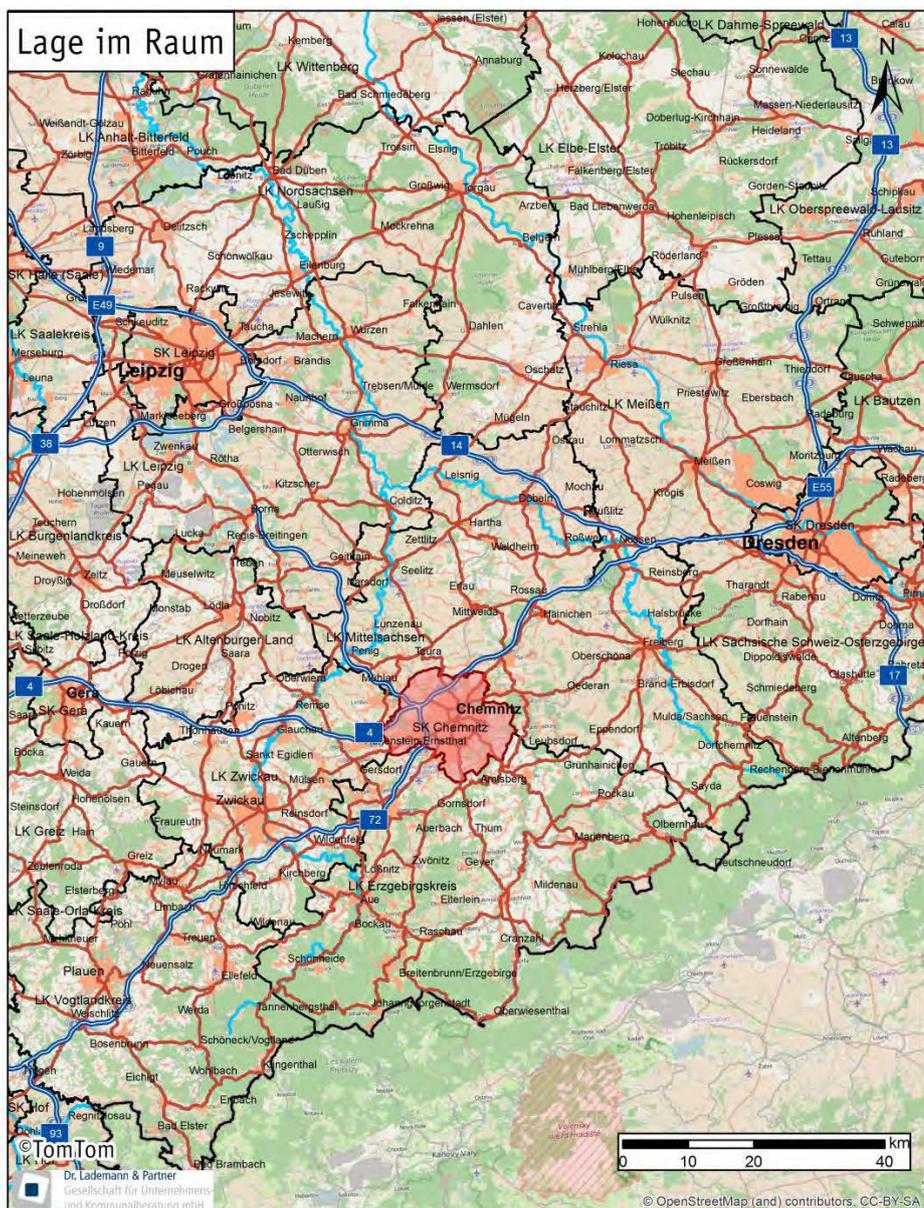


Abbildung 5: Lage im Raum



An das überregionale Verkehrsnetz ist Chemnitz über die BAB 4, die Dresden über Gera und Jena mit Erfurt verbindet, sowie über die BAB 72, die in südwestlicher Richtung über Plauen in Richtung Bayern führt, sehr gut angebunden. Die Weiterführung der BAB 72 in Richtung Leipzig befindet sich noch im Bau und wird die überregionale Verkehrsanbindung von Chemnitz perspektivisch weiter deutlich verbessern.<sup>8</sup> Zusätzlich verlaufen mit den Bundesstraßen 95, 107, 169, 173 und 174 bedeutende regionale Verkehrswege durch das Chemnitzer Stadtgebiet. Die Bundesstraßen laufen allesamt auf dem so genannten Zentrumsring zusammen und gewährleisten damit eine sehr gute Erreichbarkeit des Chemnitzer Stadtzentrums von den Umlandkommunen aus.

Darüber hinaus ist Chemnitz an das Regionalverkehrsnetz der Deutschen Bahn u.a. in Richtung Leipzig, Dresden und Zwickau angebunden. Mit der Erzgebirgsbahn und der City-Bahn Chemnitz verkehren zudem kleine Regionalbahnen ins nahe Umland (z.B. nach Aue oder Burgstädt). Eine Vielzahl von Straßenbahn- sowie Stadt- und Regionalbuslinien sorgt für ein leistungsstarkes innerstädtisches ÖPNV-Netz. Zur Verbesserung des ÖPNV befindet sich das „Chemnitzer Modell“ in der Umsetzungsphase. In den ersten beiden Schritten wurde eine neue Verbindung vom Hauptbahnhof nach Stollberg geschaffen sowie eine umfassende Neugestaltung des Chemnitzer Hauptbahnhofs mit der Einbindung der Straßenbahn und der Verknüpfung mit dem Eisenbahnnetz erreicht. In den nächsten Jahren sollen der Ausbau der Strecken in Richtung Thalheim, Niederwiesa, Stollberg/Oelsnitz sowie eine Erweiterung in Richtung Limbach-Oberfrohna erfolgen.

Die Stadt Chemnitz besteht aus insgesamt 39 Stadtteilen. Das Stadtgebiet umfasst nach zahlreichen Eingemeindungen kein einheitliches, geschlossenes Siedlungsgebiet. Die ländlichen Siedlungen vor allem im Osten der Stadt sind vom Siedlungsgebiet der Chemnitzer Kernstadt deutlich getrennt.

Während die Siedlungsstrukturen in den kernstädtischen Bereichen weitgehend verdichtet sind, nimmt die Einwohnerdichte zu den Stadträndern deutlich ab. Mit dem Fritz-Heckert-Gebiet, dem ehemals zweitgrößten Neubaugebiet in der DDR, befindet sich darüber hinaus eine weiträumige, durch hohe Einwohnerdichte geprägte Großwohnsiedlung im Stadtgebiet, die sich von der Kernstadt bis zum südlichen Stadtrand erstreckt. Umfangreiche Rückbaumaßnahmen haben jedoch zu einer deutlichen Abnahme der Einwohnerzahlen in diesem Gebiet geführt. Verdichtete Siedlungsstrukturen finden sich darüber hinaus vor allem öst-

<sup>8</sup> Für den letzten Abschnitt in Richtung des Anschlusses an die BAB 38 erfolgte im Herbst 2015 der Baubeginn.



lich und westlich der Kernstadt sowie in der Kernstadt selbst. Gewerbe- und Industriegebiete sind in erster Linie nördlich und südlich der Kernstadt sowie entlang der BAB 72 im Westen und im geringeren Umfang entlang der BAB 4 verortet. Infolge des weitläufigen Stadtgebiets befinden sich in den stadtrandgeprägten Teilbereichen darüber hinaus zahlreiche landwirtschaftlich genutzte Flächen sowie Wiesen- und Waldgebiete.

Chemnitz als Teil des Verdichtungsraums Chemnitz-Zwickau gehört zu den am stärksten industrialisierten Gebieten in Mitteldeutschland, ist jedoch durch einen umfassenden Strukturwandel gekennzeichnet. Die beiden Kernbranchen der Wirtschaftsstruktur stellen die Automobilindustrie und der Maschinenbau dar sowie eine große Zahl an Unternehmen aus benachbarten Branchen. Bedeutende Arbeitgeber sind das Volkswagen-Motorenwerk, die Union Werkzeugmaschinen GmbH, Hörmann Rawema, IBM, Siemens und die Starrag Group. Mit der Technischen Universität und weiteren Forschungsinstituten verfügt Chemnitz zudem über wichtige wissensbasierte und innovationsfördernde Einrichtungen.



### 3.2 Zentralörtliche Funktion

Gemäß der Landesplanung ist Chemnitz die Funktion eines Oberzentrums zugewiesen. „Die Oberzentren sind Wirtschafts- und Arbeitsmarktzentren, die auf Grund ihrer Größe und Komplexität sowie ihrer Ausstattung mit Infrastruktur- und Versorgungseinrichtungen mit hochqualifizierten und spezialisierten Dienstleistungen und Waren des höheren Bedarfs eine überregionale und landesweite oder internationale Bedeutung besitzen“. Die Stadt Chemnitz soll demnach gemäß dem Landesentwicklungsplan Sachsen von 2013 (LEP 2013) so entwickelt werden, „dass sie ihre Aufgaben als einer der Schwerpunkte des wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens im Freistaat Sachsen wahrnehmen kann und zur Sicherung der Daseinsvorsorge die Versorgung der Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs mit Gütern und Dienstleistungen bündeln und in zumutbarer Entfernung sicherstellt.“

Ein raumordnerischer Verflechtungsbereich (Oberbereich), für den die Stadt Versorgungsaufgaben übernehmen soll, wird für Chemnitz nicht definiert. Im LEP 2013 heißt es diesbezüglich: „[Oberbereiche] lassen sich auf Grund der großräumigen Überschneidungen der funktionsbezogenen Einzugsbereiche nicht eindeutig abgrenzen. Außerdem gehen diese Funktionsbereiche zum Teil weit über die Landesgrenzen des Freistaates Sachsen hinaus.“

Träger der Regionalplanung ist der Planungsverband Region Chemnitz als einer von vier Planungsverbänden im Freistaat Sachsen. Zum 1. August 2008 wurden der Regionale Planungsverband Chemnitz-Erzgebirge und der Regionale Planungsverband Südwestsachsen zu diesem neuen Planungsverband fusioniert, der durch die Einbeziehung des bislang zum Regionalen Planungsverband Westsachsen gehörenden Altkreises Döbeln noch eine zusätzliche Erweiterung erfuhr. Der Planungsverband Region Chemnitz umfasst damit das Gebiet der kreisfreien Stadt Chemnitz sowie der Landkreise Erzgebirgskreis, Mittelsachsen, Vogtlandkreis und Zwickau. Da für diesen neuen Planungsverband noch kein gültiger Regionalplan vorliegt, gelten die Regionalpläne der ehemaligen Regionen weiter.

Die nächstgelegenen Städte mit oberzentraler Versorgungsfunktion sind die sächsischen Oberzentren Zwickau in einer Entfernung von rd. 40 km, die Landeshauptstadt Dresden in rd. 80 km und die Stadt Leipzig in rd. 90 km Entfernung. Der zentralörtliche Verbund Hohenstein-Ernstthal/Oberlungwitz – Lichtenstein/Sachsen liegt rd. 25 km entfernt. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Limbach-Oberfrohna (rd. 20 km), Stollberg/Erzgebirge (rd. 25 km), Annaberg-Buchholz (rd. 35 km), Marienberg (rd. 30 km), Mittweida (rd. 20 km) sowie das Mittelzentrum Freiberg (rd. 35 km). Nach Dresden und Leipzig ist Chemnitz die



drittgrößte Stadt im Freistaat Sachsen. Angrenzende Kreise sind die Landkreise Mittelsachsen im Nordosten, der Erzgebirgskreis im Südosten sowie Zwickau im Westen.

### 3.3 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

#### 3.3.1 Bevölkerungsentwicklung

Nach den Zahlen des Statistischen Landesamts Sachsen verlief die Bevölkerungsentwicklung in der kreisfreien Stadt Chemnitz in den Jahren von 2012 bis 2015 mit einem Bevölkerungsanstieg von rd. 0,4 % p.a. positiv. Erstmals seit der Wiedervereinigung weist Chemnitz damit über einen längeren Zeitraum eine wachsende Einwohnerzahl auf. In den Umlandkreisen und -kommunen dagegen zeigen sich (mit Ausnahme von Freiberg) weiterhin rückläufige Einwohnerzahlen mit Rückgängen von z.T. mehr als -1,0 % p.a. Im regionalen Vergleich stellt sich die Einwohnerentwicklung von Chemnitz damit deutlich positiver dar und bewegt sich auch oberhalb des Landesschnitts für Sachsen insgesamt.

Einwohnerentwicklung in der Stadt Chemnitz im Vergleich					
Stadt/Landkreis/ Bundesland	2012	2015	+/- 15/12		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Chemnitz	240.545	243.605	3.060	+1,3	+0,4
Zwickau	92.826	91.066	- 1.760	-1,9	-0,6
Mittweida	15.286	14.873	- 413	-2,7	-0,9
Freiberg	40.020	40.829	809	+2,0	+0,7
Marienberg*	17.920	17.361	- 559	-3,1	-1,1
Stollberg/Erzgebirge	11.494	11.261	- 233	-2,0	-0,7
Limbach-Oberfrohna	24.571	24.014	- 557	-2,3	-0,8
Hohenstein-Ernstthal	15.380	14.937	- 443	-2,9	-1,0
<b>LK Mittelsachsen</b>	<b>320.062</b>	<b>312.711</b>	<b>- 7.351</b>	<b>-2,3</b>	<b>-0,8</b>
<b>LK Erzgebirgskreis</b>	<b>359.103</b>	<b>349.582</b>	<b>- 9.521</b>	<b>-2,7</b>	<b>-0,9</b>
<b>LK Zwickau</b>	<b>333.291</b>	<b>325.137</b>	<b>- 8.154</b>	<b>-2,4</b>	<b>-0,8</b>
<b>Sachsen</b>	<b>4.054.182</b>	<b>4.055.274</b>	<b>1.092</b>	<b>+0,0</b>	<b>+0,0</b>

Quelle: Stadt Chemnitz und Statistisches Landesamt Sachsen (Stand jeweils 01.01.). \*inkl. Zöblitz und Pöbershau.

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Chemnitz im Vergleich



Nach den Zahlen der Stadt Chemnitz (Bürgeramt, Einwohnermelderegistrierung)<sup>9</sup> beläuft sich die Einwohnerzahl von Chemnitz mit Stand 30.10.2015 bereits auf rd. 247.500 Einwohner.

Gegenüber dem Stand vom 30.10.2010 (240.600) hat sich die Einwohnerzahl von Chemnitz nach den Zahlen der Stadt damit sogar um rd. 0,6 % p.a. positiv entwickelt und ist um fast 7.000 Einwohner gestiegen.

Auf Ebene der SEKo-Gebiete stellt sich die Einwohnerentwicklung von Chemnitz dagegen uneinheitlich dar.

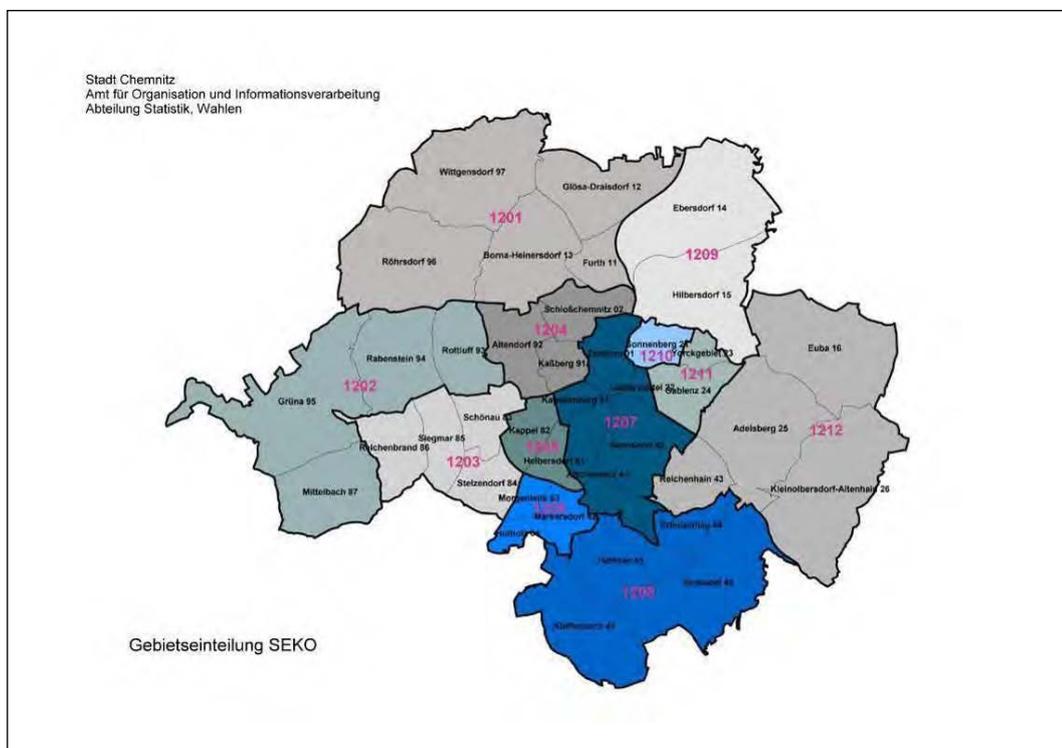


Abbildung 6: Gebietseinteilung SEKO

Während die Einwohnerzahlen in den verdichteten, kernstädtisch geprägten Gebieten 1204 (Schloßchemnitz, Altendorf, Kaßberg), 1207 (Zentrum, Altchemnitz, Bernsdorf, Lutherviertel, Kapellenberg), 1209 (Ebersdorf, Hilbersdorf) und 1210 (Sonnenberg) z.T. deutlich zulegen konnten, haben die Einwohnerzahlen in den Gebieten 1202 (Grüna, Mittelbach, Rabenstein, Rottluff), 1205 (Kappel, Helbersdorf), 1206 (Morgenleite, Markersdorf, Hutholz), 1208 (Klaffenbach, Einsiedel,

<sup>9</sup> Einwohner mit Hauptwohnsitz.



Harthau, Erfenschlag) und 1211 (Gablenz, Yorckgebiet) abgenommen. Von Einwohnerrückgängen betroffen sind damit vor allem die durch Großwohnsiedlungen gekennzeichneten Stadtteile sowie der ländlich geprägte südliche und westliche Stadtrand. Die übrigen SEKo-Gebiete sind in ihrer Einwohnerentwicklung weitgehend stabil.



Abbildung 7: Einwohnerentwicklung nach SEKo-Gebieten

Eine aktuelle Einwohnerprognose liegt für die Stadt Chemnitz derzeit nicht vor. Die Prognose des Statistischen Landesamts<sup>10</sup> basiert auf den Zahlen von 2014 und weist für die Stadt Chemnitz je nach Variante einen deutlichen Einwohnerzugewinn bis 2020 (Variante 1) sowie einen leichten Einwohnerrückgang bis 2020 aus. Die tatsächliche Entwicklung in den letzten Jahren lässt ein kontinuierliches Bevölkerungswachstum in Chemnitz erkennen, welches seit 2013 sogar noch an Dynamik zulegen konnte.

<sup>10</sup> Vgl. 6. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030.



Für die Annahmen zur Entwicklung des Nachfragepotenzials in Chemnitz unterstellen Dr. Lademann & Partner ein künftiges Einwohnerwachstum von 0,3 % p.a. Dies stellt eine konservative Annahme dar, da die Einwohnerzahlen in den letzten Jahren seit 2011 zwischen 0,3 und 1,6 % p.a. überwiegend deutlich stärker gestiegen sind. Für den Prognosehorizont 2020 ist damit in Chemnitz mit einer Einwohnerzahl zu rechnen von

rd. 251.200 Personen.

Die Altersstruktur der Chemnitzer Bevölkerung ist im Vergleich zum Landeschnitt vor allem durch einen überdurchschnittlich hohen Anteil an über 65-Jährigen gekennzeichnet. So sind rd. 27 % der Bevölkerung jener Altersgruppe zuzuordnen, wohingegen der Schnitt in Sachsen nur bei rd. 25 % liegt.

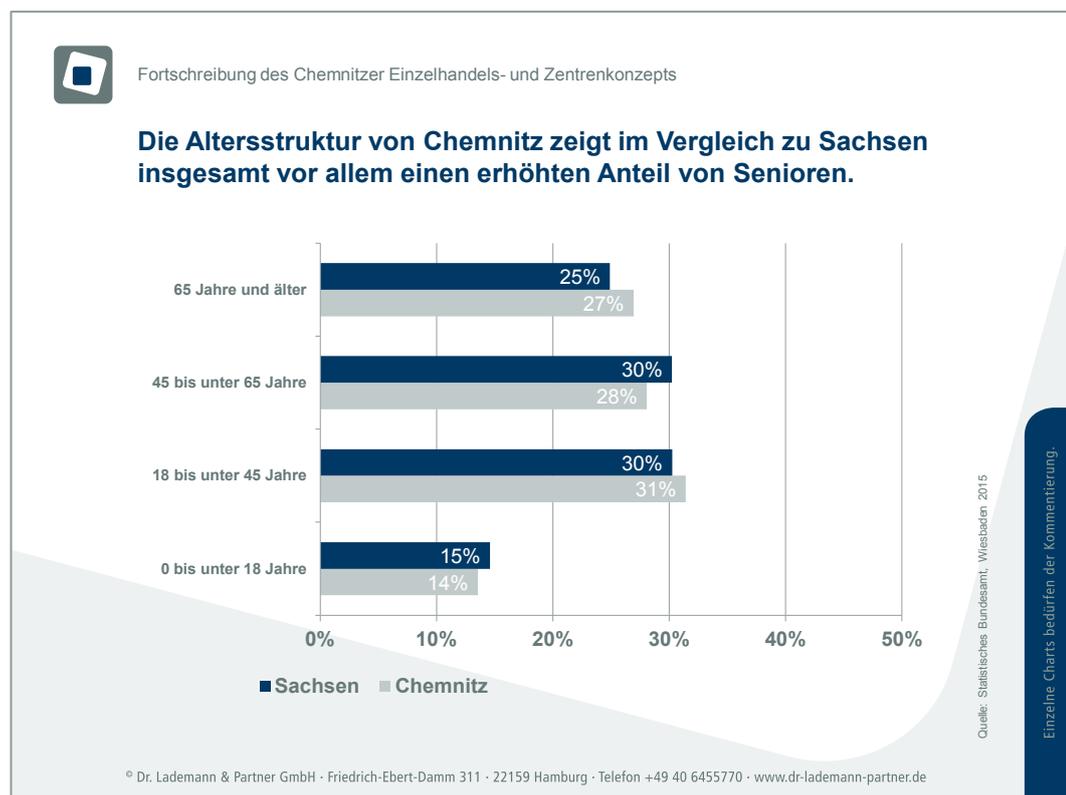


Abbildung 8: Altersstruktur im Vergleich

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich damit in Chemnitz in besonderem Maße auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist.



### 3.3.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>11</sup>. Chemnitz verfügt aktuell über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 91,9. Damit bewegt sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Bereich der umliegenden Oberzentren Leipzig und Zwickau, aber deutlich unterhalb von Dresden. Im Vergleich zum Landesschnitt Sachsens (89,9) ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Chemnitz ebenfalls leicht überdurchschnittlich.

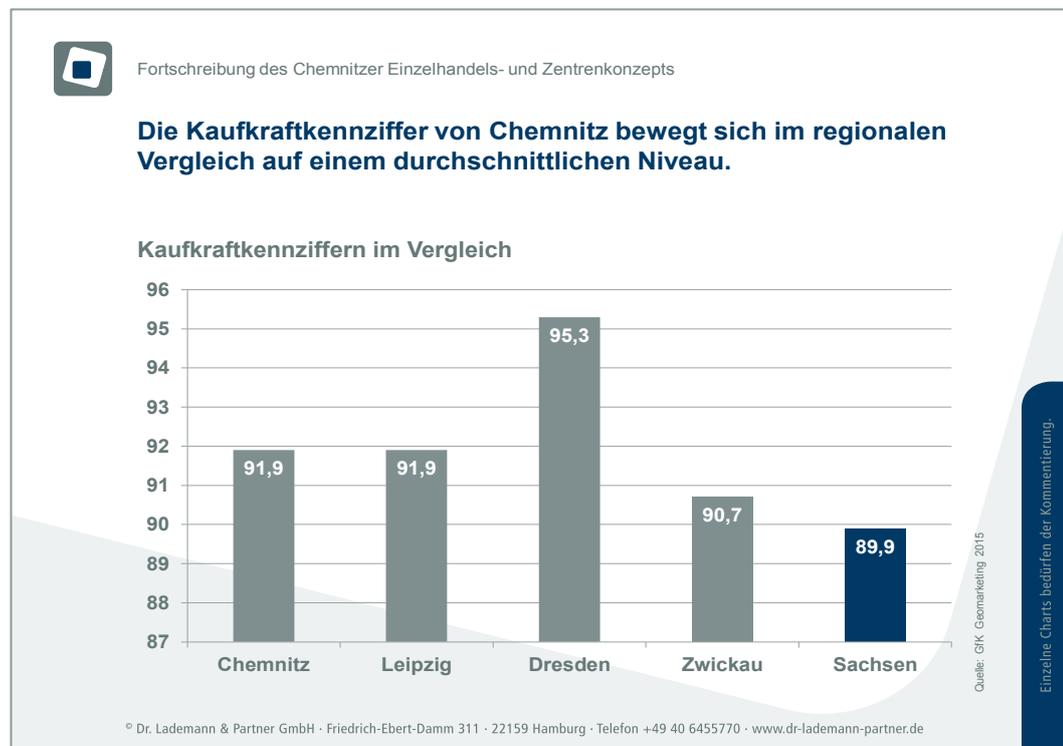


Abbildung 9: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Innerhalb des Chemnitzer Stadtgebiets fällt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer jedoch sehr unterschiedlich aus. Während die überwiegend randstädtisch/dörflich geprägten Gebiete 1201 (Glösa-Draisdorf, Borna-Heinersdorf, Furth, Röhrsdorf, Wittgensdorf) und 1212 (Euba, Adelsberg, Reichenhain, Kleinolbersdorf-Altenhain) eine Kaufkraftkennziffer aufweisen, die in etwa im bundesdeutschen Durchschnitt liegt, gibt es vor allem mit den Gebieten 1210 (Son-

<sup>11</sup> Vgl. GfK Geomarketing, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015.



enberg), 1209 (Ebersdorf, Hilbersdorf), 1207 (Zentrum, Altchemnitz, Bernsdorf, Lutherviertel, Kapellenberg) und 1205 (Kappel, Helbersdorf) auch Bereiche, die durch eine deutlich geringere Kaufkraft geprägt sind.

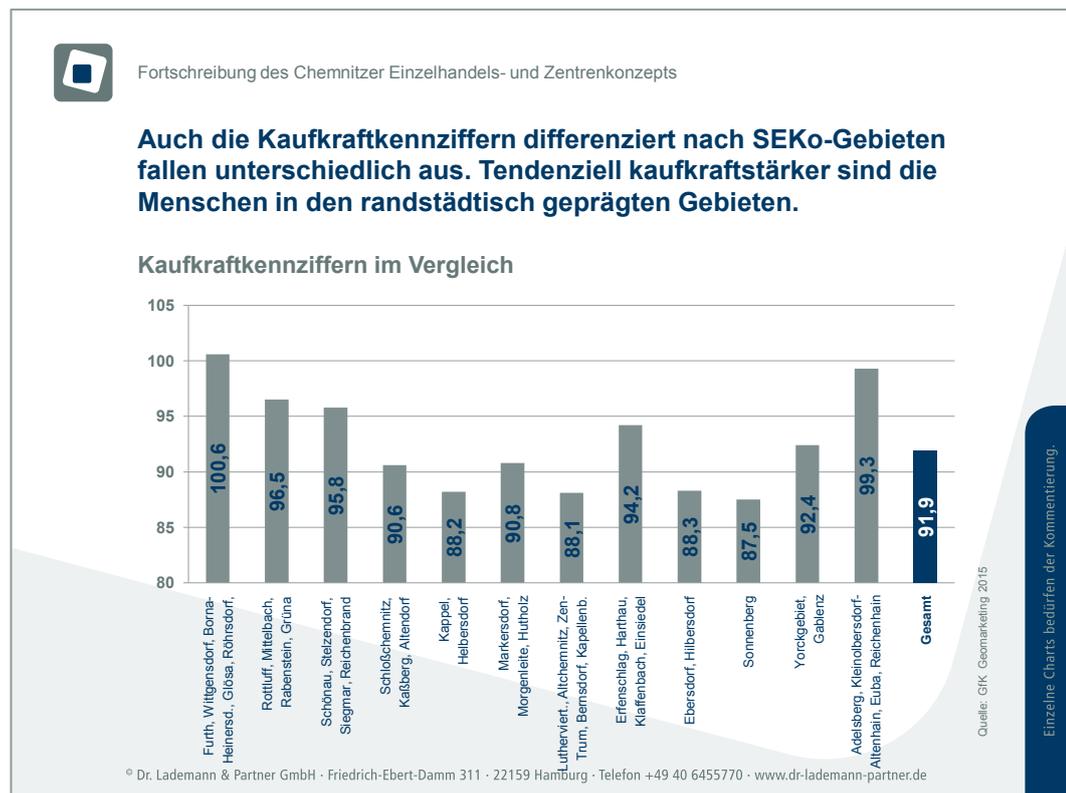


Abbildung 10: Kaufkraftkennziffern nach SEKo-Gebieten

### 3.3.3 Beschäftigungssituation und Pendlerbeziehungen

Die Beschäftigungssituation in Chemnitz hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt. So hat die Arbeitslosenquote seit 2011 um rd. 2,2 %-Punkte abgenommen, befindet sich mit rd. 9,0 % (Stand August 2015) gleichwohl aber immer noch auf einem vergleichsweise hohen Niveau, welches exakt dem Durchschnitt der Neuen Bundesländer entspricht. In Sachsen insgesamt fällt die Arbeitslosenquote mit knapp 8 % etwas niedriger aus. Der Rückgang der Arbeitslosenzahlen in Chemnitz deutet aber auf zusätzliche Impulse für die Einzelhandelsentwicklung hin.



Entwicklung der Arbeitslosenquoten				
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %			+ / - 15/11
	2011	2013	2015	%-Punkte
<b>Chemnitz</b>	<b>11,2</b>	<b>10,3</b>	<b>9,0</b>	<b>-2,2</b>
Erzgebirgskreis	8,9	8,3	6,8	-2,1
Sachsen	10,2	9,1	7,9	-2,3
Ostdeutschland	10,9	9,9	9,0	-1,9

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik.

Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Chemnitz mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Die Pendlerbeziehungen zwischen Chemnitz und dem Umland zeigen einen deutlich positiven Pendlersaldo für die Stadt, welcher auf die Bedeutung der Stadt Chemnitz als Arbeitsstandort hinweist. Im Vergleich zwischen den Jahren 2009 und 2014 ist der Saldo zuletzt jedoch leicht gesunken, ebenso wie in Dresden und Leipzig.

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

Ein- und Auspendler in der Stadt Chemnitz im Vergleich						
Stadt	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2009	2014	2009	2014	2009	2014
Chemnitz	23.347	25.548	47.934	49.322	24.587	23.774
Zwickau	12.017	12.751	26.300	28.913	14.283	16.162
Dresden	42.790	49.755	83.592	87.684	40.802	37.929
Leipzig	42.539	53.710	83.876	91.363	41.337	37.653

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich



### 3.3.4 Tourismus

Seit 2012<sup>12</sup> sind die Gästeankünfte in Chemnitz um deutliche 6 % p.a. gestiegen und auch die Anzahl der Übernachtungen konnte signifikant um fast 10 % p.a. gesteigert werden. In absoluten Zahlen gemessen muss dabei jedoch beachtet werden, dass das Ausgangsniveau vor allem im Vergleich zu den Städten Leipzig und Dresden vergleichsweise niedrig ist. Im Umland von Chemnitz sind die Tourismuszahlen zudem konstant rückläufig. Die Bedeutung des Tourismus für den Chemnitzer Einzelhandel darf daher nicht überschätzt werden.

Tourismusentwicklung in der Stadt Chemnitz 2009 bis 2014					
Übernachtungen					
Stadt/ Kreis/ Land	2012	2014	+/- 14/12		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Chemnitz	477.484	575.870	+98.386	+20,6	+9,8
Dresden	4.037.023	4.441.896	+404.873	+10,0	+4,9
Leipzig	2.482.541	2.764.851	+282.310	+11,4	+5,5
<b>LK Erzgebirgskreis</b>	<b>1.821.956</b>	<b>1.708.979</b>	<b>-112.977</b>	<b>-6,2</b>	<b>-3,2</b>
<b>LK Zwickau</b>	<b>543.162</b>	<b>531.654</b>	<b>-11.508</b>	<b>-2,1</b>	<b>-1,1</b>
<b>LK Mittelsachsen</b>	<b>780.172</b>	<b>720.617</b>	<b>-59.555</b>	<b>-7,6</b>	<b>-3,9</b>
<b>Land Sachsen</b>	<b>18.355.248</b>	<b>18.898.767</b>	<b>+543.519</b>	<b>+3,0</b>	<b>+1,5</b>
Gästeankünfte					
Stadt/Kreis/ Land	2012	2014	+/- 14/12		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Chemnitz	237.078	267.560	+30.482	+12,9	+6,2
Dresden	1.918.520	2.130.077	+211.557	+11,0	+5,4
Leipzig	1.347.820	1.510.374	+162.554	+12,1	+5,9
<b>LK Erzgebirgskreis</b>	<b>581.951</b>	<b>543.161</b>	<b>-38.790</b>	<b>-6,7</b>	<b>-3,4</b>
<b>LK Zwickau</b>	<b>248.840</b>	<b>238.248</b>	<b>-10.592</b>	<b>-4,3</b>	<b>-2,2</b>
<b>LK Mittelsachsen</b>	<b>311.488</b>	<b>290.281</b>	<b>-21.207</b>	<b>-6,8</b>	<b>-3,5</b>
<b>Land Sachsen</b>	<b>7.050.496</b>	<b>7.408.813</b>	<b>+358.317</b>	<b>+5,1</b>	<b>+2,5</b>

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaats Sachsen.

Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe ab zehn Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach

<sup>12</sup> Die Werte für die Vorjahre lassen sich nicht vergleichen, da die Erhebungssystematik in 2012 auf Betriebe ab 10 Betten umgestellt wurde.



größer einzuschätzen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in Chemnitz vor allem der Tagestourismus eine wichtige Rolle spielen dürfte. So sind vor allem Touristen im Erzgebirge als Tagesausflügler relevant.

Nach aktuellen Zahlen des Landestourismusverbands Sachsen ist für das Jahr 2015 jedoch eine Trendwende in Chemnitz eingetreten, mit rückläufigen Übernachtungszahlen.

---

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Chemnitz induzieren zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung. Insbesondere die zuletzt steigende Bevölkerungsplattform wirkt sich dabei direkt auf das Nachfragevolumen für den Einzelhandel aus. Aber auch der Rückgang der Arbeitslosenquote und der positive Pendlersaldo sowie die zumindest im regionalen Vergleich stabile Kaufkraftkennziffer sind positiv zu bewerten.

---



## 4 Nachfragesituation in Chemnitz

---

### 4.1 Marktgebiet der Stadt Chemnitz

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels. In Chemnitz ist aber auch die Ausstrahlungskraft des Chemnitz Centers maßgeblich.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt und über ein Huff-basiertes Gravitationsmodell auf die räumliche Ausprägung des Marktgebiets geschlossen. Zur Plausibilisierung wurde zudem auf Informationen aus Einzelhandelskonzepten und Verbraucherbefragungen in umliegenden Städten zurückgegriffen.

Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

Das Marktgebiet ist in drei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Chemnitzer Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2 (Nahbereich) umfasst das direkte Umland von Chemnitz und beinhaltet u.a. die Städte Mittweida, Limbach-Oberfrohna, Stollberg/Erzgebirge und Hohenstein-Ernstthal. Zur Zone 3 (Fernbereich) zählt das weitere Umland, in dem sich u.a. die Städte Marienberg, Annaberg-Buchholz, Freiberg, Glauchau, Lichtenstein/Sachsen und Aue befinden.

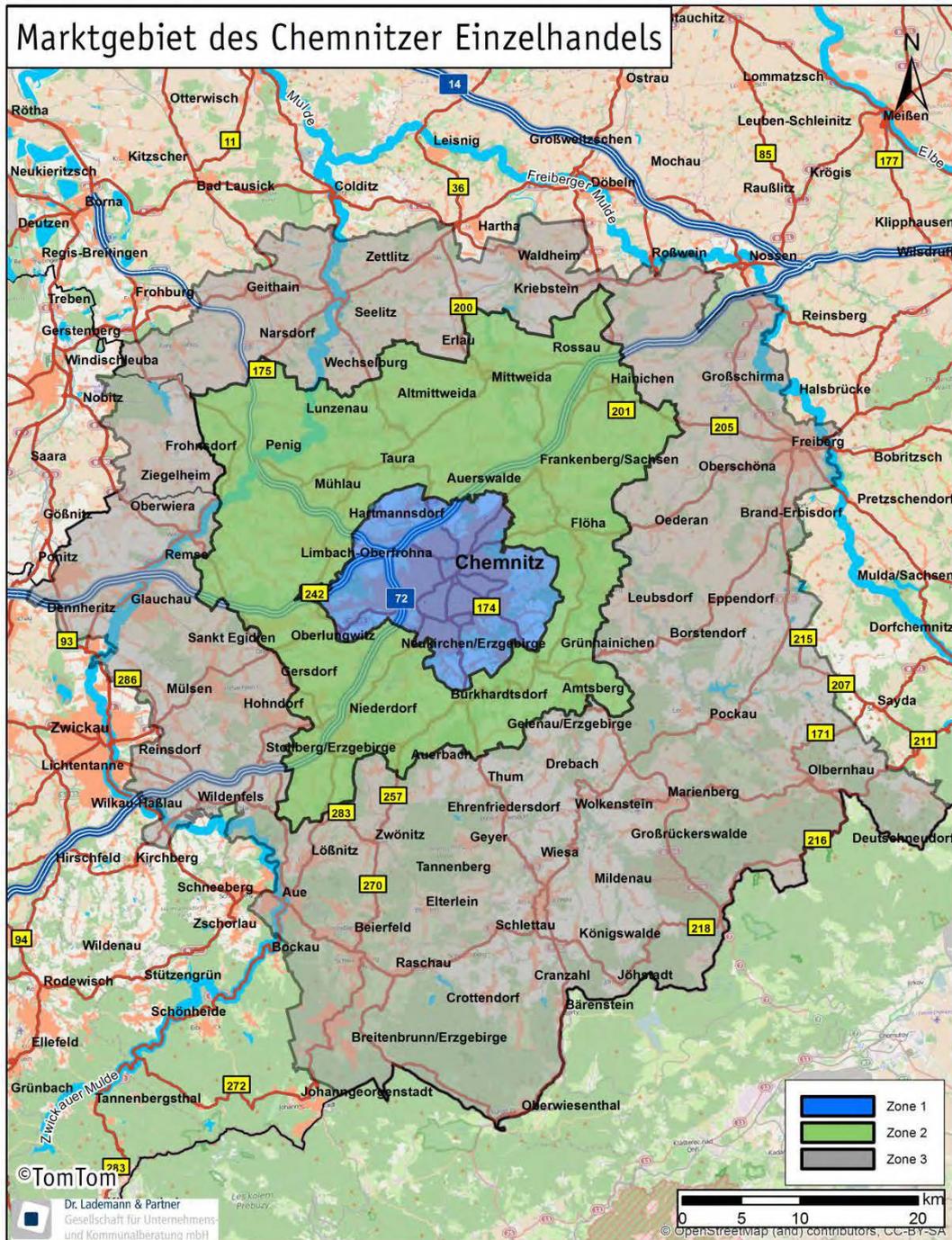


Abbildung 11: Marktgebiet des Chemnitzer Einzelhandels



In dem Marktgebiet leben derzeit knapp 950.000 Personen. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einem rückläufigen Einwohnerpotenzial bis 2020 auf

rd. 910.000 Einwohner auszugehen.

Die zu erwartenden Einwohnerzugewinne der Stadt Chemnitz werden den anhaltenden Bevölkerungsrückgang im Umland nicht vollständig kompensieren können.

Darüber hinaus gehen Dr. Lademann & Partner von einer Potenzialreserve von insgesamt 5 % bezogen auf das vorhandene Grundnachfragepotenzial aus. Dies entspricht einem Einwohneräquivalent von rd. 43.000 Personen. Die Potenzialreserve setzt sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Touristen, Durchreisenden, Einpendlern, Zufallskunden und sonstigen Streukunden zusammen. Das Kundenpotenzial wird im Jahr 2020 somit knapp 955.000 Personen betragen.

<b>Marktgebiet des Chemnitzer Einzelhandels</b>			
<b>Bereich</b>	<b>Zonen</b>	<b>2015</b>	<b>2020</b>
Chemnitz	Zone 1	247.480	251.215
Nahbereich	Zone 2	241.668	228.189
Fernbereich	Zone 3	457.948	432.362
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>Zonen 1-3</b>	<b>947.096</b>	<b>911.765</b>
Potenzialreserve	5%	44.300	42.700
<b>Gesamt</b>		<b>991.396</b>	<b>954.465</b>
Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.			

Tabelle 5: Marktgebiet des Chemnitzer Einzelhandels



## 4.2 Nachfragepotenzial der Stadt Chemnitz

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2015 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial<sup>13</sup> über alle Sortimente innerhalb des Marktgebiets von rd. 5,039 Mrd. €.

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Chemnitz – einschließlich der Potenzialreserve von 5 % – für den Prognosehorizont 2020 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von rd. 4,854 Mrd. €.

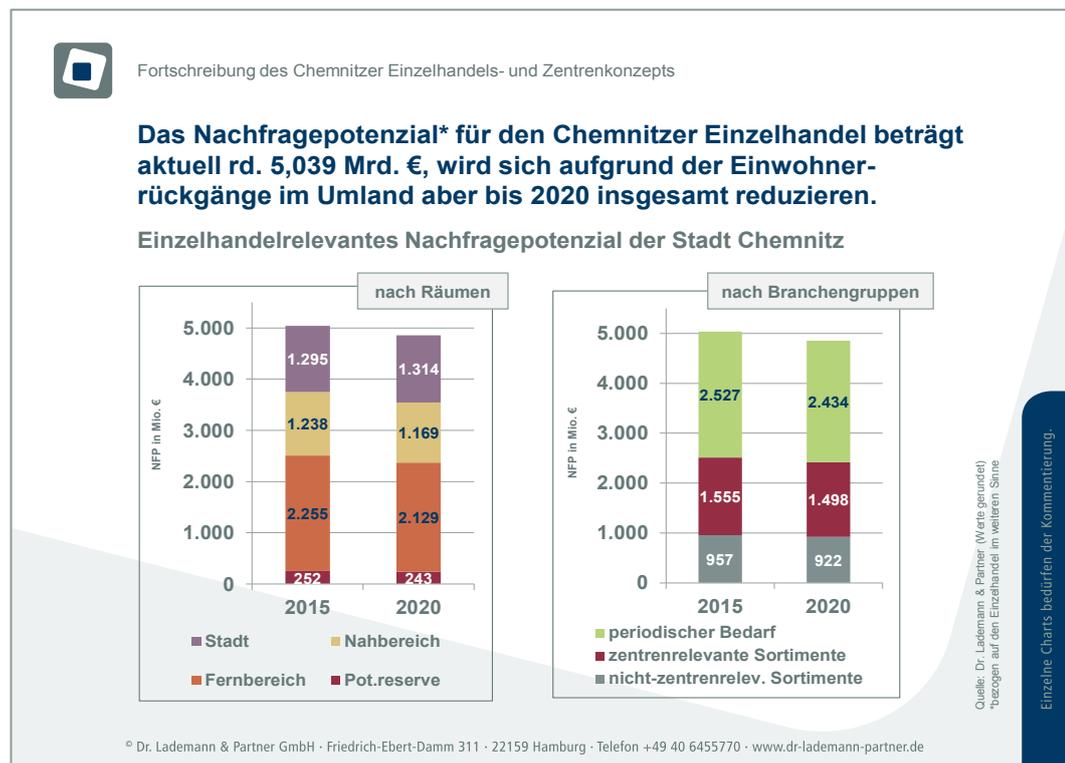


Abbildung 12: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Chemnitz

<sup>13</sup> Nachfragepotenzial für den Einzelhandel im weiteren Sinne (inkl. Online-Handel); einschließlich der Potenzialreserve. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Nachfrage in den Online-Handel abfließt und dem stationären Handel somit nicht zur Verfügung stehen wird. Insgesamt beläuft sich der Anteil der Nachfrage, der in den Online-Handel abfließt, auf ca. 13 %. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. So fließen beispielsweise bei Büchern/Schreibwaren etwa 45 % der Nachfrage in den Online-Handel ab, während es im periodischen Bedarf lediglich rd. 2 % sind.



---

Im Marktgebiet der Stadt Chemnitz leben aktuell knapp 950.000 Personen. Angesichts der anhaltenden Bevölkerungsrückgänge im Umland von Chemnitz wird sich das Kundenpotenzial auf rd. 910.000 Einwohner im Jahr 2020 (zzgl. Potenzialreserve) reduzieren. Damit verbunden ist auch ein Rückgang des Nachfragepotenzials für den Chemnitzer Einzelhandel von aktuell rd. 5,039 Mrd. € auf künftig 4,854 Mrd. €.

---



## 5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Chemnitz

### 5.1 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Chemnitz

#### 5.1.1 Verkaufsflächenentwicklung und Raumstruktur

Die Stadt Chemnitz verfügte in 2015 in 1.834 Ladenschäften über eine aktiv betriebene<sup>14</sup> einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

rd. 557.000 qm.<sup>15</sup>

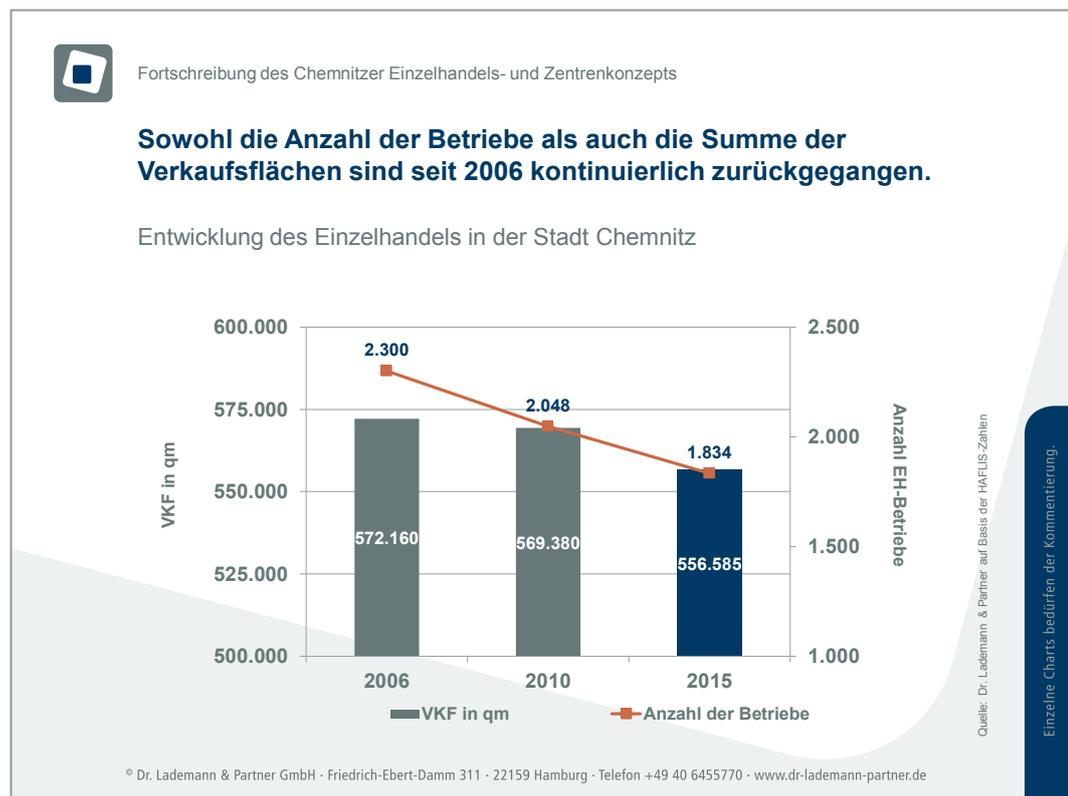


Abbildung 13: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Chemnitz

<sup>14</sup> Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

<sup>15</sup> Die Verkaufsflächenzahlen sind den Daten des HAF LIS entnommen, die Ende 2014/Anfang 2015 von Dr. Lademann & Partner im Rahmen der Fortschreibung des Handelsatlas für den IHK Bezirk Chemnitz erhoben worden sind. Geringfügige Abweichungen können sich ergeben, da bekannte Entwicklungen der letzten Monate noch eingespielt worden sind (z.B. Ansiedlung Stadler).



Blickt man auf die letzten Betrachtungszeitpunkte zurück, so lassen sich seit 2006 ein kontinuierlicher Verkaufsflächenrückgang sowie ein Rückgang der Betriebszahlen im Einzelhandel feststellen. Der Rückgang der Betriebe ist dabei jedoch deutlich stärker ausgefallen als der Rückgang der Verkaufsflächen. Gemäß dem bundesdeutschen Trend kann somit auch für Chemnitz konstatiert werden, dass die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Ladeneinheit stetig zugenommen haben. Dies hängt damit zusammen, dass vorwiegend kleine Geschäfte aus dem Markt ausscheiden und viele Bestandsbetriebe in den letzten Jahren Flächenerweiterungen durchgeführt haben.

Der Verkaufsflächenrückgang hat sich in den letzten fünf Jahren verstärkt und beträgt rd. 2 %. Verantwortlich hierfür sind vor allem die Insolvenzen von Schlecker und Praktiker/Max Bahr, deren Flächen bislang nicht allesamt wieder nachgenutzt werden konnten, sowie die Aufgabe des Möbelhauses Akroform mit über 10.000 qm Verkaufsfläche, die nur z.T. wieder mit Einzelhandelsnutzungen belegt werden konnte (Stadler). Die Anzahl der Betriebe ist seit 2010 auf einem ähnlichen Niveau wie schon zwischen 2006 und 2010 von rd. 10 % rückläufig.

Bei der räumlichen Differenzierung der Verkaufsflächenentwicklung seit 2010 zeigt sich folgendes Bild:<sup>16</sup>

Die Verkaufsfläche ist vor allem in den Streulagen zurückgegangen. Insgesamt ist zwar auch für die C-Zentren ein Rückgang festzustellen, dieser resultiert aber nur aus der Aufgabe des Akroform-Möbelhauses im C-Zentrum Ermafa-Passage, welches durch Stadler nur zum Teil nachgenutzt werden konnte. Rechnet man diese Betriebsaufgabe heraus, so würde sich auch für die C-Zentren insgesamt ein Verkaufsflächenanstieg ergeben. Signifikante Verkaufsflächenzuwächse konnten neben der Innenstadt auch für die D-Zentren ermittelt werden. Der leichte Verkaufsflächenzuwachs an den Sonderstandorten ist das Resultat von Umstrukturierungen und der Reaktivierung von Leerständen (z.B. Ansiedlung von Modepark Röther im Alt Chemnitz Center). Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass der Verkaufsflächenrückgang in Chemnitz im Wesentlichen in Streulagen stattgefunden hat, während sich die Zentren positiv entwickelt haben. Dies ist auch als Erfolg der konsequenten Anwendung des Zentrenkonzepts zu werten.

<sup>16</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.

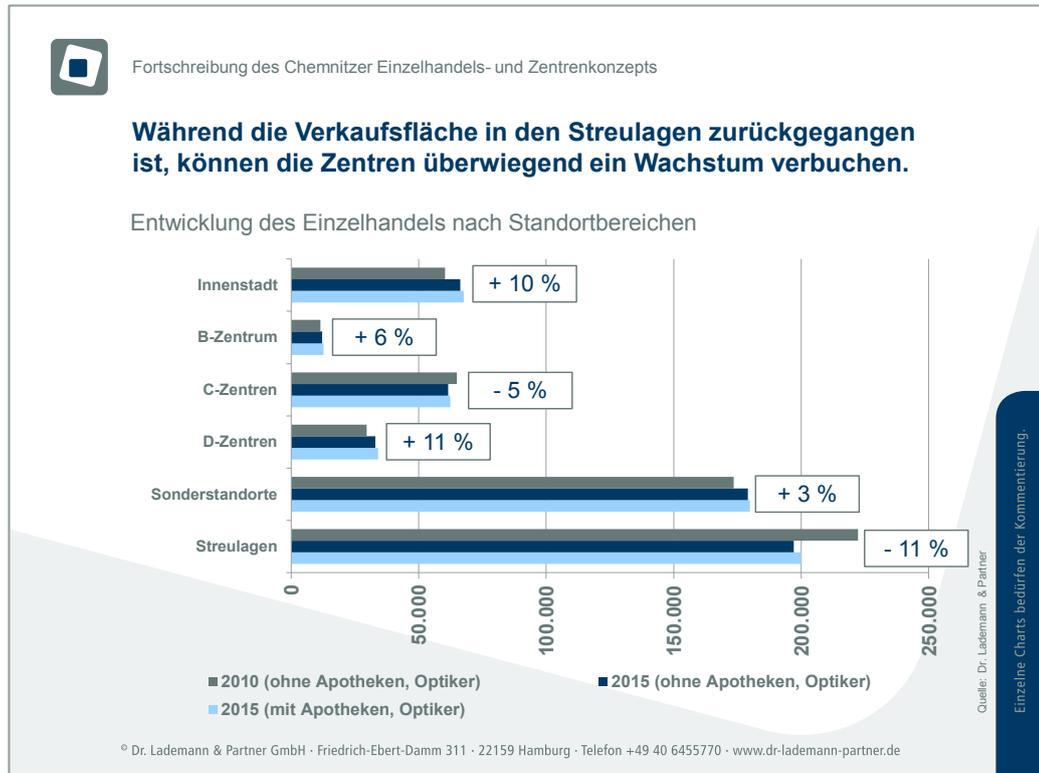


Abbildung 14: Entwicklung des Einzelhandels nach Standortbereichen<sup>17</sup>

### 5.1.2 Branchen- und Raumstruktur

Die Branchenstruktur des Chemnitzer Einzelhandels stellt sich folgendermaßen dar:

- Mit rd. 140.000 qm entfallen rd. 25 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei 40 %.
- Mit rd. 215.000 qm entfallen rd. 39 % der Gesamtverkaufsfläche auf den zentrenrelevanten Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 44 %.
- Der nicht-zentrenrelevante Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 36 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 201.000 qm). Gemessen an der Anzahl der Be-

<sup>17</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.



triebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 15 %.

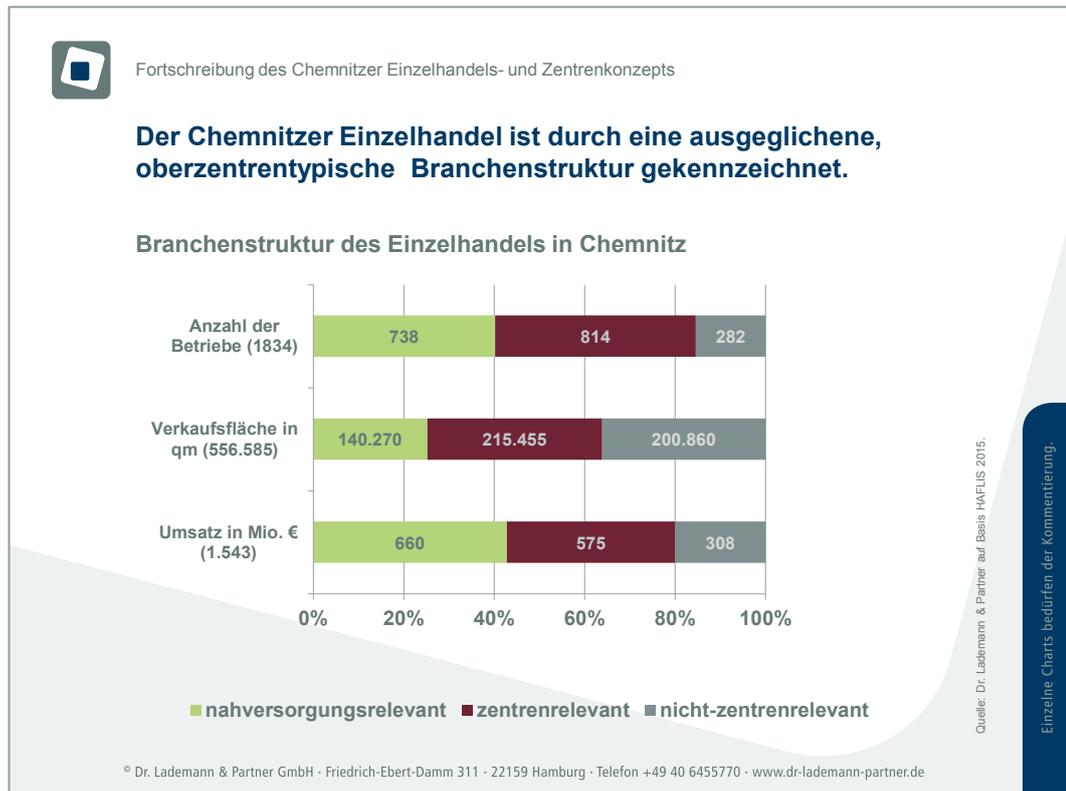


Abbildung 15: Branchenstruktur des Einzelhandels

Wie für Oberzentren typisch, ist der Chemnitzer Einzelhandel durch eine ausgeglichene Branchenstruktur gekennzeichnet. Gegenüber der letzten Untersuchung in 2011 hat sich die Branchenstruktur hinsichtlich der Verkaufsflächen nicht grundlegend verschoben. Im periodischen Bedarf und im zentrenrelevanten Bedarf ist die Verkaufsfläche (bereinigt) leicht angestiegen. Lediglich im nicht-zentrenrelevanten Bedarf lässt sich ein etwas größerer Verkaufsflächenrückgang feststellen von etwa 15.000 qm (ca. -7 %), was mit den oben beschriebenen Betriebsaufgaben zusammenhängt.

Bezogen auf die Anzahl der Betriebe kann festgestellt werden, dass die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Betriebe stärker rückläufig sind als die nicht-zentrenrelevanten Betriebe. Dies liegt darin begründet, dass sich der Rückgang der Betriebe vor allem auf Kleinflächen konzentriert, die in erster Linie dem nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bedarf zugeordnet werden können.



Ein Blick auf die Raumstruktur<sup>18</sup> des Einzelhandels zeigt, dass ein Großteil des Einzelhandelsangebots neben den Streulagen auf die Sonderstandorte entfällt. Insbesondere auch im Hinblick auf den zentrenrelevanten Einzelhandel nehmen die Sonderstandorte einen hohen Stellenwert ein. In den Streulagen dominieren funktionsgerecht der nicht-zentrenrelevante Einzelhandel sowie der nahversorgungsrelevante Einzelhandel – in Form von siedlungsintegrierten, aber auch von peripher gelegenen Nahversorgungsanbietern. Die Nebenzentren (Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren) werden funktionsgerecht von dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geprägt und die Innenstadt vom zentrenrelevanten Einzelhandel.

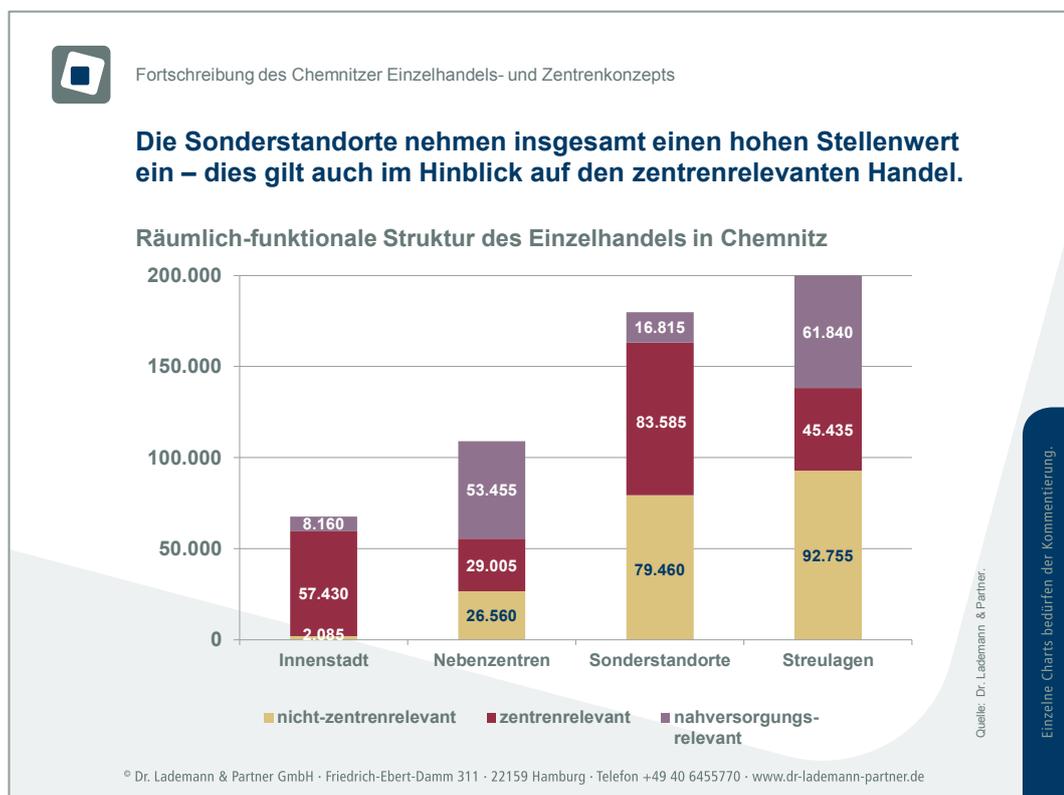


Abbildung 16: Raumstruktur des Einzelhandels

<sup>18</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.



### 5.1.3 Betriebsgrößenstruktur

Im Schnitt weisen die Chemnitzer Einzelhandelsbetriebe eine Verkaufsfläche von rd. 303 qm auf. Gegenüber 2010 hat sich dieser Wert geringfügig nach oben bewegt.

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Chemnitz nach Standortbereichen										
Sortiments-kategorie	Innenstadt		Nebenzentren		Sonderstandorte		Streulagen		Gesamt	
	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe								
nahversorgungsrelevant	50	163	179	299	57	295	453	137	739	190
zentrenrelevant	135	425	170	171	157	532	352	129	814	265
nicht-zentrenrelevant	8	261	58	458	18	4.414	197	471	281	715
<b>Summe</b>	<b>193</b>	<b>351</b>	<b>407</b>	<b>268</b>	<b>232</b>	<b>775</b>	<b>1.002</b>	<b>180</b>	<b>1.834</b>	<b>303</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Chemnitz nach Standortbereichen

Naturgemäß erreichen die flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Betriebe (z.B. Möbelhäuser) mit rd. 715 qm eine größere durchschnittliche Verkaufsfläche als die zentrenrelevanten und insbesondere die nahversorgungsrelevanten Betriebe, da hier eine Vielzahl von kleinen Spezialanbietern wie Bäcker und Fleischer hineinfällt.

Differenziert nach Standortlagen<sup>19</sup> zeigt sich erwartungsgemäß und lagetypisch, dass die Innenstadt durch eine eher kleinteilige Betriebsgrößenstruktur geprägt ist (rd. 351 qm), während vor allem die Sonderstandorte mit rd. 775 qm im Schnitt sehr große Betriebe aufweisen. Diese Polarisierung hat gegenüber der Situation in 2010 noch weiter zugenommen. So sind die durchschnittlichen Verkaufsflächengrößen der Innenstadt leicht zurückgegangen, während sie an den Sonderstandorten weiter zugenommen haben.

In Chemnitz entfallen insgesamt

rd. 67 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 143 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Gut ein Drittel der großflächigen Betriebe ist in Streulagen verortet und noch einmal rd. 26 % entfallen auf die Sonderstandorte. In den Zentren sind somit weniger als die Hälfte (rd. 40 %) der großflächigen Betriebe angesiedelt. Gleichwohl konnte der Anteil der Großflächen in den Zentren gegenüber der Untersuchung aus 2010 von rd. 33 % deutlich gesteigert werden.

<sup>19</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.



Im nahversorgungsrelevanten Bedarf entfallen knapp über die Hälfte der großflächigen Betriebe funktionsgerecht auf die Zentren. Die übrigen großflächigen Betriebe sind überwiegend den Streulagen zugeordnet. Als flächengrößte Betriebe sind zu nennen:

- Marktkauf am Sonderstandort Chemnitz Center
- Kaufland am Sonderstandort Sachsen-Allee
- Kaufland im C-Zentrum Kaufland-Center

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten entfallen rd. 60 % der großflächigen Betriebe auf die Streulagen und die Sonderstandorte. Fast 80 % davon sind wiederum den Sonderstandorten zuzuordnen. Dies unterstreicht das Gewicht der Sonderstandorte als Standortbereiche für den zentrenrelevanten Einzelhandel im Wettbewerb mit den Zentren bzw. der Innenstadt. Auf die Innenstadt entfallen demnach auch nur rd. 30 % der großflächigen Betriebe des zentrenrelevanten Bedarfs. Als flächengrößte Betriebe sind zu nennen:

- Galeria Kaufhof in der Innenstadt
- Modepark Röther am Sonderstandort Alt Chemnitz Center
- Euronics XXL am Sonderstandort Alt Chemnitz Center

Die großflächigen Betriebe im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich befinden sich - der Anzahl nach - überwiegend in den Streulagen (rd. 55 %). Darüber hinaus spielen die Sonderstandorte eine gewichtige Rolle. Als flächengrößte Betriebe sind zu nennen:

- Möbel Höffner im Chemnitz Center
- Hornbach in Streulage
- IKEA am Sonderstandort Neefepark

---

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot des Chemnitzer Einzelhandels knapp 557.000 qm. Seit 2010 sind die Verkaufsflächen leicht und die Anzahl der Betriebe deutlich rückläufig. Die Verkaufsflächenrückgänge fanden jedoch überwiegend in Streulagen statt, während sich vor allem die Innenstadt und die meisten der Nebenzentren (Stadtteil- und Nahversorgungszentren) positiv entwickelt haben. Gleichwohl kommt den Streulagen und insbesondere auch den Sonderstandorten (vor allem auch im Hinblick auf den zentrenrelevanten Einzelhandel) immer noch eine sehr hohe Bedeutung zu. Die Branchenstruktur ist typisch

---



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

für Oberzentren und insgesamt als ausgeglichen zu bewerten. Im Schnitt sind die Chemnitzer Einzelhandelsbetriebe rd. 300 qm groß, wobei eine deutliche Polarisierung des kleinteiligen Einzelhandels in der Innenstadt und des großflächigen Einzelhandels an den Sonderstandorten zu erkennen ist, die zuletzt noch weiter zugenommen hat.

---



## 5.2 Leerstandssituation

Im Oktober 2015 wurden von Dr. Lademann und Partner die Chemnitzer Innenstadt, sämtliche Nebenzentren (Stadtteil- und Nahversorgungszentren) sowie die Sonderstandorte auf leerstehende Ladeneinheiten untersucht<sup>20</sup>. Im Rahmen der Erhebung wurden die Flächen zumeist von außen eingeschätzt, soweit diese einsehbar waren, mit Bestandsdaten abgeglichen bzw. anhand von Immobilien-Exposés ermittelt. Leerstehende Flächen, die nach Einschätzung von Dr. Lademann und Partner aufgrund der Lage und des Gebäudezustands nicht mehr für den Einzelhandel nutzbar sind, wurden nicht berücksichtigt.

In der Stadt Chemnitz standen in den zentralen Versorgungsbereichen sowie an den Sonderstandorten im Oktober 2015 insgesamt 152 Ladenlokale mit einer potenziellen Verkaufsfläche von rd. 26.000 qm leer, was einer Leerstandsquote von rd. 7 % der Gesamtfläche und rd. 15 % der Betriebe entspricht.

Nach Standortbereichen gegliedert, ergibt sich dabei folgendes Bild:

- In der Innenstadt von Chemnitz wurden insgesamt 30 leerstehende Ladenlokale mit einer Gesamtfläche von rd. 5.400 qm festgestellt. Dies entspricht einer Leerstandsquote von 7 % der Gesamtfläche und rd. 13 % der Betriebe. Die Leerstände verteilen sich dabei über die gesamte Einkaufslage – im Bereich der Rathaus Passagen sowie um den Rosenhof konzentrieren sich jedoch mehrere leerstehende Ladeneinheiten.
- Im B-Zentrum Vita-Center standen zum Zeitpunkt der Erhebung 23 Ladeneinheiten mit einer Fläche von rd. 3.600 qm leer, was einer Leerstandsquote von rd. 22 % der Gesamtfläche und rd. 32 % der Betriebe entspricht. Die leerstehenden Einheiten verteilen sich auf beide Geschosse und zeichnen sich insbesondere durch ungünstig geschnittene Grundrisse aus (Halbrund), teilweise liegen sie außen an der Wladimir-Sagorski-Straße. Mehrere leerstehende Ladeneinheiten liegen aneinander und könnten somit für eine Nachnutzung leicht zusammengefasst werden. Die Leerstandssituation im Vita-Center ist insgesamt als alarmierend zu bezeichnen.
- In den C-Zentren wurden zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 27 leerstehende Ladeneinheiten mit einer Gesamtfläche von rd. 3.400 qm erfasst<sup>21</sup>. Die

<sup>20</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.

<sup>21</sup> Die Nachnutzung der ehemaligen Akroform-Fläche ist hier bereits berücksichtigt.



Leerstandsquote gemessen an der Gesamtfläche entspricht damit rd. 5 % und gemessen an der Anzahl der Betriebe rd. 13 %.

- In den D-Zentren stehen insgesamt 61 Ladeneinheiten mit einer Gesamtfläche von insgesamt rd. 6.600 qm leer. Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. 16 % der Gesamtfläche und rd. 25 % der Betriebe. Einen Großteil nehmen dabei Kleinstflächen von unter 200 qm ein, die nur noch schwer vermittelbar sind. Mit den Flächen des ehemaligen Lidl-Discounters im Birken-Center ist nur eine größere Fläche darunter<sup>22</sup>. Die Leerstandssituation in den D-Zentren ist damit als überdurchschnittlich hoch zu bezeichnen und deutet auf einen Handlungsbedarf hin.
- An den Sonderstandorten sind mit einer Leerstandsquote von rd. 4 % gemessen an der Gesamtfläche sowie rd. 5 % gemessen an der Anzahl der vorhandenen Betriebe die mit Abstand geringsten Quoten festzustellen.

Leerstandssituation in Chemnitz (ohne Streulagen)						
	A-Zentrum Innenstadt	B-Zentrum Vita-Center	C-Zentren	D-Zentren	Sonderstandorte	Gesamt
VKF in qm	67.675	12.695	62.310	34.015	179.860	<b>356.555</b>
Leerstandsfläche	5.380	3.620	3.415	6.563	6.810	<b>25.788</b>
Gesamtfläche	73.055	16.315	65.725	40.578	186.670	<b>382.343</b>
<b>Leerstandsquote</b>	<b>7%</b>	<b>22%</b>	<b>5%</b>	<b>16%</b>	<b>4%</b>	<b>7%</b>
Anzahl vorhandener Betriebe	193	49	174	184	232	<b>832</b>
Anzahl leer stehenden Betriebe	30	23	27	61	11	<b>152</b>
Gesamtbestand	223	72	201	245	243	<b>984</b>
<b>Leerstandsquote</b>	<b>13%</b>	<b>32%</b>	<b>13%</b>	<b>25%</b>	<b>5%</b>	<b>15%</b>
<= 200	22	17	22	53	7	<b>121</b>
200-800	8	6	5	7	3	<b>29</b>
>= 800	0	0	1*	1**	1***	<b>3</b>

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung Dr. Lademann und Partner.

Tabelle 7: Leerstandssituation in der Stadt Chemnitz<sup>23</sup>

In Chemnitz stehen insgesamt rd. 15 % der vorhandenen Ladenlokale sowie rd. 7 % der Gesamtfläche in den Zentren und Sonderstandorten des Einzelhandels (ohne Streulagen) leer. Am stärksten von Leerständen betroffen sind das B-Zentrum Vita-Center sowie insgesamt betrachtet die D-Zentren.

<sup>22</sup> Für diese gibt es voraussichtlich bereits eine Nachnutzung (siehe Kap. 5.4).

<sup>23</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.



### 5.3 Umsatzsituation des Einzelhandels in Chemnitz

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Chemnitz im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2015 auf insgesamt

rd. 1,543 Mrd. €<sup>24</sup>.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 2.770 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Chemnitzer Einzelhandels			
Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenpro- duktivität*
<b>Nahversorgungsrelevanter Bedarf</b>	<b>140.270</b>	<b>660,0</b>	<b>4.710</b>
Bekleidung/Wäsche	79.610	182,7	2.290
Schuhe/Lederwaren	16.690	33,7	2.020
Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel	27.315	42,0	1.540
Elektrobedarf/elektronische Medien	37.830	174,8	4.620
Optik	3.105	16,8	5.430
Uhren/Schmuck	2.520	19,6	7.780
Bücher/Schreibwaren	10.005	31,7	3.170
Spielwaren/Hobbybedarf	10.975	20,6	1.880
Sportbedarf/Camping	25.550	49,9	1.950
Baby-/Kinderbedarf	1.855	3,4	1.840
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>215.455</b>	<b>575,2</b>	<b>2.670</b>
Möbel	88.880	142,8	1.610
Haus- und Heimtextilien	21.890	37,0	1.690
Gartenbedarf	34.540	51,5	1.490
Bau- und Heimwerkerbedarf	48.790	65,9	1.350
Tierbedarf	6.760	10,5	1.550
<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>200.860</b>	<b>307,7</b>	<b>1.530</b>
<b>Summe/Mittelwert</b>	<b>556.585</b>	<b>1.542,9</b>	<b>2.770</b>

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. \*€ je qm Verkaufsfläche.

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des nahversorgungsrelevanten Bedarfs beträgt rd. 43 % (bei einem Flächenanteil von rd. 25 %). Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.710 €/qm Verkaufsfläche.

<sup>24</sup> Inkl. des anzunehmenden Umsatzvolumens für Stadler in der Ermarfa-Passage.



- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfallen rd. 37 % des Gesamtumsatzes (bei einem Flächenanteil von rd. 39 %). Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 2.670 €/qm Verkaufsfläche.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei etwa 20 % (bei einem Flächenanteil von rd. 36 %). Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.530 €/qm Verkaufsfläche.

Differenziert nach Standortlagen<sup>25</sup> ergibt sich folgendes Bild:

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Zentren der Stadt Chemnitz				
	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenproduktivität*
Innenstadt	193	67.675	225,0	3.300
B-Zentrum Vita-Center	49	12.695	36,4	2.900
C-Zentrum Gablenz-Center	22	3.175	13,2	4.100
C-Zentrum Heinrich-Schütz-Straße	18	12.985	30,2	2.300
C-Zentrum Kaufland-Center	13	13.175	37,1	2.800
C-Zentrum Ermarfa-Passage	15	8.755	23,5	2.700
C-Zentrum Limbacher Straße	26	5.945	18,8	3.200
C-Zentrum New-Yorck-Center	24	5.005	16,3	3.300
C-Zentrum Rabenstein-Center	17	1.895	5,6	2.900
C-Zentrum Siegmars	23	5.250	17,1	3.300
C-Zentrum Weststraße	16	6.125	16,6	2.700
D-Zentrum Adelsberger Zeile	10	1.185	5,2	4.400
D-Zentrum Altendorf	13	2.505	9,8	3.900
D-Zentrum Alfred-Neubert-Straße	6	1.755	7,3	4.200
D-Zentrum Bernsdorfer Straße	20	3.000	12,2	4.100
D-Zentrum Birken-Center	3	660	1,4	2.100
D-Zentrum Brühl	10	1.390	5,6	4.000
D-Zentrum Carl-von-Ossietzky-Straße	6	1.030	4,6	4.500
D-Zentrum Ebersdorf	12	1.595	6,9	4.300
D-Zentrum Einsiedel	12	950	4,0	4.200
D-Zentrum Grüna	15	2.905	11,5	3.900
D-Zentrum Hainstraße/ Fürstenstraße	15	1.905	6,6	3.500
D-Zentrum Leipziger Straße	5	840	3,3	3.900
D-Zentrum Paul-Bertz-Straße	5	4.095	18,2	4.500
D-Zentrum Robert-Siewert-Straße	13	3.340	12,9	3.900
D-Zentrum Salzstraße	11	1.370	4,9	3.600
D-Zentrum Straße Usti nad Labem	9	2.030	8,2	4.000
D-Zentrum Wittgensdorf	11	1.975	7,0	3.500
D-Zentrum Wolgo-Passage	7	1.485	4,9	3.300
SO Sachsen Allee	73	24.285	85,4	3.500
SO Chemnitz Center	88	99.000	234,5	2.400
SO Alchemnitz Center	25	30.235	76,5	2.500
SO Neefepark	46	26.340	62,6	2.400
Streulagen	1.001	200.030	509,8	2.500
<b>Gesamt</b>	<b>1.832</b>	<b>556.585</b>	<b>1.542,9</b>	<b>2.770</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Standortlagen

<sup>25</sup> Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen den Einstufungen des Zentren- und Standortmodells des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von 2011.



Dabei zeigt sich, dass den Sonderstandorten auch umsatzseitig ein erheblicher Stellenwert beizumessen ist. In Summe übertrifft der Einzelhandelsumsatz an den Sonderstandorten z.B. denjenigen der Innenstadt deutlich. Rund ein Drittel des Gesamtumsatzes entfällt zudem auf Streulagen. Die Nebenzentren (Stadtteil- und Nahversorgungszentren) können in Summe rd. 20 % des Gesamtumsatzes für sich verbuchen. Aufgrund des höheren Anteils nahversorgungsrelevanter Sortimente werden hier auch vergleichsweise hohe Flächenproduktivitäten erreicht.

---

Der Chemnitzer Einzelhandel erzielt einen Umsatz von insgesamt rd. 1,543 Mrd. €. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei rd. 2.770 €/qm Verkaufsfläche und bewegt sich damit deutlich unterhalb des Bundesschnitts von etwa 3.500 €/qm Verkaufsfläche. Ursächlich hierfür sind neben der hohen Verkaufsflächenausstattung und der damit verbundenen intensiven Wettbewerbssituation auch die im bundesweiten Vergleich restriktiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen (v.a. Kaufkraft).

---



## 5.4 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Chemnitz

Folgende einzelhandelsrelevante Planvorhaben sind der Stadt aktuell bekannt:

### **Neefepark:**

Für den als Sonderstandort klassifizierten Neefepark ist ein Umbau der Shoppingmall vorgesehen. Derzeit sieht der Vorhaben- und Erschließungsplan für den Neefepark eine Gesamtverkaufsfläche von maximal 30.000 qm vor (inkl. IKEA und Gartenfachmarkt Klee). Für die Shoppingmall beträgt die zulässige Gesamtverkaufsfläche 15.400 qm.

### **Alt Chemnitz Center**

Für das als Sonderstandort klassifizierte Alt Chemnitz Center ist eine Erweiterung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente vorgesehen. Der B-Plan Nr. 98/05 sieht für das relevante Areal (Sondergebiet 2 „Einkaufszentrum“) eine Verkaufsfläche von maximal 16.900 qm vor, davon bis zu 14.000 qm für zentrenrelevante Sortimente. Die Planungen sehen eine Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche auf 19.400 qm vor sowie der zentrenrelevanten Sortimente auf 18.650 qm.

### **Rabenstein Center**

Das bislang als C-Zentrum eingestufte Rabenstein Center wurde durch einen Rewe-Verbrauchermarkt mit 1.560 qm Verkaufsfläche sowie durch eine Rossmann-Drogerie mit 680 qm Verkaufsfläche auf einem dem Centerkomplex gegenüber liegenden Grundstück ergänzt. Die Flächen befinden sich innerhalb der Abgrenzung des Zentrums. Die Grundsteinlegung erfolgte im Oktober 2015, Anfang September 2016 wurde das Vorhaben fertiggestellt. Insofern sind die beiden Märkte als faktischer Bestand zu berücksichtigen.

### **Birken-Center**

Das leer stehende Objekt im als D-Zentrum ausgewiesenen Birken-Center, welches von einem Lidl-Discounter genutzt wurde, soll voraussichtlich durch einen Sonderpreis-Baumarkt belegt werden. Dieser Baumarkt würde aus dem benachbarten Neukirchen an den Standort ziehen. Das Vorhaben ist mittlerweile umgesetzt.

### **Innenstadt**

In der Innenstadt gab es zuletzt mehrere Geschäftsaufgaben bzw. sind einige weitere angekündigt. So hat der Bekleidungsfilialist Zara sein Geschäft in der Straße der Nationen Mitte 2016 geschlossen. Auch die Esprit-Filiale in der Rat-



hausstraße/Zentralhaltestelle sowie der Süßwarenanbieter Viba in der Inneren Klosterstraße wurden geschlossen. Auch das Mode-Outlet Basler soll geschlossen werden. Das Schuh-Fachgeschäft Sneaker-King am Düsseldorfer Platz, das Bekleidungs-Fachgeschäft Quartier 29 in der Webergasse sowie der Funsport und Streetwear-Anbieter Eastside<sup>26</sup> haben ebenfalls kürzlich geschlossen.

Allerdings gibt es für einige dieser Flächen auch schon wieder Nachmieter. So wird die Konsumgenossenschaft Weimar z.B. die ehemaligen Flächen von Zara und Esprit anmieten, zusammenlegen und ein Bekleidungskaufhaus auf etwa 2.500 qm Verkaufsfläche eröffnen. Esprit wird im Oktober 2016 in der Galerie Roter Turm neu eröffnen.

### **Lebensmittelmärkte**

Darüber hinaus bestehen folgende Planvorhaben im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels:

- Der Penny-Markt am Standort Neefestraße 52k wurde im Dezember 2015 geschlossen. Penny würde gerne 250 m in östliche Richtung zur Goethestraße verlagern.
- Aldi möchte gerne den Markt von der Hermann-Pöge-Straße 2 zum Standort Augsburgener/Ecke Reichenhainer Straße verlagern.
- Bei den bestehenden Märkten Lidl (Eckstraße 4), Aldi (Zwickauer Straße 247b), Aldi (Waldenburger Straße 33) und Lidl (Limbacher Straße 208) liegen Bauanträge bzw. Anträge auf Vorbescheid für eine Erweiterung auf ca. 1.000 qm Verkaufsfläche vor.
- Für die zwei bereits großflächigen Märkte Lidl, Zschopauer Straße 184 und Lidl, Zwickauer Straße 160 plant Lidl ebenfalls eine Vergrößerung, tlw. in Richtung 1.400 qm Verkaufsfläche.
- Für den Standort Pornitzstraße/Reichsstraße musste ein positiver Bauvorbescheid für einen 800 qm großen Discounter erteilt werden. Die Umsetzung ist jedoch noch fraglich.
- Östlich des C-Zentrums Gablenz-Center liegt eine formlose Anfrage für die Errichtung eines Discounters mit 1.200 qm Verkaufsfläche, ggf. zzgl. eines Fachmarkts vor.

<sup>26</sup> Eastside hat eine neue Fläche im Stadtteil Siegmars belegen (etwa 2.000 qm VK). Dies ist in den Zahlen zur Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung bereits berücksichtigt.



## 6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

### 6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Chemnitz

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Chemnitz einen Wert von

rd. 2.260 qm/1.000 Einwohner.

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Deutschland bei rd. 1.500 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Chemnitz deutlich oberhalb des bundesdeutschen Vergleichswerts. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass Chemnitz auch Versorgungsfunktionen für das Umland übernimmt. Nach der Bereinigung um die einzelhandelsrelevante Zentralität (s.u.) für die Stadt Chemnitz ergibt sich eine Netto-Verkaufsflächendichte in Höhe von rd. 1.890 qm/1.000 Einwohner, die damit immer noch deutlich oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts liegt.

<b>Flächendichte der Stadt Chemnitz im Vergleich</b>		
<b>Branchen</b>	<b>Flächendichte*</b>	
	<b>Chemnitz</b>	<b>Mittelwert Oberzentren**</b>
Nahversorgungsrelevante Sortimente	570	500-600
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	390	280-380
Sonstiger aperiodischer Bedarf	360	300-400
Elektrobedarf/elektronische Medien	150	100-150
Möbel/Haus- und Heimtextilien	450	370-470
Bau- und Gartenbedarf	340	330-430
<b>Summe</b>	<b>2.260</b>	<b>2.050-2.250</b>
Quelle: Eigene Berechnungen. * in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. ** Vergleichswerte DLP.		

Tabelle 10: Verkaufsflächendichten im Vergleich

Auch der Vergleich zu anderen Oberzentren zeigt, dass sich die Verkaufsflächen-ausstattung von Chemnitz eher im oberen Bereich der Spannbreite bewegt. Dies



gilt insbesondere für die Segmente Möbel/Haus- und Heimtextilien, Elektrobedarf/elektronische Medien und Bekleidung/Schuhe/Lederwaren.

Im regionalen Vergleich mit den übrigen sächsischen Oberzentren bewegt sich die Verkaufsflächendichte von Chemnitz im Mittelfeld. Während die Großstädte Leipzig und Dresden Verkaufsflächendichten von rd. 1.500 bzw. rd. 1.700 qm/1.000 Einwohner erreichen, liegen Zwickau und Plauen bei rd. 2.600 bzw. rd. 2.900 qm/1.000 Einwohner.<sup>27</sup>

Gegenüber der letzten Untersuchung in 2010/2011 ist die Verkaufsflächendichte von Chemnitz von rd. 2.340 qm/1.000 Einwohner gesunken. Der absolute Rückgang der Verkaufsfläche in Verbindung mit den steigenden Einwohnerzahlen ist hierfür verantwortlich. Gleichwohl ist das Niveau immer noch vergleichsweise hoch.

---

Die Verkaufsflächendichte in Chemnitz fällt mit rd. 2.260 qm/1.000 Einwohner sowohl im bundesdeutschen als auch im regionalen Vergleich relativ hoch aus. Zuletzt ist die Verkaufsflächendichte jedoch gesunken.

---

<sup>27</sup> Quelle: HAFLIS 2015 für Zwickau und Plauen sowie Sekundärdaten aus Zentrenkonzepten für Dresden und Leipzig.



## 6.2 Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Chemnitz ist nach wie vor zu konstatieren, dass die Innenstadt mit einem Flächenanteil von rd. 12 % noch nicht die notwendige Dominanz erreicht. Der Cityanteil konnte gegenüber der letzten Untersuchung in 2010 jedoch geringfügig um 1 %-Punkt gesteigert werden. Nur bezogen auf die zentrenrelevanten Sortimente beträgt der Cityanteil aber immerhin rd. 27 %.

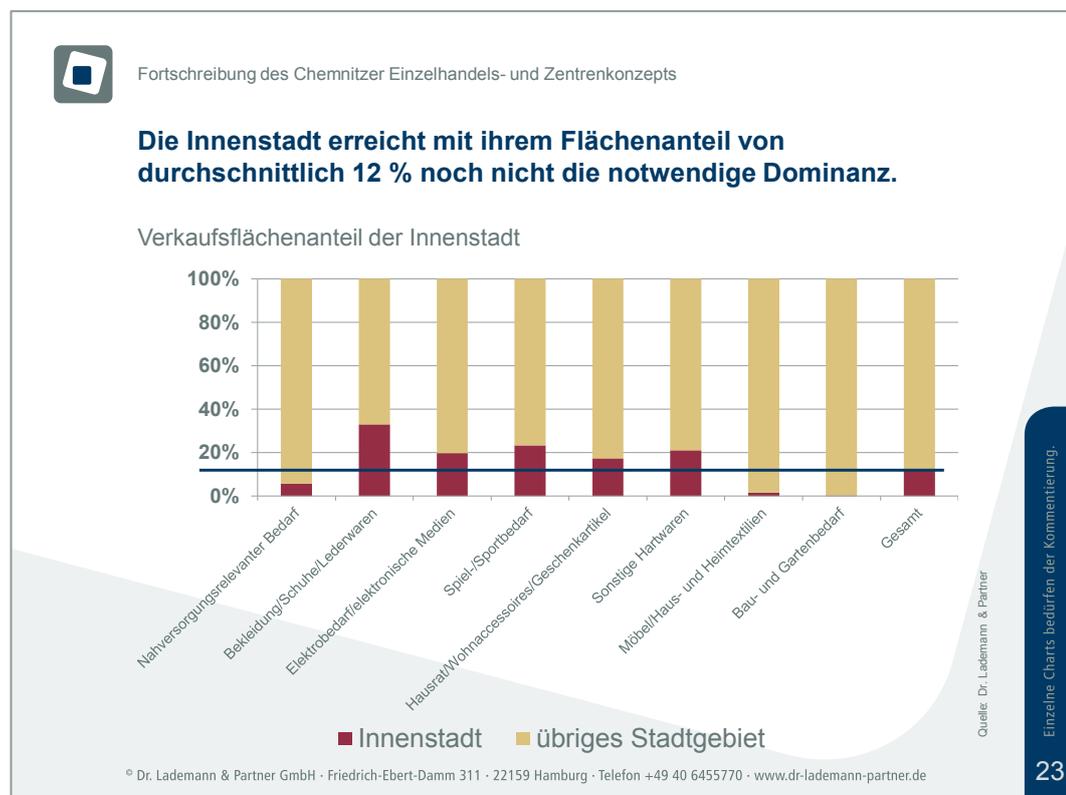


Abbildung 17: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt

Die Citydichte<sup>28</sup> der Chemnitzer Innenstadt liegt demzufolge auch nur bei geringen knapp 280 qm/1.000 Einwohner. Auch im Vergleich zu anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Oberzentren liegt die Citydichte unterhalb der Spannbreiten. Lediglich in Bezug auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf wird ein Wert am unteren Ende des Durchschnitts erreicht. Die innenstadtprägenden zentrenrelevanten Sortimente weisen jedoch eine vergleichsweise geringe Citydichte auf.

<sup>28</sup> Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt.



<b>Citydichte der Stadt Chemnitz im Vergleich</b>		
<b>Branchen</b>	<b>Flächendichte*</b>	
	<b>Chemnitz</b>	<b>Spannbreite**</b>
Nahversorgungsrelevante Sortimente	33	30-60
Zentrenrelevante Sortimente	236	330-650
davon Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	130	180-300
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	9	20-60
<b>Summe</b>	<b>278</b>	<b>370-770</b>
Quelle: Eigene Berechnungen.		
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.		
** Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.		

Tabelle 11: Citydichte der Innenstadt im Vergleich

Gegenüber der letzten Untersuchung in 2010 konnte die Citydichte aber um rd. 27 qm gesteigert werden (+ rd. 10 %). Die Entwicklungstendenz ist demnach positiv.

Die Innenstadt konnte zuletzt zwar an Verkaufsfläche zulegen, die notwendige Dominanz innerhalb der Chemnitzer Einzelhandelsstruktur wird jedoch noch nicht erreicht. Sowohl die Citydichte als auch der Cityanteil an der Gesamtverkaufsfläche fallen unterdurchschnittlich aus. Die Entwicklungstendenz ist jedoch positiv.



### 6.3 Nahversorgungssituation in Chemnitz

#### 6.3.1 Verkaufsflächenangebot und -dichte

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Chemnitz sind mit Stand Oktober 2015 insgesamt 101 strukturprägende Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne LEH-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) angesiedelt mit einer

Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von rd. 92.000 qm.

Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) beträgt die Verkaufsfläche etwa 135.000 qm. Die Flächendichte im nahversorgungsrelevanten Bedarf innerhalb der Stadt Chemnitz liegt damit bei

ca. 570 qm/je Tausend Einwohner (Bundesdurchschnitt rd. 500 qm je 1.000 EW).

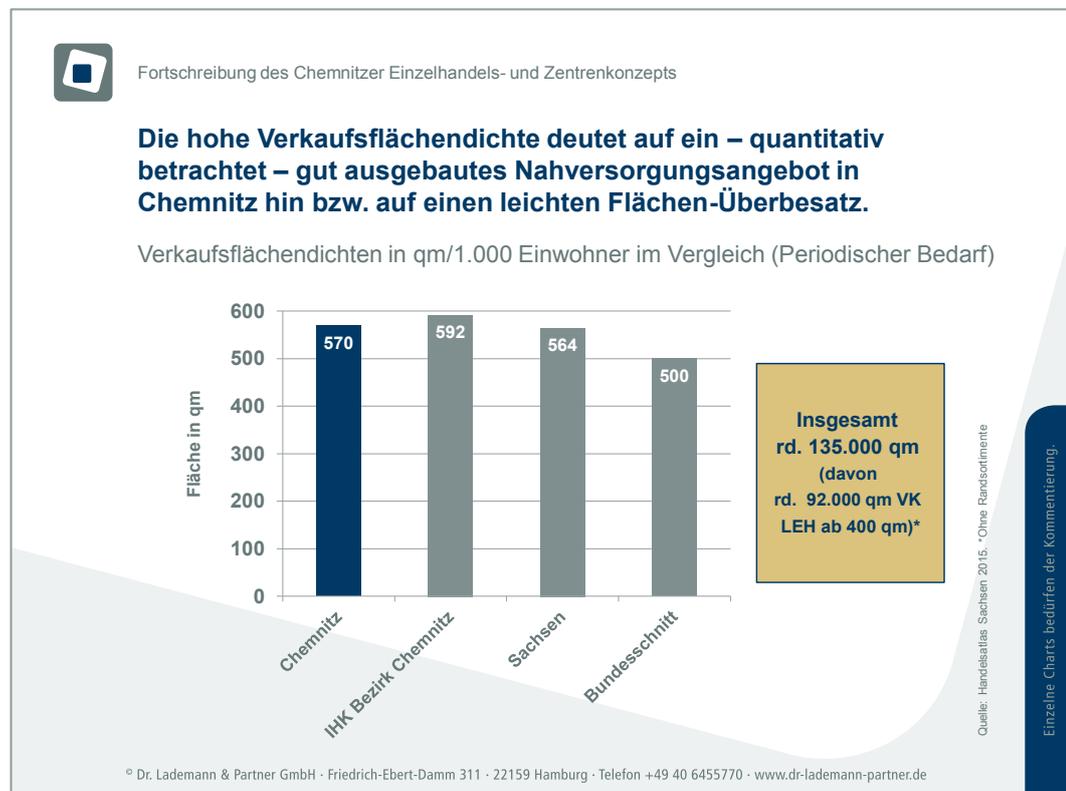


Abbildung 18: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte im Vergleich



In absoluten Zahlen gemessen hat die Anzahl der Betriebe in den letzten fünf Jahren leicht abgenommen, während die Verkaufsfläche um etwa 2.000 qm zugenommen hat. Die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte ist damit um rd. 20 qm angewachsen. Verantwortlich hierfür sind neben Neuansiedlungen vor allem auch Erweiterungen bestehender Betriebe.

Angesichts der oberzentralen Versorgungsfunktion für das Umland muss die hohe Verkaufsflächendichte ein Stück weit relativiert werden. Gleichwohl ist für Chemnitz zu konstatieren, dass die Verkaufsflächenausstattung im Bereich der Nahversorgung insgesamt betrachtet überdurchschnittlich hoch ausfällt. Künftig wird es daher weniger auf den grundsätzlichen Ausbau der Nahversorgung ankommen, als vielmehr auf eine qualitative Aufwertung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen sowie auf die Schließung räumlicher Versorgungslücken.

Differenziert nach den SEKo-Gebieten stellt sich die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte in Chemnitz unterschiedlich dar. Dabei fällt auf, dass vor allem die eher dörflich geprägten Gebiete erwartungsgemäß über unterdurchschnittliche Verkaufsflächendichten verfügen.

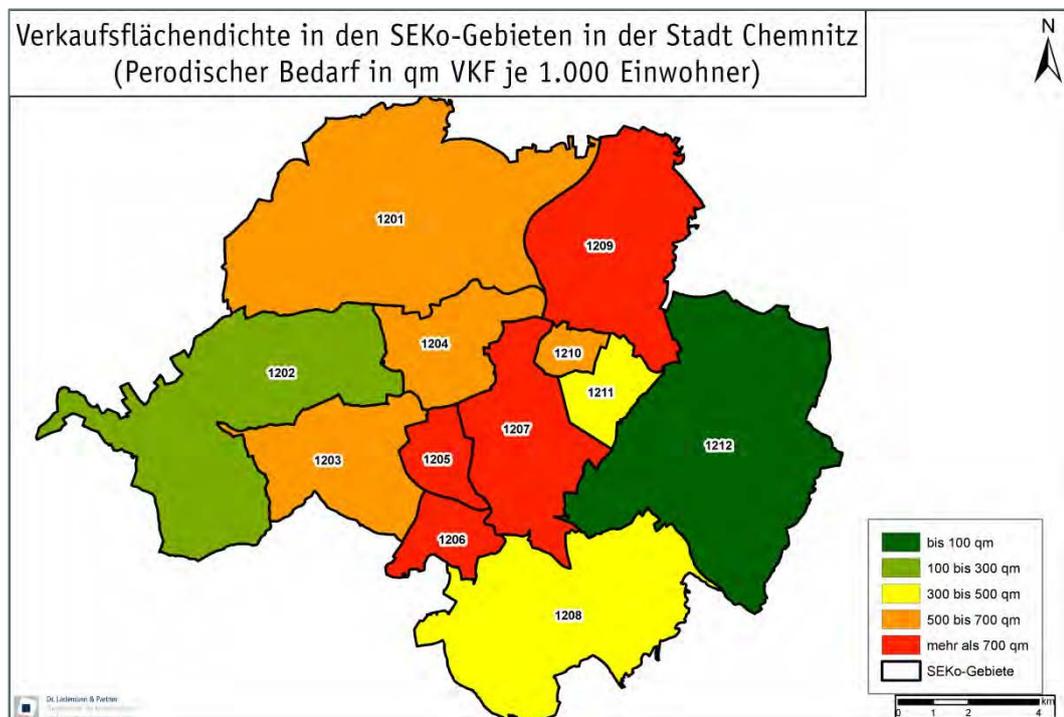


Abbildung 19: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte nach SEKo-Gebieten



### 6.3.2 Räumliche Versorgungssituation

Eine hohe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt jedoch noch nichts über die räumliche Verteilung des Angebots aus. Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen - Nahversorgungsbetriebe<sup>29</sup> im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 500-m-Radien um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich bis zu zehn Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die nachfolgende Karte zeigt, ist ein Großteil der strukturprägenden Nahversorger entlang der Verkehrsachsen angeordnet. In diesen Bereichen ist die Nahversorgungsabdeckung entsprechend hoch. Dies gilt insgesamt auch für weite Teile der kernstädtisch geprägten Stadtteile sowie der Gebiete mit hoher Bevölkerungsdichte.

<sup>29</sup> Der Rewe-Markt in Rabenstein ist hier bereits berücksichtigt worden. Ebenso ist die Aufgabe von Penny in der Neefestraße berücksichtigt.

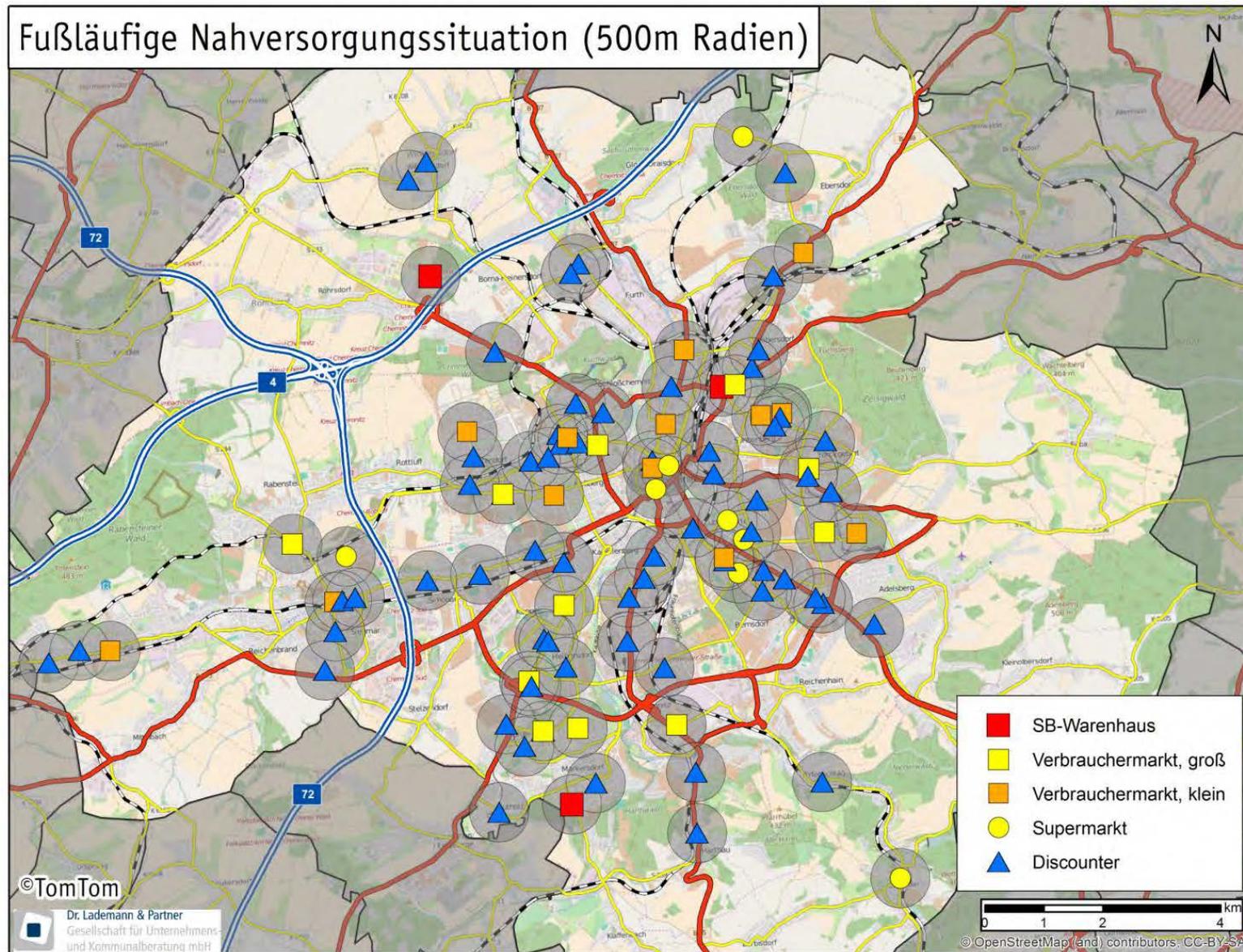


Abbildung 20: Fußläufige Nahversorgungssituation in Chemnitz



Es zeigt sich aber auch, dass es vor allem in Randgebieten sowie in den dörflich strukturierten Stadtteilen durchaus auch größere räumliche Versorgungslücken gibt. Diese werden angesichts des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials, der z.T. abgelegenen Lage und den z.T. bandartig, wenig kompakten Siedlungsstrukturen auch künftig nur schwer zu schließen sein. Hier kommt es darauf an, alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu schaffen (z.B. Nachbarschaftsläden, aber auch mobile Händler, Lieferservice etc.).

Bezogen auf einen 500m-Radius sind damit knapp 70 % der Einwohner von Chemnitz fußläufig versorgt. Der Anteil fußläufig versorgter Personen ist in den letzten Jahren leicht zurückgegangen, da sich einige der Nahversorger „aus der Fläche“ zurückgezogen haben.

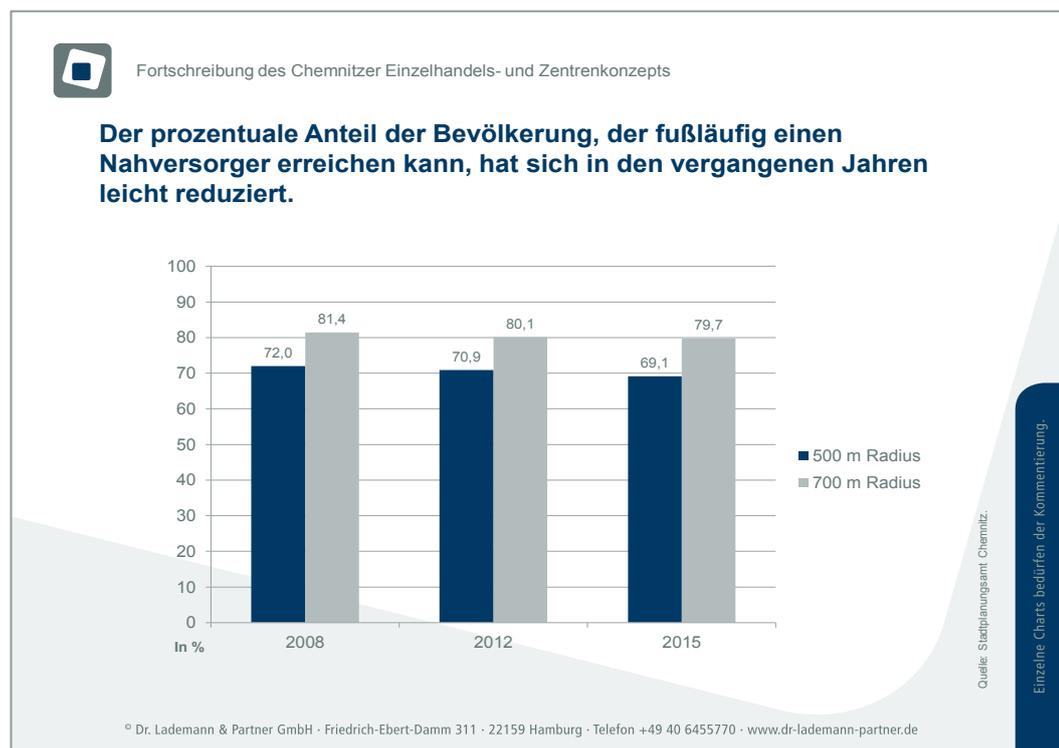


Abbildung 21: Versorgungsgrad der Nahversorgung in Prozent

Die nachfolgende Abbildung zeigt neben den Bereichen, die fußläufig versorgt sind, auch die Bevölkerungsdichten im Stadtgebiet. Danach lassen sich durchaus auch Bereiche identifizieren, die eine vergleichsweise hohe Bevölkerungsdichte aufweisen, aber dennoch keinen fußläufig erreichbaren Nahversorger vorhalten. Diese Bereiche sind als künftige „Suchstandorte“ für die Ansiedlung von Nahversorgern zu priorisieren.



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

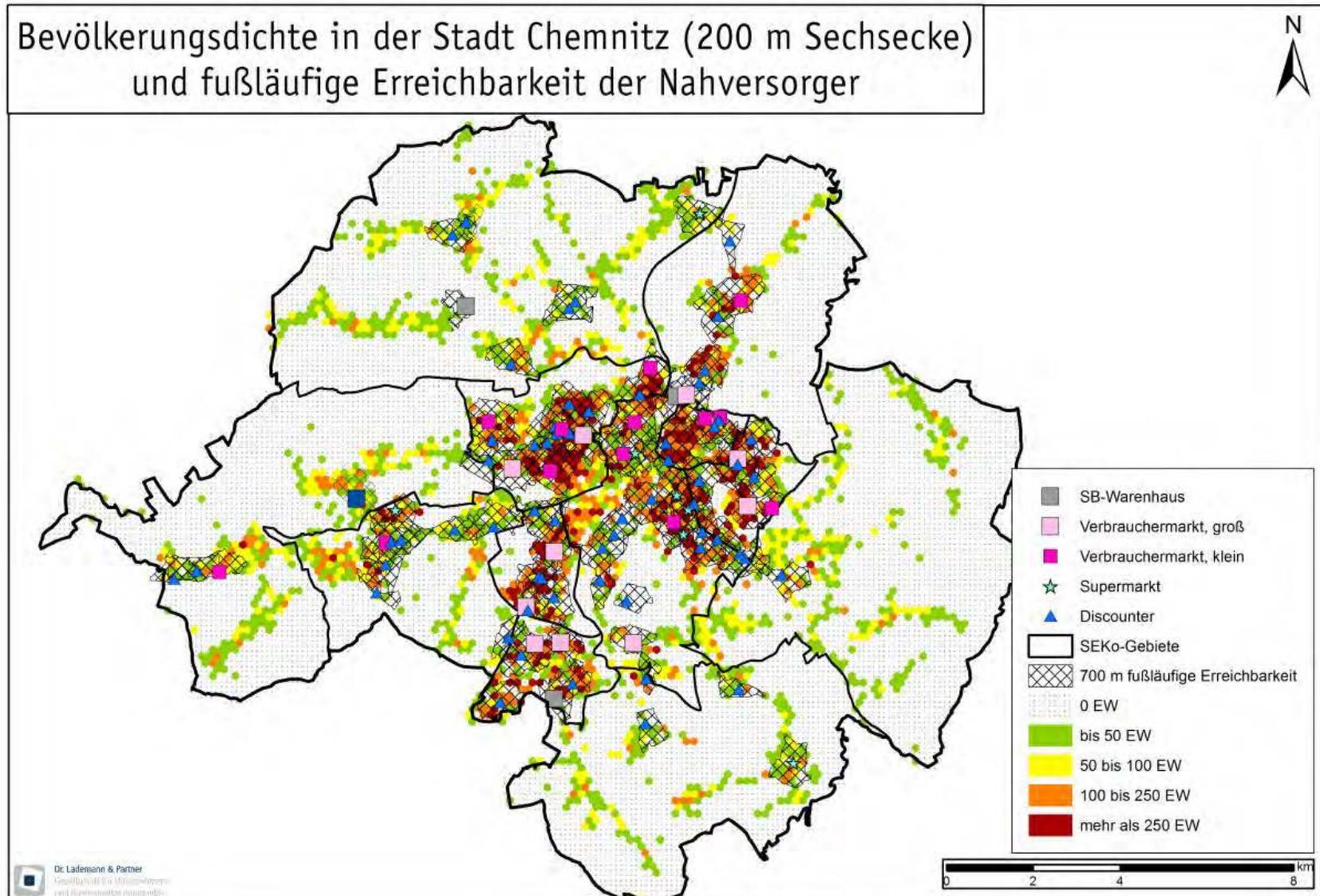


Abbildung 22: Bevölkerungsdichte und Nahversorgungssituation



### 6.3.3 Betriebstypenstruktur

Die Auswertung der nahversorgungsrelevanten Betriebstypenstruktur zeigt ein deutliches Übergewicht der Lebensmitteldiscounter im Verhältnis zu den vollsortimentierten Anbietern<sup>30</sup>. Dies gilt sowohl im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe als auch im Hinblick auf die Verkaufsflächen. So entfallen rd. 66 % aller Lebensmittelanbieter ab 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte) auf Discounter (der Bundesschnitt liegt bei rd. 56 %). Bezogen auf die Flächen sind es rd. 48 % (der Bundesschnitt liegt bei rd. 35 %). Für die Chemnitzer Nahversorgungsstruktur ist demnach ein deutliches Übergewicht zu Lasten vollsortimentierter Anbieter festzustellen. Allerdings sei darauf hingewiesen, dass die Discounterquote im regionalen Vergleich (Land Sachsen) sogar knapp unter den Durchschnittswerten liegt.<sup>31</sup>

<b>Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*</b>			
	<b>Anteil Stadt</b>	<b>Anteil Deutschland</b>	<b>Abweichung in %-Punkte</b>
Vollsortimenter	34%	44%	-10%
Discounter	66%	56%	10%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handelsdaten aktuell 2015. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.			
<b>Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*</b>			
	<b>Anteil Stadt</b>	<b>Anteil Deutschland</b>	<b>Abweichung in %-Punkte</b>
Vollsortimenter	52%	65%	-13%
Discounter	48%	35%	13%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handelsdaten aktuell 2015. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.			

Tabelle 12: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH

Gegenüber der Situation in 2010 ist die Discounterquote jedoch rückläufig. So betrug der Discounteranteil bezogen auf die Anzahl der Betriebe in 2010 noch rd. 70 % und bezogen auf die Verkaufsfläche rd. 51 %.

Auf die Lebensmitteldiscounter entfallen insgesamt rd. 52.500 qm Verkaufsfläche<sup>32</sup>, verteilt auf 67 Betriebe. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt

<sup>30</sup> SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Supermärkte.

<sup>31</sup> Quelle: Handelsatlas für den Freistaat Sachsen 2015.

<sup>32</sup> Gesamtverkaufsflächen inkl. Randsortimente.



damit bei rd. 780 qm je Betrieb und damit knapp über dem Bundesschnitt von rd. 750 qm Verkaufsfläche je Betrieb.<sup>33</sup> Vor dem Hintergrund, dass Lebensmittel-discounter mittlerweile Verkaufsflächen von 800 qm bis 1.200 qm Verkaufsfläche nachfragen, ist aber dennoch zu erwarten, dass die Anfragen und Anträge auf Erweiterungen von Bestandsstandorten in den nächsten Jahren zunehmen werden.

Die Vollsortimenter kommen auf eine Verkaufsfläche von knapp 56.000 qm, verteilt auf 35 Betriebe. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt damit bei rd. 1.590 qm je Betrieb und damit exakt im Bundesschnitt. Zwar haben viele der im Stadtgebiet verorteten Betriebe ihre Flächen in den letzten Jahren an gängige Ausstattungsstandards angepasst. Gleichwohl wird es auch bei den Vollsortimentern künftig noch einen Anpassungsbedarf geben.

<b>Betriebstypenstruktur im Lebensmitteleinzelhandel</b>			
<b>Betriebstyp</b>	<b>mittlere Gesamtgröße in qm*</b>		<b>Anzahl der Betriebe</b>
	<b>Spannbreiten</b>	<b>Chemnitz</b>	
SB-Warenhäuser	5.000 - 6.000	5.517	3
Große Verbrauchermärkte	1.500 - 5.000	2.128	8
Kleine Verbrauchermärkte	800 - 1.500	1.154	15
Supermärkte	400 - 800	543	9
Lebensmittel-Discounter	700 -900	783	67
Quelle: Daten aus HAFLIS *Gesamtverkaufsflächen inkl. Randsortimente			

Tabelle 13: Betriebstypenstruktur und mittlere Flächengrößen im LEH

Rein quantitativ verfügt Chemnitz über eine hohe nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenausstattung. Je nach Lage im Stadtgebiet fällt diese in Teilen jedoch unterschiedlich aus. So gibt es durchaus auch Bereiche im Stadtgebiet, die trotz einer vergleichsweise hohen Bevölkerungsdichte keinen Nahversorger im fußläufigen Einzugsgebiet aufweisen. Die eher dörflich geprägten Gebiete weisen z.T. ebenfalls räumliche Versorgungslücken auf, die jedoch perspektivisch nur schwer zu schließen sein werden. Hinsichtlich der Betriebstypenstruktur ist nach wie vor eine hohe Discounterquote festzustellen, die jedoch zuletzt etwas zurückgegangen ist. Die durchschnittlichen Betriebsgrößen weisen darauf hin, dass es in den nächsten Jahren sowohl im Discountsegment als auch bei den Vollsortimentern weitere Erweiterungsbestrebungen geben wird.

<sup>33</sup> Quelle: EHI Handelsdaten 2015.



## 6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Chemnitz

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung ergibt sich für die Stadt Chemnitz eine Einzelhandelszentralität<sup>34</sup> von

rd. 137 %.

Dieser Wert zeigt, dass wesentliche Teile des Chemnitzer Einzelhandelsumsatzes mit Kunden aus dem Umland generiert werden. Der getätigte Umsatz vor Ort lag rd. 37 % über der am Ort vorhandenen Nachfrage. Teile des Einzelhandelsumsatzes sind somit auf Zuflüsse aus dem Umland – u.a. infolge der oberzentralen Versorgungsfunktion, der Nähe zur tschechischen Grenze, der guten regionalen Verkehrsanbindung sowie des positiven Pendlersaldos - zurückzuführen.

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Chemnitz sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 103 %. Signifikante Umsatzzuflüsse aus dem Umland bestehen damit nicht. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass das Nahversorgungsangebot im Umland in den letzten Jahren immer weiter ausgebaut wurde. Die hohe Distanzsensibilität der Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln trägt dazu bei, dass die Umlandbewohner ihren Bedarf weitgehend am Wohnort decken.

<sup>34</sup>Bezogen auf das Nachfragepotenzial des Einzelhandels im engeren Sinne (ohne Online-Handel/nur stationärer Einzelhandel). Bezogen auf den Einzelhandel im weiteren Sinne (inkl. Online-Handel) liegt die Einzelhandelszentralität von Chemnitz bei insgesamt rd. 119 %.



- Die zentrenrelevanten Sortimente weisen einen Zentralitätswert von rd. 219 % auf. Hier bestehen funktionsgerecht für ein Oberzentrum erhebliche Umsatzzuflüsse aus dem Umland. Insbesondere im Segment Bekleidung/Schuhe/Lederwaren profitiert der Chemnitzer Einzelhandel von Kaufkraftzuflüssen. Aber auch in vielen anderen Branchen sind signifikante Kaufkraftzuflüsse zu konstatieren.
- Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente verfügen über eine Einzelhandelszentralität in Höhe von rd. 135 %. Maßgeblicher Treiber für die Zentralität ist hier die Branche Möbel/Haus- und Heimtextilien, die besonders starke Umsatzzuflüsse aus dem Umland verzeichnen kann.

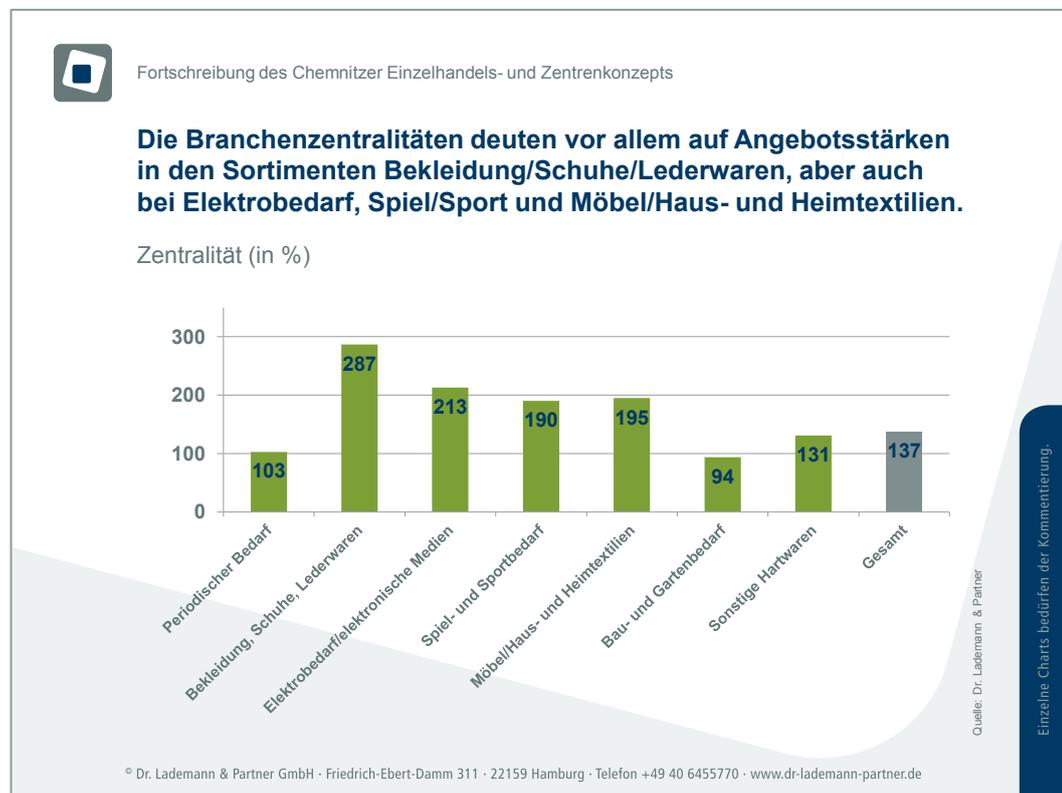


Abbildung 23: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Chemnitz

Die Einzelhandelszentralität von Chemnitz liegt aktuell bei rd. 137 %. Sowohl im zentren- als auch im nicht-zentrenrelevanten Bedarf bestehen signifikante Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland.



### 6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Chemnitz in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Chemnitz über alle Sortimente bei ca. 94 %, sodass die Abflüsse rd. 66 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt rd. 469 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Chemnitz in Höhe von rd. 394 Mio. € zuzüglich der Potenzialreserve durch Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt rd. 75 Mio. € (ca. 5 %).

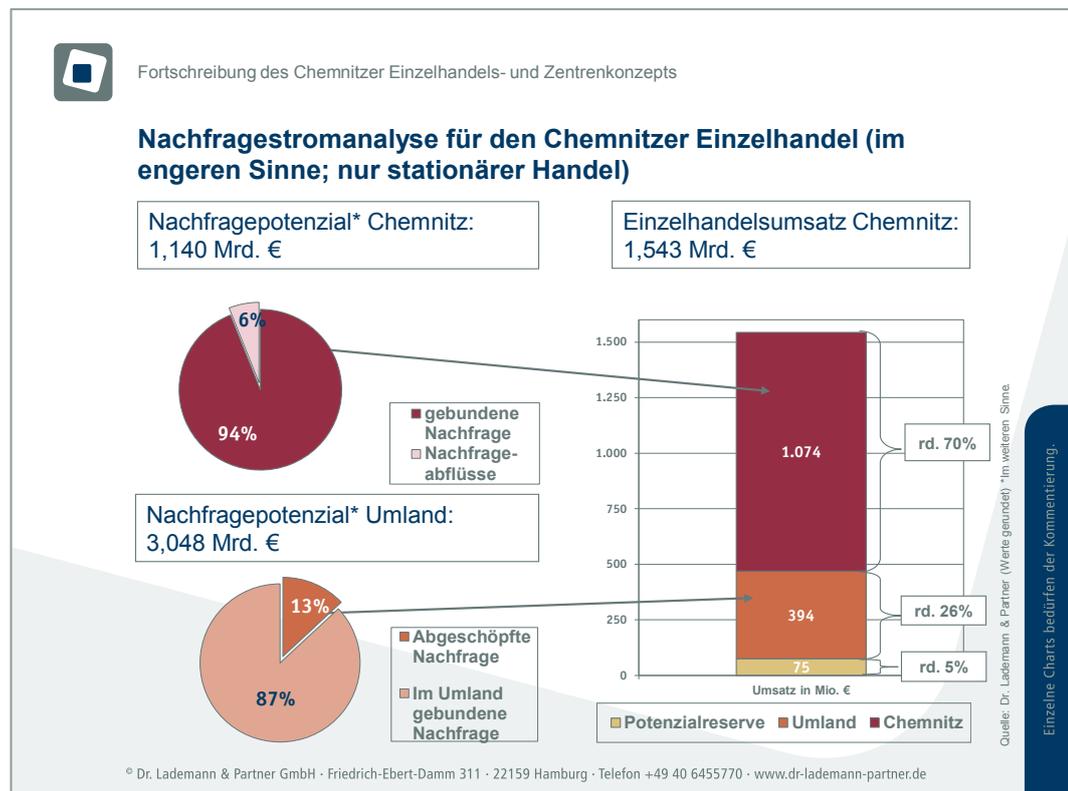


Abbildung 24: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Chemnitz

Der lokale Einzelhandel kann rd. 94 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 469 Mio. € von außen zu.



## 7 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Chemnitz

---

### 7.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Chemnitz als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Chemnitz insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Chemnitz heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen in Chemnitz haben sich in den letzten fünf Jahren kontinuierlich positiv entwickelt. Auch für die nächsten Jahre kann von einer weiter ansteigenden Bevölkerungszahl ausgegangen werden, die auch durch die aktuelle Flüchtlingswelle nach Deutschland beeinflusst werden wird. Auch wenn für das Umland von rückläufigen Einwohnerzahlen auszugehen ist, so lassen sich aus der positiven Einwohnerentwicklung in Chemnitz zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale ableiten. Die demografische Entwicklung bewirkt zudem zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Onlinehandels hinzuweisen, so dass für die nächsten Jahre (branchenabhängig) eher mit rückläufigen Ausgaben im stationären Einzelhandel gerechnet werden muss.



- Die Betriebstypendynamik ist auch für Chemnitz zu beobachten: So ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten der Großflächen<sup>35</sup> auch hier Verkaufsflächenpotenziale entstehen. Die Bestandsentwicklung der letzten Jahre zeigt zudem nach wie vor eine ansteigende durchschnittliche Verkaufsfläche je Betriebseinheit.
- Die Einzelhandelszentralität bewegt sich insgesamt auf einem hohen Niveau und lässt sich nur noch bedingt steigern. Gleichwohl erscheint in einzelnen Branchen noch eine stärkere Nachfrageabschöpfung aus dem Umland plausibel. Ausbaupotenziale lassen sich vor allem in den Branchen Bau- und Gartenbedarf, Babybedarf und Spielwaren erkennen.
- Die Flächenausstattung liegt in Chemnitz insgesamt auf einem hohen, deutlich überdurchschnittlichen Niveau. Lücken im Branchenmix sind zudem nicht zu erkennen. Gleichwohl lassen sich strukturelle Defizite in der Betriebstypenstruktur im Lebensmitteleinzelhandel sowie in der Raumstruktur des Einzelhandels feststellen. So sind vollsortimentierte Lebensmittelhändler gegenüber den Discountern etwas unterrepräsentiert und auch die durchschnittlichen Betriebsgrößen – sowohl im Discount als auch im Vollsortiment – lassen auf einen Anpassungsbedarf schließen. Zudem weist die Innenstadt nach wie vor eine zu geringe Citydichte bzw. einen zu geringen Verkaufsflächenanteil (vor allem auch im Hinblick auf die zentrenrelevanten Sortimente) im Vergleich zu den Sonderstandorten auf.
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch nochmals zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Darüber hinaus können sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die Berücksichtigung einer verträglichen Umsatzumverteilung ergeben. Denn letztlich wird und kann ein Ansiedlungsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zu

<sup>35</sup> Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird. Besonders stark davon betroffen ist der Lebensmitteleinzelhandel. Ein weiteres Beispiel dafür ist der Möbeleinzelhandel, der durch eine starke Tendenz in Richtung sehr groß dimensionierte Wohnkaufhäuser gekennzeichnet ist, während z.B. in den Branchen Bücher und Elektronik Redimensionierungstendenzen zu beobachten sind.



Lasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Umsatzumverteilung).

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

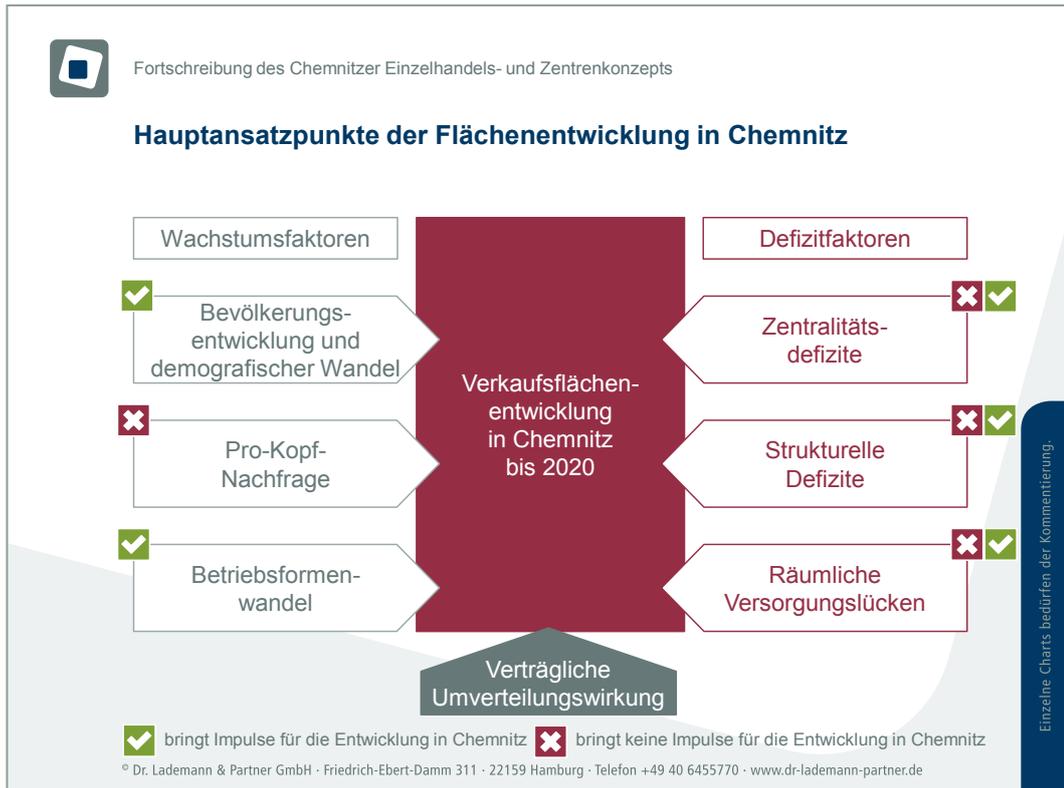


Abbildung 25: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Chemnitz



## 7.2 Strategische Orientierungsprinzipien und Leitziele der künftigen Einzelhandelsentwicklung

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

### am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt und der Nebenzentren (Stadtteil- und Nahversorgungszentren) sicherzustellen. Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Das

### Prinzip der dezentralen Konzentration

lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.



Abbildung 26: Strategische Orientierungsprinzipien

Als Herausforderung sind dabei der sich verschärfende interkommunale Wettbewerb sowie die stark wachsende Bedeutung des Online-Handels anzusehen. Die zentralörtliche Position der Stadt Chemnitz sollte daher vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für das Umland gesichert und gestärkt werden. Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei auf gesamtstädtischer Ebene aufgrund der hohen Flächenausstattung künftig in erster Linie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden. Die Bemühungen sollten dabei insbesondere darauf abzielen, die Innenstadt zu stärken und Erosionstendenzen in den Stadtteilzentren zu stoppen bzw. umzukehren.



Konkret ist folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:



Abbildung 27: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Konzentration auf die Zentren“, hierbei

- Positionierung der Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der (hoch) zentrenrelevanten Sortimente sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an großflächigen und sogkräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten und die Innenstadt als attraktivsten Einzelhandelsstandort der Region – sowohl auf der Ebene des Einzelhandels als auch auf der Ebene des Städtebaus - weiterzuentwickeln.
- Die C-Zentren sind als Stadtteilzentren mit einem breiten Funktionsumfang weiterzuentwickeln und sollen ein konzentriertes Angebot an Einzelhandelsnutzungen (nahversorgungsrelevant und zentrenrelevant) und ergänzenden Nutzungen bereitstellen. Die Stadtteilzentren verstehen sich dabei als woh-nortnahe Ergänzungsstandorte zum Innenstadtangebot und verfügen über mittlere Einzugsgebiets-Radien, die sich i.d.R. auf die jeweils umgebenden Stadtteile erstrecken.



- Die D-Zentren sollten als Nahversorgungszentren primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet sein. Dabei sollte im Sinne eines Zentrums neben Einzelhandelsfunktionen auch ein Mindestmaß an ergänzenden Nutzungen vorgehalten werden. Zentrenrelevante Sortimente sollten ausschließlich in Form arrondierender Kleinflächen angeboten werden. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten stattdessen den zentralen Versorgungsbereichen höherer Hierarchiestufen vorbehalten sein. Die Einzugsgebiete erstrecken sich i.d.R. auf die umliegenden Wohngebiete.
- Die Privilegierten Nahversorgungsstandorte stellen keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB dar. Sie übernehmen allerdings eine wichtige Funktion bei der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung und finden sich in siedlungsintegrierter Lage. Dabei handelt es sich i.d.R. um solitär gelegene Lebensmittelbetriebe. Ergänzende Funktionen und zentrenrelevanter Einzelhandel sind an diesen Standorten nicht vorgesehen.
- Die vor allem autoorientiert gelegenen Einkaufszentren und größeren Einzelhandelsagglomerationen sind als zentralitätsbildende Sonderstandorte zu behandeln. Der Schwerpunkt dieser Sonderstandorte sollte eher dem ‚Lastkauf‘ i.S. des Versorgungseinkaufs entsprechen. D.h., das Profil sollte hier künftig stärker in Richtung des rein versorgungsorientierten Einkaufs typischer ‚Kofferraumsortimente‘ ausgerichtet sein und sich damit auf ein zur Innenstadt arbeitsteiliges, fachmarktorientiertes Profil konzentrieren. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte vor allem auf dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich liegen. Eine Weiterentwicklung der Sonderstandorte im zentrenrelevanten sowie im nahversorgungsrelevanten Bedarf sollte in jedem Falle verhindert werden, um die Zentren und insbesondere die Innenstadt in ihren Entwicklungsperspektiven nicht zu beeinträchtigen. Der bestehende Umfang zentrenrelevanter Angebote ist gleichwohl über den Bestandsschutz abgesichert. Auch die Entwicklung eines weiteren (peripheren) Einzelhandelspols ist vor dem Hintergrund des begrenzten Flächenrahmens und der unterdurchschnittlichen Bedeutung der Innenstadt als Haupteinkaufsort weder möglich noch empfehlenswert.
- Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandels-



strukturen zu vermeiden, sofern es sich dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die sich in den definierten „Suchräumen“<sup>36</sup> für Nahversorger befinden.

Als wesentliche Leitziele der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Chemnitz werden im Rahmen der aktuellen Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts definiert:

- Die Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt
- Die Sicherung der definierten zentralen Versorgungsbereiche
- Die Sicherung und Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass Wettbewerb innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche erlaubt und erwünscht ist, sofern sich daraus keine negativen Auswirkungen auf umliegende zentrale Versorgungsbereiche ergeben. Um negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche ausschließen zu können, empfiehlt es sich daher, zumindest bei groß dimensionierten Vorhaben auf Verträglichkeitsprüfungen zurückzugreifen.

Einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung leisten neben den Zentren auch Nahversorger in siedlungsintegriert gelegenen Streulagen. Diese sind als Privilegierte Nahversorgungsstandorte zu sichern. Entwicklungen an Ausfallstraßen ohne Wohngebietsbezug sind dagegen restriktiv zu behandeln.

Bereits bestehende Betriebe haben unabhängig von ihrem Standort Bestandschutz. Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und an den Privilegierten Nahversorgungsstandorten sind den Bestandsbetrieben auch Entwicklungsmöglichkeiten zur Standortsicherung einzuräumen, die Verkaufsflächenerweiterungen beinhalten können. Erweiterungsbestrebungen von Betrieben mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind außerhalb der Zentren und der Privilegierten Nahversorgungsbetriebe restriktiv zu beurteilen.

<sup>36</sup> Siehe Kap. 7.4



## 7.3 Zentrenkonzept für die Stadt Chemnitz

### 7.3.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Chemnitz unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (Innenstadt und Nebenzentren<sup>37</sup>) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Sonderstandorte) sowie privilegierte Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.<sup>38</sup>

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen

<sup>37</sup> Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren.

<sup>38</sup> Vgl. § 34 Abs. 3 BauGB.



Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur<sup>39</sup> haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Ge-

<sup>39</sup> Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



werbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Ebenfalls nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind die Privilegierten Nahversorgungsstandorte. Hierbei handelt es sich im Regelfall über solitär gelegene Standorte des Lebensmitteleinzelhandels, die für die wohnortnahe Grundversorgung eine wichtige Funktion einnehmen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich im Wesentlichen auf das nahe gelegene Umfeld, ergänzende Funktionen weisen die Standorte in der Regel nicht auf. Insofern geht von diesen Standorten auch kein Zentrumscharakter aus. Da das Baurecht keinen einzelbetrieblichen Konkurrenzschutz vorsieht, entfaltet sich demnach für die Privilegierten Nahversorgungsstandorte auch nicht der Schutzstatus der zentralen Versorgungsbereiche.

Die im Folgenden näher erläuterten funktionalen und städtebaulichen Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Chemnitz:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.



Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Innenstadtzentren (A-Zentren):

- Größerer Einzugsbereich: In der Regel gesamtes Stadtgebiet und ggf. weiteres Umland
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und ggf. auch nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz- sowie mittel- und langfristigen Bedarf; diverse zentrenergänzende Nutzungen

Bezirks- und Stadtteilzentren (B- und C-Zentren):

- Mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke und Stadtteile größerer Städte
- Regelmäßig größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf

Nahversorgungszentren (D-Zentren)

- Kleiner Einzugsbereich: Auf bestimmte Quartiere größerer Städte beschränkt
- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs

Neben den zentralen Versorgungsbereichen können in einem Zentrenmodell auch Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung dargestellt werden, die zwar die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht vollständig erfüllen, denen aber dennoch eine wichtige Funktion hinsichtlich ihrer Versorgungsbedeutung für die Stadt zukommt.

Privilegierte Nahversorgungsstandorte

- Einzugsbereich: direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- Oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort
- Keine oder nur sehr wenige arrondierende Nutzungen



### Zentralitätsbildende Sonderstandorte/Ergänzungsstandorte

- Überörtlicher Einzugsbereich
- Peripher gelegene Einkaufszentren, die sich in weitgehend autokundenorientierter Lage befinden; z.T. auch durch flächenextensive Sortimente des nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereichs gekennzeichnet
- Z.T. geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen
- Vorwiegend fachmarktorientierte Nutzungen

### 7.3.2 Chemnitzer Zentren- und Standortmodell

Für Chemnitz lässt sich daraus folgendes Zentren- und Standortmodell ableiten:

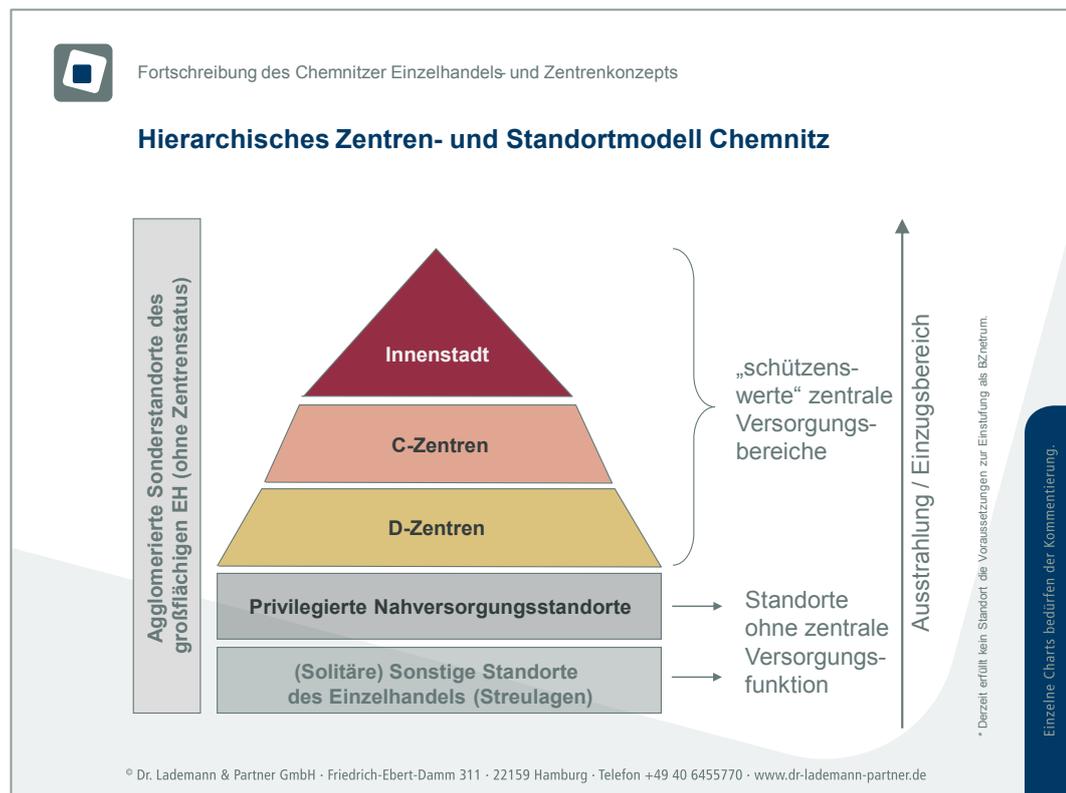


Abbildung 28: Hierarchisches Zentren- und Standortmodell

In der Stadt Chemnitz konnten neben der Innenstadt fünf C-Zentren und 15 D-Zentren im Sinne des § 34 BauGB ausgemacht werden. Die Kategorie B-Zentrum wird derzeit von keinem Standortbereich erfüllt. Dementsprechend besteht zwi-



schen der Innenstadt und den übrigen zentralen Versorgungsbereichen ein deutlicher inhaltlicher bzw. versorgungsfunktionaler Unterschied.

Darüber hinaus wurden sieben Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels (kein zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 BauGB) identifiziert sowie 19 Privilegierte Nahversorgungsstandorte.

Nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der Zentren und sonstigen Standorte im Stadtgebiet:

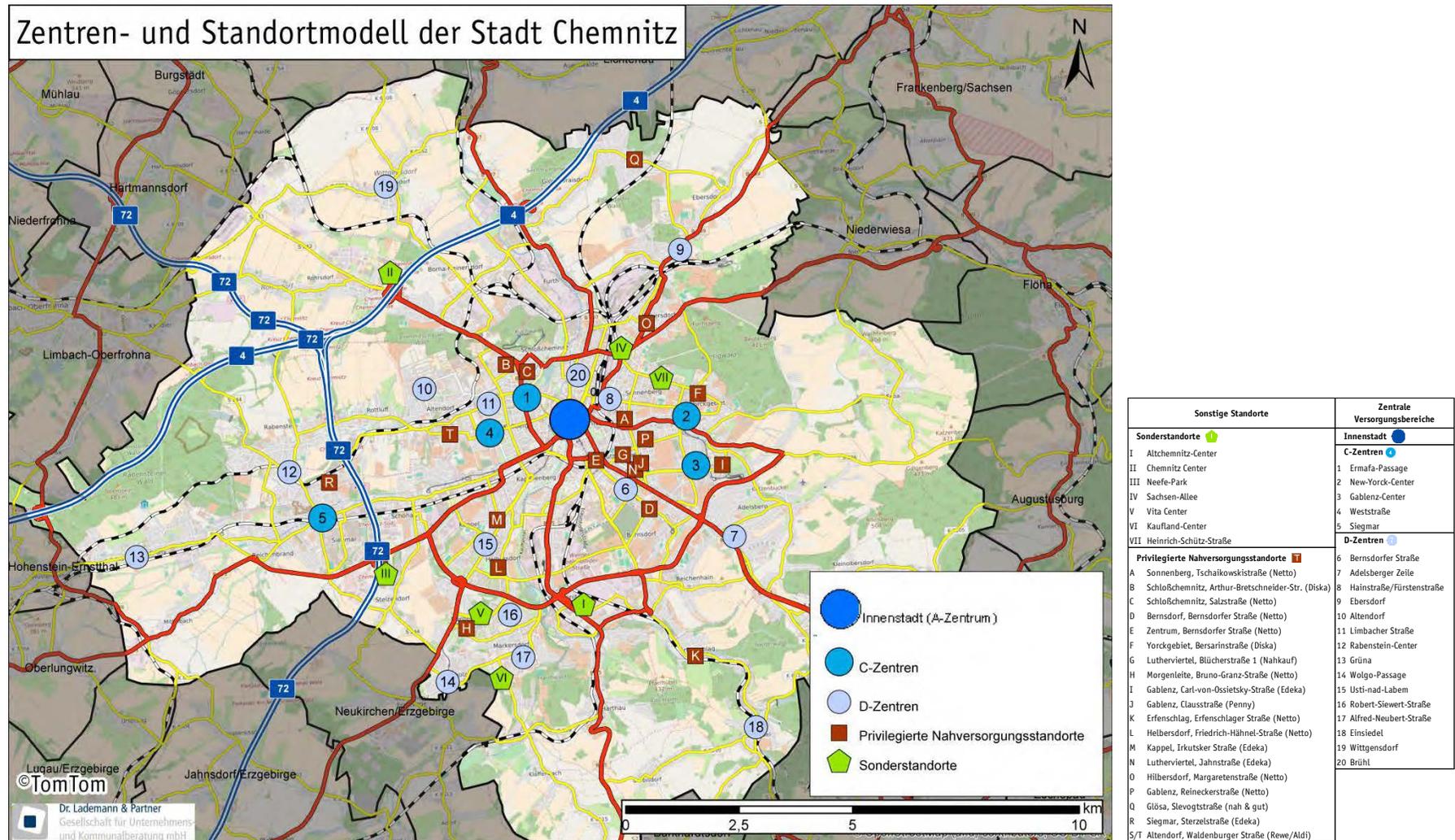


Abbildung 29: Zentren- und Standortstruktur des Chemnitzer Einzelhandel



### 7.3.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche

#### **Innenstadt (A-Zentrum)**

Die Chemnitzer Innenstadt bildet als zentral im Stadtgebiet gelegener und identitätsstiftender Einzelhandelsstandort das A-Zentrum im Chemnitzer Zentrenmodell.

#### **B-Zentren**

Im Stadtgebiet konnte kein Standortbereich identifiziert werden, der uneingeschränkt der Kategorie eines B-Zentrums entspricht.

In den vorherigen Konzepten war das Vita-Center noch als B-Zentrum ausgewiesen. Dieses war ursprünglich als Versorgungsschwerpunkt für die Großwohnsiedlung Fritz-Heckert-Gebiet konzipiert worden. Den mit der Ausweisung eines B-Zentrums verbundenen Charakter eines übergeordneten (und überörtlich ausstrahlenden) Stadtteilzentrums hat das Vita-Center in den zurückliegenden Jahren jedoch zunehmend verloren.

Das Objekt weist zwar eine Vielzahl von ergänzenden Nutzungen auf, stellt aber im Kern ein Einkaufszentrum in einer nur bedingt integrierten Lage am Rande der Siedlungsgebiete von Markersdorf und Morgenleite dar. Damit unterscheidet sich das Objekt nur unwesentlich von der Sachsen Allee und wird künftig ebenso als Sonderstandort definiert.

Auch um die Weiterentwicklung der Innenstadt nicht zu gefährden und den Fokus noch stärker auf die Innenstadt zu legen, sieht das aktuelle Zentrenkonzept kein B-Zentrum mehr vor.

#### **C-Zentren**

Fünf Standortbereiche werden als Stadtteilzentren (C-Zentren) eingestuft. Diesen Zentren kommt eine über den nahversorgungsrelevanten Grundbedarf hinausreichende Versorgungsfunktion zu. Demnach halten die C-Zentren auch einen Grundbesatz an mittel- und langfristigen Einzelhandelsangeboten sowie ein breites Angebot an ergänzenden Nutzungen bereit. Die C-Zentren sind dabei inmitten oder am Rande von das Stadtzentrum umgebenden Siedlungsschwerpunkten angeordnet.



Gegenüber dem Zentrenkonzept von 2011 werden die ehemals als C-Zentren eingestuftten Bereiche Rabenstein Center und Limbacher Straße nicht mehr als C-Zentren ausgewiesen, sondern als D-Zentren definiert.

- Das Rabenstein Center hatte seine (einzelhandelsbezogene) Versorgungsfunktion aufgrund von Betriebsaufgaben aus dem Lebensmittel- und Drogeriebereich zwischenzeitlich vollständig eingebüßt. Mit der Realisierung des Rewe/Rossmann-Vorhabens wird der Bereich künftig jedoch wieder seine Versorgungsfunktion zurückerlangen. Aber selbst mit Rewe und Rossmann wird die Verkaufsfläche im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bedarf bei knapp unter 3.000 qm liegen und sich damit in einem für Nahversorgungscentren typischen Bereich bewegen. Zwar ist das Angebot an arrondierenden Dienstleistungsnutzungen sehr umfangreich, die Einzelhandelsfunktion ist jedoch nicht mit derjenigen eines Stadtteilzentrums gleichzusetzen. Auch die stadträumliche Lage des Centers sowie das begrenzte Einwohnerpotenzial im Umfeld rechtfertigen keine Ausweisung als C-Zentrum. Daher wird der Standort künftig als D-Zentrum eingestuft.
- Der Bereich Limbacher Straße erstreckt sich ebenfalls entlang einer Ausfallachse und weist demnach nur eingeschränkte Qualitäten als Stadtteilzentrum auf. Eher handelt es sich hier um eine straßenbegleitende Einzelhandelslage, deren einzelne Teilbereiche weder baulich noch funktional vollständig miteinander verknüpft sind. Zwar liegt die Gesamtverkaufsfläche mit knapp 6.000 qm durchaus in einem für Stadtteilzentren typischen Bereich und auch das Wohnumfeld ist relativ dicht bebaut und weist damit ein hohes Einwohnerpotenzial auf. Die unmittelbare räumliche Nähe zum C-Zentrum Ermafa-Passage lässt jedoch keine Notwendigkeit erkennen, diesen Bereich auch weiterhin als Stadtteilzentrum auszuweisen. Die Ermafa-Passage erscheint dagegen deutlich geeigneter, über die Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktionen zu übernehmen. Daher wird der Standortbereich Limbacher Straße künftig als D-Zentrum eingestuft.

Die im Zentrenkonzept von 2011 noch als C-Zentren definierten Standorte Heinrich-Schütz-Straße und Kaufland-Center werden künftig als Sonderstandorte behandelt.

- Der Standortbereich Heinrich-Schütz-Straße stellt eine durch gewerbliche Nutzungen geprägte Einzelhandelslage am Rande des Altbauquartiers Sonnenberg dar. Südlich schließen sich zwar die Wohnquartiere des Sonnenbergs an, das gesamte Standortumfeld nördlich der Heinrich-Schütz-Straße ist jedoch durch gewerbliche Nutzungen geprägt. U.a. befindet sich hier das Sta-



dion des Chemnitzer FC. Die Einzelhandelsnutzungen am Standort selbst haben einen fachmarktorientierten Charakter (u.a. Toom-Baumarkt, Dänisches Bettenlager) und sind damit eher sonderstandorttypisch. Die Umwidmung des Standorts Heinrich-Schütz-Straße von einem C-Zentrum zu einem Sonderstandort hat zudem stadtentwicklungsstrategische Gründe. So soll ein weiterer Ausbau des Standorts Heinrich-Schütz-Straße mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vermieden werden, um noch Entwicklungsperspektiven und -spielräume für die zentralen und integrierten Lagen des Stadtteils Sonnenberg entlang der Fürstenstraße aufzeigen und ausschöpfen zu können.

- Der Standortbereich Kaufland-Center stellt ebenfalls eine fachmarktorientierte Einzelhandelslage dar, die von den beiden Magnetbetrieben Kaufland und B1-Discount (Baumarkt) geprägt wird. Ergänzende Nutzungen, die für Stadtteilzentren typisch wären, finden sich hier nur sehr vereinzelt im Vorkassenbereich von Kaufland. Der Standortbereich liegt zudem am Rande der Siedlungsgebiete von Hutholz und Markersdorf, nur unweit der Stadtgrenze und hat keinen eindeutigen Wohngebietsbezug. Die Ausweisung dieses Standorts als Sonderstandort erscheint insofern nur konsequent.

### **D-Zentren**

Verteilt über das Chemnitzer Stadtgebiet sind zudem 15 D-Zentren verortet. Die D-Zentren dienen in erster Linie der konzentrierten, nahversorgungsrelevanten Grundversorgung und sollen zudem ein Grundangebot an ergänzenden Nutzungen bereithalten. Im Sinne einer ressourcenschonenden Stadtentwicklung und dem Prinzip der „kurzen Wege“ sollen die D-Zentren möglichst flächendeckend über die Siedlungsgebiete verteilt sein.

Gegenüber dem Zentrenkonzept von 2011 werden die ehemals als D-Zentren eingestuftten Bereiche Birken-Center, Leipziger Straße, Salzstraße, Paul-Bertz-Straße und Carl-von-Ossietzky-Straße nicht mehr als D-Zentren definiert.

- Der Bereich Leipziger Straße ist fast ausschließlich auf den dortigen Norma-Discounter beschränkt. Die Gesamtverkaufsfläche liegt bei weniger als 1.000 qm. Ergänzende Angebote und Funktionen beschränken sich auf ein Restaurant und einen Nachtclub, der jedoch nicht zentrentypisch ist. Insofern handelt es sich hier eher um einen solitären Nahversorger in autoorientierter Lage an der stark frequentierten Ausfallstraße Leipziger Straße als um einen Standortbereich mit Zentrumscharakter. Daher wird der Standort künftig nicht mehr als D-Zentrum eingestuft.

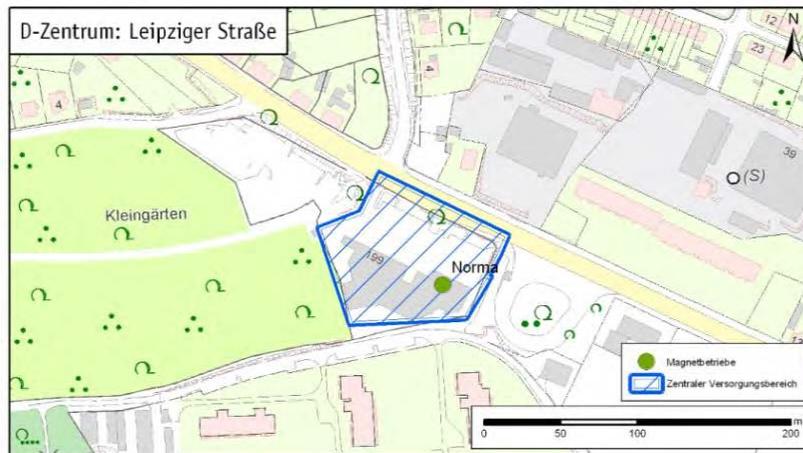


Abbildung 30: Abgrenzung D-Zentrum Leipzig Straße gemäß Zentrenkonzept 2011

- Der Bereich Carl-von-Ossietsky-Straße wird im Wesentlichen von einem Edeka-Verbrauchermarkt geprägt. Weitergehende Einzelhandelsnutzungen finden sich nur sehr eingeschränkt bzw. haben auch aufgrund von objektseitigen Restriktionen den Standort verlassen. Die Gesamtverkaufsfläche liegt nur noch bei etwa 1.000 qm. Zudem ist der gesamte Bereich nur wenig kompakt ausgebildet und stellt eher eine Ansammlung von Einzelbauten dar, die in keinem räumlich-funktionalen Zusammenhang zueinander stehen. Das Stadtteilzentrum Gablenz-Center ist überdies nur unweit des Standorts gelegen und übernimmt übergeordnete Versorgungsfunktionen für den Stadtteil. Daher wird der Standort künftig nicht mehr als D-Zentrum eingestuft. Gleichwohl übernimmt der Edeka-Markt für die Bewohner der umliegenden Großwohnsiedlungsstrukturen noch eine wichtige Grundversorgungsfunktion, weshalb der Markt künftig als Privilegierter Nahversorgungsstandort geführt wird.

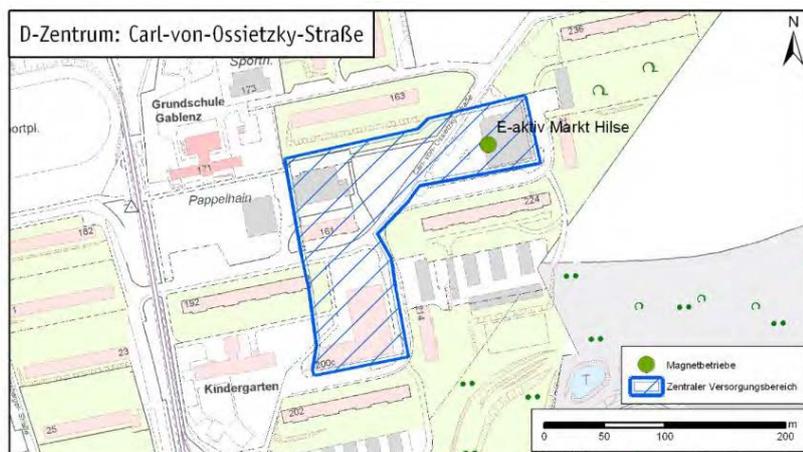


Abbildung 31: Abgrenzung D-Zentrum Carl-von-Ossietsky-Straße gemäß Zentrenkonzept 2011



- Der Bereich Salzstraße wird vor allem von einem Netto-Lebensmitteldiscounter geprägt. Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente werden an diesem Standort auf insgesamt knapp über 1.000 qm angeboten. Insbesondere zwischen dem Netto-Standort und der Ladenzeile im Erdgeschoss der entlang der Leipziger Straße verorteten Baukörper (u.a. Haus des Handels) besteht jedoch nur ein eingeschränkter räumlich-funktionaler Zusammenhang. Der gesamte Bereich wird daher auch nicht als ein zusammenhängendes Zentrum wahrgenommen und weist keinen Zentrumscharakter auf. Mit der Limbacher Straße und der Ermafa-Passage befinden sich zudem zwei Zentren im Umfeld. Daher wird der Standort künftig nicht mehr als D-Zentrum eingestuft. Für die Bewohner der umliegenden Wohnquartiere des Stadtteils Schloßchemnitz übernimmt der Netto-Discounter gleichwohl eine Grundversorgungsfunktion, weshalb der Markt künftig als Privilegierter Nahversorgungsstandort geführt wird.

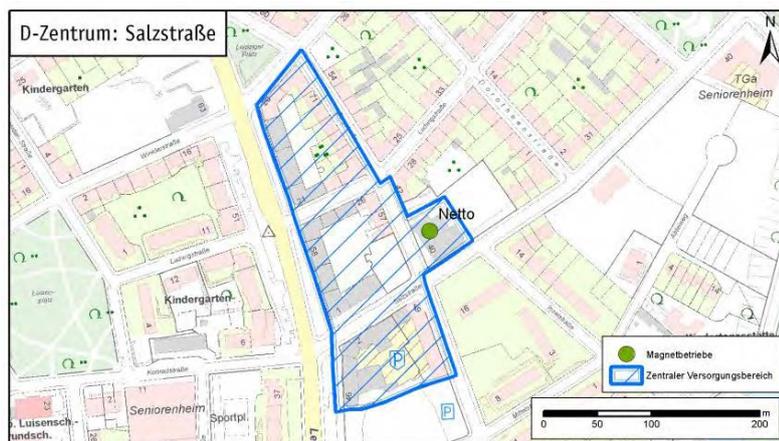


Abbildung 32: Abgrenzung D-Zentrum Salzstraße gemäß Zentrenkonzept 2011

- Der Bereich Paul-Bertz-Straße wird im Wesentlichen von den beiden Magnetbetrieben Lidl und Edeka geprägt, die erst von wenigen Jahren errichtet wurden und daher sehr leistungsstark aufgestellt sind. Darüber hinaus finden sich nur noch sehr wenige Einzelhandels- und sonstige Nutzungen am Standort. Nordöstlich schließen sich zwar die Wohnquartiere von Helbersdorf an den Standort an, die unmittelbare Lage an der Kreuzung Südring/Stollberger Straße lässt jedoch auch auf eine starke Autokundenorientierung schließen. Zudem befindet sich das deutlich zentraler und siedlungsintegrierter zwischen den Wohngebieten von Kappel und Helbersdorf gelegene D-Zentrum Usti nad Labem in räumlicher Nähe. Die Rückstufung des D-Zentrums Paul-Bertz-Straße erfolgte demnach auch, um dem D-Zentrum Usti nad Labem eine günstigere Entwicklungsperspektive einzuräumen.

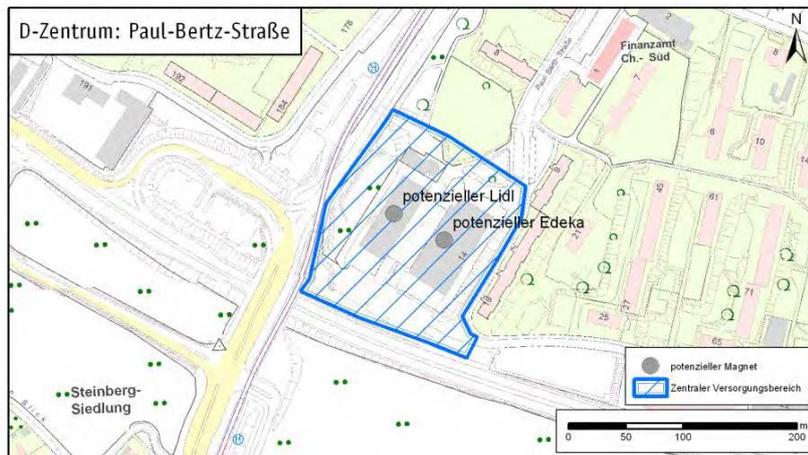


Abbildung 33: Abgrenzung D-Zentrum Paul-Bertz-Straße gemäß Zentrenkonzept 2011

- Das Birken-Center hat nach dem Auszug des Lidl-Discounters (infolge des Hochwassers) seine übergeordnete Versorgungsfunktion nahezu vollständig verloren. Das nahversorgungs- und zentrenrelevante Angebot beläuft sich nur noch auf 200 qm. Aufgrund des geringen Einwohnerpotenzials im Umfeld ist es auch weder realistisch, an diesem Standort mittelfristig einen Nahversorger anzusiedeln, noch ergibt sich aus dem geringen Einwohnerpotenzial im Umfeld auch die zwingende Notwendigkeit hierfür. Die Lidl-Fläche wird mittlerweile ohnehin von einem kleinen Baumarkt nachgenutzt, der als nicht zentren-typisch einzuordnen ist. Daher wird der Standort künftig weder als D-Zentrum noch als Privilegierter Nahversorgungsstandort eingestuft.

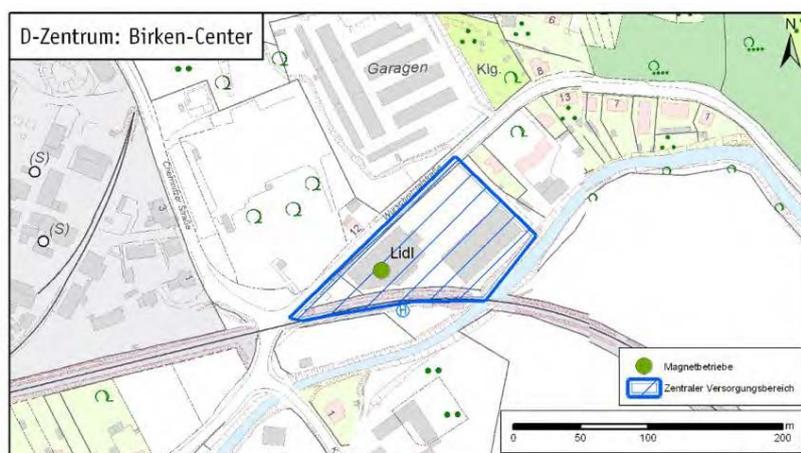


Abbildung 34: Abgrenzung D-Zentrum Birken-Center gemäß Zentrenkonzept 2011



### 7.3.2.2 Privilegierte Nahversorgungsstandorte

Um die Nahversorgung im Stadtgebiet unterhalb der Ebene der zentralen Versorgungsbereiche zu steuern, wurden im Stadtgebiet insgesamt 19 Privilegierte Nahversorgungsstandorte definiert. Dabei handelt es sich um Bestandsstandorte des Lebensmitteleinzelhandels, denen aufgrund ihrer stadträumlichen Lage eine wichtige Funktion zur wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung zugewiesen wird, die aber nicht als zentrale Versorgungsbereiche und/oder Sonderstandorte definiert sind.

Der Einstufung der Privilegierten Nahversorgungsstandorte lagen folgende Kriterien zu Grunde:

- Die Privilegierten Nahversorgungsstandorte müssen ihre Umsätze im Wesentlichen aus ihrem jeweiligen fußläufigen Einzugsgebiet generieren. Dies setzt ein Mindestmaß an Einwohnern im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet) voraus.
- Standorte an Ausfallstraßen scheiden grundsätzlich aus, sofern nicht ein eindeutiger Wohngebietsbezug besteht und nicht mindestens 4.000 Einwohner im fußläufigen Einzugsbereich leben. Darüber ist sichergestellt, dass der Markt den wesentlichen Teil seines Umsatzes mit Kunden aus dem fußläufigen Einzugsgebiet generiert.<sup>40</sup>
- Differenziert zu betrachten sind jedoch die randstädtischen, dörflich geprägten Ortsteile. Hier kommen aufgrund der dispersen, z.T. bandartigen Siedlungsstrukturen auch solche Standorte als Privilegierte Nahversorgungsstandorte in Frage, die zwar nur ein geringes Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet aufweisen, aufgrund ihrer stadträumlichen Lage aber dennoch wichtige Versorgungsfunktionen für die Bewohner in den umliegenden Siedlungsgebieten übernehmen, in denen sich ansonsten keine Nahversorgungs-

<sup>40</sup> Der Mindesteinwohnerzahl im fußläufigen Einzugsgebiet liegt folgende Annahme zu Grunde: Um einen großflächigen Lebensmittelbetrieb (zzgl. Randsortimente) betreiben zu können, wird unter Ansetzung der durchschnittlichen Flächenproduktivität im LEH in Chemnitz (rd. 4.400 €/qm Verkaufsfläche) ein Umsatzvolumen von etwa 3,6 Mio. € benötigt. Ein Lebensmittelbetrieb dient der verbrauchernahen Versorgung, wenn der Gesamtumsatz 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt (siehe u.a. Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen). Im Nahbereich müsste also mindestens ein Kaufkraftvolumen von ca. 10,3 Mio. € zur Verfügung stehen. Dies entspricht (unter Berücksichtigung der kaufkraftgewichteten Ausgabesätze für den periodischen Bedarf) einem Einwohnerpotenzial von etwa 4.000 Einwohnern.



angebote mehr befinden und die räumliche Entfernung zu den Zentren vergleichsweise hoch ist (z.B. die Nahversorger in Glösa und Erfenschlag).

- Standorte, die im fußläufigen Einzugsbereich eines zentralen Versorgungsbereichs liegen, scheidet ebenfalls grundsätzlich aus, um sicherzustellen, dass die Privilegierten Nahversorgungsstandorte nicht in den Kerneinzugsgebieten der Zentren liegen und diese in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigen. Der maßgebliche fußläufige Einzugsbereich ist hier mit einer Entfernung von 700 m<sup>41</sup> gleichgesetzt worden.
- Die fußläufigen Einzugsgebiete der Privilegierten Nahversorgungsstandorte dürfen sich nur dann überlagern, wenn das Einwohnerpotenzial so hoch ausfällt, dass eine gegenseitige Kannibalisierung ausgeschlossen werden kann. Dies gilt z.B. für die Standorte Salzstraße und Altendorfer Straße in Schloßchemnitz oder die dicht beieinander liegenden Standorte im Bereich Gablenz/Lutherviertel/Zentrum.

An den Privilegierten Nahversorgungsstandorten sind Erweiterungen und/oder Abriss/Neubau prinzipiell zulässig, um diesen Standorten die Möglichkeit zu geben, sich zukunftsfähig aufzustellen und damit die wohnortnahe Grundversorgung langfristig sicherzustellen.

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktionsfähigkeit nicht zu beeinträchtigen, sollte sich dabei an einer Größendimensionierung von bis zu 1.500 qm Verkaufsfläche bezogen auf Vollsortimenter und bis zu 1.000 qm Verkaufsfläche bezogen auf Discounter orientiert werden. Letztendlich ist die maximale Verkaufsflächengröße jedoch einzelfallabhängig und im Rahmen von zwingend beizubringenden Verträglichkeitsgutachten<sup>42</sup> zu ermitteln und kann im Einzelfall auch über- oder unterschritten werden.

Nicht immer sind die Grundstücksvoraussetzungen gegeben, die eine Erweiterung des Bestandsmarkts auf dem eigenen Grundstück ermöglichen. Die Hinzunahme von benachbarten Grundstücken ist daher zulässig.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Zugrunde gelegt wurde hier kein Radius um die zentralen Versorgungsbereiche, sondern ein fußläufiges Echt-Einzugsgebiet, welches auch stadträumliche Barrieren (wie z.B. Bahntrassen) berücksichtigt.

<sup>42</sup> Hierbei sind auch etwaige Vorschädigungen zu beachten.

<sup>43</sup> Vollständige Standortverlagerungen sind nicht zulässig, da die leergefallenen Objekte u.U. von anderen Betrieben nachgenutzt werden könnten und dies einen ungesteuerten Ausbau des Verkaufsflächenangebots außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bedeuten würde.



Die festgelegten Privilegierten Nahversorgungsstandorte sind dem Anhang zu entnehmen.

### 7.3.2.3 Sonderstandorte

Im Chemnitzer Stadtgebiet befinden sich insgesamt sieben Sonderstandorte, die das Zentrensystem ergänzen. Dabei handelt es sich zum einen um größere Einkaufszentren, die in den 1990er Jahren aufgrund der bis dahin völlig unzureichend ausgebauten Einkaufsinnenstadt entwickelt worden sind und maßgebliche Versorgungsfunktionen übernehmen. Zum Teil strahlen diese Einkaufszentren auch weit in das Chemnitzer Umland (v.a. das Chemnitz Center) und verfügen demnach über einen zentralitätsbildenden Effekt. Zum anderen handelt es sich bei den Sonderstandorten um größere Einzelhandelsagglomerationen mit einer starken Fachmarktorientierung ohne konkreten Wohngebietsbezug.

Alle Sonderstandorte stehen in einem intensiven Wettbewerbsverhältnis zur Innenstadt und den übrigen zentralen Versorgungsbereichen. Auch wenn einigen der Sonderstandorte aufgrund ihrer Ausstrahlung ins Umland auch eine zentralitätsbildende Funktion zukommt, sollten sie im Sinne des Zentrenschutzes und der Stärkung der Innenstadt nicht weiter ausgebaut werden.

#### **Sachsen-Allee**

Das 1997 eröffnete Einkaufszentrum Sachsen-Allee liegt nordöstlich der Chemnitzer Innenstadt (knapp 2 km Luftlinie) und des Hauptbahnhofs (rd. 800 m Luftlinie) im Stadtteil Hilbersdorf in einem gemischt genutzten Umfeld, welches durch Verkehrsinfrastrukturen, gewerbliche Nutzungen, Grün-, Frei- und Brachflächen sowie vereinzelt Wohnnutzungen gekennzeichnet ist. Aufgrund der Lage am Kreuzungspunkt der nördlichen Ausfalltrassen B 107, B 173 und B 169 ist die verkehrliche Erreichbarkeit als gut zu bewerten. Busverbindungen in die umliegenden Siedlungsgebiete gewährleisten die ÖPNV-Anbindung. Die Ausstrahlungskraft des Centers erstreckt sich über das gesamte Stadtgebiet sowie vor allem über die nördlich und östlich angrenzenden Umlandgemeinden.

Die Sachsen-Allee stellt ein leistungsfähiges, innenstadttypisches Shoppingcenter dar, welches von der ECE gemanagt wird. Das Center ist durch eine klassische, lineare Mall strukturiert und zweigeschossig ausgebildet. Mehrere Parkdecks bilden die Obergeschosse. Die Angebotsstruktur ist durch einen centertypischen Branchen- und Betriebstypenmix gekennzeichnet mit Schwerpunkten im aperiodischen Bedarf des mittleren Angebots- und Preisgenres. Neben großen Ankerbetrieben wie Kaufland, TKMaxx, Media Markt, Rabatz und H&M findet sich



eine Vielzahl kleiner, vorwiegend filialisierter Einzelhandelsbetriebe im Center. Arrondiert wird das Angebot durch einige Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. Die Gesamtverkaufsfläche beläuft sich aktuell auf knapp 25.000 qm, verteilt auf über 70 Einzelhandelsbetriebe.



Abbildung 35: Sonderstandort Sachsen-Allee

Die beiden restaurierten Baukörper rechts und links des Haupteingangs stehen unter Denkmalschutz. Dahinter schließt sich ein Neubau an, in dem das Center untergebracht ist. Die Ladeneinheiten reihen sich dabei entlang einer glasüberdachten, zweigeschossigen Passage auf. Der Zugang erfolgt über den attraktiv gestalteten Thomas-Mann-Platz. Rund 2.000 kostenfreie Stellplätze werden im angegliederten Parkhaus vorgehalten. Die Aufenthaltsqualität und die unter Einbezug der historischen Bausubstanz erfolgte bauliche Gestaltung sind insgesamt als gut zu bewerten.

Aufgrund der Angebotsüberschneidungen steht die Sachsen-Allee in einem starken Wettbewerbsverhältnis zur Innenstadt.



### Chemnitz Center

Das 1992 eröffnete Chemnitz Center liegt am nordwestlichen Stadtrand am Rande des dörflich geprägten Stadtteils Röhrsdorf unmittelbar an der BAB 4 (Anschlussstelle Chemnitz-Mitte) sowie der B 95. Zudem liegt das Autobahnkreuz Chemnitz in unmittelbarer Nähe. Durch die optimale überregionale verkehrliche Erreichbarkeit, das mit 4.000 kostenlosen Stellplätzen groß dimensionierte Angebot sowie das umfangreiche Verkaufsflächenangebot (knapp 100.000 qm in der gesamten Agglomeration) strahlt das Chemnitz Center besonders weit ins Umland aus und stellt neben der Innenstadt den anziehungstärksten und insgesamt größten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet dar. Das Chemnitz Center zählt zu den größten Einkaufszentren Deutschlands. Inklusive der Anbieter in der umliegenden Agglomeration sind hier fast 90 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt.

An den ÖPNV ist das Chemnitz Center über zwei Buslinien in Richtung Röhrsdorf und Kernstadt angebunden. Das Standortumfeld ist vor allem von gewerblichen Nutzungen, Einzelhandel und Freiflächen innerhalb des Gewerbegebiets Chemnitz Park (u.a. Metro, Getränkefachmarkt, Dänisches Bettenlager, Kfz-Handel, Hotellerie und Sportangebot) und nur vereinzelt durch Wohnnutzungen gekennzeichnet.



Abbildung 36: Sonderstandort Chemnitz Center



Das Center ist als fachmarktorientiertes Shoppingcenter einzuordnen, da es über eine Vielzahl großflächiger Fachmärkte verfügt, die zugleich als wesentliche Magnetbetriebe fungieren. Zu nennen sind hier z.B. Möbel Höffner, Media Markt, Saturn, Marktkauf, H&M, Intersport und Toys'R'Us. Neben diesen Fachmärkten gibt es aber auch zahlreiche kleinere, innenstadttypische Anbieter aus dem mitelpreisigen Genre wie z.B. Gerry Weber, Christ, Clarks, Engbers, Orsay, Thalia, Douglas, Esprit oder Tom Tailor sowie mit Lifestyle Xquisit auch ein innenstadttypisches Bekleidungskaufhauskonzept. Einige wenige Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe sowie ein Kinderbetreuungsservice runden das Angebot ab. Auffallend ist der vergleichsweise hohe Anteil nicht-zentrenrelevanter Angebote, der sich aus den großflächigen Anbietern Höffner und Toom Baumarkt generiert.

Das Center verfügt über eine T-förmige, innenliegende Mall, die jedoch nicht oder nur teilweise überdacht ist. Die Mall ist eingeschossig, einige größere Anbieter verfügen aber über Durchstecker ins Obergeschoss. Außerhalb der Centeranlage gibt es im umliegenden Gewerbegebiet noch weitere großflächige Einzelhandelsnutzungen, die der Agglomeration hinzuzuzählen sind. Das Center ist mittlerweile in die Jahre gekommen, was sich vor allem in der baulichen Struktur und architektonischen Gestaltung erkennen lässt. Die Frequenz im Center ist aber nach wie vor sehr hoch.

Das Chemnitz Center weist eine Reihe von Angebotsüberschneidungen mit der Innenstadt auf. Gleichwohl ist das Center stärker auf Umlandkunden und auf den fachmarktorientierten Einkauf ausgerichtet und hebt sich damit zumindest in Teilen von der Innenstadt ab.

### **Alt Chemnitz Center**

Das 1993 eröffnete Alt Chemnitz Center (ACC) liegt im Stadtteil Altchemnitz im Kreuzungsbereich der B 95 und des Südrings. Damit ist der Standort vom gesamten Chemnitzer Süden sowie vom südlichen Umland aus gut zu erreichen. Insbesondere über die Straßenbahn ist das Alt Chemnitz Center zudem an den ÖPNV angebunden. Das Umfeld ist vollständig von gewerblichen und industriellen Nutzungen umgeben. Die Ausstrahlungskraft des Alt Chemnitz Centers (ca. 30.000 qm VKF) erstreckt sich über das südliche Stadtgebiet und die angrenzenden Umlandkommunen. Etwa 1.700 kostenlose Stellplätze stehen zur Verfügung.

Das Alt Chemnitz Center ist als fachmarktorientiertes Center einzustufen. Als Magnetbetriebe fungieren der erst kürzlich eingezogene Modepark Röther, Euro-nics XXL sowie die Nahversorger Rewe und Rossmann. Einige kleinere Anbieter runden das Angebot ab. Ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen sind deutlich untergeordnet.



Das Center gliedert sich in zwei Bauteile mit jeweils einer innenliegenden Mall, die jedoch nicht miteinander verbunden sind. Während der östliche Bauteil kürzlich revitalisiert wurde und nunmehr eine ansprechende Gestaltung mit Aufenthaltsqualität aufweist, ist für den westlichen Bauteil trotz des Einzugs von Modepark Röther noch ein erheblicher Modernisierungsbedarf erkennbar. Außerhalb des Centers befindet sich mit Sconto noch ein großflächiger Möbelmarkt am Standort. Im Zuge der Revitalisierungsmaßnahmen haben zuletzt einige Mieterwechsel im Center stattgefunden.



Abbildung 37: Sonderstandort Alt Chemnitz Center

Mit dem Einzug von Modepark Röther und einigen Veränderungen im Mietermix konnte das Center seine Anziehungskraft zuletzt zwar deutlich ausbauen. Die bauliche Struktur mit den nicht miteinander verbundenen Malls schmälert jedoch die Funktionalität des Centers und schränkt die Kundenattraktivität deutlich ein. Dies zeigt sich vor allem in einer vergleichsweise schwachen Kundenfrequenz und den Leerstandsflächen, die in beiden Gebäudeteilen zu konstatieren sind. Die Angebotsstrukturen lassen signifikante Wettbewerbsüberschneidungen zur Innenstadt erkennen – vor allem im modischen Bedarf.



### Neefepark

Der 1994 eröffnete Neefepark liegt am südwestlichen Stadtrand zwischen den Stadtteilen Stelzendorf, Siegmars und Schönau. Neben der BAB 72 (Anschlussstelle Chemnitz Süd) verlaufen zudem die B 173 sowie die B 169 (Südring) direkt am Standort. Die verkehrliche, auch überörtliche Erreichbarkeit des Standorts ist damit als sehr gut zu bewerten. So strahlt der Neefepark nicht nur über das südliche und westliche Stadtgebiet, sondern insbesondere aufgrund des sogkräftigen IKEA-Einrichtungshauses auch weit ins Umland sowie in das übrige Stadtgebiet. Eine Buslinie in Richtung Kernstadt sichert zudem die Anbindung an den ÖPNV. Das Standortumfeld ist von Verkehrsinfrastrukturen, Gewerbe- und Industrienutzungen, Freiflächen und nur vereinzelt von Wohnnutzungen umgeben. Groß dimensionierte Stellplatzanlagen umgeben die von funktionaler Architektur geprägten Baukörper.



Abbildung 38: Sonderstandort Neefepark

Bei dem Neefepark handelt es sich um ein fachmarktorientiertes Einkaufszentrum, welches vor allem von dem angelagerten (durch einen fußläufigen Verbindungsweg angeschlossenen) IKEA-Einrichtungshaus dominiert wird. Als weitere Magnetbetriebe sind v.a. Spielmax, Adler Modemarkt und Intersport zu nennen.



Kleinere, überwiegend dem unteren bis mittleren Angebots- und Preisniveau zuzuordnende Anbieter sowie einige wenige Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzen das Angebot. Die Ladengeschäfte reihen sich entlang einer zweigeschossigen Mall. Der Angebotsschwerpunkt liegt im aperiodischen Bedarf und konzentriert sich auf das untere und mittlere Angebots- und Preissegment. Außerhalb des Centers befindet sich noch ein Gartenfachmarkt. Die Gesamtverkaufsfläche des Centers beläuft sich auf knapp über 25.000 qm.

Mit der Aufgabe des Toom-SB-Warenhauses hat der Neefepark zuletzt nicht nur einen wichtigen frequenzerzeugenden Ankerbetrieb verloren, der Branchenmix weist nun auch eine Lücke hinsichtlich des periodischen Bedarfs auf. Die Fläche steht seitdem leer. Aktuell wird über ein Globus-SB-Warenhaus als Nachnutzung diskutiert. In der Mall sind darüber hinaus noch einige weitere Leerstandsflächen zu beobachten. Die Frequenz bei IKEA ist zwar gut, im Center lässt sie jedoch deutlich nach. Lagebedingt zielt der Neefepark zwar ähnlich wie das Chemnitz Center vor allem auf die Umlandbewohner ab, gleichwohl steht der Neefepark aufgrund von einigen Angebotsüberschneidungen aber auch mit der Innenstadt im Wettbewerb.

### **Vita-Center**

Das Vita-Center befindet sich zentral im Fritz-Heckert-Gebiet, autoorientiert an der Wladimir-Sagorski-Straße gelegen. Dabei handelt es sich um ein Einkaufszentrum mit etwa 15.000 qm Verkaufsfläche, das jedoch in größeren Teilen durch Leerstände gekennzeichnet ist. Ursprünglich kam diesem Einkaufszentrum eine sehr wichtige Versorgungsfunktion für die Einwohner des Fritz-Heckert-Gebiets zu, die in den letzten Jahren jedoch stetig abgenommen hat. Durch Mieterwechsel und Geschäftsaufgaben hat die Angebotsqualität zudem abgenommen (viele Sonderpostenmärkte). Aufgrund der Aufgabe des Cinestar-Kinos hat das Objekt vor einigen Jahren zudem einen weiteren Anziehungspunkt verloren.

Als Magnetbetriebe sind die Nahversorger Aldi, Rewe und dm zu nennen sowie Fachmarktkonzepte wie Medimax, Deichmann, Mister & Lady Jeans, Reno oder Multipolster, die tendenziell eher dem unteren Angebotsniveau entsprechen. Die Ladeneinheiten verteilen sich auf zwei Geschosse und reihen sich entlang einer Strip-Mall. Neben dem Einzelhandel finden sich auch einige ergänzende Funktionen im Objekt. Eine eigene Stellplatzanlage im Objekt sorgt für ein ausreichend großes Parkplatzangebot. Das Center ist insgesamt eher funktional gestaltet ohne besondere architektonische Qualitäten, weist aber keinen offenen Sanierungsstau auf.



Das Center hat in den letzten Jahren deutlich an Sogkraft verloren und die vielen Leerstände weisen auf eine angespannte Situation hin. Die Rückstufung zu einem Sonderstandort wird die Perspektiven des Centers jedoch nicht berühren, da es künftig weniger um einen Verkaufsflächenausbau, sondern eher um eine Qualifizierung und Wiederinwertsetzung der vorhandenen Flächen gehen wird.



Abbildung 39: Sonderstandort Vita-Center

### **Kaufland-Center**

Das Kaufland-Center befindet sich am südlichen Stadtrand im Stadtteil Hutholz und wird im Wesentlichen durch ein Kaufland-SB-Warenhaus und einen B1-Discount-Baumarkt geprägt, die in einem Baukörper untergebracht sind. In der Vorkassenzone von Kaufland finden sich weitere Anbieter des periodischen und aperiodischen Bedarfs, die überwiegend eine Fachmarktorientierung aufweisen (z.B. Deichmann, AWG Mode).

Über die Chemnitzer Straße und die Wolgograder Allee kann der Standort von den umliegenden Stadtteilen gut erreicht werden. Als SB-Warenhaus weist Kaufland ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet auf und spricht weite Teile des südlichen Stadtgebiets sowie die Bewohner der angrenzenden Umlandkommunen an.



Das Objekt wirkt insgesamt zwar schon etwas in die Jahre gekommen, ist aber immer noch als funktionsfähig zu bewerten, zumal es im gesamten Stadtgebiet nur noch ein weiteres Kaufland-SB-Warenhaus gibt und der Standort damit vor allem im südlichen Stadtgebiet über ein Alleinstellungsmerkmal verfügt.



Abbildung 40: Sonderstandort Kaufland-Center

### **Heinrich-Schütz-Straße**

Der Standort Heinrich-Schütz-Straße befindet sich am Rande des nordöstlichen Siedlungsgebiets und liegt im Stadtteil Sonnenberg. Der Standort stellt eine Agglomeration von überwiegend fachmarktorientierten Einzelhandelsbetrieben sowie Anbietern aus dem Lebensmittelsegment dar. Als Magnetbetriebe fungieren neben den Lebensmittlern Penny, Edeka, Rewe und Aldi vor allem ein Toom-Baumarkt, ein Dänisches Bettenlager und der Anbieter für KFZ-Zubehör ATU. Eingefasst von der Planitzwiese, sind die meisten Anbieter in einem großen Baukörper angesiedelt, dem eine zentrale Stellplatzanlage vorgelagert ist. Im weiteren westlichen Verlauf der Heinrich-Schütz-Straße sind die übrigen Einzelhandelsbetriebe (u.a. Edeka) verortet.

Auch wenn die Heinrich-Schütz-Straße keine übergeordnete Ausfallstraße darstellt, ist die verkehrliche Anbindung als gut zu bewerten. In Verbindung mit



den Agglomerationseffekten ist dementsprechend von einer weiträumigen Ausdehnung des Einzugsgebiets auszugehen, welches sich nicht nur über die Stadtteile Sonnenberg und Yorckgebiet erstreckt, sondern auch Teile von Hilbersdorf, Gablenz und des Lutherviertels umfasst.



Abbildung 41: Sonderstandort Heinrich-Schütz-Straße



#### 7.4 „Suchräume“ zur Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben

Bei der Analyse der Nahversorgungssituation wurde festgestellt, dass es im Stadtgebiet noch Bereiche gibt, in denen die Bewohner fußläufig nicht versorgt sind (siehe Kap. 6.3.2). Dr. Lademann & Partner haben diese Bereiche einer detaillierten Analyse unterzogen und sich dabei folgenden Fragestellungen gewidmet:

- Ist das örtliche Nachfragepotenzial hoch genug, um hier einen Nahversorger rentabel betreiben zu können (Tragfähigkeit)?
- Käme es durch eine Neuansiedlung zu signifikanten Kaufkraftabzügen aus den Zentren (Verträglichkeit)?
- Welche Standorte bieten sich für eine Neuansiedlung an (Standort)?

Im Ergebnis lassen sich daraus folgende „Suchräume“ ableiten, in denen eine Neuansiedlung eines Nahversorgungsbetriebs, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, zu begrüßen wäre.

An dieser Stelle sei betont, dass die jeweils ermittelten Einwohnerpotenziale darauf schließen lassen, dass sich je Suchraum nur ein großer Nahversorger tragfähig und verträglich realisieren lassen wird. Im Rahmen eines einzelfallbezogenen Verträglichkeitsgutachtens ist unter Berücksichtigung der konkreten Standortlage die maximale Verkaufsflächengröße für die Neuansiedlung zu ermitteln<sup>44</sup>. Gibt es innerhalb eines Suchraums mehrere Anfragen zur Ansiedlung eines Nahversorgers, so sind diese in einer abwägenden Gegenüberstellung im Rahmen eines Verträglichkeitsgutachten unter Berücksichtigung der konkreten Standortlage, Betriebsform und Verkaufsflächendimensionierung zu bewerten und zu priorisieren.

##### **Kapellenberg**

Im Stadtteil Kapellenberg haben im Verlauf der letzten Jahre zahlreiche Nahversorgungsbetriebe aufgegeben. Zuletzt hat auch der Penny-Discounter in der Neefestraße 52k seinen Betrieb eingestellt. Zuvor haben ein Edeka-Markt und ein Getränkemarkt sowie einige kleinere Betriebe (Bäcker, Metzger) aufgegeben. So zeigt sich hier eine signifikante Lücke in der räumlichen Nahversorgungsstruktur.

<sup>44</sup> Hierbei sind auch etwaige Vorschädigungen zu beachten.



Im Kapellenberg leben insgesamt ca. 5.000 Einwohner. Das Nachfragepotenzial ist insofern groß genug, um hier einen Nahversorgungsbetrieb tragfähig betreiben zu können. Aufgrund der relativ isolierten Lage von den umgebenden Siedlungsstrukturen (Bahntrasse, Verlauf der Chemnitz) ist auch nicht davon auszugehen, dass es zu signifikanten Verschiebungen der Einkaufsorientierungen in den angrenzenden Siedlungsgebieten kommen wird.

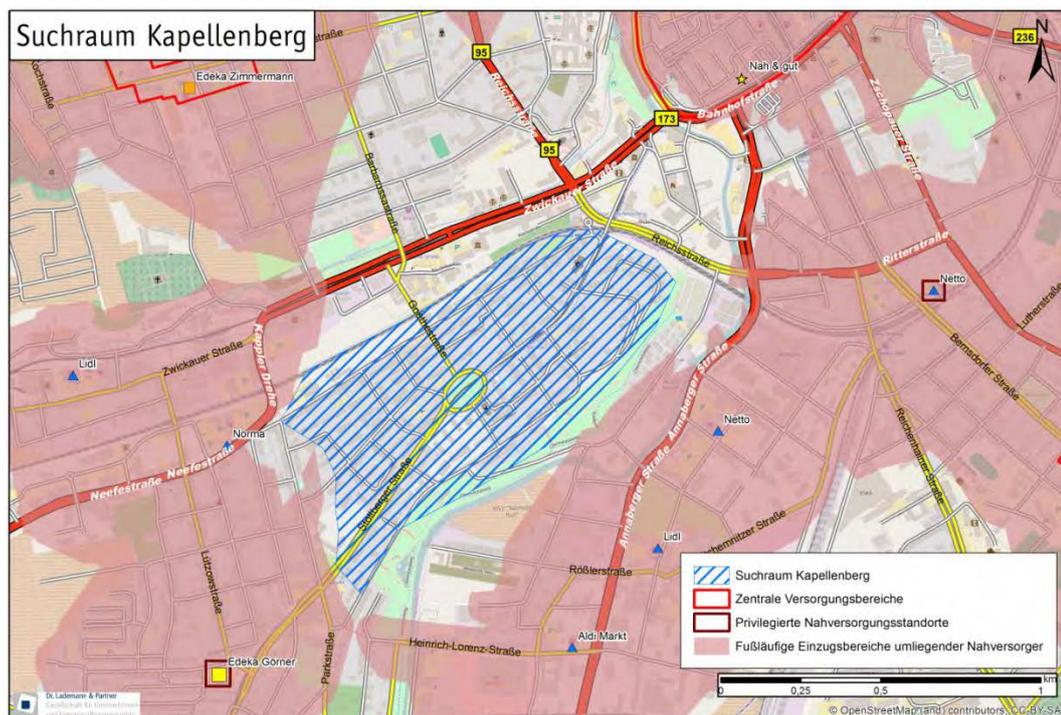


Abbildung 42: Suchraum Kapellenberg

Von den direkt umliegenden Nahversorgungsstandorten ist nur der EDEKA-Markt in der Irkutsker Straße als Privilegierter Nahversorgungsstandort eingeordnet. Bei den fünf übrigen Lebensmittelmärkten im Umfeld<sup>45</sup> handelt es sich um Lebensmitteldiscounter in autoorientiert gelegenen Streulagen ohne konkreten Bezug zu Wohngebieten. Ein Kaufkraftabzug von den umliegenden Discounter-Standorten ist insofern als hinnehmbar zu bewerten, da diesen Standorten keine maßgebliche Nahversorgungsfunktion zukommt. Die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche liegen zwischen 1,5 und 2 km entfernt. Vorbehaltlich einer detaillierten Verträglichkeitsuntersuchung ist nicht von negativen Auswirkungen auf die umliegenden Zentren auszugehen.

<sup>45</sup> Norma in der Neefestraße, Lidl in der Zwickauer Straße, Aldi in der Heinrich-Lorenz-Straße, Netto in der Annaberger Straße und Lidl in der Wilhelm-Raabe-Straße.



Mit dem B-Plan Nr. 01/20 Mozartstraße/Neefestraße sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen zur Realisierung eines Nahversorgungsstandorts (Lebensmittelgeschäft, Getränkemarkt, Bäcker, Fleischer) geschaffen werden. Der Standort befindet sich zwischen Neefestraße, Bahntrasse und Goethestraße und liegt damit (auch gegenüber dem Penny-Altstandort) in relativ zentraler Lage des Stadtteils, sodass der Standort vom gesamten Kapellenberg fußläufig erreicht werden kann. Die Lage an der Goethestraße bietet darüber hinaus den Vorteil, dass der Standort auch von den Bewohnern des südlichen Kassbergs fußläufig erreicht werden kann, die derzeit ebenfalls keinen Nahversorger in fußläufiger Entfernung vorfinden.

Da die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt, Weststraße, Straße Usti nad Labem) vergleichsweise weit entfernt gelegen sind und der Kapellenberg zum verdichteten Kernstadtgebiet zählt, könnte der geplante Nahversorgungsstandort mittelfristig auch als perspektivisches D-Zentrum eingestuft werden, in dem die Versorgungsstrukturen für den Kapellenberg gebündelt werden.

### **Reichenbrand-Mittelbach**

Die Stadtteile Reichenbrand und Mittelbach verfügen aktuell über keinen Nahversorger in zentraler Stadtteillage. Gleichwohl weisen Reichenbrand und Mittelbach in der Summe ein nicht unerhebliches Einwohnerpotenzial auf. In Mittelbach leben etwa 2.000 Einwohner, in Reichenbrand sind es etwa 6.000 Einwohner, davon fast 3.000 im derzeit unterversorgten östlichen Teil. Die Tragfähigkeit eines zusätzlichen Nahversorgers, der sowohl Versorgungsaufgaben für Mittelbach als auch für Reichenbrand übernimmt, wäre insofern gegeben.

Die nächstgelegenen Versorgungszentren sind die Nebenzentren Grüna (D-Zentrum) und Siegmars (C-Zentrum) in den benachbarten Stadtteilen, die von den entsprechenden Wohngebieten größtenteils deutlich mehr als einen Kilometer entfernt liegen. Beide Zentren weisen eine stabile Nachfragebasis auf. In Grüna leben rd. 5.400 Einwohner. Zudem profitieren die in Grüna ansässigen Nahversorger vom Pendlerverkehr auf der Chemnitzer Straße in Richtung Hohenstein-Ernstthal. In Siegmars leben rd. 4.200 Einwohner. Das Nebenzentrum Siegmars liegt zudem an der östlichen Grenze zu Reichenbrand, wodurch sich die Einwohnerbasis noch erhöht. Infolge der straßenbegleitenden Lage des Nebenzentrums an der als Pendlerachse fungierenden Zwickauer Straße generieren die ansässigen Betriebe überdies signifikante Streuumsätze. Insofern gehen Dr. Lademann & Partner – vorbehaltlich einer detaillierten Verträglichkeitsuntersuchung – nicht davon aus, dass es infolge einer Neuansiedlung im definierten Suchraum



zu negativen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentren kommen wird.

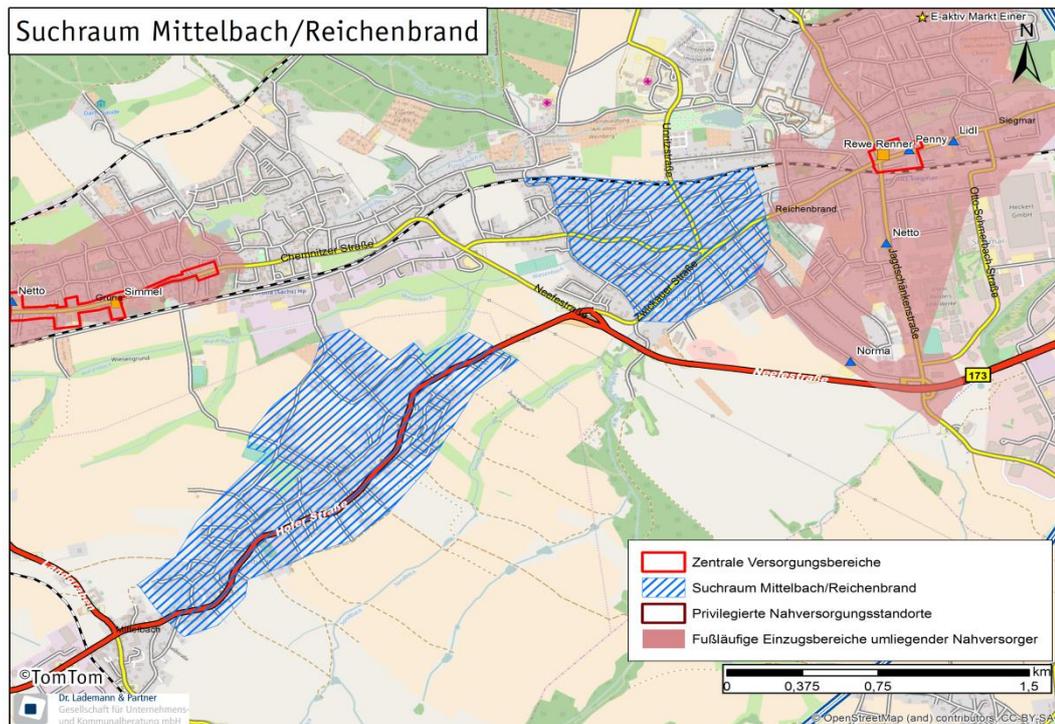


Abbildung 43: Suchraum Reichenbrand/Mittelbach

Die Discounter-Standorte Norma (Reichenbrander Straße) und Netto (Jagdschänkenstraße) in Reichenbrand befinden sich in Randlage und übernehmen daher nur Versorgungsfunktionen für kleine Teilgebiete des Stadtteils, die sich zum Teil auch noch mit dem Kerneinzugsgebiet des Zentrums Siegmars überschneiden. Daher ist diesen Standorten auch keine privilegierte Nahversorgungsfunktion zuzusprechen. Kaufkraftabflüsse von diesen Discounterstandorten in Richtung eines potenziellen neuen Nahversorgers im Kernbereich von Reichenbrand wären im Sinne einer Verbesserung der Nahversorgungssituation somit als hinnehmbar zu bewerten. In Mittelbach gibt es keinen strukturprägenden Nahversorger.

Eine Ansiedlung in autoorientierter Lage abseits der Siedlungsgebiete ist jedoch nicht zu empfehlen, da damit die Gefahr überörtlicher Kaufkraftabflüsse verbunden wäre. Neuansiedlungen auf Grundstücken entlang der Neefestraße kommen demnach nicht in Frage. Der Suchraum wurde entsprechend auf die zentralen Teilgebiete Reichenbrands (v.a. Zwickauer Straße, Hohensteiner Straße) sowie entlang der Hofer Straße in Mittelbach fokussiert. Es sei darauf hingewiesen, dass das Potenzial voraussichtlich nur für die Neuansiedlung eines Markts (in Mittelbach oder in Reichenbrand) reicht



## Reichenhain

Der Stadtteil Reichenhain verfügt derzeit über keinen Nahversorger. Im Stadtteil leben rd. 2.700 Personen, die sich fußläufig nicht versorgen können. Das Einwohnerpotenzial fällt damit zwar vergleichsweise gering aus, lässt den Betrieb eines kleinen Nahversorgers allerdings gerade noch als tragfähig erscheinen.

Die nächstgelegenen D-Zentren Bernsdorf und Adelsberger Zeile sind mit mindestens zwei Kilometern Entfernung vergleichsweise weit weg gelegen, sodass – vorbehaltlich einer detaillierten Verträglichkeitsuntersuchung – zumindest keine signifikanten Kaufkraftabflüsse aus den Zentren zu befürchten wären. Dies lässt sich allerdings nur sicherstellen, wenn eine Ansiedlung auf einem autoorientiert gelegenen Grundstück vermieden wird. Die unmittelbar an den Südring angrenzenden Grundstücke kommen somit nicht für eine Neuansiedlung in Frage. Im Fokus stehen dagegen vor allem die Jägerschlößchenstraße sowie die Gornauer Straße im Kern von Reichenhain.

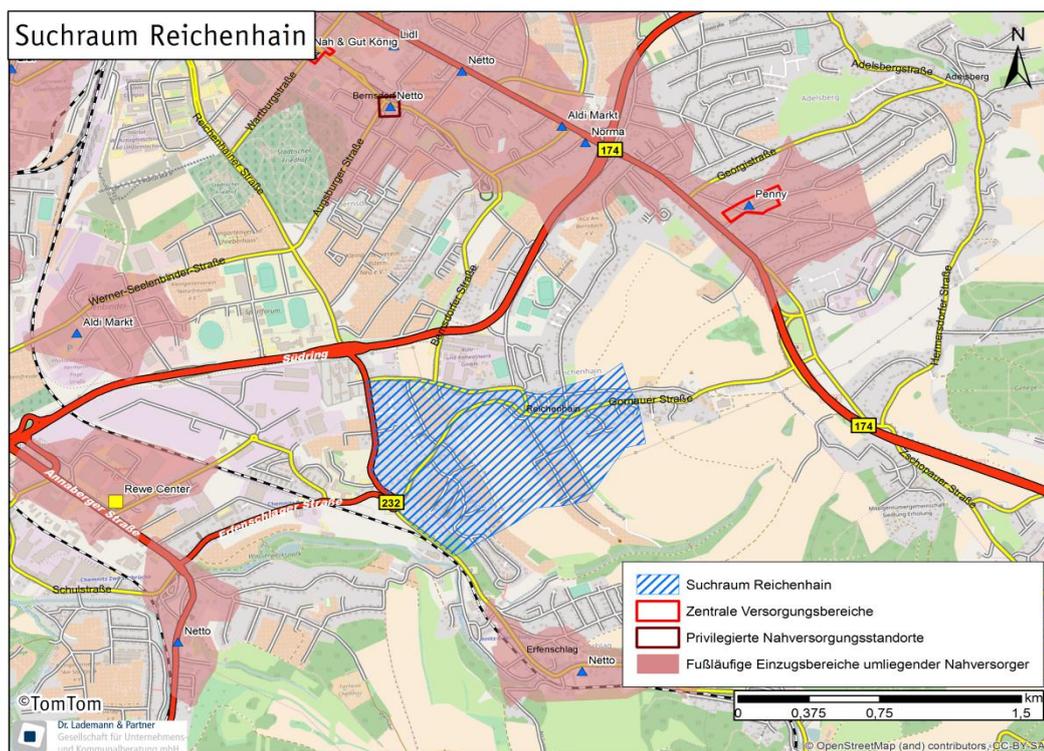


Abbildung 44: Suchraum Reichenhain

An der Zschopauer Straße befinden sich mit Norma und Aldi sowie an der Werner-Seelenbinder-Straße mit Aldi noch drei Discounter-Standorte im näheren Umfeld, die jedoch allesamt ohne konkreten Wohnbezug sind. Die Betriebe an der Zschopauer Straße sind als autoorientiert gelegene Lebensmitteldiscounter-



Standorte einzuordnen, der Aldi-Markt an der Werner-Seelenbinder-Straße entspricht einer Gewerbegebietslage. Diesen drei Standorten ist gemein, dass sie keinen wesentlichen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung leisten und etwaige Umsatzabflüsse in Richtung einer Neuansiedlung (in integrierter Lage) im Stadtteil Reichenhain aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner daher als hinnehmbar zu bewerten sind. Ähnliches gilt für das Alt Chemnitz Center und das dort ansässige Rewe-Center.

Inwieweit der als Privilegierter Nahversorgungsstandort eingestufte Netto-Discounter an der Bernsdorfer Straße von einer Neuansiedlung in Reichenhain betroffen sein würde, gilt es im Zuge einer konkreten Verträglichkeitsprüfung für ein entsprechendes Ansiedlungsvorhaben zu prüfen.

### **Borna-Heinersdorf**

Der Stadtteil Borna-Heinersdorf ist durch seine wenig kompakten Siedlungsstrukturen und seine heterogenen Nutzungsstrukturen gekennzeichnet. Dies hat dazu geführt, dass sich insbesondere in den von der Leipziger Straße abgewandten Siedlungsbereichen keine fußläufigen Versorgungsstrukturen herausgebildet haben. Die Ansiedlung eines Nahversorgers in integrierter Lage in den Bereichen entlang der Bornaer Straße wäre insofern zu begrüßen, um die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtteil zu verbessern.

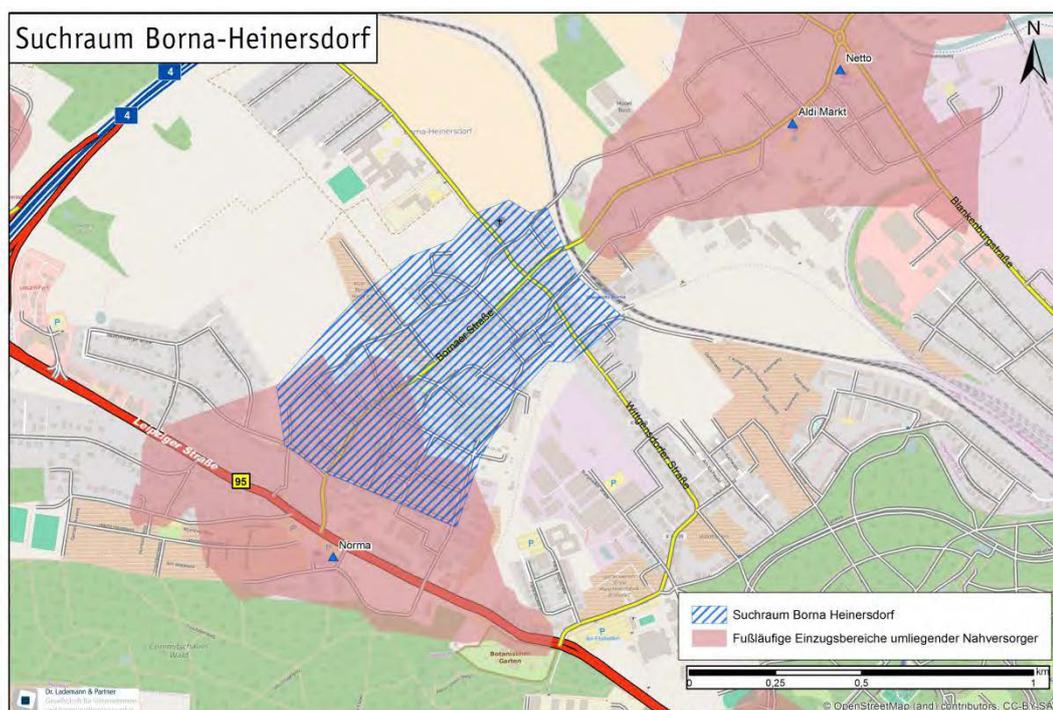


Abbildung 45: Suchraum Borna-Heinersdorf



Das Einwohnerpotenzial in den derzeit unterversorgten Gebieten beläuft sich zwar nur auf etwa 2.200 Personen und ist insofern begrenzt. Die übrigen Siedlungsbereiche von Borna-Heinersdorf werden derzeit durch den Norma-Discounter an der Leipziger Straße und die beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Aldi an der Bornaer Straße versorgt. Die genannten Discounterstandorte befinden sich jedoch allesamt am Rande des Stadtteils in autoorientierter und/oder gewerblich geprägter Lage und haben keinen eindeutigen Wohngebietsbezug.

Überschneidungen der Einzugsgebiete zwischen bestehenden Lebensmittelmärkten und einem potenziellen (integriert gelegenen) Nahversorger sind insofern hinnehmbar. Denn selbst wenn einer der umliegenden Discounterstandorte aufgeben sollte, würde die Neuansiedlung eines Nahversorgers im Kern des Stadtteils insgesamt betrachtet zu einer Verbesserung der Nahversorgungssituation führen. Das nächstgelegene Zentrum Ermafa-Passage liegt bereits etwa drei Kilometer vom Suchraum entfernt. Vorbehaltlich einer detaillierten Verträglichkeitsuntersuchung ist daher nicht von negativen Auswirkungen auf die Ermafa-Passage auszugehen.

Zwar gibt es im Chemnitzer Stadtgebiet noch weitere Bereiche, die fußläufig nicht versorgt sind. Das jeweilige Nachfragepotenzial in diesen Bereichen fällt jedoch vergleichsweise gering aus, sodass sich ein zusätzlicher Nahversorger nicht allein aus der örtlichen Bewohnerschaft tragen könnte, sondern auf signifikante Kaufkraftzuflüsse aus angrenzenden Bereichen angewiesen wäre. Angesichts des insgesamt zu beobachtenden Verkaufsflächenüberhangs könnte dies zu teils erheblichen Umsatzrückgängen in den Zentren oder den Privilegierten Nahversorgungsstandorten führen. Daher empfehlen Dr. Lademann & Partner für das übrige Stadtgebiet eine restriktive Grundhaltung gegenüber Neuansiedlungen von Nahversorgungsbetrieben mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche (Nachbarschaftsläden).

---

Im Chemnitzer Stadtgebiet konnten insgesamt vier unterversorgte Suchräume identifiziert werden, die für die Neuansiedlung eines (auch großflächigen) Lebensmittlers außerhalb der Zentren in Frage kommen. Zur Ermittlung der maximalen Verkaufsfläche für etwaige Neuansiedlungen sind konkrete Verträglichkeitsprüfungen vorzulegen sowie der Nachweis, dass das Vorhaben der Versorgung der umliegenden Bevölkerung dient und der wesentliche Teil des Umsatzes mit Kunden aus den umliegenden Wohnquartieren generiert wird.

---



## 7.5 Anlagentypen „Chemnitzer Laden“ und „Nachbarschaftsladen“

Nach § 1 Abs. 9 BauNVO kann (wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen) in einem B-Plan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den jeweiligen Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können.

§ 1 Abs. 9 BauNVO ermöglicht insofern eine Differenzierung nach Nutzungsarten bzw. Anlagentypen. Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass es diese auch tatsächlich gibt. Die BauNVO kennt lediglich großflächige und nicht-großflächige Betriebe (800-qm-Grenze). Sollen auch Betriebe gesteuert werden, die unterhalb dieses Schwellenwerts liegen, ist es zwingend notwendig, einen solchen im lokalen Kontext tatsächlich existierenden „typischen Betriebstyp“ festzulegen.

Dr. Lademann & Partner haben daher die einzelhandelsrelevanten Bestandsdaten des Chemnitzer Einzelhandels hinsichtlich von Verkaufsflächengrößen und Sortimenten analysiert, um darüber auf einen typischen Anlagentyp zu schließen, der im Zuge der Feindifferenzierung einer Steuerung zugänglich ist.

### **Chemnitzer Laden**

Die Bestandsdatenanalyse zeigt, dass die Anbieter von zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten eine durchschnittliche Betriebsgröße von 229 qm aufweisen. Differenziert nach Größenklassen ergibt sich folgendes Bild:

- Betriebe < 800 qm = 109 qm
- Betriebe < 400 qm = 65 qm
- Betriebe < 100 qm = 38 qm

Insgesamt gibt es in Chemnitz 1.553 Betriebe mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment. Differenziert nach Größenklassen zeigt sich folgende anteilige Verteilung:

- 93 % der Betriebe sind kleiner als 800 qm
- 85 % der Betriebe sind kleiner als 400 qm
- 70 % der Betriebe sind kleiner als 100 qm

Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass die zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe in Chemnitz mehrheitlich kleiner



als 100 qm sind. Für einen typischen „Chemnitzer Laden“ kann insofern eine Verkaufsfläche von max. 100 qm abgeleitet werden sowie ein zentrenrelevantes oder nahversorgungsrelevantes Kernsortiment.

Der Chemnitzer Laden ist typischerweise als Funktionsunterlagerung in Erdgeschosslagen von Wohn- und Geschäftsgebäuden sowie in Form von Ladenzeilen anzutreffen und zeichnet sich damit vor allem durch eine städtebaulich integrierte Lage aus. Typische Erscheinungsformen sind das Lebensmittelhandwerk, Kioske, Obst- und Gemüsehändler, Apotheken, Optiker sowie kleine Fachgeschäfte mit aperiodischen Bedarfsgütern.

Für den Chemnitzer Laden mit einer maximalen Verkaufsflächengröße von 100 qm kann ausgeschlossen werden, dass sich daraus mehr als unwesentliche negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche ergeben, da von ihnen keine strukturprägende Funktion ausgeht.

### **Nachbarschaftsladen/Convenience-Store**

Der Nachbarschaftsladen findet bereits als festsetzungsfähiger Anlagentyp in der aktuellen Rechtsprechung Anwendung. Vom Chemnitzer Laden grenzt sich der Nachbarschaftsladen vor allem über sein auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiertes Sortiment ab sowie durch seine maximale Verkaufsflächengröße von 400 qm. Während der Chemnitzer Ladern sowohl nahversorgungsrelevante als auch sonstige zentrenrelevante Sortimente umfasst, beschränkt sich der Nachbarschaftsladen auf das nahversorgungsrelevante Kernsortiment.

Nach der Definition des IFH Köln<sup>46</sup> handelt es sich bei einem Nachbarschaftsladen oder auch Convenience-Store um einen kleinflächigen Einzelhandelsbetrieb, der ein begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs sowie Dienstleistungen bis hin zu einer kleinen Gastronomie zu einem eher hohen Preisniveau anbietet. Convenience-Stores zeichnen sich durch einen wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort aus. Wo es zulässig ist, sind lange Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden üblich.

Typische Erscheinungsformen sind Bahnhofsläden, Tankstellenshops oder kleinflächige Lebensmittelformate wie z.B. Rewe to Go.

<sup>46</sup> Katalog E des Instituts für Handelsforschung Köln.



## 7.6 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Chemnitzer Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen/zentrenrelevanten Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in aufzustellenden B-Plänen.

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Aber auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind bzw. welche Sortimente für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche eine wesentliche Leitfunktion übernehmen können.

Als Basis diente die Sortimentsliste aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2011. Diese Liste wurde kritisch geprüft und um weitere Waren- und Produktgruppen ergänzt und damit noch weiter ausdifferenziert. Ziel hierbei war es, eine möglichst abschließende Sortimentsliste zu erarbeiten.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Chemnitz:



<b>Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Chemnitzer Liste")</b>		
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente*</b>	<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke, Reformwaren, Tabakwaren, Lebensmittelhandwerk) Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel) Reformwaren Schnittblumen Zeitungen/Zeitschriften Tiernahrung (keine Großgebände) Pharmazeutischer Bedarf	Unterhaltungselektronik/Elektrokleingeräte/Computer/Telekommunikation Ton- und Bildträger Foto/Film/Optik Bekleidung/Wäsche Kopfbedeckung Sonnenbrillen Schuhe Lederwaren/Koffer/Regenschirme Uhren/Schmuck/Metallwaren Parfümeriewaren Geschenkartikel Haushaltswaren (Küchenartikel und -geräte, Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Körbe, Schüsseln, Kunststoffbehälter, Wäscheständer) Glas, Porzellan, Keramik Wohnaccessoires/Deko/Bilderahmen/Kunstgewerbe/Bilder Heimtextilien (Stoffe, Kurzwaren, Bettwaren, Tischwäsche) Spielwaren/Hobbybedarf Sportbekleidung/-schuhe, Sportartikel (keine Großgeräte) Papier/Büro/Schreibwaren Bücher/Zeitschriften (Fachzeitschriften) Medizinischer Bedarf (Sanitätswaren/ Orthopädiwaren/ Hörgeräte/Augenoptik) Babybekleidung/Babyspielzeug Antiquitäten Hobby- und Bastelbedarf kleinvolumige Musikinstrumente Waffen/Jagdbedarf/Angelbedarf	Elektrogroßgeräte (Weiße Ware) Büromaschinen Lampen/Leuchten Wohn- und Büromöbel/Küchen Matratzen Gardinen Teppiche/Bodenbeläge Werkzeuge/Beschläge/Eisenwaren Holz/Bauelemente/Fenster/Türen Rollos/Rolläden/Markisen/Gitter Baustoffe/Bauelemente/Dämmstoffe/ Installationsmaterial/ Sanitärmaterial/Badeinrichtungen und -ausstattung/Fliesen Tapeten/Farben/Lacke/Malereibedarf Pflanzen und Zubehör/Pflege- und Düngemittel/Erde/Torf/Pflanzgefäße/ Gartenmöbel/Gartenwerkzeug/ Garten- und Gewächshäuser/Zäune/ Naturhölzer Kamine/Kachelöfen Zoologischer Bedarf (Tiernahrung nur Großgebände) Campingartikel und Zubehör Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder + Zubehör, Surfboards, Boote, Hometrainer, Reitsport) Kraftfahrzeuge und Zubehör, Motorradbedarf, Reifen Brennstoffe/Mineralölzeugnisse Babybedarf (Kindermöbel, Kinderwagen etc.) großvolumige Musikinstrumente (z.B. Klaviere)
*Die nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich auch für die Zentrenentwicklung relevant, werden aber als eigene Kategorie geführt.		

Tabelle 14: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Chemnitzer Liste“)



## 8 Innenstadt Chemnitz

---

### 8.1 Historische Entwicklung

Die Chemnitzer Innenstadt ist besonders stark von den Entwicklungen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts geprägt, die sich in der städtebaulichen Struktur deutlich niedergeschlagen haben. Im zweiten Weltkrieg wurde die vormals historisch gewachsene, kleinteilige Innenstadt nahezu vollständig zerstört. Die Wiederaufbauplanungen orientierten sich zunächst an der historischen Stadt. Ab Ende der 1950er Jahre sollte das damalige Karl-Marx-Stadt als ein Muster der Sozialistischen Stadtplanung neugebaut werden. In diesem Zuge wurde der Stadtkern rigoros überformt und funktional Neubestimmt. Chemnitz entwickelte sich zu einer „Stadt ohne Mitte“.

Seit Mitte der 1990er Jahre wurde wieder damit begonnen, citytypische Funktionen in die Innenstadt zurückzuholen und die Kernstadt als Einkaufsinnenstadt zu entwickeln. Ein Rahmenplan für die Innenstadt wurde allerdings erst im Jahr 1998 verfasst. In der Zwischenzeit entstanden in peripheren bzw. innerstädtischen Randlagen die heutigen Sonderstandorte Chemnitz Center, Alt Chemnitz Center, Neefepark und Sachsen-Allee. Im Jahr 2000 zog die Innenstadt mit dem Shopping-Center Galerie Roter Turm sowie 2001 mit dem „Gläsernen Kaufhaus“ Galeria Kaufhof nach, 2003 eröffnete Peek & Cloppenburg am Neumarkt. Die Neuentwicklung der Chemnitzer Innenstadt ist bis heute noch nicht abgeschlossen, was sich auch in der geringen Citydichte verdeutlicht (Verkaufsfläche der Innenstadt im Verhältnis zur Gesamtverkaufsfläche, vgl. Kap. 6.2).

### 8.2 Städtebauliche/ Versorgungsstrukturelle Analyse

Die Chemnitzer Innenstadt bezieht sich auf das historische Stadtzentrum – die Einkaufsinnenstadt ist vor allem durch die Entwicklungen seit dem Jahr 2000 geprägt und somit eine noch recht junge City. Sie ist räumlich begrenzt durch die ringförmig geführten Straßenzüge Brückenstraße, Bahnhofstraße und Theaterstraße.

Die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt ist aus dem gesamten Stadtgebiet und dem Umland als sehr gut zu bewerten. Alle wesentlichen Ausfallstraßen laufen radial auf den Zentrumsring zu. Das Stadtzentrum selbst wird dabei vom Verkehr weitgehend freigehalten, was sich positiv auf die Aufenthaltsqualität und die Einkaufsatmosphäre auswirkt. Große Teile der Innenstadt sind als Fußgänger-



zone sowie als verkehrsberuhigte Bereiche ausgebildet. Mehrere Parkhäuser entlang des Zentrumsrings gewährleisten im Zusammenspiel mit einem Parkleitsystem ein ausgewogenes Stellplatzangebot (insgesamt mehr als 2.600 öffentliche Parkplätze). Das Parkleitsystem ist jedoch deutlich „in die Jahre“ gekommen und bedarf einer technischen Überholung.

Die Erschließung der Innenstadt über den ÖPNV erfolgt über Bus- und Straßenbahnlinien, die einerseits entlang des Zentrumsrings sowie andererseits in Form von zentralen Haltepunkten in der Straße der Nationen und in der Rathausstraße/Bahnhofstraße (Zentralhaltestelle) angeordnet sind. Der Chemnitzer Hauptbahnhof liegt nördlich der Innenstadt und ist mit rd. einem Kilometer Entfernung fußläufig nur eingeschränkt zu erreichen. Mit der Umsetzung des sog. Chemnitzer Modells, welches die umsteigefreie Anbindung des Umlands mit dem Zentrum ermöglichen soll, wird die gute Erreichbarkeit der City über den öffentlichen Nahverkehr weiter ausgebaut.

Die Baustrukturen der Chemnitzer Innenstadt sind durch ein heterogenes Bild gekennzeichnet. Von hochwertiger, historischer Bausubstanz sind vor allem das Rathaus, die Bauten am Getreidemarkt sowie die denkmalgeschützte Wiederaufbauarchitektur in der Inneren Klosterstraße. Neben Solitärbauten (Stadthalle, Hotel) und hochgeschossigen Zeilenbauten aus der Zeit des sozialistischen Städtebaus – insbesondere im Norden und im Westen der Innenstadt – findet sich mittlerweile eine Vielzahl von Gebäuden jüngeren Baualters in der Innenstadt, die überwiegend durch eine moderne Architektursprache unter Verwendung von Glas und Stahl geprägt sind. Zuletzt wurde mit dem Bürgerhaus am Wall (2010) eine wichtige städtebauliche Lücke geschlossen. Die Revitalisierung des in den 1960er Jahren errichteten RAWEMA-Hauses an der Straße der Nationen hat das städtebauliche/architektonische Erscheinungsbild der Innenstadt ebenfalls weiter aufgewertet. Mit dem Behördenzentrum und Decathlon (2013) konnten über die Revitalisierung des RAWEMA-Hauses zudem zwei Frequenzbringer in die City integriert werden.

Als wesentliche Magnetbetriebe fungieren vor allem die Galerie Roter Turm, Galeria Kaufhof und P&C. Auch dem Sportartikelanbieter Decathlon kommt mittlerweile eine gewisse Magnetfunktion zu. Die innerstädtische Einzelhandelsstruktur ist durch ein überwiegend mittleres Angebots- und Preisniveau gekennzeichnet. Stellenweise (z.B. im Rosenhof) überwiegen Angebote des unteren Angebotsniveaus. Rund um die Webergasse finden sich vereinzelt auch inhabergeführte Geschäfte eines gehobeneren Angebots- und Preisniveaus sowie spezialisierte Fachhändler. Die Straße Am Wall dient vorwiegend dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel (u.a. Rewe, Aldi). Zudem ist hier eine Reihe von Gastronomie-



betrieben angesiedelt, die auch über Außengastronomieflächen verfügen und den Straßenraum entsprechend beleben.

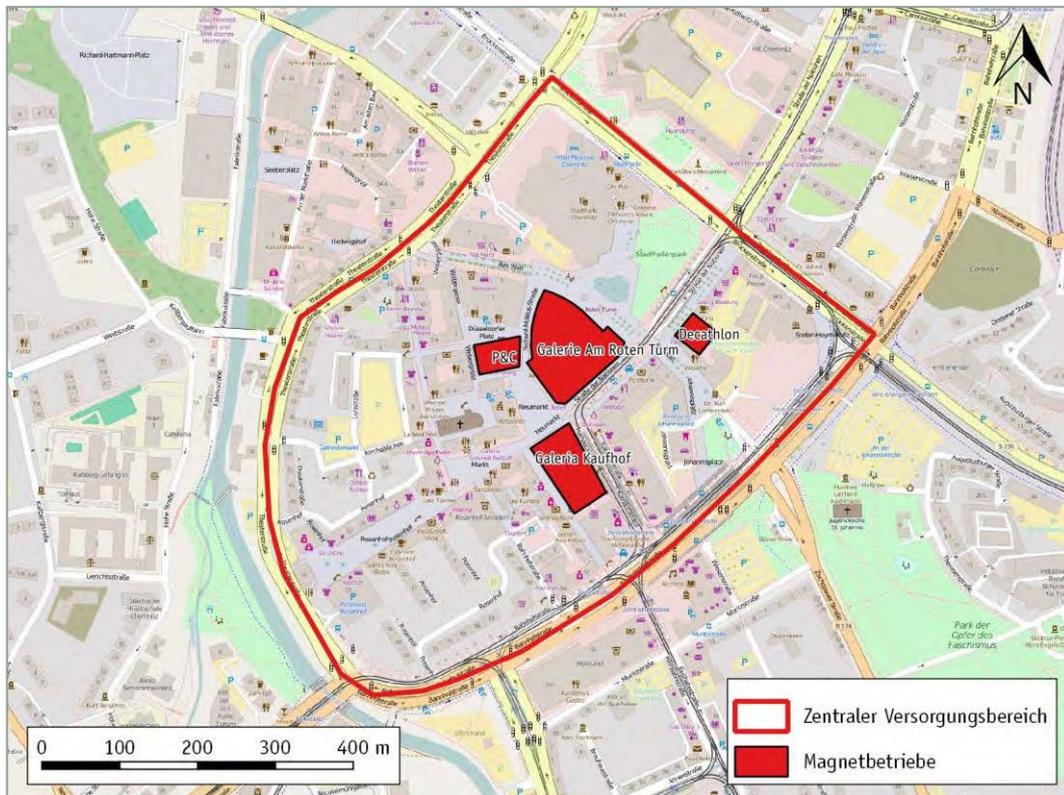
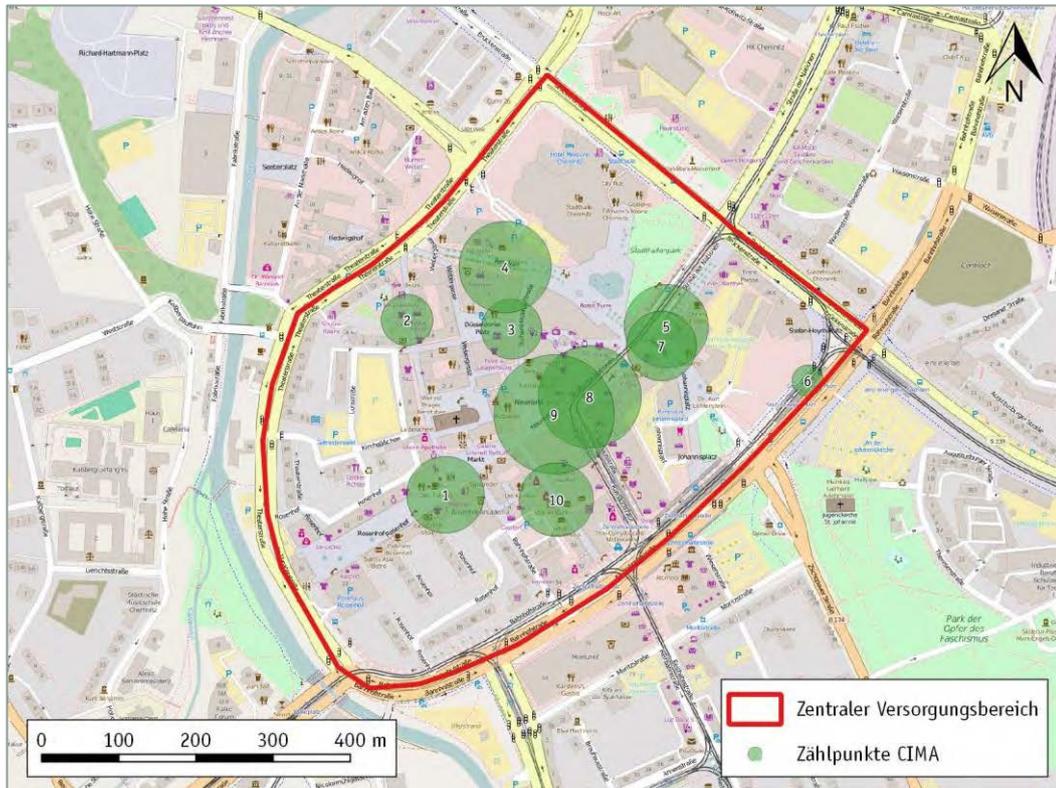


Abbildung 46: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Chemnitz (Status quo)

Innerhalb des Kernbereichs der Innenstadt konnten unterschiedliche Lagequalitäten festgestellt werden. Berücksichtigt wurden einerseits die Lage der Magnetbetriebe und deren Erschließung für die Kunden sowie die Ergebnisse der Passantenfrequenzmessung in der Chemnitzer Innenstadt.<sup>47</sup> Im September 2015 führte die CIMA an drei aufeinanderfolgenden Tagen (Do. – Sa.) an zehn ausgewählten Zählpunkten in der Innenstadt eine Frequenzmessung durch. Die folgende Karte gibt einen Überblick über die kumulierten Summen. Die höchsten Frequenzen wurden dabei entlang der Achse Rosenhof - Neumarkt - Straße der Nationen gemessen. Auch Am Wall im Bereich des Behördenzentrums werden relativ hohe Frequenzwerte erzielt.

<sup>47</sup> Vgl. CIMA Beratung + Management GmbH: Messung der Passantenfrequenz in der Chemnitzer Innenstadt 2015.



Zählpunkt	Summe
1 Rosenhof/Markt	25.077
2 Innere Klosterstraße	11.223
3 Düsseldorfer Platz	15.327
4 Am Wall/Bürgerhaus	35.649
5 Roter Turm	29.640
6 Stefan-Heym-Platz	4.107
7 Am Wall/Finanzamt	20.553
8 Straße der Nationen	44.457
9 Neumarkt	60.558
10 Am Rathaus	23.061

Abbildung 47: Kumulierte Passantenfrequenzen der einzelnen Zählpunkte (Datengrundlage: CIMA 2015; Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

Die Haupteinkaufslage (A-Lage) erstreckt sich über den Marktplatz (Markt und Neumarkt), die Rathausstraße sowie die angrenzenden Bereiche der Straße der Nationen. In der A-Lage finden sich mit der Galeria Kaufhof, Peek & Cloppenburg, dem Einkaufszentrum Roter Turm und Decathlon auch die wesentlichen Magnetbetriebe. Die B-Lagen, die durch eine abnehmende Einzelhandelsdichte, geringere Passantenfrequenzen und durch einen deutlich geringeren Anteil von Filialisten geprägt sind, erstrecken sich über die angrenzenden südlichen, nördli-



chen und westlichen Bereiche, die deutlich kleinteiliger strukturiert sind. In allen übrigen Lagen nimmt der Einzelhandelsbesatz deutlich ab.

Während die A-Lage durch einen durchgängigen Einzelhandelsbesatz und eine hohe Einzelhandelsdichte geprägt ist, nehmen Dichte und Besatz in den Nebengebieten deutlich ab. Im nördlichen Rathausumfeld sind die Erdgeschossflächen zwar fast vollständig mit publikumswirksamen Nutzungen belegt, dabei handelt es sich jedoch nur zum Teil um Einzelhandelsflächen, sondern vermehrt um Gastronomiebetriebe, Dienstleister etc. Der Rosenhof war lange Zeit durch Leerstände geprägt – derzeit wird die nördliche Zeile entkernt und saniert.

Auch der Filialisierungsgrad nimmt in den Nebengebieten deutlich ab. Die Chemnitzer Innenstadt weist damit eine räumlich eng begrenzte Haupteinkaufslage auf. Ziel sollte es daher nicht nur sein, die Haupteinkaufslage zu stärken, sondern diese aus durch gezielte Investitionen räumlich weiter auszubauen.

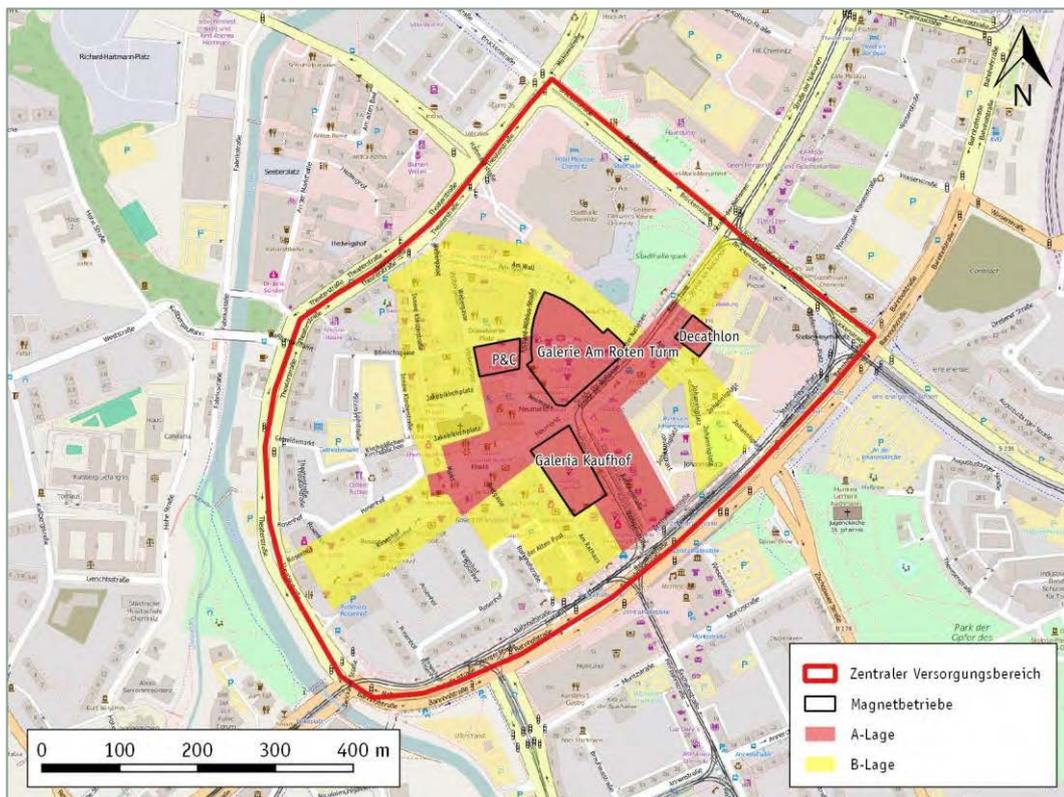


Abbildung 48: Lagen im A-Zentrum Innenstadt (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

Die Aufenthaltsqualität der Chemnitzer Innenstadt ist als gut zu bewerten. Umfangreiche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen (zuletzt v.a. die freiraumgestalterische Maßnahme Neubau Wallanlage) sowie die weitgehende Sanierung/Modernisierung der Bausubstanz haben in den letzten Jahren dazu beige-



tragen, dass sich das Erscheinungsbild deutlich verbessert hat. Attraktive Pflasterungen, Möblierungen und Bepflanzungen im öffentlichen Raum sowie die Ausbildung attraktiver Platzsituationen sorgen für eine ansprechende Einkaufsatmosphäre.

Die Chemnitzer Innenstadt zeichnet sich auch durch ihre multifunktionale Nutzungsstruktur aus. So wird das Einzelhandelsangebot durch zahlreiche Dienstleister, Gastronomiebetriebe, Freizeiteinrichtungen (z.B. CineStar Kino), öffentliche und kulturelle Nutzungen (u.a. Rathaus, Stadthalle, Staatliches Museum für Archäologie Chemnitz) arrondiert. Wohnnutzungen – insbesondere im südlichen und westlichen Abschnitt – sowie Büronutzungen runden die Funktionsvielfalt der Innenstadt ab. Mit dem Stadthallenpark findet sich zudem auch eine Grün- und Erholungsfläche inmitten des Stadtzentrums.

### 8.3 Angebotssituation

Die Gesamtverkaufsfläche der Chemnitzer Innenstadt beläuft sich auf rd. 67.700 qm,

die sich auf insgesamt 193 Betriebe verteilt. Die Chemnitzer Innenstadt weist seit dem Jahr 2006 eine konstant positive Verkaufsflächenentwicklung auf. Gegenüber dem Jahr 2010 entspricht das Wachstum rd. 13 %, welches insbesondere auf die Entwicklung des RAWEMA-Hauses mit der Neuansiedlung des Sportartikelmarkts Decathlon zurückzuführen ist. Die Summe der Betriebe ist im gleichen Zeitraum hingegen beständig geblieben. Gemäß dem bundesdeutschen Trend kann somit auch für die Innenstadt von Chemnitz konstatiert werden, dass die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Ladeneinheit stetig zugenommen haben.

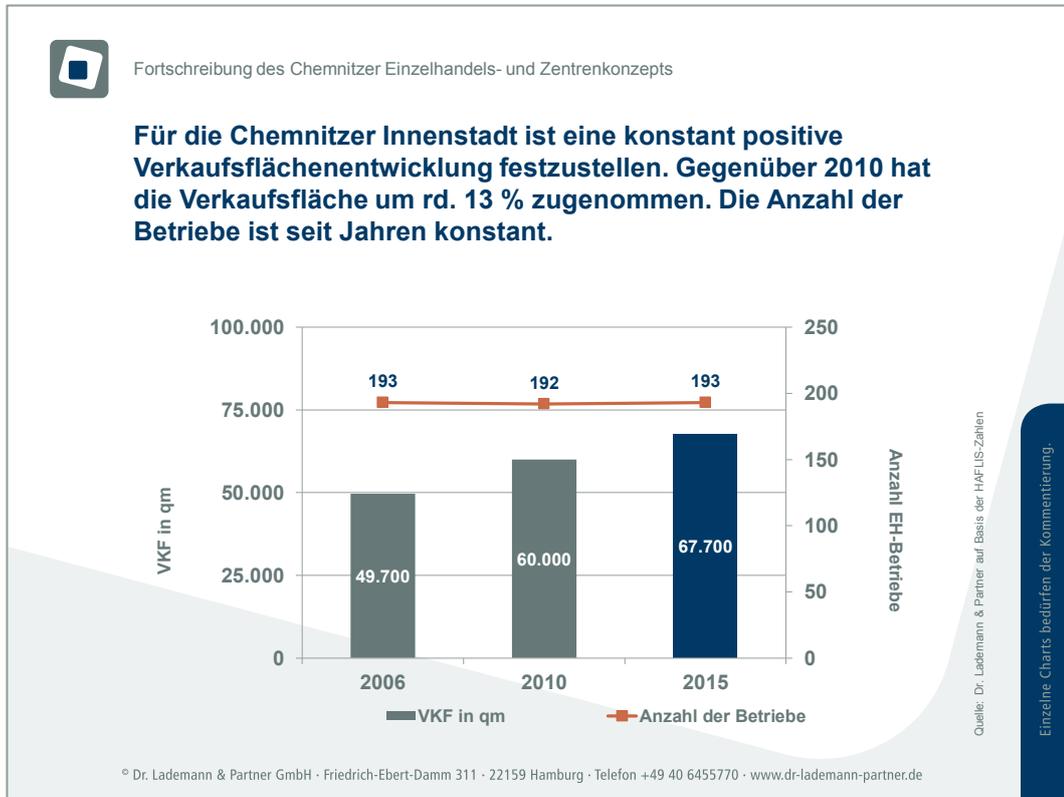


Abbildung 49: Entwicklung der Verkaufsfläche in der Chemnitzer Innenstadt seit 2006

Auf den rd. 67.700 qm Verkaufsfläche hat der Einzelhandel in 2015  
rd. 225 Mio. € Umsatz

generiert. Parallel zur Verkaufsfläche stieg somit auch der Einzelhandelsumsatz in der Chemnitzer Innenstadt. Die Flächenproduktivität in der Innenstadt liegt im Schnitt bei rd. 3.300 €/qm Verkaufsfläche und hat gegenüber 2010 leicht zugenommen (knapp 2 %).

Der Verkaufsflächenschwerpunkt entfällt eindeutig und funktionsgerecht auf den zentrenrelevanten Bedarf. Nicht-zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Angebote sind deutlich untergeordnet. Dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel kommt dabei neben der Arrondierungsfunktion in der Angebotsstruktur der Innenstadt auch eine wichtige Versorgungsfunktion für die im Innenstadtbereich lebende Bevölkerung sowie für die in der Innenstadt arbeitenden Menschen zu.

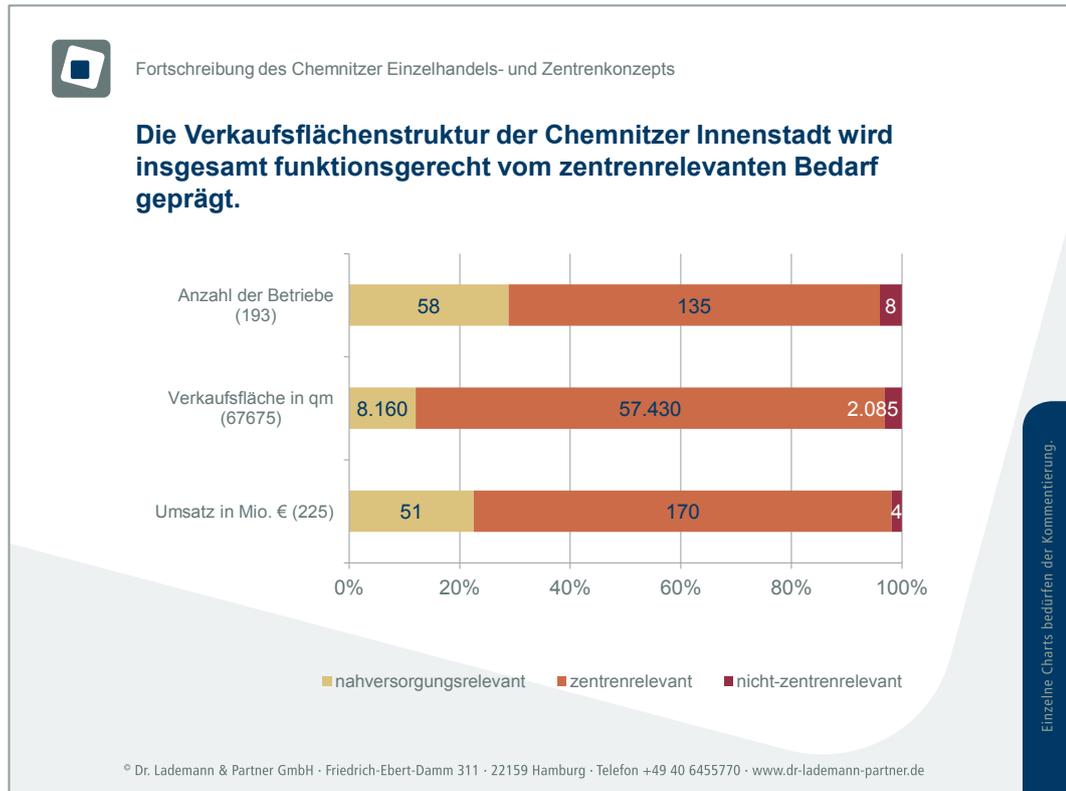


Abbildung 50: Branchenstruktur des Innenstadt Einzelhandels

Innerhalb der A-Lage werden derzeit mehr als 80 % der innerstädtischen Verkaufsflächen vorgehalten. Der Einzelhandelsschwerpunkt ist damit sehr deutlich auf den Kernbereich rund um den Marktplatz konzentriert, während in den übrigen Lagen verstärkt auch anderweitige Nutzungen (Gastronomie, Wohnen, Büros etc.) vorzufinden sind.

Gemessen an der Anzahl der Betriebe liegt jedoch etwa die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe außerhalb der A-Lage. Dies verdeutlicht die unterschiedlichen Betriebsgrößenstrukturen innerhalb der Innenstadt, die dadurch gekennzeichnet sind, dass in der A-Lage vor allem größerflächige Betriebe ansässig sind, während sich in den sonstigen Lagen vor allem kleinteilige Einzelhandelsstrukturen zeigen.

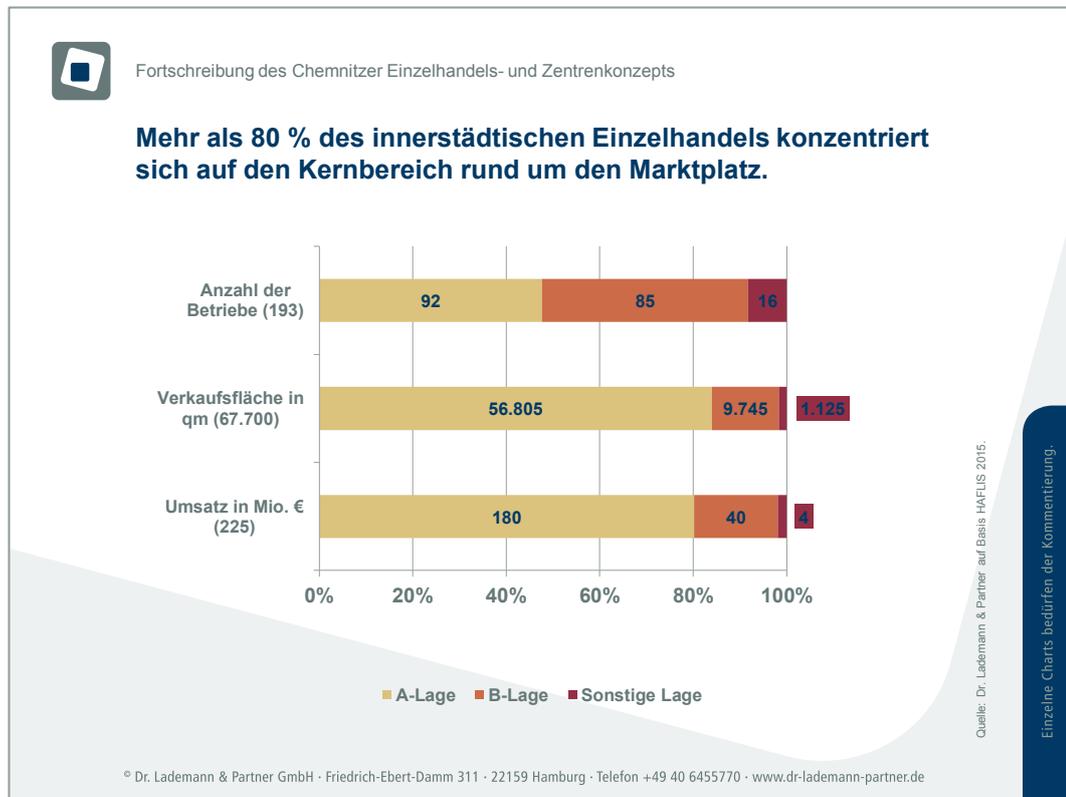


Abbildung 51: Räumliche Angebotsstruktur des Innenstadteinzelhandels

Die Sortimentsstruktur des innerstädtischen Einzelhandelsbesatzes wird im Wesentlichen funktionsgerecht durch das Segment Bekleidung/Schuhe geprägt, welches als Innenstadtleitsortiment zu bezeichnen ist. Darüber hinaus spielen vor allem die Segmente Elektro, Sport- und Campingbedarf, Hausrat/Wohnaccessoires sowie der periodische Bedarf eine tragende Rolle. Gleichwohl ist hier anzumerken, dass die Innenstadtleitsortimente in absoluten Zahlen betrachtet noch als deutlich ausbaufähig zu bewerten sind.

Während in der A-Lage vor allem Bekleidung/Schuhe, Elektronik sowie Sport- und Campingbedarf zu großen Anteilen vertreten sind, werden die B-Lagen sowie die sonstigen Lagen in der Innenstadt neben dem Segment Bekleidung/Schuhe vor allem durch Hausrat/Wohnaccessoires sowie insbesondere durch den periodischen Bedarf geprägt.

Der Branchenmix ist insgesamt zwar als ausgeglichen zu bewerten, die Angebotsbreite ist für einen innerstädtischen Einzelhandelsstandort jedoch noch zu gering. In einigen Branchen finden sich nur sehr wenige Wettbewerber.

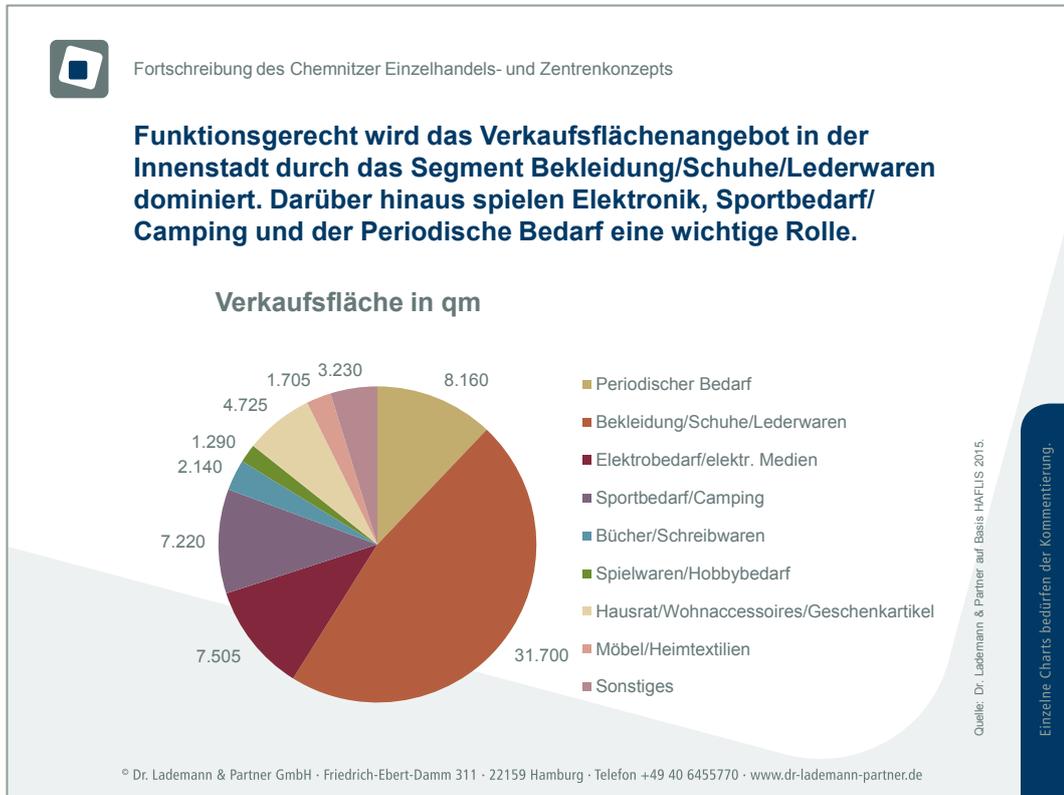


Abbildung 52: Sortimentsstruktur in der Chemnitzer Innenstadt

Zum Zeitpunkt der Begehung (Ende 2015) standen in der Innenstadt insgesamt 30 Ladenlokale mit einer Gesamtfläche von rd. 5.400 qm leer. Dies entspricht einer Leerstandsquote von 7 % der Gesamtfläche und rd. 13 % der Betriebe, was als leicht erhöht zu bewerten ist. Die Leerstände verteilen sich dabei über die gesamte Einkaufslage – im Bereich der Rathaus Passagen sowie um den Rosenhof<sup>48</sup> konzentrieren sich jedoch mehrere leer stehende Ladeneinheiten.

Die Chemnitzer Innenstadt konnte die positive Entwicklung der vergangenen Jahre weiter fortsetzen. Gegenüber dem Jahr 2010 ist die Verkaufsfläche nochmals um 13 % gestiegen. Insbesondere die Entwicklung des RAWEMA-Hauses und die Neuansiedlung von Decathlon haben positive Impulse für die Innenstadt gesetzt. Funktionsgerecht wird der Innenstadte Einzelhandel durch den zentrenrelevanten Bedarf und dabei insbesondere durch das Segment Bekleidung/Schuhe geprägt. Der Schwerpunkt der Einzelhandelsnutzungen ist auf die A-Lage rund

<sup>48</sup> Die nördliche Zeile wird derzeit entkernt und saniert.



um den Markt konzentriert. Allerdings weist die Anzahl der Betriebe in der Innenstadt seit Jahren einen konstanten Wert auf, was auf eine gewisse Stagnation hindeutet. Auch die Leerstände in einzelnen Teilbereichen der Innenstadt deuten auf einen Handlungsbedarf hin. Insgesamt ist die Gesamtverkaufsfläche auch vor dem Hintergrund der Konkurrenz mit den Sonderstandorten im Chemnitzer Stadtgebiet weiterhin als deutlich steigerungsfähig einzuschätzen.

#### 8.4 Angebotsprofil

Der Filialisierungsgrad im innerstädtischen Einzelhandel der Stadt Chemnitz liegt aktuell bei rd. 50 % (gemessen an der Anzahl der Betriebe). Dabei ist ein deutlicher Unterschied zwischen der A-Lage (rd. 70 %) und den übrigen Innenstadtlagen (B-Lage = 40 %; Sonstige Lagen = 0 %) festzustellen. Während die A-Lage vornehmlich durch filialgeführte Anbieter gekennzeichnet ist, prägen in den sonstigen Lagen inhabergeführte Läden die Angebotsstruktur. Insbesondere das Einkaufszentrum Roter Turm weist eine für Einkaufszentren typische hohe Filialisierungsquote auf. Vergleichswerte zu den A-Lagen aus den umliegenden Oberzentren Leipzig (59 %) und Dresden (63 %) zeigen eine überdurchschnittlich hohe Filialisierungsquote für die Chemnitzer Innenstadt auf.<sup>49</sup>

Die Filialisierungsquote allein sagt jedoch noch nichts über das Angebotsprofil des innerstädtischen Einzelhandels aus. Hierzu haben Dr. Lademann & Partner die in der Innenstadt vorhandenen Filialisten in eine Übersicht gebracht, die die Marken und Filialisten nach Bekanntheitsgrad und Wertigkeit (Angebots- und Preisniveau) ordnet. Folgende Abbildungen zeigen das derzeitige Innenstadtprofil in Bezug auf überregionale Filialisten und Marken.

In Bezug auf das Bekleidungssegment ist festzustellen, dass der Hauptteil der Filialisten dem mittleren Angebots- und Preisniveau (z.B. Street One, Cecil, Hallhuber, Colosseum) zuzuordnen ist. Mit der Schließung von Zara ist jedoch ein bekannter Filialist aus dem Innenstadtportfolio ausgeschieden, sodass sich das Angebotsprofil gegenüber 2010 insgesamt getrübt hat. Die Fläche wird jedoch durch ein Bekleidungskaufhaus der Konsumgenossenschaft Weimar nachgenutzt. Dies lässt erwarten, dass sich das Markenportfolio der Innenstadt wieder erweitern wird; zwar nicht in Form eigener Markenstores, aber zumindest unter dem Dach eines Multilabel-Stores. Die zwischenzeitlich ebenfalls geschlossene Filiale von Esprit wird im Oktober 2016 in der Galerie Roter Turm neu eröffnen.

<sup>49</sup> Vgl. Jones Lang Lasalle, Retail City Profile, September 2015.



Abbildung 53: Aktuelles Angebotsprofil Marken und Filialisten in der Chemnitzer Innenstadt - Bekleidung/Textilien

Bei den sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten (z.B. Schuhe, Uhren/Schmuck, Sportartikel, Spielwaren, Elektro/Technik, Hausrat etc.) sind im Vergleich zum Jahr 2010 zumindest keine auffälligen Verschiebungen festzustellen. Das Angebotsprofil präsentiert sich hier weiterhin etwas ausdifferenzierter als im Segment Bekleidung/Textilien. Insbesondere in der Sortimentsgruppe Sportbedarf/Camping hat sich mit der Neuansiedlung von Decathlon das Angebotsprofil gegenüber den Sonderstandorten geschärft. Auffällig ist weiterhin, dass es in einigen Sortimentsbereichen überhaupt keinen bekannten Filialisten gibt (z.B. Spielwaren, Baby-/Kinderartikel).

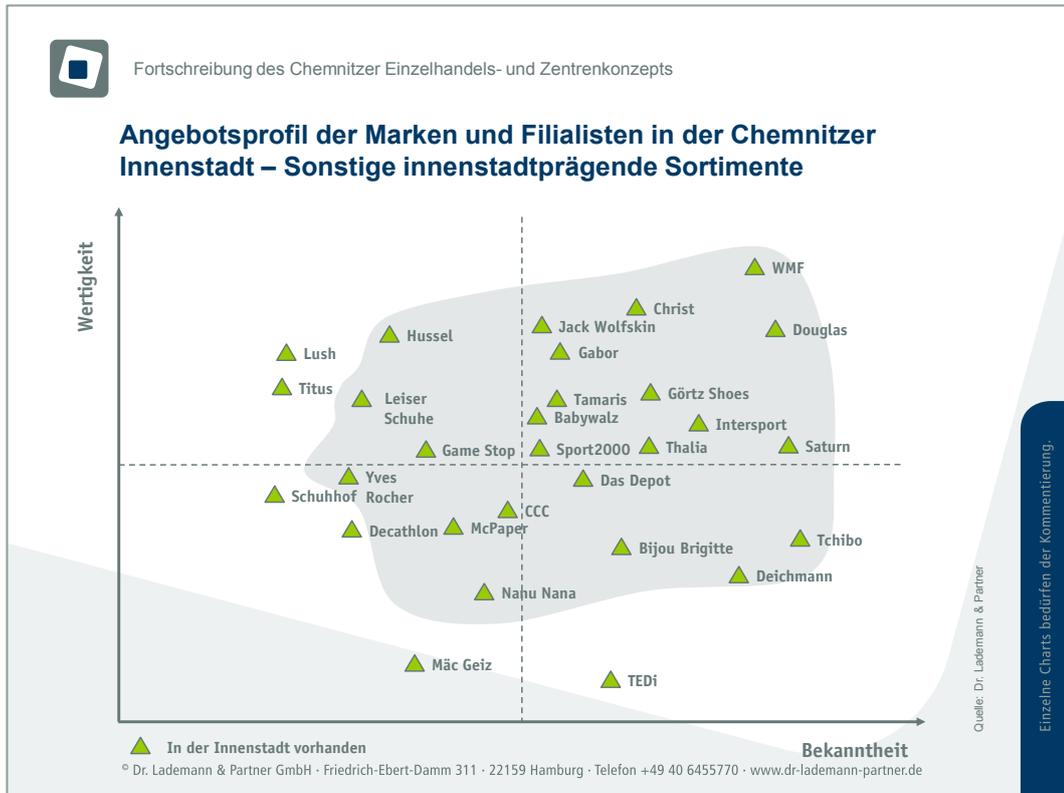


Abbildung 54: Aktuelles Angebotsprofil Marken und Filialisten in der Chemnitzer Innenstadt – Sonstige innenstadtprägende Sortimente

Um mögliche Angebotslücken identifizieren zu können, haben Dr. Lademann & Partner in einem weiteren Schritt die TOP 75 des deutschen Bekleidungseinzelhandels bzw. die TOP 75 bei den sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten ermittelt und sie dem Bestand in der Chemnitzer Innenstadt gegenübergestellt<sup>50</sup>.

In Bezug auf das Bekleidungssegment fallen dabei noch große Lücken auf. Etwa 30 % der TOP 75 sind derzeit in der Chemnitzer Innenstadt vorhanden – gegenüber dem Jahr 2010 (etwa 25 %) konnte sich dieser Wert leicht verbessern. Die größten Lücken bestehen dabei weiterhin im gehobenen Genre. Derzeit ist mit Peek & Cloppenburg hier nur ein Anbieter in der Chemnitzer Innenstadt vertreten. Lücken bestehen aber auch im mittelpreisigen bis preisaktiven Bereich (Anbieter wie z.B. Primark, Mango, Bon Prix, Gina Laura, Vero Moda/Jack & Jones). Dies deutet letztendlich auf deutliche Angebotspotenziale hin. Einerseits verfügt

<sup>50</sup> Die TOP 75 wurden von Dr. Lademann & Partner anhand folgender Kriterien ermittelt: Anzahl an Filialen in Deutschland und Gesamtumsatz in Deutschland, expansive Tätigkeit in Deutschland, Überregionalität, Standort Chemnitz theoretisch denkbar.



die Chemnitzer Innenstadt generell noch über zu wenige TOP-Filialisten, andererseits zeigt das Angebotsprofil insgesamt eine zu geringe Ausdifferenzierung.

Zu berücksichtigen ist dabei, dass ein Teil der TOP 75 zwar derzeit nicht in der Chemnitzer Innenstadt angesiedelt ist, aber dennoch in Chemnitz vorgefunden werden kann – insbesondere an den Sonderstandorten Chemnitz Center und Sachsen-Allee (z.B. Jack & Jones, Gerry Weber). Da es sich dabei z.T. um sehr sogkräftige und attraktive Anbieter handelt, wären diese für die Ausstrahlungsstärke der Innenstadt von großer Bedeutung. Es ist aber nicht ungewöhnlich für Städte in der Größenordnung von Chemnitz, dass zumindest ein Teil dieser Filialkonzepte auch mehr als einen Standort in einer Stadt betreibt.



Abbildung 55: Die TOP 75 des deutschen Bekleidungs Einzelhandels

In Bezug auf die sonstigen innenstadtprägenden Sortimente fallen die Lücken im Angebotsprofil nicht ganz so deutlich aus. Etwa 35 % der TOP 75 konnten aktuell der Chemnitzer Innenstadt zugeordnet werden. Dennoch bestehen auch hier noch Ansiedlungspotenziale. Angebotslücken bestehen hier vor allem hinsichtlich bekannter Anbieter aus den Segmenten Spielwaren/Hobbybedarf und Babybedarf.



Ähnlich wie im Bekleidungssegment sind einige der bislang noch nicht in der Innenstadt verorteten Filialkonzepte an sonstigen Standorten im Stadtgebiet (insbesondere an den Sonderstandorten Chemnitz Center und Sachsen-Allee) angesiedelt. Dabei handelt es sich z.T. aber auch um Formate, die nicht zwingend innenstadttypisch sind und eher über einen Fachmarktcharakter verfügen (z.B. Euronics XXL, Toys'R'Us).

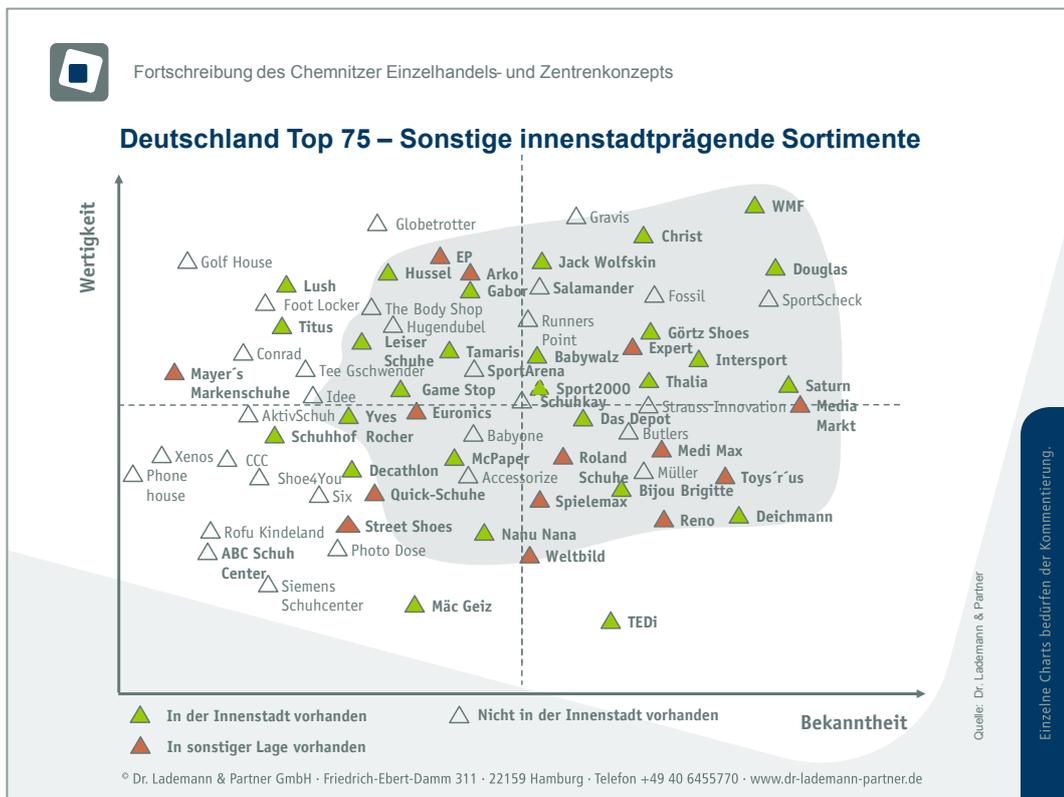


Abbildung 56: Die TOP 75 unter den sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten

Insgesamt ist zu berücksichtigen, dass einige der Marken zwar keinen eigenen Store in der Chemnitzer Innenstadt haben, aber dennoch durch inhabergeführte Läden sowie über die Kauf- und Warenhäuser P&C und Galeria Kaufhof in der Innenstadt präsent sind. Das Sortiment ist aber natürlich deutlich eingeschränkter gegenüber eigenen Markenstores.

Das Angebotsprofil der Chemnitzer Innenstadt hat sich gegenüber dem Jahr 2010 nur marginal verändert. Insgesamt ist es durch seinen Schwerpunkt im mittleren Angebots- und Preisniveau gekennzeichnet. Es besteht nach wie vor ein erhebliches Ausbaupotenzial, was bekannte Marken und Filialisten an-



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

belangt. Derzeit fehlt es vor allem an Anbietern aus dem gehobenen Genre sowie einer stärkeren Ausdifferenzierung im Bereich attraktiver, mittelpreisiger und preisaktiver Anbieter. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der bekannten Filialisten und Marken derzeit an Sonderstandorten wie der Sachsen Allee oder dem Chemnitz Center ansässig ist.

---



## 8.5 SWOT-Analyse

Die zusammenfassende SWOT-Analyse (Stärken/Schwächen, Chancen/Risiken) zur Chemnitzer Innenstadt zeigt damit folgende Ausprägung:

### **Stärken:**

- Für die letzten Jahre konnte insgesamt eine positive Verkaufsflächenentwicklung konstatiert werden. Dabei kam es auch zur Ansiedlung von neuen, sog-starken Anbietern wie Decathlon oder Vapiano.
- Die Passantenfrequenzen in der Innenstadt haben sich zuletzt leicht positiv entwickelt.
- Die Innenstadt überzeugt durch ihre Multifunktionalität und ihre Nutzungsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen, Freizeiteinrichtungen, soziale Einrichtungen, kulturelle Einrichtungen). Dies erhöht die Besuchsanlässe und verlängert die Verweildauer, wovon der Einzelhandel profitieren kann.
- Die städtebauliche Qualität und die architektonische Gestaltung prägender Baukörper sind als hochwertig einzustufen und leisten einen wichtigen Beitrag zur Aufenthaltsqualität der Innenstadt.
- Über den Innenstadtring ist die Innenstadt verkehrlich gut erreichbar - sowohl aus dem Stadtgebiet als auch aus dem Umland über die sternförmig auf den Innenstadtring treffenden Einfallstrassen. Auch über den ÖPNV ist die Innenstadt gut erreichbar. Zwar ist der Bahnhof bereits deutlich abgesetzt von der Innenstadt – durch die Umsetzung des Chemnitzer Modells hat sich die schienengebundene Anbindung der Innenstadt und die Verknüpfung zwischen Bahnhof und Innenstadt verbessert.
- Die Magnetbetriebe zeigen eine zunehmende Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten, was im Sinne des Kundenkomforts positiv zu beurteilen ist.

### **Schwächen**

- Insgesamt weist die Innenstadt immer noch deutlich zu wenig Verkaufsfläche auf, um eine dominante Position im Einzelhandelsgefüge der Stadt und der Region einzunehmen. Daraus resultiert eine zu geringe Angebotsvielfalt hinsichtlich der Tiefe und Breite der angebotenen Sortimente. Der Cityanteil ist dementsprechend gering, was vor allem in der Vielzahl und Größe der Sonderstandorte im Stadtgebiet begründet liegt.



- Insbesondere in den Innenstadtleitsortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck ist das Verkaufsflächenangebot absolut gesehen noch zu gering. Viele bekannte Filialisten und Marken sind derzeit nicht in der Innenstadt vertreten (z.T. aber an den Sonderstandorten).
- Ein Angebotsdefizit zeigt sich auch im gehobenen Bedarf. Über P&C hinaus gibt es nur sehr wenige Anbieter, die höherwertige Marken führen, die jedoch für die Attraktivität und Anziehungskraft einer Innenstadt eine wichtige Rolle spielen.
- Die Anzahl besonders anziehungsstarker Magnetbetriebe ist als ausbaufähig zu bewerten. Diese Funktion nehmen derzeit vor allem die Galerie Roter Turm, Galeria Kaufhof und P&C ein. Mit Zara hat ein wichtiger Magnetbetrieb die Innenstadt jüngst verlassen.
- Abseits der Haupteinkaufslage Rosenhof-Neumarkt-Straße der Nationen fällt die Einzelhandelsdichte und -qualität bereits deutlich ab. Dies spiegelt sich auch in vergleichsweise geringen Passantenfrequenzen in den Nebenlagen wider.
- Einzelne Lagen weisen eine vergleichsweise hohe Leerstandsrate auf. Betroffen sind vor allem der Rosenhof und die Rathaus Passagen, was die Probleme in diesen Einkaufslagen verdeutlicht. Allerdings muss hier auch berücksichtigt werden, dass z.B. die Rathaus Passagen objektseitige Restriktionen aufweisen, die eine Nachvermietung an den Einzelhandel erschweren.
- Die Passantenfrequenzen haben sich zwar leicht erhöht, bewegen sich aber immer noch auf einem relativ geringen Niveau. Die Frequenzen korrespondieren jedoch mit der Angebotsmasse und -vielfalt und sind damit auch Ausdruck des ausbaufähigen Angebots.

### **Chancen**

- Die Innenstadt weist noch zahlreiche Potenzialflächen auf, die für Neuentwicklungen und Neuansiedlungen zur Verfügung stehen.
- Die Einrichtung eines aktiven Citymanagements könnte die Vermarktung der Innenstadt verbessern und u.a. helfen, mehr Events in der Innenstadt zu initiieren, die Aufmerksamkeit erzeugen und mehr Menschen in die Innenstadt locken.
- Über das örtliche und regionale Nachfragepotenzial hinaus ergeben sich zusätzliche Nachfragepotenziale durch das Tourismuspotenzial im Erzgebirge. Diese Potenziale gilt es noch stärker für die Chemnitzer Innenstadt nutzbar



zu machen. Auch der grenzübergreifende Einkaufstourismus mit Tschechien bietet noch Potenziale.

- Die Stabilisierung (und zuletzt sogar leichte Steigerung) der Einwohnerzahlen in Chemnitz verbessert die Rahmenbedingungen des Einzelhandels. Zum einen steht dem Einzelhandel mehr Kaufkraft zur Verfügung, zum anderen handelt es sich bei der Einwohnerentwicklung um einen der zentralen Faktoren, die bei vielen Einzelhandelsunternehmen ausschlaggebend für Standortentscheidungen sind.

### **Risiken**

- Angekündigte und bereits vollzogene Geschäftsaufgaben haben zuletzt für Negativ-Schlagzeilen gesorgt. Dadurch entsteht die Gefahr eines Imageverlusts mit sich selbst verstärkenden Effekten.
- Ein weiterer signifikanter Ausbau zentrenrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb der Innenstadt würde die Funktionsfähigkeit der Innenstadt in Frage stellen und die Chancen auf Neuentwicklungen und Neuansiedlungen reduzieren.
- Der interkommunale Wettbewerb wird tendenziell noch weiter zunehmen. Sowohl Dresden als auch Leipzig konnten in den letzten Jahren eine starke Entwicklung im Einzelhandelssegment aufweisen. Dadurch erhöht sich die Gefahr von Kaufkraftabflüssen. Dies gilt besonders für Besserverdienende, für die aufgrund des geringen Angebots im gehobenen Segment in der Chemnitzer Innenstadt Dresden und Leipzig attraktive Alternativstandorte darstellen.
- Der weiterhin stark wachsende Online-Handel wird den stationären Einzelhandel insgesamt weiter unter Druck setzen. Betroffen sind hier vor allem die innenstadttypischen Sortimente. Diese Entwicklung ist jedoch nicht chemnitzspezifisch, sondern betrifft den stationären Einzelhandel insgesamt.



## 8.6 Perspektiven der Innenstadtentwicklung

### 8.6.1 Allgemeine Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Chemnitzer Innenstadt

Wichtigste Voraussetzung für die Weiterentwicklung der Chemnitzer Innenstadt ist die konsequente Umsetzung des Zentrenkonzepts und die Berücksichtigung der Ziele und Leitlinien (Ansiedlungskriterien) im Rahmen der Bauleitplanung. Dies impliziert vor allem, dass der zentrenrelevante Einzelhandel auf die Innenstadt zu lenken ist und im übrigen Stadtgebiet (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) nicht über den Bestandsschutz hinaus ausgebaut werden sollte. Nur so kann der nötige Entwicklungsdruck auf die innerstädtischen Lagen aufgebaut werden. Stadtverwaltung und Politik sind demnach angehalten, ihre Entscheidungen über künftige Ansiedlungsanfragen gründlich vor dem Hintergrund der Zielaussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts abzuwägen.

Die Chemnitzer Innenstadt erreicht nach wie vor noch nicht die Bedeutung im Einzelhandelsgefüge, die für eine Innenstadt eines Oberzentrums als angemessen zu beurteilen wäre. Ein weiterer Ausbau des Verkaufsflächenangebots ist demnach dringend angeraten. Dieser sollte jedoch nicht ungesteuert erfolgen und vor allem die Stärkung des Kernbereichs zum Ziel haben. Insofern kommt der Entwicklung der Baufelder innerhalb des Innenstadtrings (Brückenstraße, Theaterstraße, Bahnhofstraße) die höchste Priorität zu.

Nachfolgende Abbildung zeigt den Haupteinkaufsbereich in seiner heutigen Ausprägung sowie die bestehenden Laufachsen.

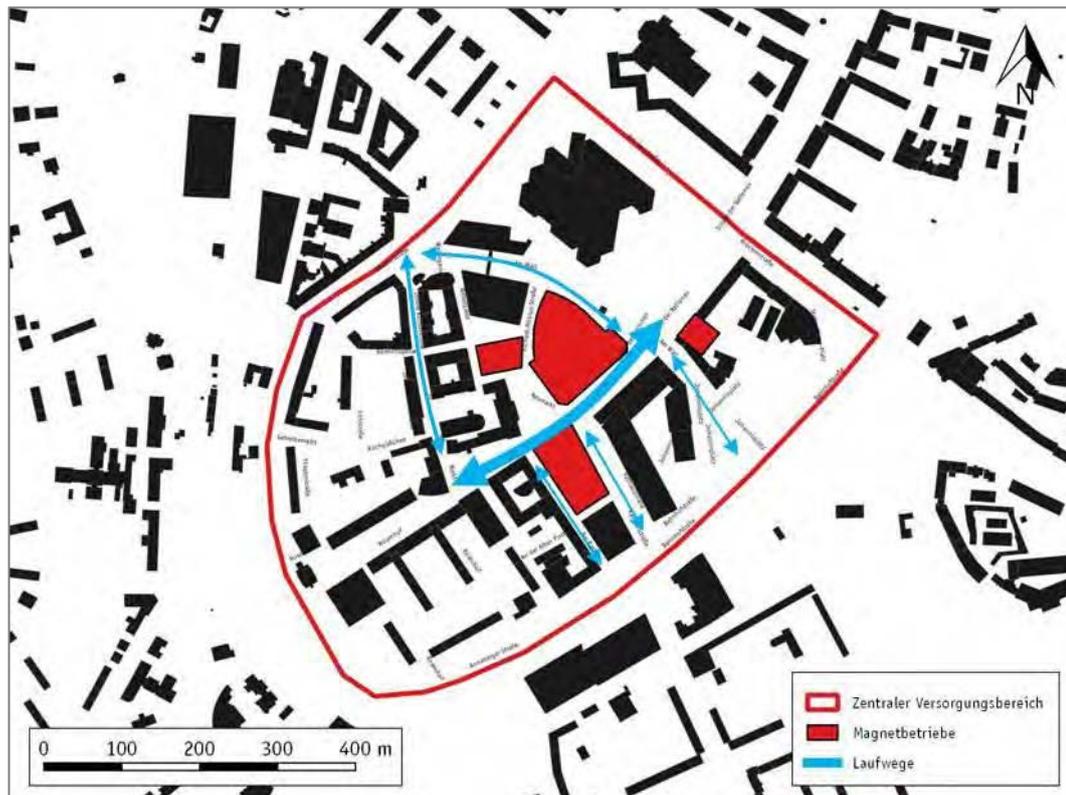


Abbildung 57: Laufachsen und Handelslagen (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)

Prioritär sollte es bei der künftigen Entwicklung der Innenstadt darum gehen, die bestehende Haupteinkaufslage und die bestehenden Laufachsen zu stärken. Damit stehen die Straße der Nationen, der Neumarkt sowie der Rosenhof besonders im Entwicklungsfokus. Zum anderen sind Überlegungen anzustellen, wie auch die Nebenlagen weiter gestärkt werden können. Dr. Lademann & Partner empfehlen diesbezüglich die Etablierung zweier, von der Hauptlaufachse abzweigender Rundläufe. Dies betrifft einerseits einen Rundlauf beginnend vom Neumarkt/Rosenhof über die Innere Klosterstraße und Am Wall auf die Straße der Nationen. Zum anderen geht es um einen Rundlauf beginnend von der Straße der Nationen über den Johannisplatz und die Bahnhofstraße in die Rathausstraße. Um diese Rundläufe zu etablieren, ist die Realisierung von Ankernutzungen als Anziehungspunkte auf Schlüsselgrundstücken notwendig. Besonders im Fokus stehen dabei der Achsenschnittpunkt Innere Klosterstraße – Am Wall sowie der Achsenschnittpunkt Johannisplatz - Bahnhofstraße – Das TIETZ.

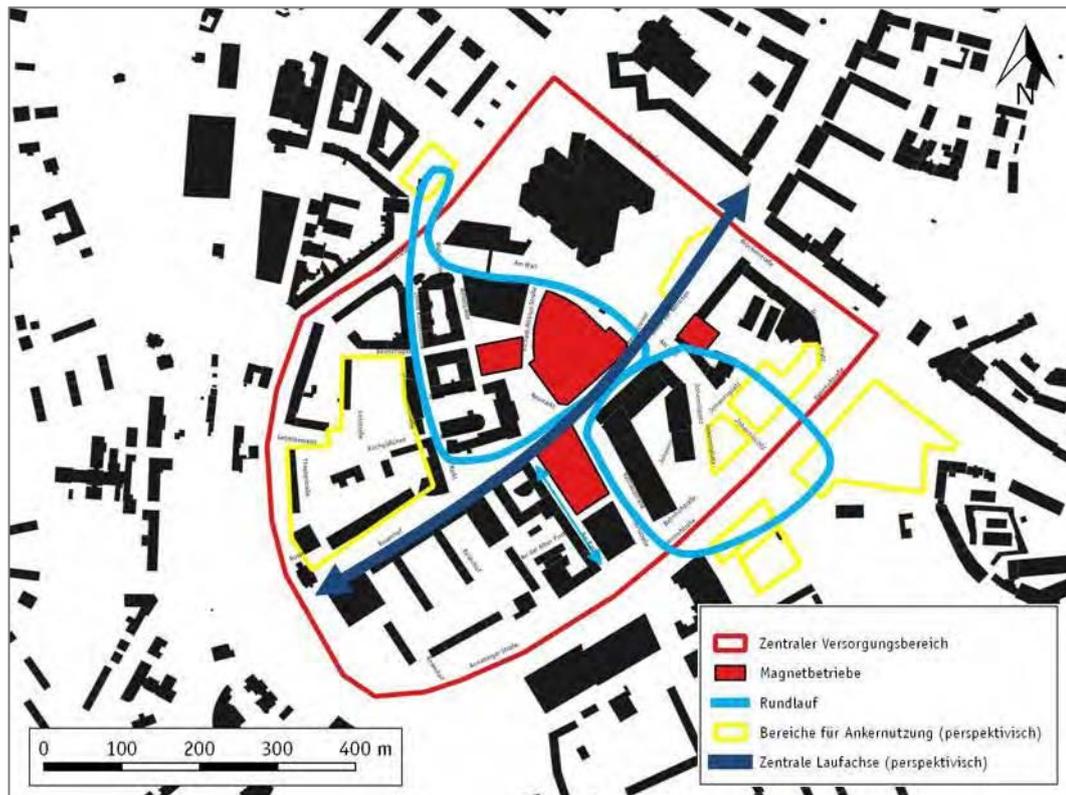


Abbildung 58: Laufachsen und Handelslagen (perspektivisch) (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)

Um die zentrale Laufachse Rosenhof – Neumarkt – Straße der Nationen noch stärker zu betonen, ist eine bauliche und funktionale Verdichtung dieser Wegebeziehung zu empfehlen. Derzeit bricht die Frequenz hinter der Galerie Roter Turm und Decathlon deutlich ab. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass die Straße der Nationen in ihrem weiteren nördlichen Verlauf nur noch einseitig bebaut ist und sich die Ladenlokale demnach nur auf einer Straßenseite aneinanderreihen, während auf der anderen Straßenseite der Stadthallenpark vorortet ist und einen deutlichen Bruch in der innerstädtischen Nutzungsabfolge generiert. Zwar bietet der Stadthallenpark als Erholungsfläche auch eine gewisse Aufenthaltsqualität, um die zentrale Innenstadtachse stärker zu betonen, empfiehlt sich aber dennoch die Entwicklung des Baufelds B7 als Einzelhandelsfläche. Dabei ist es angeraten, dem Baukörper eine ausreichende Tiefe zuzugestehen, um die Anforderungen des Einzelhandels bestmöglich erfüllen zu können.

Die Flächen nördlich des Innenstadtrings entlang der Straße der Nationen bzw. das Baufeld J5 sollten erst dann in den Fokus genommen werden, wenn die Laufachse innerhalb des Stadtrings gestärkt worden ist. Ansonsten besteht die Gefahr einer Zersplitterung, zumal sich durch den Stadthallenpark aktuell ohne-



hin schon eine große Lücke in der innerstädtischen Nutzungsabfolge zeigt. Langfristig erscheint eine Magnetnutzung auf dem Baufeld J5 bzw. an der Straße der Nationen nördlich des Innenstadtrings allerdings denkbar. Hierbei ist jedoch auf eine angemessene Dimensionierung zu achten, um die Einzelhandelslagen im Kernbereich nicht zu beeinträchtigen.

Zur Stärkung der Innenstadt würde auch die Inwertsetzung des Baufelds D in Verbindung mit der Weiterqualifizierung des Rosenhofs beitragen. Die baulichen Gegebenheiten lassen derzeit zwar nur wenige Entwicklungsoptionen zu, im Sinne der Stärkung der zentralen Laufachse wäre jedoch die Platzierung eines anziehungsstarken Magnetbetriebs im Bereich des Rosenhofs sinnvoll.

Die baulichen Voraussetzungen verhindern allerdings noch, dass sich das Bau-  
feld D zu einer Einzelhandelslage entwickeln kann. Sowohl der Rosenhof als auch die Innere Klosterstraße sind durch weitgehend geschlossene Raum- und Baukanten gekennzeichnet. Es gibt nur kleine und wenig akzentuierte Durchgänge in Richtung Getreidemarkt. Um das Baufeld D als Einzelhandelslage inwertzusetzen, müssten die Zugänglichkeiten sowohl vom Rosenhof als auch von der Inneren Klosterstraße deutlich verbessert werden. Im Gebäude Rosenhof 4-14 werden derzeit die baulichen Vorkehrungen geschaffen, zukünftig einen Gebäudedurchgang zum Getreidemarkt (auf Höhe Lohstraße) öffnen zu können. Bislang steht entlang der Inneren Klosterstraße jedoch der Denkmalschutz baulichen Eingriffen entgegen.

Zu empfehlen ist daher die Einberufung einer interdisziplinären Projektgruppe mit Experten aus den Bereichen Handelsimmobilien, Architektur/Städtebau, Denkmalschutz/Stadtplanung und Handel sowie den betroffenen Akteuren, um Möglichkeiten auszuloten und zu entwickeln, ob und wie der Getreidemarkt an die Haupteinkaufslage angebunden werden kann. Aufgrund der Lage im Kernbereich der Innenstadt, unweit des Hauptgeschäftsbereichs, verfügt die Fläche über große Potenziale als Einzelhandelslage – allerdings nur, wenn die baulich-räumlichen Gegebenheiten verändert werden (können).

Die letzten Jahre haben jedoch auch gezeigt, dass sich für eine Einzelhandelsentwicklung vorgesehene Flächen innerhalb des Innenstadtrings unter den derzeitigen Rahmen- und Standortbedingungen nicht vermarkten lassen. Dies gilt insbesondere für das Baufeld F4 (Johannisplatz), was vor allem in der etwas isolierten Lage, abseits der Haupteinkaufslage, begründet liegt. Um die Fläche stärker in den Fokus zu rücken, empfiehlt sich daher zunächst die Vermarktung und Entwicklung der Baufelder E3 und E4. Wenngleich der Einzelhandel auf diesen Baufeldern insgesamt betrachtet nur eine Nutzungsoption unter vielen darstellt,



wird es notwendig sein, an dieser Stelle einen frequenzerzeugenden Magnetbetrieb zu realisieren, der eine neue Laufachse von der Straße der Nationen über den Johannisplatz bis hin zu den Baufeldern E3 und E4 etablieren kann. Damit würden sich auch die Entwicklungschancen für das zentral gelegene Baufeld F4 (Johannisplatz) deutlich erhöhen.

Eine ähnliche Rolle kann auch dem Baufeld G zukommen. Dieses liegt zwar außerhalb des Innenstadtrings, kann aufgrund seiner prominenten Lage in der Blickachse der Inneren Klosterstraße und der Webergasse/Am Wall aber dennoch einen gewichtigen Beitrag für die Entwicklung der KernInnenstadt leisten. Insbesondere der Inneren Klosterstraße fehlt derzeit ein anziehungsstarker Endpunkt, der den Besuchern als Anreiz dienen würde, die Innere Klosterstraße vom Rosenhof/Markt kommend vollständig zu durchlaufen. Derzeit nimmt die Frequenz nach Norden hin eher ab. Die Realisierung eines anziehungsstarken Magneten auf dem Baufeld G könnte dazu beitragen, die Frequenz in der Inneren Klosterstraße, aber auch in der Webergasse/Am Wall zu erhöhen und die Laufachse damit zu stärken. Dabei muss es sich nicht zwangsläufig um einen Einzelhandels-Anker handeln. Denkbar wäre z.B. auch ein besonderes Gastronomiekonzept.

Die Weiterentwicklung der Innenstadt wird jedoch nicht erfolgreich sein können, wenn nicht auch die Immobilieneigentümer einen gewichtigen Beitrag leisten. Sowohl in den Nebenlagen als auch zum Teil in den Hauptlagen finden sich einige Flächen, die den aktuellen Ansprüchen des Einzelhandels nicht mehr gerecht werden und einen Anpassungs- und Modernisierungsbedarf aufweisen. Dies betrifft zum Beispiel die Sichtbarkeit der Fronten und die Flächenzuschnitte und -größen. Investitionen in die Objekte, vor allem was Fassaden und Ladenlokale betrifft, sind daher angeraten, um die Vermietungschancen zu verbessern. Dabei sollte auch an Flächenzusammenlegungen gedacht werden, um flexibler auf die Anforderungen des Einzelhandels reagieren zu können. Gleichzeitig dürfen die Erwartungen an die Mieteinnahmen nicht überstrapaziert werden. Der Einfluss des Online-Handels wird den stationären Einzelhandel künftig noch stärker unter Druck setzen und die Mietzahlungsbereitschaft tendenziell eher verringern.

Die Analyse des innerstädtischen Angebotsprofils hat gezeigt, dass es derzeit vor allem an höherwertigen Marken und Filialisten fehlt. Zwar lässt sich der Angebotsmix nicht steuern, an die Eigentümer ist jedoch der Appell zu richten, sich nicht nur von kurzfristigen Mietertragserwartungen leiten zu lassen, wie sie sich z.B. durch Backshops o.ä. generieren lassen. Vielmehr sollte im Sinne einer nachhaltigen Gesamtentwicklung der Innenstadt bei der künftigen Vermietung der Ladenlokale besonderes Augenmerk auf folgende Anbieter gelegt werden:



- Anbieter aus dem gehobenen Segment, die dem bestehenden Angebotsdefizit in diesem Segment entgegenwirken (z.B. Marc O' Polo, Levi Strauss, Olymp, Gant, Tommy Hilfiger, Desigual, Gravis, Fossil).
- Anbieter, die individuelle Konzepte verfolgen und damit die Angebotsvielfalt der Innenstadt erhöhen. Hierzu gehören zum einen junge, inhabergeführte Konzepte, aber auch (ggf. ausländische) Filialkonzepte wie Clas Ohlson, Maisons Du Monde, MyMüsli, Eataly. Auch innovative Betriebskonzepte wie Concept Stores, Convenience Stores oder PopUp-Stores würden zur Aufweitung der Angebotsvielfalt beitragen.
- Bekannte Filialisten und Marken aus dem Segment der Innenstadtleitsortimente Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, da es sich hierbei um diejenigen Sortimente handelt, die für das „Shopperlebnis“ einer Innenstadt die wichtigste Rolle spielen (z.B. Mango, Veromoda/Jack & Jones, Snipes, Tom Tailor, Gerry Weber, TK Maxx, Camp David, Tally Weijl, Roland Schuhe, Butlers, Spielemax).
- Anbieter, die eine überzeugende Multi-Channel-Strategie haben und damit gegen den wachsenden Online-Handel gewappnet sind. Denn künftig wird es noch viel stärker darauf ankommen, als stationärer Einzelhändler auch Onlineaktivitäten zu verfolgen. Dies muss gar nicht zwangsläufig der eigene Online-Shop sein, aber zumindest eine ansprechende und gepflegte Online-Präsenz sowie ggf. der Anschluss an Online-Marketplaces wie z.B. Amazon oder ebay. Dies betrifft nicht nur Filialisten, sondern auch inhabergeführte Läden. Gerade für den inhabergeführten Einzelhandel kann der Online-Handel auch Chancen bieten, da sich ganz neue Kundenpotenziale eröffnen können.

Auch wenn die angesprochenen, zu bevorzugenden Mieter u.U. eine geringere Mietzahlungsbereitschaft ausweisen: Für die Stärkung der Anziehungskraft der Innenstadt sind genau diese Angebote von zentraler Bedeutung.

Grundsätzlich empfiehlt sich die Einrichtung und Etablierung eines starken Citymanagements, um die Chemnitzer Innenstadt im inter- und intrakommunalen (Sonderstandorte) Wettbewerb zu stärken. Das Citymanagement soll die Attraktivität der Innenstadt fördern und als Impulsgeber für die Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit fungieren. Dazu gehört vor allem auch das Initiieren von attraktiven Veranstaltungen und Events, die Besucher aus Chemnitz und dem Umland, aber auch Touristen in die Innenstadt locken.

Eng verbunden mit dem Citymanagement und der Wirtschaftsförderung wäre auch der Aufbau einer gemeinsamen Online-Präsenz im Sinne eines lokalen



Marktplatzes für den Innenstadthandel. Vielerorts gibt es derzeit Experimente, wie die stationäre Einzelhandelslandschaft „ins Netz“ gebracht werden kann. Das prominenteste und am weitesten gehende Beispiel ist derzeit sicherlich die ‚Online-City Wuppertal‘. Im Kern geht es dabei um den Aufbau einer Marktplatz-Plattform, die die Produkte und Dienstleistungen der lokalen Händlerschaft zusammenfasst und die nötige Logistik-Infrastruktur für Same-Day-Delivery (Lieferung am selben Tag) zur Verfügung stellt. Die Online-City ist nicht nur lokaler Versandhandel, sondern bietet dabei Serviceleistungen wie die Abfrage der Warenverfügbarkeit, Click & Collect und Online-Beratungen. Zwar handelt es sich hierbei um ein äußerst ambitioniertes Pilotprojekt, aber auch in abgeschwächter Form stellt dies eine gute Möglichkeit dar, den Innenstadthandel besser gegen den (oder mit dem) Online-Handel zu positionieren.

### 8.6.2 Bewertungen und Empfehlungen zur Entwicklung der innerstädtischen Potenzialflächen

Folgende Übersicht zeigt die definierten Potenzialflächen im innerstädtischen Bereich:



Abbildung 59: Übersichtskarte Potenzialflächen (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

Auf den folgenden Seiten werden die gutachterlichen Empfehlungen zu den einzelnen Potenzialflächen dargestellt.



### **Baufeld E3**



Abbildung 60: Entwicklungsperspektive Baufeld E3 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** v.a. Parkplatz
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Ergänzende Nutzungen zum „Tietz“ schaffen: freizeitorientierte Nutzungen, Erlebnisgastronomie, Kultur und Einzelhandel
  - In den oberen Geschossen Wohnen ggf. ergänzt durch Büronutzungen
- **Begründung:**
  - Nähe zur hochfrequentierten Zentralhaltestelle
  - Synergieeffekte mit freizeit-/kulturorientierten Nutzungen im Hinblick auf das Tietz relativ groß
- **Voraussetzung:** Verbesserte Querung der Bahnhofsstraße für Fußgänger



## **Baufeld E4**



Abbildung 61: Entwicklungsperspektive Baufeld E4 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** Parkplatz
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Einzelhandel in den Erdgeschosslagen
  - Großer Ankerbetrieb als Frequenzbringer für die Innenstadt denkbar (VKF > 2.000 qm)
  - Wohnnutzungen in den Obergeschossen
- **Begründung:**
  - Flächenpotenzial zur Ansiedlung großer Betriebseinheiten (im Innenstadtkern nur begrenzt vorhanden)
  - Ansiedlung Magnetbetrieb / Lückenschluss im Betriebsformenmix möglich
  - Nach Süden attraktives Wohnumfeld
- **Voraussetzung:** Verbesserte Querung der Bahnhofsstraße für Fußgänger



## **Baufeld F4**



Abbildung 62: Entwicklungsperspektive Baufeld F4 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** Parkplatz/ungenutzt
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - In den Erdgeschossen, sowie ggf. auch im 1.OG Einzelhandel bzw. innenstadttypische Nutzungen (auch großflächig)
  - In den Obergeschossen Büronutzungen
- **Begründung:**
  - Notwendiger Lückenschluss am Rande des Kernbereichs (baulich und funktional)
  - Umsetzung der Achse Am Wall – Johannisplatz
  - Die Entwicklung von F4 könnte von einem „Frequenzbringer“ auf dem Baufeld E4 profitieren: Neue Laufachse vom Baufeld E4 über Johannisplatz zur Hauptgeschäftslage.



## **Baufeld J5**



Abbildung 63: Entwicklungsperspektive Baufeld J5 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** Parkplatz, Brachfläche, alter Gebäudebestand
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Gemischt genutztes Quartier: Wohnen – Arbeiten – Shopping
  - Ankernutzung mit Frequenzwirkung etablieren
  - auch großflächiger Einzelhandel zur Straße der Nationen; im Innenbereich kleinteilige Funktionsmischung
  - Kein geschlossenes Shopping-Center
- **Begründung:**
  - Anbindung an die Kernstadt z. Zt. noch suboptimal – Brückenstraße und SIB-Gebäude als Barriere (isolierte Lage)
  - Keine Konkurrenz zur Galerie Roter Turm
- **Voraussetzung:** Entwicklung gemäß Siegerentwurf des Gutachterverfahrens und „Durchlässigkeit“ des SIB-Gebäudes erhöhen



## **Baufeld J1**

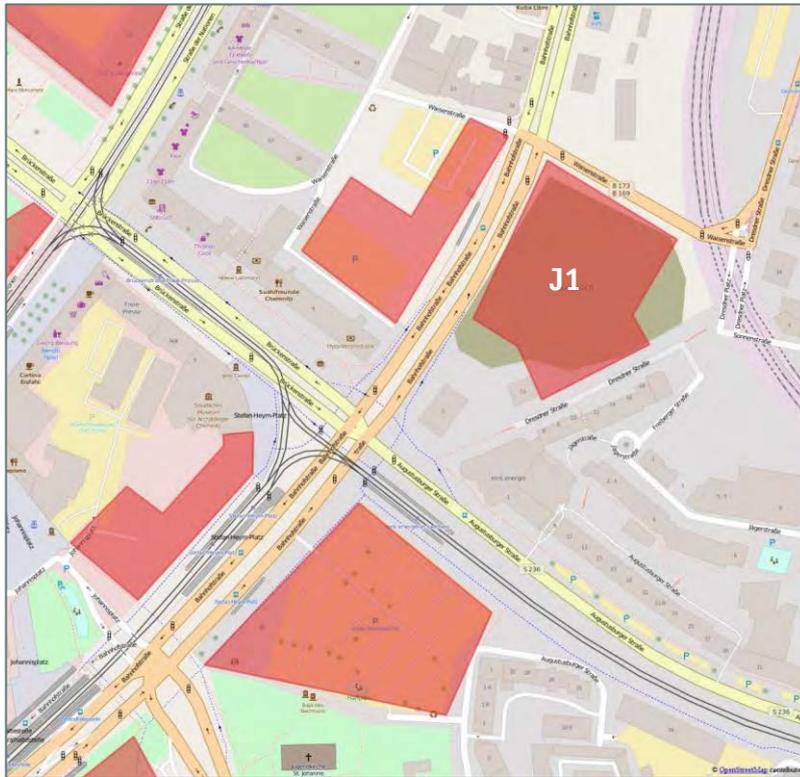


Abbildung 64: Entwicklungsperspektive Baufeld J1 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** im Bau
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Standort für Neubau Technisches Rathaus
  - Flächen für kleinteiligen Einzelhandel gemäß Festsetzungen des B-Plans sowie ergänzenden Dienstleistungen
- **Begründung:**
  - Aufgrund rel. großer Distanz zum Kernbereich der Innenstadt keine Handelsergänzung bzw. Auflage für die City
  - Darüber hinaus ist mit der Büronutzung eine gewisse Belebung der City gegeben



## **Baufeld J2**

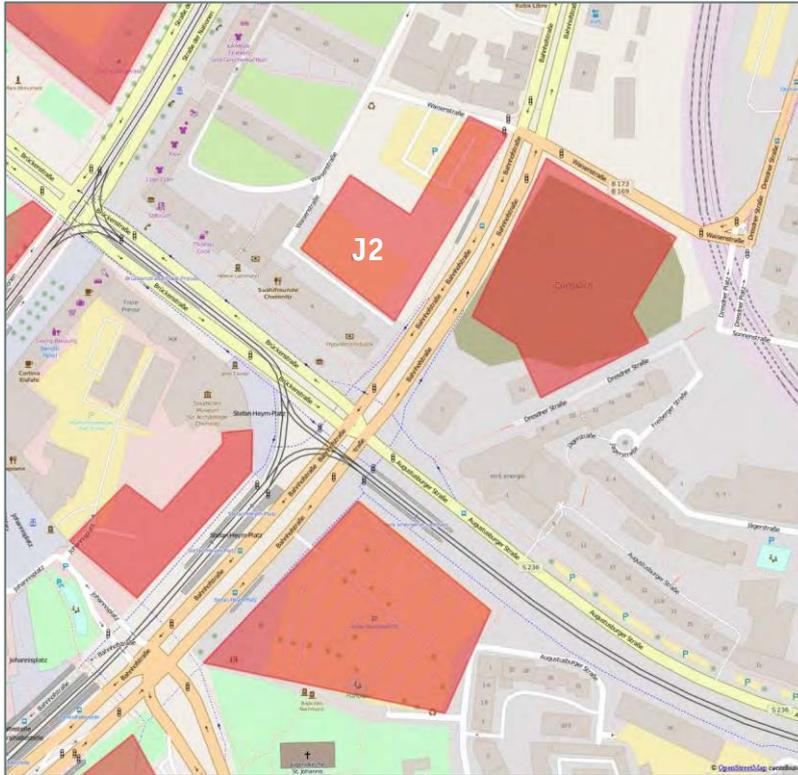


Abbildung 65: Entwicklungsperspektive Baufeld J2 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** Parkplatz
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Schließung der Baulücke gemäß Masterplan (Gutachterverfahren)
  - kein Einzelhandelsstandort
  - Eignung für Büronutzungen und ggf. auch innerstädtisches Wohnen
- **Begründung:**
  - Kein räumlicher Bezug zum Kernbereich der Innenstadt aufgrund der Gebäudekörper entlang der Brückenstraße, die als Barriere wirken



## **Baufeld G**



Abbildung 66: Entwicklungsperspektive Baufeld G (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** Parkplatz, Pavillons
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Städtebaulicher Lückenschluss mit anspruchsvoller Architektur
  - Einzelhandel im Erdgeschoss und ggf. auch im 1. OG / Alternativ Gastronomiestandort
  - Büronutzung in Obergeschossen
- **Begründung:**
  - „Scharnierfunktion“ zwischen Innenstadtkernbereich und Markthallen-Quartier
  - Endpunkt für die Laufachsen Webergasse, Innere Klosterstraße und Am Wall
  - Die Klosterstraße könnte von einem „Frequenzbringer“ auf dem Baufeld G profitieren



## Baufeld D



Abbildung 67: Entwicklungsperspektive Baufeld D (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- Derzeitige Nutzung: Parkplatz, alter Gebäudebestand (hoher Sanierungsstau)
- Entwicklungsempfehlung:
  - Gemischt genutztes Quartier : Wohnen – Arbeiten – Gastronomie/Dienstleistungen – Einzelhandel
  - Raum für kleinteilige Nutzungen ermöglichen – dabei historische Strukturen aufgreifen
  - Einzelhandel sollte nur eine untergeordnete Rolle spielen, **sofern es nicht gelingt, Durchbrüche zur Inneren Klosterstraße und zum Rosenhof zu erzeugen**; wenn dies gelingen sollte, bietet sich dieses Quartier auch für großflächigere Einzelhandelsnutzungen im Anschluss an die Haupteinkaufslage an
- Begründung:
  - Introvertierte Lage in der Kernstadt (derzeit von Innenstadtkernbereich baulich noch deutlich abgegrenzt)
  - Für Wohnen besonders attraktiv (zentral und trotzdem ruhig)



## **Baufeld B7**

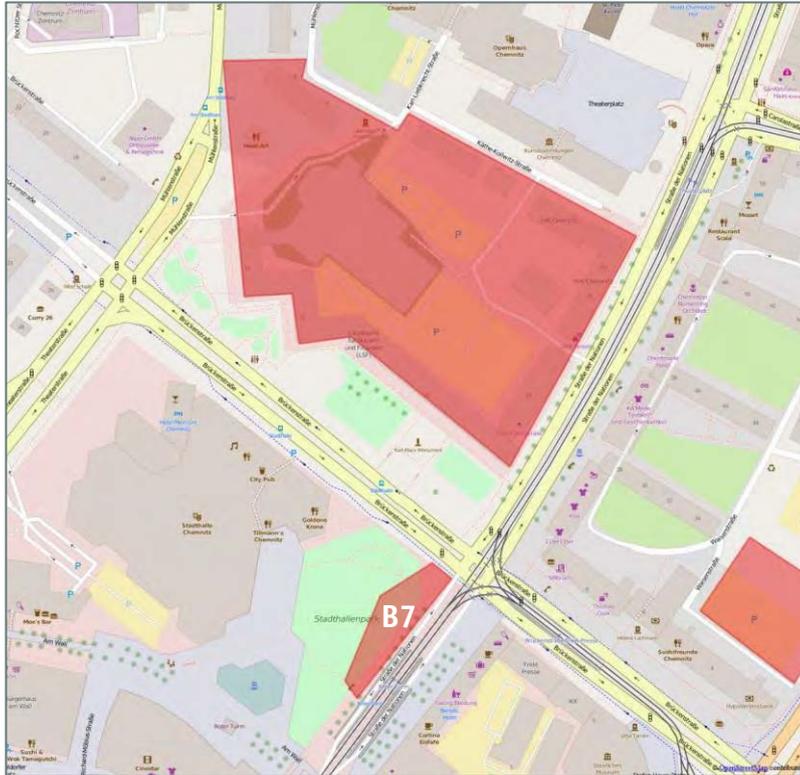


Abbildung 68: Entwicklungsperspektive Baufeld B7 (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)

- **Derzeitige Nutzung:** Grünfläche / Teil des Stadthallenparks
- **Entwicklungsempfehlung:**
  - Entwicklung gemäß Masterplan (Gutachterverfahren)
  - Einzelhandel und Gastronomie im Erdgeschoss und 1. OG – auch großflächiger Einzelhandel
  - „Durchstecker“ vom EG ins OG und Ein-/Ausgänge nach Westen und Osten
  - Büroflächen ab dem 2. OG alternativ exklusives Wohnen
- **Begründung:**
  - Aufnahme der Entwicklungsachse Straße der Nationen gemäß Masterplan
  - Verdichtung der Einkaufslage entlang der Straße der Nationen / beidseitiger Einzelhandelsbesatz



### 8.6.3 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt

Ausgehend von der Analyse und Bewertung der Einzelhandelsituation in der Chemnitzer Innenstadt sowie unter Berücksichtigung der Entwicklungsempfehlungen für die innerstädtischen Potenzialflächen, ergibt sich die nachfolgend dargestellte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt.

Danach ist die bestehende Abgrenzung um die perspektivisch zu entwickelnden Baufelder E3, E4, G und J5 zu erweitern. Nur wenn diese Grundstücke Teil des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sind, kann hier im Sinne der in Kap. 9.1 formulierten Ansiedlungskriterien Einzelhandel mit mehr als 100 qm Verkaufsfläche bezogen auf den zentrenrelevanten Einzelhandel und mehr als 400 qm Verkaufsfläche bezogen auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel entwickelt werden.

Über die angesprochenen Baufelder hinaus, werden auch das Tietz sowie das Sparkassengebäude (neben der Sparkasse auch mit öffentlichen Einrichtungen belegt) südlich der Bahnhofstraße in die perspektivische Abgrenzung einbezogen, da auf diesen Flächen bereits innenstadttypische Nutzungen festzustellen sind. Auch das Quartier zwischen Theaterstraße, Hartmannstraße und dem Chemnitz-Ufer wird als perspektivischer Teilbereich des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ausgewiesen. Auch hier sind bereits heute innenstadttypische Nutzungen zu erkennen (u.a. in der Markthalle).

Für die Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben ist somit die in Abbildung 69 dargestellte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (inkl. der perspektivischen Areale) anzuwenden.

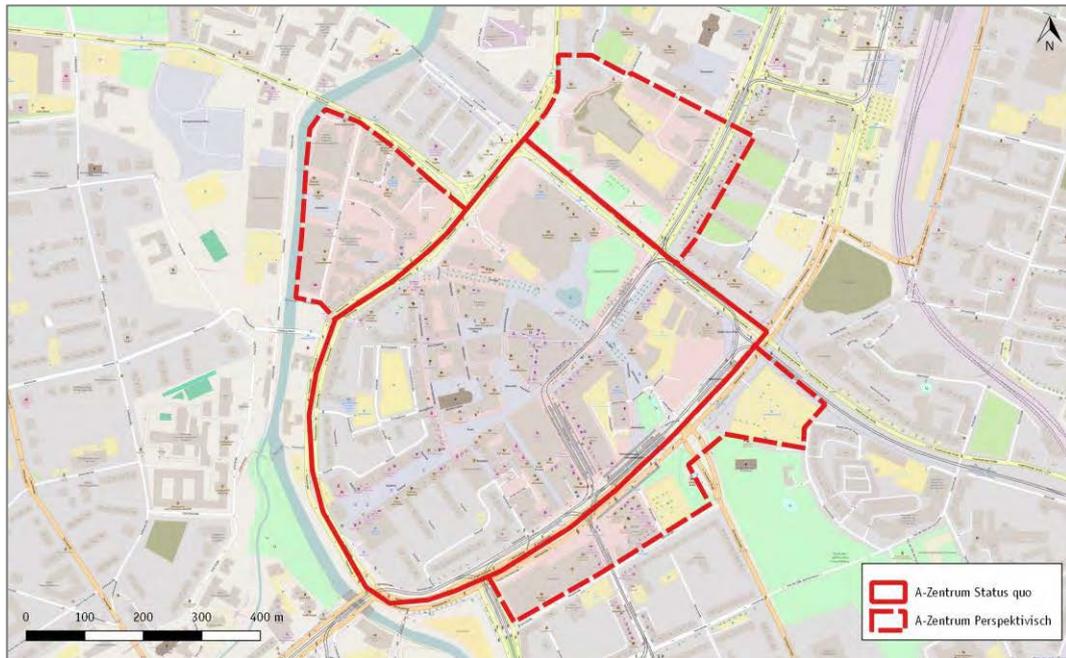


Abbildung 69: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Quelle Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende)



## 9 Sicherung und Umsetzung des Konzepts

---

### 9.1 Ansiedlungskriterien

Das Chemnitzer Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist ein städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Die Ergebnisse des von der Stadt Chemnitz beschlossenen Konzepts sind somit im Rahmen der Abwägung bei der Aufstellung und/oder Änderung von Bauleitplänen als besonderer Belang zu berücksichtigen.

Zur Sicherung und Umsetzung des Zentrenkonzepts wurden in den vergangenen Jahren Ansiedlungskriterien definiert, die bei der Neuansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsvorhaben zum Tragen kamen. Diese ermöglichten der Verwaltung eine Bewertung von Vorhaben im Hinblick auf die Fragestellung, ob die jeweiligen Vorhaben den definierten Zielen des Zentrenkonzepts entgegenstehen oder entsprechen. Die bestehenden Ansiedlungskriterien wurden im Rahmen der Fortschreibung des Konzepts einer kritischen Prüfung unterzogen, im Rahmen zweier Workshops mit den Akteuren der Einzelhandels- und Stadtentwicklung diskutiert und auf dieser Basis grundlegend überarbeitet.

Haben sich die bisherigen Ansiedlungskriterien auf die Definition von Grundsätzen und Ausnahmeregelungen fokussiert, werden nunmehr klare inhaltliche und räumliche Vorgaben gemacht, nach denen künftige Einzelhandelsvorhaben einzuordnen sind.

Die nachfolgend dargestellten Regelungen sollen sowohl interne – im Rahmen der kommunalen Selbstbindung, insbesondere für zukünftige Bauleitplanverfahren – als auch externe Signale setzen und Transparenz und Gleichbehandlung signalisieren. Um einen möglichst hohen Grad an Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten, empfiehlt es sich, die Ansiedlungskriterien durch entsprechende Beschlüsse der politischen Gremien absichern zu lassen.

Die Bewertung von Vorhaben anhand von Ansiedlungskriterien hat gegenüber der isolierten Betrachtung von Einzelvorhaben im Rahmen von Verträglichkeitsprüfungen den Vorteil, dass die gesamtstädtischen stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen, die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts erarbeitet worden sind, maßgeblich sind. Mögliche Summenwirkungen unterschiedlicher Vorhaben sowie bereits vorhandene Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können so berücksichtigt werden.



Dr. Lademann & Partner empfehlen folgende Ansiedlungskriterien zu beschließen:

1. Zur Umsetzung des Zentrenkonzepts werden die [in der Beschlussvorlage] aufgeführten räumlich abgegrenzten A-, C- und D-Zentren (zentrale Versorgungsbereiche) als Investitionsvorranggebiete des Einzelhandels und als städtebaulich schutzwürdig bestätigt. Sie sind zu erhalten und zu entwickeln. Darüber hinaus werden die ausgewiesenen Privilegierten Nahversorgungsstandorte [in der Beschlussvorlage] als zu sichernde Standorte der wohnortnahen Grundversorgung bestätigt.
2. Zur Bestimmung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz von Einzelhandelsortimenten findet die [der Beschlussvorlage beigelegte] ortstypische Sortimentsliste der Stadt Chemnitz Verwendung.
3. Regelungen für Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten
  - a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist nur in den A-, C- und D-Zentren zulässig.
  - b. Erweiterungen bestehender Lebensmittelmärkte sowie deren Abriss und Neubau sind an den festgelegten Privilegierten Nahversorgungsstandorten zulässig. Der Vorhabenträger hat über ein mit der Stadt abgestimmtes Verträglichkeitsgutachten nachzuweisen, dass von der Erweiterung keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstiger Privilegierter Nahversorgungsstandorte ausgeht.<sup>51</sup> Im Rahmen des Verträglichkeitsgutachtens ist auch die maximale Verkaufsflächengröße zu ermitteln. Für Erweiterungen kann auch auf die jeweiligen Nachbargrundstücke zurückgegriffen werden.
  - c. Neuansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur innerhalb der ausgewiesenen Suchräume zulässig. Der Vorhabenträger hat über ein mit der Stadt abgestimmtes Verträglichkeitsgutachten nachzuweisen, dass von der Ansiedlung keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Privilegierten Nahversorgungsstandorte ausgeht. Im Rahmen des Verträglichkeitsgutachtens ist auch die Verkaufsflächengröße zu ermitteln.

<sup>51</sup> Hierbei sind auch etwaige Vorschädigungen zu beachten.



- d. In allen übrigen Bereichen des Stadtgebiets sind Neuansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten mit Ausnahme des „Nachbarschaftsladens<sup>52</sup>“, des „Chemnitzer Ladens<sup>53</sup>“ und von Getränkemärkten unzulässig. Bestehende Betriebe haben Bestandsschutz. Verkaufsfächenerweiterungen sind nur zulässig, sofern sie die maximale Größe des „Chemnitzer Ladens“ von 100 qm bzw. die maximale Größe des Nachbarschaftsladens von 400 qm nicht überschreiten.
4. Regelungen für Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten
- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist nur in den A-, C- und D-Zentren zulässig.
- b. Großflächige Einzelhandelsbetriebe (>800 qm Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind jedoch den höherrangigen zentralen Versorgungsbereichen (ab der Stufe der C-Zentren) vorbehalten und demnach in den D-Zentren nicht zulässig.
- c. In allen übrigen Bereichen des Stadtgebiets sind Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten mit Ausnahme des „Chemnitzer Ladens<sup>54</sup>“ unzulässig. Bestehende Betriebe haben Bestandsschutz. Verkaufsfächenerweiterungen sind zulässig, sofern sie die maximale Größe des „Chemnitzer Ladens“ von 100 qm nicht überschreiten.
5. Regelungen für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
- a. Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist auch außerhalb der A-, C- und D-Zentren zulässig.
- b. Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs müssen in Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gemäß der Sortimentsliste aber zu mindestens 90 % als nicht-zentrenrelevant eingestuft sein. Die zentrenrelevanten Randsortimente dürfen eine Größenordnung von insgesamt 2.500 qm Verkaufsfläche nicht überschreiten. Die Maximalgröße für einzelne Sorti-

<sup>52</sup> Hierunter fallen Nahversorger und Convenience-Stores mit maximal 400 qm Verkaufsfläche.

<sup>53</sup> Hierunter fallen Kleinstbetriebe mit maximal 100 qm Verkaufsfläche, die ein nahversorgungs- oder zentrenrelevantes Kernsortiment führen.

<sup>54</sup> Hierunter fallen Kleinstbetriebe mit maximal 100 qm Verkaufsfläche, die ein nahversorgungs- oder zentrenrelevantes Kernsortiment führen. Z.B. kleine Fachgeschäfte mit aperiodischen Bedarfsgütern.



mente (z.B. Heimtextilien) der zentrenrelevanten Randsortimente ist auf maximal 400 qm beschränkt. Für Vorhaben mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche hat der Antragsteller zusätzlich über ein Verträglichkeitsgutachten nachzuweisen, dass das Vorhaben zu keiner Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der A-, C- und D-Zentren führt. Dies gilt auch für Erweiterungsvorhaben mit einem Verkaufsflächenumfang von mehr als 800 qm Erweiterungsfläche.<sup>55</sup>

6. Der sogenannte Annexhandel oder Werksverkauf ist auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern er dem produzierenden, reparierenden oder verarbeitenden Gewerbebetrieb deutlich untergeordnet bleibt und eine Verkaufsfläche von 400 qm (bei zentrenrelevanten Sortimenten von 150 qm) nicht überschreitet.
7. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist in regelmäßigen Abständen zu überprüfen. Ggf. sind Korrekturen aufgrund sich verändernder Rahmenbedingungen im Rahmen einer Fortschreibung des Gesamtkonzepts zu berücksichtigen.
8. Die Verwaltung hat das planungsrechtliche Instrumentarium zur Steuerung des Einzelhandels bei Ansiedlungs- und Erweiterungsabsichten von Einzelhandelsbetrieben auszuschöpfen, um die formulierten Ziele und Grundsätze des Zentrenkonzepts abzusichern. Die Verwaltung wird beauftragt zu prüfen, in welchen Fällen das bestehende Planungsrecht an die formulierten Ziele und Grundsätze des Zentrenkonzepts anzupassen ist.
9. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz 2016 wird als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen.

<sup>55</sup> Ein ergänzendes Angebot an zentrenrelevanten Randsortimenten hat sich mittlerweile in den meisten Branchen etabliert und wird von den Verbrauchern auch erwartet. Z.T. benötigen die Anbieter zentrenrelevante Randsortimente auch zur Abfederung umsatzschwacher Monate (z.B. Wintermonate für Gartenfachmärkte). Um die Eigendynamik dieser Sortimente zu begrenzen und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche zu schützen, sind die zentrenrelevanten Randsortimente jedoch auf ein Maß zu beschränken, bei dem davon ausgegangen werden kann, dass sich daraus keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen ableiten lassen. Je zentrenrelevantem Sortiment wird dabei eine Obergrenze von 400 qm angesetzt, da damit die marktübliche Mindestgröße für entsprechende Fachmärkte solcher Sortimente nicht überschritten wird.



## 9.2 Festsetzungsempfehlungen

Die Inhalte und Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts erfüllen für sich genommen noch keine rechtsverbindliche Außenwirkung. Diese erlangt das Konzept erst über die Bauleitplanung. So kann die künftige Einzelhandelsentwicklung über das Aufstellen und Ändern von B-Plänen und die entsprechenden B-Plan-Festsetzungen gesteuert werden. Grundsätzlich geht es dabei darum, im Sinne des Zentrenkonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte abzusichern und zu entwickeln und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- Gewünschte Ansiedlungsvorhaben insbesondere in den Zentren sollten gemäß den im Zentrenkonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden.
- An Standorten, die auf Grundlage der Ansiedlungskriterien für die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben in Frage kommen, ist eine kontinuierliche Überarbeitung der vorliegenden und/oder Neuaufstellung von Bebauungsplänen anzuraten.
- An Standorten, die gemäß den Ansiedlungskriterien für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen, gilt es die Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten. Hier kommen insbesondere B-Pläne nach § 9 Abs. 2a BauGB in Frage.
- In Gewerbegebieten empfiehlt sich in Verbindung mit den Ansiedlungskriterien ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel (bis auf den ggf. zuzulassenden Annexhandel/Werksverkauf), um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten.

Diese strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je Vorhaben und Standort differieren. Insofern können keine allgemein gültigen Beispielfestsetzungen entworfen werden. Dies würde sich auch nicht mit dem bauplanungsrechtlichen Abwägungsgebot vertragen. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist jedoch generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht.



Ebenso gilt es, die Ansiedlungskriterien als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Derartige Festsetzungen müssen „erforderlich“ sein, d.h., dass die Festsetzung auf einem legitimen städtebaulichen Ziel beruhen muss. Ein solches Ziel kann z.B. darin liegen, zentrenrelevanten Einzelhandel in zentralen Lagen zu konzentrieren und diese Bereiche damit zu schützen. Dabei kann sich die Gemeinde insbesondere auf § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 8a BauGB stützen und zusätzlich auf § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB berufen. Ein Ziel kann aber auch sein, die Hauptfunktion eines Baugebiets (z.B. eines Gewerbegebiets) zu sichern, indem ein Einzelhandelsausschluss festgesetzt wird, um das Gewerbegebiet vorrangig dem produzierenden Gewerbe vorzubehalten.

Über diese Möglichkeit, Einzelhandel für bestimmte Baugebiete auszuschließen, hinaus, haben Gemeinden mit § 9 Abs. 2a BauGB aber auch ein Instrument zur Verfügung, mit dem Einzelhandelsausschlüsse alleiniger Gegenstand planerischer Festsetzungen sein können. Der B-Plan kann als einfacher B-Plan im Sinne des § 30 Abs. 3 BauGB aufgestellt werden, mit der Besonderheit, dass in den ausgewiesenen Bereichen bestimmte Nutzungsarten (Einzelhandelsbetriebe) zulässig, unzulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Im einfachsten Fall beruht ein solcher B-Plan lediglich auf der Bestimmung des Geltungsbereichs und einer textlichen Festsetzung, nach der Einzelhandelsbetriebe ganz oder teilweise ausgeschlossen sind. Folgende Voraussetzungen sind dabei zu beachten:

- Der Geltungsbereich darf ausschließlich Innenbereichslagen umfassen.
- Im Gemeindegebiet existieren ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche.
- In den zentralen Versorgungsbereichen müssen Einzelhandelsbetriebe bauplanungsrechtlich zulässig sein.
- Der festgesetzte Einzelhandelsausschluss muss dem Schutz und/oder der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche dienen.
- Die Festsetzungen müssen hinreichend bestimmt und verhältnismäßig sein und dem Abwägungsgebot genügen.



Für die Aufstellung eines B-Plans gemäß § 9 Abs. 2a BauGB sind folgende Empfehlungen auszusprechen:

- Grundsätzlich empfiehlt es sich, den Geltungsbereich eines solchen B-Plans auf möglichst wenige Grundstücke zu erstrecken.
- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte sind bei der Aufstellung lediglich zu berücksichtigen. Die Festsetzungen müssen mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept nicht in allen Belangen vollständig im Einklang stehen. Abweichungen führen nicht automatisch zur Unwirksamkeit des B-Plans.
- Die Aussagen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts dürfen nicht „blind“ übernommen werden, sondern sind bei der Planaufstellung auf Stimmigkeit und Aktualität zu überprüfen. Hierin liegt auch der wesentliche Grund dafür das Zentrenkonzept regelmäßig fortzuschreiben.
- Bei der Planaufstellung darf kein für die Festsetzung relevanter Belang unberücksichtigt bleiben. Hierzu gehören auch die Interessen der betroffenen Grundstückseigentümer. So sind neben den tatsächlich ausgeübten Einzelhandelsnutzungen auch die bestehenden Baurechte und ggf. zu leistende Entschädigungen zu ermitteln und in der Planbegründung darzustellen.
- Ein Einzelhandelsausschluss muss abwägungsfehlerfrei sein. Ein vollständiger Einzelhandelsausschluss lässt sich nur schwer begründen, eher lassen sich nur bestimmte Sortimente (z.B. der zentrenrelevante oder der nahversorgungsrelevante Einzelhandel) ausschließen. Ein Ausschluss von nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben ist häufig nicht schlüssig, da diese Sortimente für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, auf die sich der Ausschluss stützen muss, keine wesentliche Rolle spielen.

Die im Folgenden aufgeführten Musterfestsetzungen sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind und beziehen sich ausschließlich auf den Einzelhandel und lassen atypische Einzelhandelsvorhaben außen vor.

### **Aufstellung/Änderung eines B-Plans mit dem Ziel der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben**

*Das Baugebiet wird festgesetzt als \*SO „XX“\*.*

*Im \*SO „XX“\* sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten gemäß Chemnitzer Liste zulässig.*

*Zulässig sind*



*ein \*Betriebstyp (z.B. Lebensmitteldiscounter)\* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von \*XX qm\**

*ein \*Betriebstyp (z.B. Drogeriefachmarkt)\* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von \*XX qm\**

...

oder

*Im \*Gebietstyp nach BauNVO\* können Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche mit bis zu 400 qm (Nachbarschaftsläden) ausnahmsweise zugelassen werden.*

oder

*Im SO "XX" ist ein Baumarkt mit einer Verkaufsfläche von nicht mehr als 9.000 qm mit folgenden Sortimenten zulässig: \*Sortimente aufzählen\**

*Auf einer Verkaufsfläche von höchstens 900 qm (10 % der Gesamtverkaufsfläche) dürfen branchenübliche Randsortimente gehandelt werden. Ausgeschlossen sind folgende Warengruppen: \*Sortimente aufzählen\**

oder

*Das SO „XX“ dient der Unterbringung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs mit einem breiten Warensortiment. Zulässig ist ein Betrieb des Einzelhandels mit insgesamt höchstens 4.500 qm Verkaufsfläche, davon mindestens 40 % für Lebensmittel und mindestens 40 % für Non-Food-Artikel.*

oder

*Das SO „Nahversorgungszentrum“ dient vorwiegend der Unterbringung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben für die Wohngebietsversorgung. Zulässig sind Einzelhandelsbetriebe mit folgenden Sortimenten: \*Sortimente aufzählen\**

*Die betriebsbezogene Verkaufsfläche darf 1.000 qm nicht überschreiten.*

### **Aufstellung/Änderung eines B-Plans mit dem Ziel, Einzelhandelsbetriebe auszuschließen**

*Das Baugebiet wird festgesetzt als \*Gebietstyp nach BauNVO\*.*

*Im \*Gebietstyp nach BauNVO\* sind Einzelhandelsbetriebe sowie sonstige Handelsbetriebe, die Güter auch an Endverbraucher verkaufen, unzulässig.*

oder



*Im \*Gebietstyp nach BauNVO\* sind Einzelhandelsbetriebe sowie sonstige Handelsbetriebe, die Güter auch an Endverbraucher verkaufen, mit folgenden Sortimenten unzulässig: \*Aufzählung der einzelnen Sortimente gemäß Sortimentsliste\**

oder

*Im Geltungsbereich des Bebauungsplans sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig. Ausgenommen davon sind Einzelhandelsbetriebe mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten und weniger als 400 qm Verkaufsfläche (Nachbarschaftsläden) sowie der „Chemnitzer Laden“.*

oder

*In dem Geltungsbereich sind unzulässig:*

- 1. Einzelhandelsbetriebe mit den folgenden Sortimenten: \*Aufzählung der zentrenrelevanten Sortimente gemäß Sortimentsliste\**
- 2. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm.*

*Ausnahmsweise können Fachgeschäfte des Typus Chemnitzer Laden (max. 100 qm Verkaufsfläche) mit den in Satz 1 Nr. 1 genannten Sortimenten zugelassen werden.*

### **Aufstellung eines B-Plans nach § 9 Abs. 2a BauGB**

*Im Geltungsbereich des Bebauungsplans sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig. Ausnahmsweise können Betriebe mit folgenden Sortimenten zugelassen werden: \*Aufzählung von Sortimenten gemäß Sortimentsliste\**

### **Zulässigkeit des Annexhandels**

*In dem Gewerbegebiet XX können Verkaufsstätten für Eigenproduktionen eines im Plangebiet ansässigen Betriebs des Handwerks oder des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes als untergeordnete Nebenbetriebe ausnahmsweise zugelassen werden. Diese Verkaufsstätten müssen im unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem jeweiligen Handwerks- oder Gewerbebetrieb stehen.*

*Die Verkaufsstätte muss dem eigentlichen Betrieb räumlich angegliedert und als dessen Bestandteil erkennbar sein; die Verkaufsfläche muss der Betriebsfläche des produzierenden Gewerbe- oder Handwerksbetriebs untergeordnet sein. Bei zentrenrelevanten Sortimenten darf die Verkaufsfläche höchstens 150 qm betragen.*



## 10 Anhang: Zentrenpässe

---

Auf den folgenden Seiten werden die definierten zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet in Form von Zentrenpässen dargestellt und charakterisiert. Neben einer kriteriengestützten Beschreibung werden die jeweiligen Zentren nach den wesentlichen Stärken und Schwächen bewertet und Handlungsempfehlungen zur künftigen Weiterentwicklung formuliert. Zentraler Bestandteil der Zentrenpässe sind darüber hinaus die kartografisch dargestellten räumlichen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche.



C-Zentrum: Ermafa-Passage

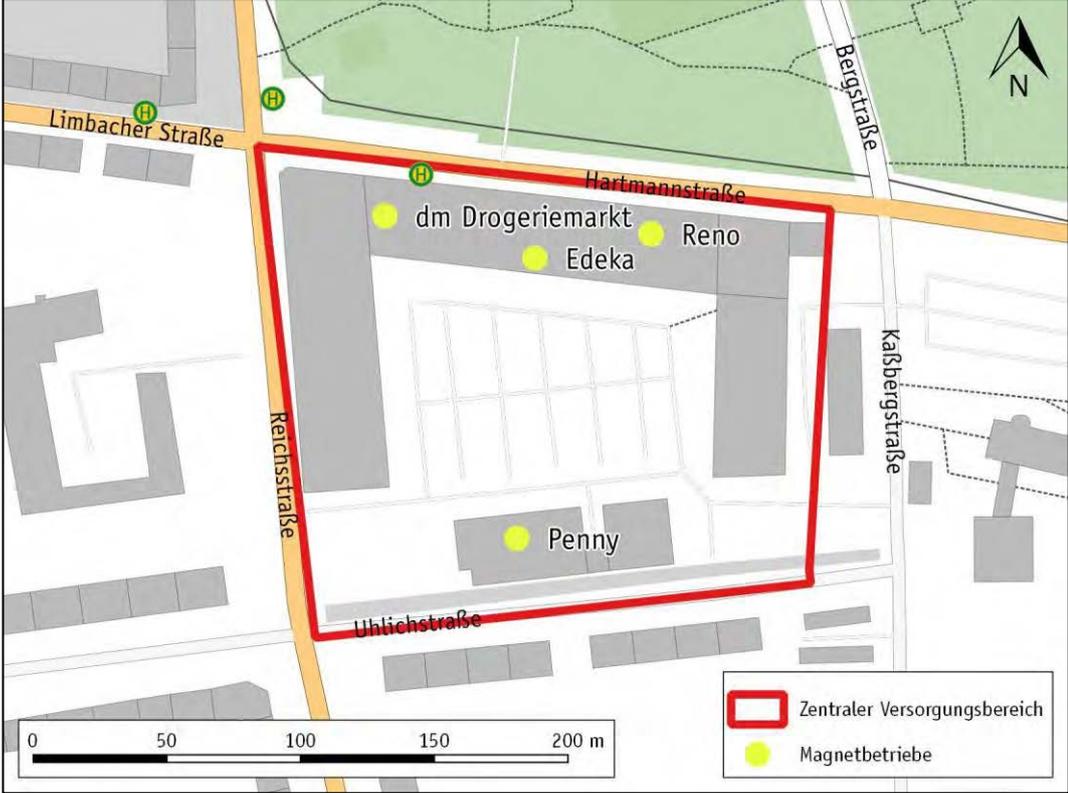


Abbildung 70: Zentraler Versorgungsbereich Ermafa-Passage (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 71: Ermafa-Passage



### C-Zentrum: Ermafa-Passage

<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage nordwestlich des Stadtzentrums bzw. im nordöstlichen Randbereich des Stadtteils Kaßberg; das Einzugsgebiet bilden die angrenzenden Bereiche der Stadtteile Kaßberg und Schloßchemnitz sowie Teile des Stadtzentrums
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Hufeisenförmiger, mehrstöckiger Gebäudekomplex rund um eine zentrale Stellplatzfläche; neben großen Flächeneinheiten an den Seitenflügeln befindet sich mittig eine kleine, zweigeschossige Passage in der Immobilie
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Sanierter, massiver Gewerbebau; wirkt jedoch in sich gekehrt, da nur wenige/kleine Zugänge und geschlossene Fassaden zum Umfeld
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Verdichteter, mehrgeschossiger Wohnungsbau, Grün- und Freiflächen rund um den Schlossteich, östlich mehrere öffentliche Einrichtungen
<b>Sichtanbindung</b>	Sehr gute Sichtanbindung des Baukörpers vom Kreuzungsbereich B 95 mit der Hartmannstraße/Limbacher Straße
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Sehr gute Erreichbarkeit durch Lage am Kreuzungsbereich wichtiger Ausfallstraßen (Limbacher Straße, B 95) in Richtung des westlichen Umlands bzw. zur BAB 4/72; Zufahrten jedoch etwas schwierig
<b>Stellplatzangebot</b>	Großzügige Stellplatzanlage von Gebäudekomplex umgeben
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle unmittelbar vor Gebäudekomplex in der Hartmannstraße
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Fußläufige Erreichbarkeit von umliegenden Wohnquartieren gegeben, jedoch unattraktive Zuwegung; rd. 5.100 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Im Außenbereich keine besondere Aufenthaltsqualität; Passage innerhalb des Baukörpers ist jedoch positiv zu bewerten
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Penny, dm, Zweirad-Center Stadler, Reno
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 8.759 qm, davon: periodischer Bedarf 3.090 qm, zentrenrelevanter Bedarf 3.733 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Sowohl periodischer als auch aperiodischer Bedarf; insgesamt eher discountlastig
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Hohe Einzelhandelsdichte, kompaktes Angebot "unter einem Dach"
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Kosmetik, Friseur, Restaurant, Imbiss) , Freizeitangebote: Tanzschule, Fitnessstudio, Spielhalle, Geldautomat
<b>Leerstandssituation</b>	Zwei Leerstände innerhalb der Passage im Obergeschoss; großflächiger Leerstand mit dem ehemaligen Möbelhaus Akroform
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Intensive Wettbewerbssituation durch Nähe zum Stadtzentrum sowie aufgrund sich überlagernder Einzugsbereiche mit dem C-Zentrum Weststraße und dem D-Zentrum Limbacher Straße; Lidl-Discounter in Streulage im Standortumfeld
<b>Potenzialflächen</b>	Leerstandsflächen
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Deutliche Verkleinerung der Gesamtverkaufsfläche durch Aufgabe des Möbelhauses Akroform (rd. 11.000 qm), gleichzeitig wurde mit der Ansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts die Passage gestärkt und die Angebotsqualität des Zentrums insgesamt erhöht
<b>Stärken</b>	MIV-Erreichbarkeit, Sichtanbindung, Stellplatzangebot, kompakte Struktur, ausdifferenziertes Nahversorgungsangebot
<b>Schwächen</b>	Z.T. minderwertige Nutzungen im Obergeschoss der Passage (Erotik-Shop, Spielhalle), Ausschilderung des Zentrums, zu kleine Flächenzuschnitte innerhalb der Passage, Zugang von der Hartmannstraße wenig attraktiv
<b>Handlungsziele</b>	Nachnutzung der Leerstände im Obergeschoss, verbesserte Werbe- und Marketingmaßnahmen (Optimierung der Ausschilderung), Ansiedlung weiterer Dienstleister (z.B. Bank, Post), Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe, attraktiven Eingang von der Hartmannstraße schaffen



**C-Zentrum: Gablenz-Center**

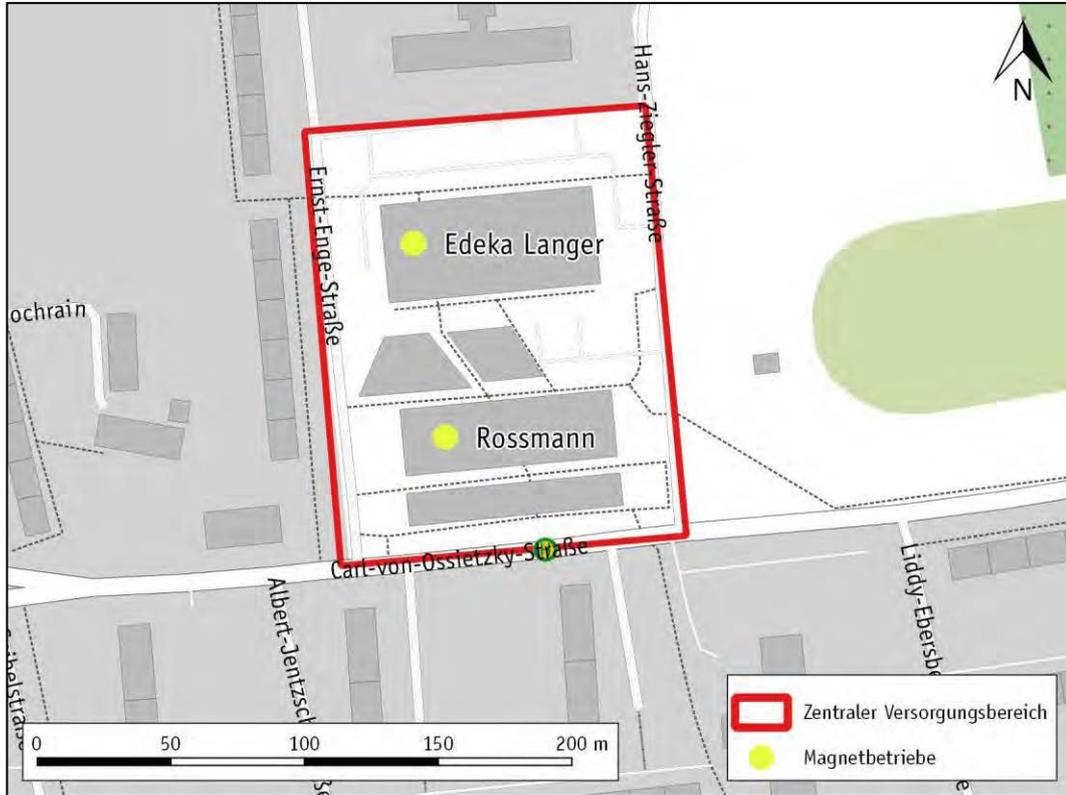


Abbildung 72: Zentraler Versorgungsbereich Gablenz-Center (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 73: Gablenz-Center (Rückseite)



### C-Zentrum: Gablenz-Center

<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Zentrale Lage im Stadtteil Gablenz; der Einzugsbereich erstreckt sich im Wesentlichen über den Stadtteil Gablenz sowie Teile von Adelsberg
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	In die Siedlungsstrukturen eingebetteter, zentraler, zweigeschossiger Gebäudekomplex mit Passagen und Arkaden
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Neubaukomplex ohne besondere städtebauliche und architektonische Qualitäten
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Verdichtete Wohnnutzungen (zeilenartiger Geschosswohnungsbau; z.T. mit Sanierungsbedarf), östlich angrenzend Sportanlagen, Schule
<b>Sichtanbindung</b>	Keine Sichtanbindung von Haupterschließungsachsen des Stadtteils
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Zufahrt erfolgt über die das Wohnquartier erschließenden Straßen Ernst-Enge-Straße und Carl-von-Ossietzky-Straße
<b>Stellplatzangebot</b>	Mehrere kleinere Kundenparkplätze vorhanden sowie straßenbegleitendes Parken; insgesamt jedoch zu wenige Stellplätze
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen direkt ans Zentrum angrenzend; Straßenbahnhaltstelle fußläufig erreichbar
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Eingebettete Lage in Siedlungsstrukturen gewährleistet sehr gute fußläufige Erreichbarkeit; rd. 5.200 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Keine besonderen Aufenthaltsqualitäten; Passagen und Arkaden vermitteln eine ruhige Einkaufsatmosphäre, Verbindung zwischen EDEKA und Obergeschoss wenig attraktiv
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Rossmann
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 3.175 qm, davon: periodischer Bedarf 2.360 qm, zentrenrelevanter Bedarf 705 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf, aber auch mehrere Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (v.a. unteres Angebots- und Preisniveau); Wochenmarkt
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Sehr kompakte Struktur, konzentriert auf einen Gebäudekomplex; hohe Einzelhandelsdichte
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Friseur, Bank, Post, Kosmetik, Apotheke, Restaurant, Imbiss); Freizeitangebote: Videothek, Sonnenstudio, Salzgrotte; Bibliothek
<b>Leerstandssituation</b>	Drei Leerstandsflächen, davon eine größere im Obergeschoss über EDEKA
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	-
<b>Potenzialflächen</b>	Leerstandsflächen im Center
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Revitalisierung des Centers in 2015, damit einhergehende Verkaufsflächenenerweiterung (Rossmann), u.a. Sanierung der Außenfassade
<b>Stärken</b>	Siedlungsintegrierte Lage, kompakte Struktur, guter Branchenmix, umfassendes Dienstleistungsangebot (Multifunktionalität), leistungsstarker/attraktiver EDEKA, Wochenmarkt
<b>Schwächen</b>	Derzeit begrenztes Stellplatzangebot, z.T. unprofessionelle Betreiber und Mängel in der Warenpräsentation – leere Schaufenster trotz Betrieb, zu große Verkaufsstände blockieren Verkehrsfläche
<b>Handlungsziele</b>	Ggf. gastronomische Nachnutzung der Leerstandsfläche über EDEKA, Schaffung weiterer Kundenparkplätze, Aufwertung der Verbindung (Treppe) zwischen EDEKA und Obergeschoss – barrierefrei gestalten



**C-Zentrum: New-Yorck-Center**

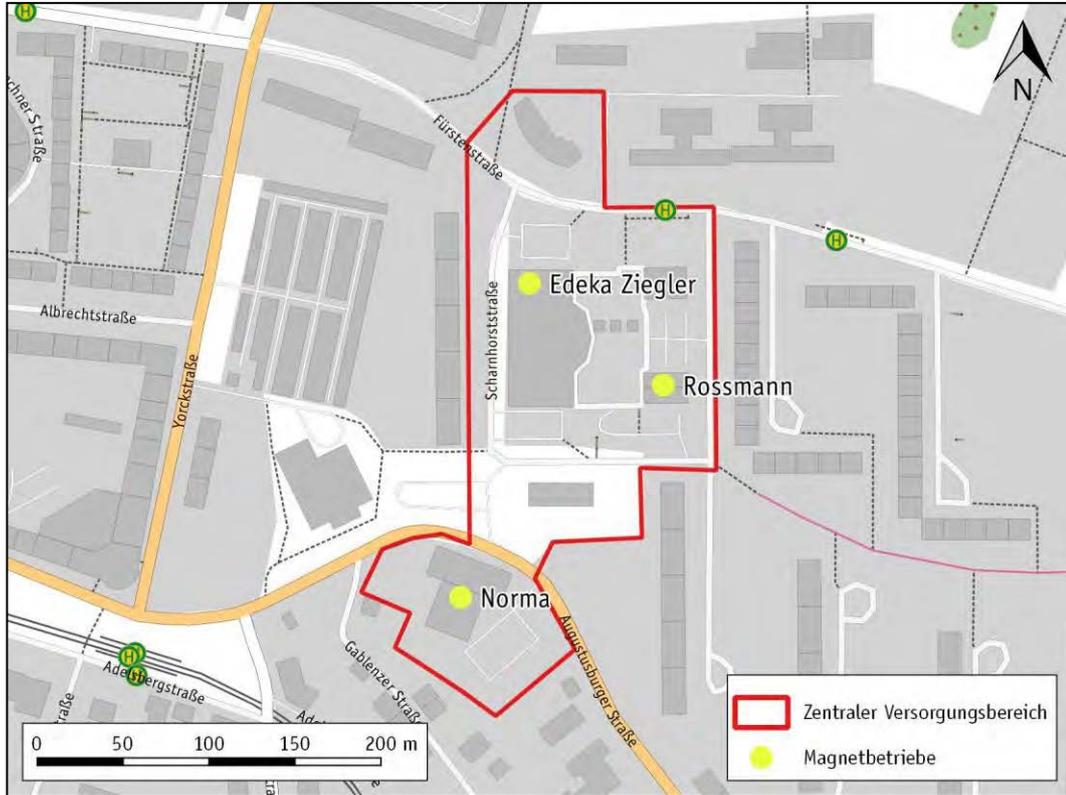


Abbildung 74: Zentraler Versorgungsbereich New-Yorck-Center (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 75: New-Yorck-Center



<b>C-Zentrum: New-Yorck-Center</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im Südwesten des Stadtteils Yorckgebiet; Einzugsbereich erstreckt sich über das Yorckgebiet sowie Teilbereiche der angrenzenden Stadtteile Sonnenberg und Gablenz
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Zentraler zweigeschossiger Gebäudekomplex an der Scharnhorststraße (inkl. kleiner Passage) sowie Geschäftshaus an der Fürstenstraße und vereinzelte Handelsansiedlungen (u.a. Norma) an der Augustusburger Str.
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Überwiegend freistehende Bauten mit funktionalem Charakter (z.T. mit Modernisierungsbedarf)
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Von Wohnnutzungen umgeben (zeilenartiger Geschosswohnungsbau, im Süden/Südwesten auch Blockrandbebauung), Kleingärten im Nordosten, Schwimmbad und Schule angrenzend
<b>Sichtanbindung</b>	Mangelnde Einsehbarkeit von Haupterschließungsachsen
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Ungünstige Anfahrtswege von den Haupterschließungsachsen des Stadtteils (Augustusburger Straße, Yorckstraße)
<b>Stellplatzangebot</b>	Mehrere Kundenparkplätze vorhanden
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle in der Fürstenstraße innerhalb des Zentrums, Straßenbahnhaltestelle in fußläufiger Entfernung
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Aufgrund eingebetteter Lage in die Großwohnsiedlung sehr gute fußläufige Erreichbarkeit; rd. 6.100 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Mehrere Grün- und Freiflächen, die jedoch unzureichend als solche gestaltet und möbliert sind
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Norma, Rossmann
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 5.005 qm, davon: periodischer Bedarf 2.840 qm, zentrenrelevanter Bedarf 1.165 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Angebot deckt kurz- und mittelfristigen Bedarf in Grundzügen ab, unterschiedliche Angebots- und Preisniveaus im periodischen Bedarf (Vollsortimenter + Discounter)
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Einzelhandel konzentriert sich vor allem auf zentralen Gebäudekomplex, ergänzt durch angrenzende Nutzungen; räumliche und funktionale Bezüge sind noch ausbaufähig
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe: v.a. Friseur, Reisebüro, Ärzte, Sparkasse, Apotheke, Imbiss, Café; Freizeitangebote: Videothek; Bibliothek
<b>Leerstandssituation</b>	Keine Leerstände vorhanden
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überlagerung des Einzugsbereichs mit Sonderstandort Heinrich-Schütz-Str.; Netto-Discounter in Streulage an der Augustusburger Str.
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabil mit Umstrukturierungen (Rossmann)
<b>Stärken</b>	Gutes Angebot im kurz- und mittelfristigen Bedarf, im periodischen Bedarf durch Vollsortimenter und Discounter ausgewogenes Angebots- und Preisniveau (Kopplungspotenziale), Multifunktionalität, gastronomisches Angebot mit Treffpunkt-Charakter
<b>Schwächen</b>	Wegeführungen innerhalb des Zentrums sowie fehlende bauliche/funktionale Bezüge zwischen den Handelsschwerpunkten (z.B. EDEKA nicht an Obergeschoss innerhalb des zentralen Baukörpers angebunden)
<b>Handlungsziele</b>	Vereinheitlichung der Öffnungszeiten, Fußgängerquerung in der Augustusburger Str. auf Höhe Norma, Verbesserung der Wegeführungen, Einzelhandelsangebot ausbauen (z.B. Nachverdichtung, Umstrukturierung), Verbindung zwischen EDEKA und Obergeschoss herstellen – diese auch barrierefrei gestalten



C-Zentrum: Siegmars

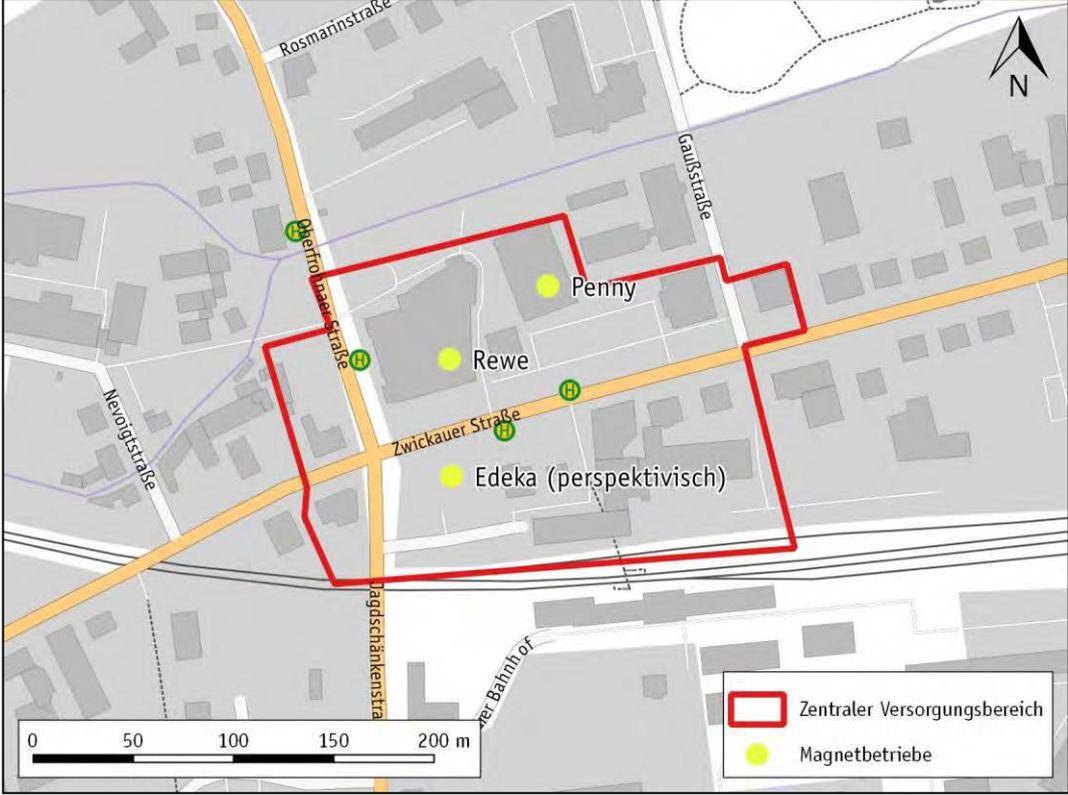


Abbildung 76: Zentraler Versorgungsbereich Siegmars (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 77: Siegmars



<b>C-Zentrum: Siegmar<sup>56</sup></b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Zentrale Lage innerhalb des Stadtteils Siegmar; der Einzugsbereich erstreckt sich über die Stadtteile Siegmar und Reichenbrand sowie über Teile von Rabenstein, Schönau und Mittelbach
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Konzentrationspunkt des Zentrums ist die "Trabant-Passage" im Kreuzungsbe- reich Zwickauer/Oberfrohaer Str.; entlang der Zwickauer Str. reihen sich zudem mehrere freistehende Einzelhandelsimmobilien mit Fachmarktcharakter auf sowie vereinzelt auch kleinteiliger Einzelhandel in den Erdgeschossen von Wohngebäuden
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Die Trabant-Passage stellt ein modernes Geschäftshaus (3 Etagen) mit anspre- chender Architektursprache dar; die Fachmärkte entlang der Zwickauer Straße sind jedoch nur von funktionaler Architektur geprägt; z.T. bestehen auch umfangreiche Sanierungsstaus
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Heterogene Nutzungs- und Bebauungsstrukturen: südlich der Zwickauer Str. und der Bahnlinie v.a. gewerbliche Nutzungen; ansonsten überwiegend Wohn- nutzungen (Ein- und Zweifamilienhäuser, Mehrfamilienhäuser)
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung aufgrund der Lage entlang der Zwickauer Straße
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Lage am Schnittpunkt wichtiger Verkehrsachsen
<b>Stellplatzangebot</b>	Kundenparkplätze vor den größeren Einzelhandelsbetrieben sowie Tiefgarage und Stellplatzfläche in der Trabant-Passage
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen entlang der Zwickauer Straße; Bahnhof Siegmar direkt im Zentrum (Bahnlinie Richtung Zwickau)
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Fußläufige Erreichbarkeit gegeben, aufgrund des starken Durchgangsverkehrs hohes Gefahrenpotenzial; rd. 2.300 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Keine besonderen Aufenthaltsqualitäten; starker Durchgangsverkehr schränkt Aufenthaltsqualität zudem ein
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Rewe, Penny, Edeka (perspektivisch)
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 2.740 qm, davon: periodischer Bedarf 1.890 qm, zentrenrelevanter Bedarf 285 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf, aber auch Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfs; v.a. fachmarktorientierter Einzelhandel
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Im Kernbereich rund um die Trabant-Passage kompakte Struktur; entlang der Zwickauer Straße aber kein durchgängiger Besatz (andere Nutzungen, Brachflä- chen); wenige räumliche/funktionale Bezüge zwischen den Fachmärkten
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Friseure, Zahnärzte, Bank, Post, Apotheke, Imbiss)
<b>Leerstandssituation</b>	Leerstände entlang der Zwickauer Straße (Kleinflächen)
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidung mit dem Einzugsbereich des D-Zentrums Rabenstein Center; intensive Wettbewerbssituation aufgrund der Nähe zum EKZ Neefepark; Lidl- und Netto-Discounter in Streulage in Standortnähe
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabil, Neuansiedlung EDEKA-Markt noch nicht geschehen
<b>Stärken</b>	Gute Anbindung an den ÖPNV, breites Angebot im periodischen Bedarf (Disco- unter + Vollsortimenter), Grundversorgung mit wichtigen Dienstleistungen
<b>Schwächen</b>	Eingeschränkte Aufenthaltsqualität, starke Verkehrsbelastung
<b>Handlungsziele</b>	Aufwertung des Straßenraums für den nicht-motorisierten Verkehr, gemeinsame Werbe- und Marketingmaßnahmen der Gewerbetreibenden, Aufwertung des Bahnhofs(-umfelds), falls Schließung REWE Nachnutzung durch Drogeriefach- markt denkbar

<sup>56</sup> Die Abgrenzung wurde um den östlichen Teilbereich (Lidl, Fressnapf, Dänisches Bettenlager) verkleinert. Zum einen ist der östliche Bereich überwiegend durch nicht-zentrentypische Einzelhandelsformate geprägt. Zum anderen zeigt sich zwischen dem Kernbereich rund um die Trabant-Passage/Bahnhof und dem östlichen Bereich kein geschlossener Einzelhandelsbesatz. Es bestehen sowohl funktionale als auch räumliche Brüche. Durch die räumliche Verkleinerung wird auch sichergestellt, dass die z.T. brachliegenden oder mindergenutzten Flächen im östlichen Teilbereich nicht mehr für potenzielle (großflächige) Neuansiedlungen aus dem zentren- und nahversorgungsrele- vanten Bereich legitimiert sind.



**C-Zentrum: Weststraße**

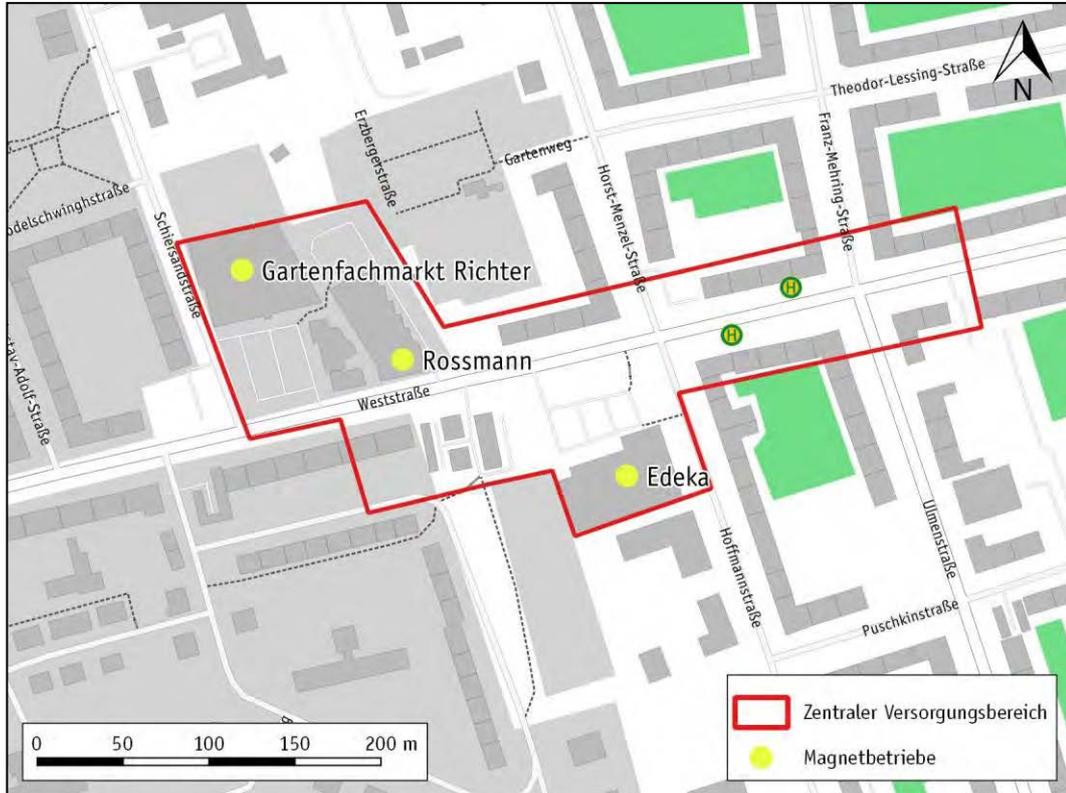


Abbildung 78: Zentraler Versorgungsbereich Weststraße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 79: Weststraße



### C-Zentrum: Weststraße

<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im Westen des Stadtteils Kaßberg westlich der Chemnitzer Innenstadt; der Einzugsbereich erstreckt sich über die südwestlichen Teile des Stadtteils Kaßberg
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Freistehende Einzelhandelsimmobilien (in denen die Magnetbetriebe sowie eine Ladenzeile angesiedelt sind) neben straßenbegleitenden, kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossflächen von Wohngebäuden
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Sanierte Altbausubstanz sowie neuwertige und architektonisch ansprechende Einzelhandelsimmobilie (EDEKA) sorgen für ein attraktives und hochwertiges Erscheinungsbild; urbaner Charakter
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Überwiegend verdichtete Wohnnutzungen (sanierte, mehrgeschossige Altbauten in Blockrandbebauung), Kleingärten im Südwesten
<b>Sichtanbindung</b>	Aufgrund der direkten Lage entlang der Weststraße gegeben
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Die Weststraße fungiert als zentrale Erschließungsachse des Stadtteils
<b>Stellplatzangebot</b>	Kundenparkplätze bei den größeren Betrieben vorhanden; ansonsten straßenbegleitend
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle innerhalb des Zentrums vorhanden
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Aufgrund der siedlungsintegrierten Lage gegeben; rd. 9.800 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Attraktiver Straßenraum erzeugt gewisse Aufenthaltsqualitäten; Platzsituationen o.ä. sind jedoch nicht vorhanden
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Rossmann, Gartenfachmarkt Richter
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 6.125 qm, davon: periodischer Bedarf 2.345 qm, zentrenrelevanter Bedarf 435 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf (breites Angebot: Discounter + Vollsortimenter); z.T. auch mittel- bis langfristiger Bedarf (auch nicht-zentrenrelevant - Gartenfachmarkt)
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Agglomerationseffekte rund um die Magnetbetriebe, dazwischen kein durchgängiger Besatz (durch Wohnnutzungen unterbrochen); wenige räumliche/funktionale Bezüge zwischen den Magnetbetrieben
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Apotheke, Bank, Reisebüro, Friseur, Kosmetik, Ärzte, Gaststätte, Café)
<b>Leerstandssituation</b>	Keine Leerstände vorhanden
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidungen mit den Einzugsbereichen des C-Zentrums Ermafa-Passage und des D-Zentrums Limbacher Straße; Koppelstandort Aldi/Rewe in Standortnähe (Waldenburger Straße)
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Durch EDEKA-Erweiterung Verkaufsflächenzuwachs; Geschäftsaufgabe Penny, dafür Ansiedlung Rossmann
<b>Stärken</b>	Siedlungsintegrierte Lage, Drogeriefachmarkt + Vollsortimenter (Kopplungspotenzial), überwiegend hochwertiges Erscheinungsbild, attraktiver/sogkräftiger Verbrauchermarkt (EDEKA)
<b>Schwächen</b>	wenige Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (v.a. persönlicher Bedarf wie Bekleidung/Schuhe), insgesamt ein zu undifferenziertes Angebot für ein C-Zentrum
<b>Handlungsziele</b>	Ausbau des ergänzenden Angebots durch Konzentration von Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben im Umfeld auf den Zentrumsbereich; Verkaufsflächenausstattung ausbauen, Ergänzung durch einen Lebensmittel-discounter



**D-Zentrum: Adelsberger Zeile**



Abbildung 80: Zentraler Versorgungsbereich Adelsberger Zeile (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 81: Adelsberger Zeile



<b>D-Zentrum: Adelsberger Zeile</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage am Rande des Stadtteils Adelsberg, östlich der B 174; den Einzugsbereich bilden die Stadtteile Adelsberg und Kleinolbersdorf-Altenhain
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Das Zentrum erstreckt sich über einen freistehenden Penny-Discounter sowie über mehrere aufgereichte Wohn- und Geschäftshäuser mit passagenartigen Verbindungswegen und einem Freizeitcenter
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Neuwertige Bebauungsstrukturen von ansprechender städtebaulicher/architektonischer Qualität; gepflegtes Erscheinungsbild
<b>Siedlungsstrukturen/Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Umgeben von Wohnnutzungen (Ein- und Zweifamilienhäuser); im Süden Übergang zur freien Landschaft
<b>Sichtanbindung</b>	Von B 174 aufgrund des vorgelagerten Autohauses etwas eingeschränkt
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Sehr gute Anbindung über die als wesentliche Ausfalltrasse ins südöstliche Umland fungierende B 174; Zufahrt von B 174 jedoch etwas eingeschränkt
<b>Stellplatzangebot</b>	Größere Stellplatzfläche bei Penny sowie mehrere kleinere Kundenparkplätze bei den Wohn- und Geschäftshäusern
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Keine ÖPNV-Anbindung im unmittelbaren Umfeld des Zentrums
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Fußläufige Erreichbarkeit ist von den umliegenden Wohngebieten gegeben; rd. 800 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Attraktive Raumfolge bei den passagenartigen Verbindungswegen zwischen den Wohn- und Geschäftshäusern; kleine Platzsituation am westlichen Zugang; ruhige Einkaufsatmosphäre trotz Nähe zur B 174
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Penny
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.185 qm, davon: periodischer Bedarf 785 qm, zentrenrelevanter Bedarf 290 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Hauptsächlich kleinteiliger Einzelhandel; Schwerpunkt im periodischen Bedarf (Discounter + Spezialanbieter, Frischeangebot)
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Penny-Discounter in freistehender Immobilie; kleinteilige Flächen in den Erdgeschossen entlang der passagenartigen Verbindungswege - durchgängiger Einzelhandelsbesatz; kompakte Struktur
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Ärzte, Friseur, Post, Apotheke, Imbiss); Freizeitangebote: Fitnessstudio, Sporthalle, Solarium, Sauna (Freizeitcenter)
<b>Leerstandssituation</b>	Keine Leerstände vorhanden
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Keine signifikanten Einzugsbereichsüberlagerungen mit anderen Zentren
<b>Potenzialflächen</b>	Große Freifläche im östlichen Teilbereich gegenüber Freizeitcenter
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabil
<b>Stärken</b>	Hohe Frischekompetenz durch kleinteilige Spezialanbieter, gepflegtes Erscheinungsbild, kompaktes Zentrum, großes Freizeitangebot
<b>Schwächen</b>	Begrenztes Stellplatzangebot, eingeschränkte ÖPNV-Anbindung
<b>Handlungsziele</b>	Ansiedlung eines Kreditinstituts/Geldautomat, ggf. weitere Betriebe des periodischen Bedarfs ansiedeln; Absicherung der Versorgungsfunktion



**D-Zentrum: Alfred-Neubert-Straße (Einkaufspark am Harthwald)**

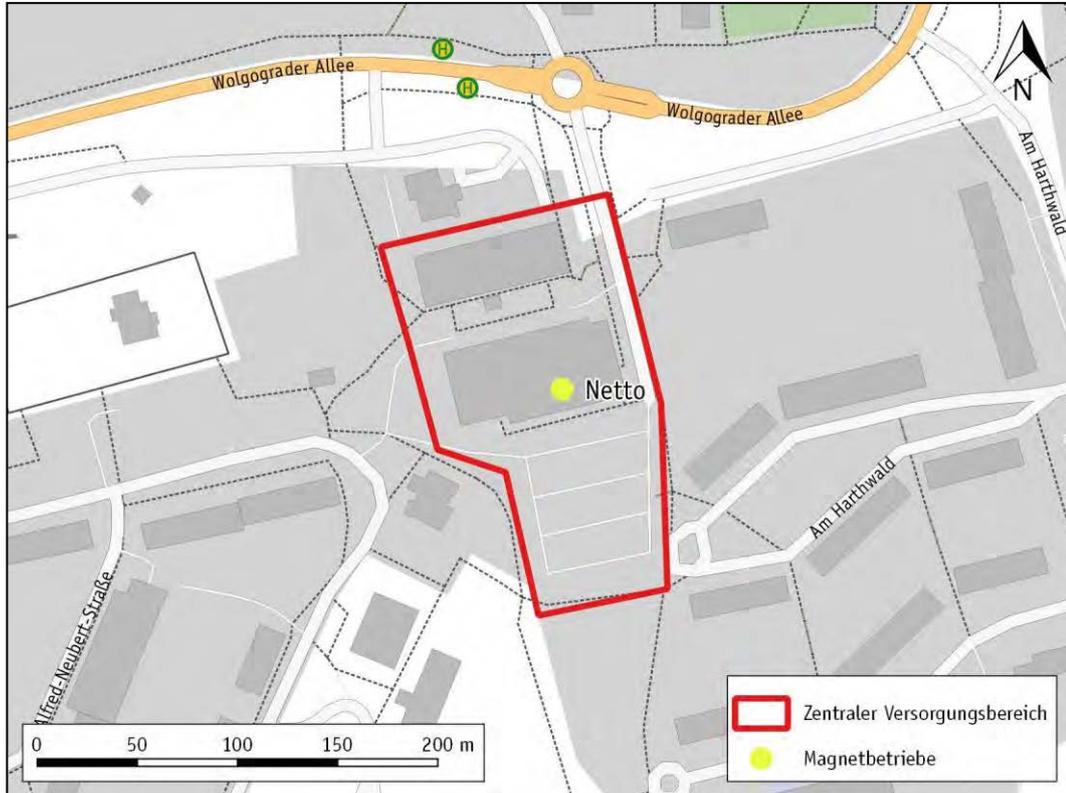


Abbildung 82: Zentraler Versorgungsbereich Alfred-Neubert-Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 83: Alfred-Neubert-Straße (Einkaufspark am Harthwald)



### **D-Zentrum: Alfred-Neubert-Straße (Einkaufspark am Harthwald)**

<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage am südwestlichen Stadtrand, zentral im Stadtteil Markersdorf; der Einzugsbereich erstreckt sich über die angrenzenden Wohnquartiere nördlich und südlich der Wolgograder Allee
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Zweiteiliger Gebäudekomplex über zwei Ebenen mit dazwischenliegender Platzsituation auf der oberen Ebene und Ladenzeile
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Insgesamt gepflegter Eindruck; funktionale Architektur; Gestaltungsmängel im öffentlichen Raum
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Verdichtete Großwohnsiedlungsstrukturen (vielgeschossige Scheibenbauten), östlich auch Ein- und Zweifamilienhäuser; südlich Waldflächen
<b>Sichtanbindung</b>	Keine Sichtanbindung von der Haupteerschließungsachse des Stadtteils (Wolgograder Allee)
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Zufahrt erfolgt über die Arno-Schreiter-Straße, die als Stichstraße von der Haupteerschließungsachse (Wolgograder Allee) abzweigt
<b>Stellplatzangebot</b>	Große Stellplatzanlage südlich des Gebäudekomplexes
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle in fußläufiger Entfernung an der Wolgograder Allee
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aufgrund der eingebetteten Lage in die Siedlungsstrukturen; rd. 2.700 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Mittiger Platz bietet Potenzial (möbliert, bepflanzt) - derzeit jedoch nicht gestaltet; tunnelartiger Zugang zur oberen Ebene von Süden her über die Treppe wirkt weiterhin als "Angstraum" - daher keine besonderen Aufenthaltsqualitäten
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Netto
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.755 qm, davon: periodischer Bedarf 1.240 qm, zentrenrelevanter Bedarf 470 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf; z.T. auch Angebote des mittelfristigen Bedarfs; v.a. unteres Angebots- und Preisniveau
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kompakte Struktur; Magnetbetrieb im Erdgeschoss, kleinteiliger Einzelhandel in Ladenzeile auf oberer Ebene
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Änderungsschneiderei, Reinigung, Reisebüro, Friseur, Sparkasse, Post, Gaststätte, Imbiss)
<b>Leerstandssituation</b>	Ein leerstehender Pavillon auf dem Platz
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidung mit dem Einzugsbereich des Sonderstandorts Kaufland-Center; intensive Wettbewerbssituation aufgrund der Nähe zum Sonderstandort Vita-Center
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Leichter Verkaufsflächenrückgang (Aufgabe Schlecker), Revitalisierung - Sanierung Außenfassade, Aufwertung des Lebensmitteldiscounters Netto; insgesamt stabil
<b>Stärken</b>	Kompakte Struktur, Platzsituation bietet Potenzial für Aufenthaltsqualitäten, siedlungsintegrierte Lage
<b>Schwächen</b>	Gestaltungsmängel im öffentlichen Raum, z.T. unprofessioneller Einzelhandelsbesatz mit Mängeln in der Laden- und Schaufenstergestaltung, keine barrierefreie Verbindung zwischen den Geschossen
<b>Handlungsziele</b>	Platz insgesamt neu gestalten und mit ergänzenden Nutzungen wie z.B. Außengastronomie beleben, barrierefreien Zugang schaffen, gemeinsame Werbe- und Marketingmaßnahmen der Gewerbetreibenden; Absicherung der Versorgungsfunktion



**D-Zentrum: Altendorf**

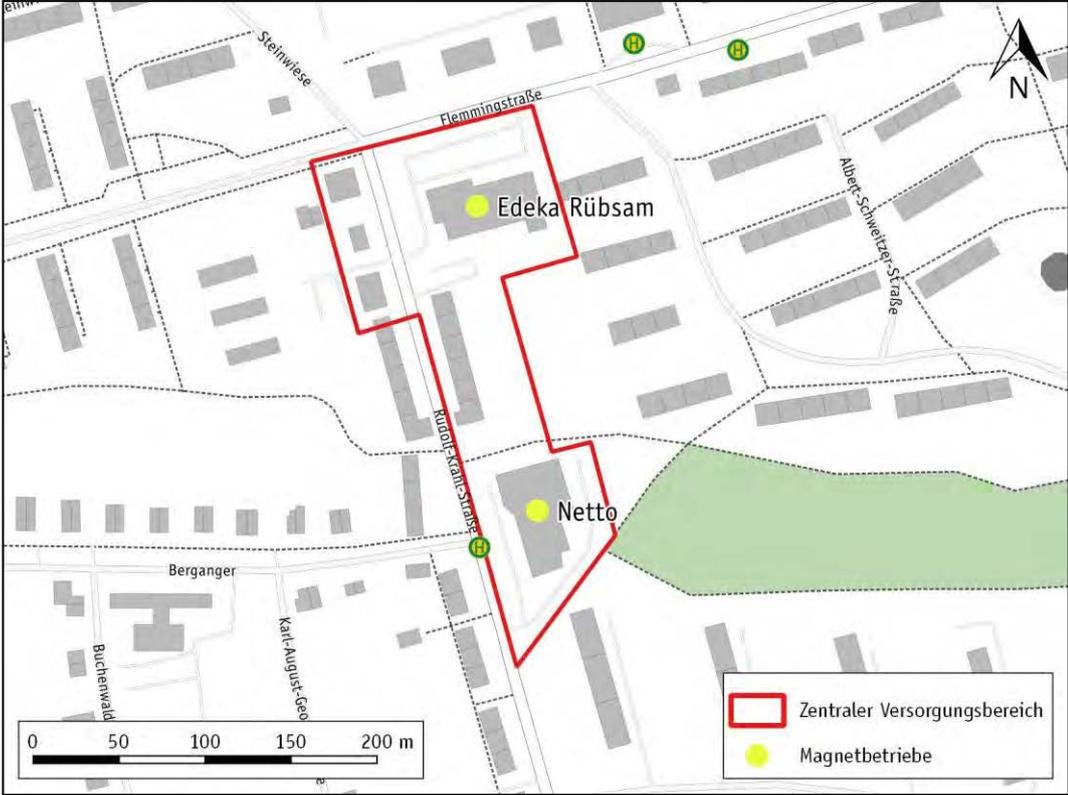


Abbildung 84: Zentraler Versorgungsbereich Altendorf (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 85: Altendorf



<b>D-Zentrum: Altendorf</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im Nordwesten des Stadtteils Altendorf; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Altendorf
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Zweipoliges Zentrum mit einem EDEKA-Markt am Kreuzungsbereich Flemmingstraße/Rudolf-Krahl-Str. und einem dreigeschossigen Geschäftshaus (mit innenliegender, kleiner Passage) mit Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss in der Rudolf-Krahl-Str.
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Geschäftshaus durch funktionale Architektursprache geprägt; EDEKA-Markt in modernem Neubau
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Vollständig von heterogenen Wohnnutzungen umgeben (Ein- und Zweifamilienhäuser, mehrgeschossige Zeilenbauten und Reihenhäuser, vereinzelt auch vielgeschossige Scheibenbauten); zudem zahlreiche öffentliche Einrichtungen nördlich angrenzend (Schule, Pflegeheim, Reha-Zentren)
<b>Sichtanbindung</b>	Aufgrund der Lage an der Kreuzung der zentralen Erschließungsachsen des Stadtteils gegeben
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Gute Anbindung an die zentralen Erschließungsachsen des Stadtteils (Rudolf-Krahl-Straße, Flemmingstraße)
<b>Stellplatzangebot</b>	Kundenparkplätze sowohl bei EDEKA als auch bei dem Geschäftshaus
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Zwei Bushaltestellen direkt im Zentrum
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aufgrund siedlungsintegrierter Lage; rd. 3.800 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Keine besonderen Aufenthaltsqualitäten; ruhige Einkaufsatmosphäre
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Netto
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 2.505 qm, davon: periodischer Bedarf 2.165 qm, zentrenrelevanter Bedarf 225 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Eindeutiger Schwerpunkt im periodischen Bedarf; guter Branchenmix im periodischen Bedarf (Discounter, hochwertiger Vollsortimenter)
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Einzelhandel konzentriert sich an zwei Polen ohne räumliche/funktionale Bezüge (kein Einzelhandelsbesatz im Zwischenraum)
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Ärzte, Apotheke, Friseur, Post, Kosmetik, Restaurant)
<b>Leerstandssituation</b>	Leerstand innerhalb der Passage des Geschäftshauses
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidung mit dem Einzugsbereich des D-Zentrums Limbacher Straße
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen im Zentrum vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabil
<b>Stärken</b>	Siedlungsintegrierte Lage, breites Angebot im periodischen Bedarf (Kopp- lungspotenziale), umfangreiche arrondierende Nutzungen, speziell auf ältere Menschen ausgerichteter EDEKA-Markt
<b>Schwächen</b>	Lage des Netto-Lebensmitteldiscounters an der Rudolf-Krahl-Straße schwer einsehbar
<b>Handlungsziele</b>	Ansiedlung eines Bank-/EC-Automaten; stärkere Verknüpfung der beiden Pole



**D-Zentrum: Bernsdorfer Straße**

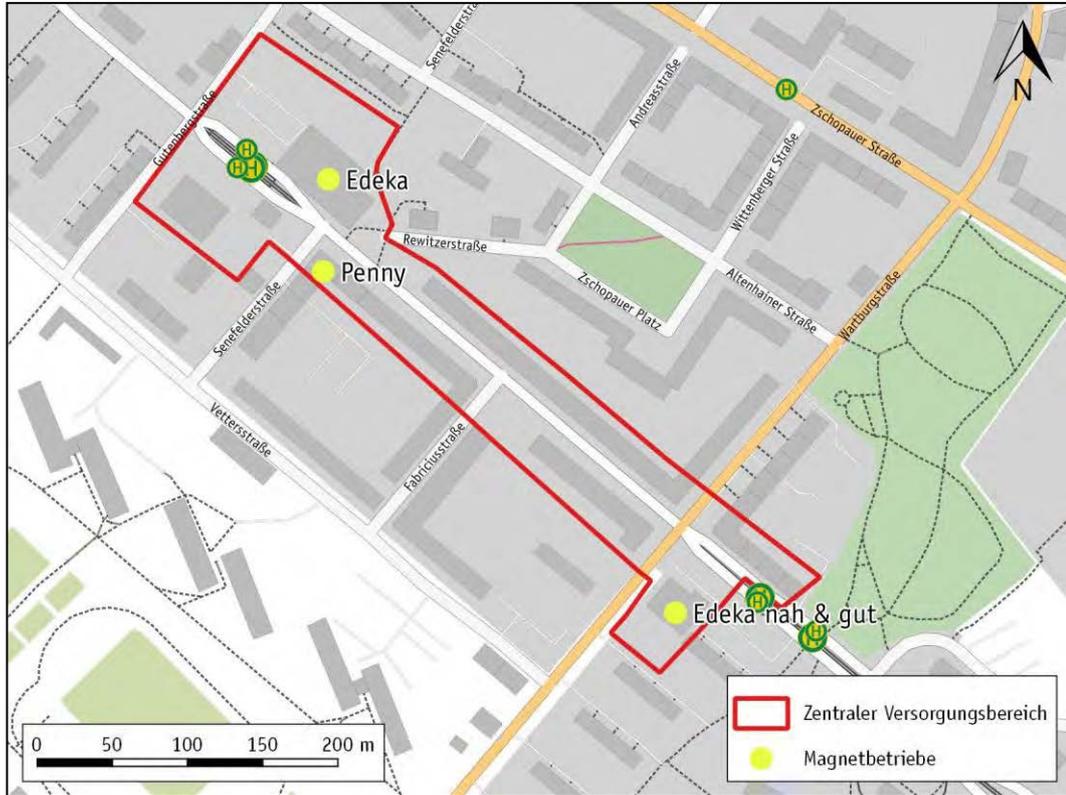


Abbildung 86: Zentraler Versorgungsbereich Bernsdorfer Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 87: EDEKA-Markt in der Bernsdorfer Straße



<b>D-Zentrum: Bernsdorfer Straße</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im Norden des Stadtteils Bernsdorf; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Bernsdorf sowie die südlich angrenzenden Bereiche des Stadtteils Lutherviertel
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Straßenbegleitendes Zentrum mit kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen vorwiegend in den Erdgeschossen von Wohngebäuden sowie einer größeren freistehenden Einzelhandelsimmobilie (EDEKA)
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Teils sanierte, teils mit Sanierungsstaus belegte Altbausubstanz; kernstädtischer Charakter
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Wohnnutzungen (Altbauten in Blockrandbebauung, mehrgeschossige Zeilenbauten) sowie umfangreiche Frei- und Grünflächen (u.a. Kleingärten, Städtischer Friedhof, Sportanlagen)
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung durch Lage entlang der Bernsdorfer Straße
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Bernsdorfer Str. fungiert als wichtige Erschließungsachse des Stadtteils
<b>Stellplatzangebot</b>	Ausreichend großer Kundenparkplatz bei EDEKA; ansonsten nur straßenbegleitendes Parken
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Straßenbahnhaltestellen innerhalb des Zentrums
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Für die unmittelbar an die Bernsdorfer Straße angrenzenden Wohnquartiere gegeben; rd. 5.500 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Keine besonderen Aufenthaltsqualitäten; keine Plätze/Ruhezonen o.ä.
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Penny, EDEKA nah & gut (Stand Juli 2016: Schließung des EDEKA nah und gut)
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 3.000 qm, davon: periodischer Bedarf 2.330 qm, zentrenrelevanter Bedarf 560 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf (discountorientiertes und serviceorientiertes/höherwertiges Angebot); einige wenige ergänzende Angebote im mittelfristigen Bedarf
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz aufgrund weiträumiger Ausdehnung des Zentrums (durch Wohnnutzungen und Leerstände unterbrochen); wenig kompakt
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Ärzte, Friseur, Reisebüro, Sparkasse, Bistro, Imbiss, Restaurant, Kneipe); Freizeitangebote: Schwimmhalle
<b>Leerstandssituation</b>	Mehrere Leerstände in den Erdgeschossflächen (Kleinflächen)
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Netto- und Lidl-Discounter in Streulagen in Standortnähe
<b>Potenzialflächen</b>	keine vorhanden (Stand Juli 2016: ehemalige Flächen des EDEKA nah und gut)
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Deutlicher Verkaufsflächenzuwachs durch Neuansiedlung EDEKA-Verbrauchermarkt
<b>Stärken</b>	Gute ÖPNV-Anbindung; Vollsortimenter + Discounter (Kopplungspotenziale aufgrund der weiträumigen Ausdehnung des Zentrums jedoch stark eingeschränkt)
<b>Schwächen</b>	Leerstände, geringes Stellplatzangebot, wenig kompakte Struktur aufgrund straßenbegleitender Struktur; z.T. Mängel in der Laden- und Schaufenstergestaltung; suboptimale Verkaufsflächengrößen des Lebensmitteldiscounters Penny und des EDEKA nah & gut, Auftritt des nah & gut - Supermarkts nicht mehr zeitgemäß (s.o.)
<b>Handlungsziele</b>	Revitalisierung der Leerstände, Ergänzung des Branchenmixes (z.B. Drogeriefachmarkt in den Flächen des ehemaligen EDEKA nah und gut), verbesserte Laden- und Schaufenstergestaltung, Aufwertung des Straßenraums (Sanierung der Bausubstanz, Schließung von Baulücken, Gestaltung von Aufenthaltsbereichen); Anpassung der Verkaufsflächengrößen des Penny-Lebensmitteldiscounters



D-Zentrum: Brühl

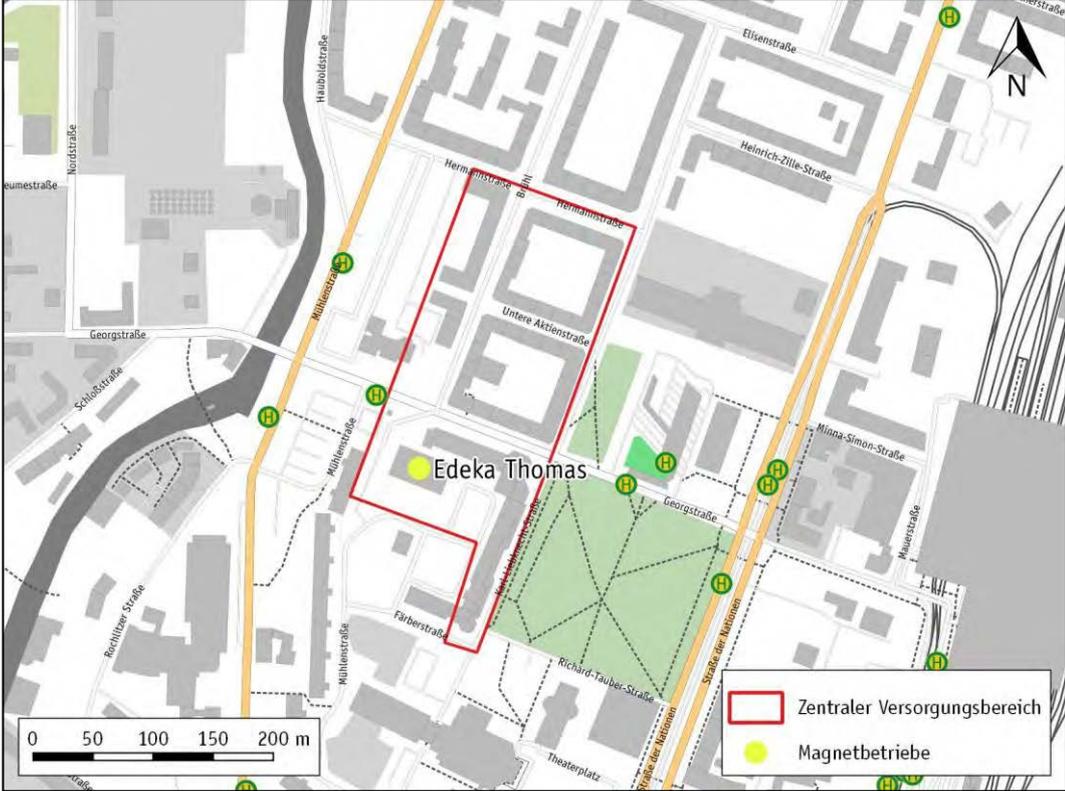


Abbildung 88: Zentraler Versorgungsbereich Brühl (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 89: Brühl-Boulevard



<b>D-Zentrum: Brühl</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage nördlich des Stadtzentrums, westlich des Hauptbahnhofs; Einzugsbereich erstreckt sich v.a. über Wohnquartiere nördlich des Stadtzentrums
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Der Brühl ist als zentrale Fußgängerzone mit Ladengeschäften in Erdgeschossen konzipiert - in den 70ern/80ern als solche auch sehr beliebt und belebt gewesen; aktuell ziehen sich Wohnnutzungen bis in die Erdgeschossbereiche; aufgrund von Sanierungsarbeiten relativ viele Leerstände; Einzelhandel konzentriert sich auf einen freistehenden EDEKA-Markt, weitere vereinzelte Ladengeschäfte in angrenzenden Seitenstraßen sowie südlich der Georgstraße in arkadenartiger Ladenzeile
<b>tädtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Gemischte Gebäudestrukturen, z.T. mit das Erscheinungsbild belastenden Sanierungsstaus
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Überwiegend Wohnnutzungen unterschiedlicher Bauweisen und -alter; westlich angrenzend extensive Gewerbenutzungen, östlich Busbahnhof
<b>Sichtanbindung</b>	Sichtanbindung lediglich für Betriebe entlang der Georgstraße
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Verkehrliche Erreichbarkeit ist über die Georgstraße sowie über die Mühlenstraße/Straße der Nationen gegeben, jedoch durch die Verkehrsberuhigung für die Betriebe am Brühl stark eingeschränkt
<b>Stellplatzangebot</b>	Stellplatzfläche bei EDEKA, ansonsten nur straßenbegleitend
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Gute Anbindung: mehrere Bushaltestellen und Busbahnhof angrenzend
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Gute fußläufige Erreichbarkeit von umliegenden Wohnquartieren aufgrund siedlungsintegrierter Lage; rd. 4.300 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Entlang der Fußgängerzone Bepflanzung/Möblierung vorhanden; hohes Leerstandsaufkommen und geringe Belebtheit/Frequenz schränken Aufenthaltsqualität jedoch stark ein
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt:1.390 qm, davon: periodischer Bedarf 1.070 qm, zentrenrelevanter Bedarf 295 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Vor allem Anbieter des periodischen Bedarf, z.T. auch spezialisierter Einzelhandel (aperiodischer Bedarf), Wochenmarkt in der Georgstraße
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Entlang Brühl zwar durchgängige Schaufensterfront, aufgrund von Leerständen jedoch nur noch rudimentärer Einzelhandelsbesatz, konzentriertes Angebot nur noch im südlichen Bereich sowie bei EDEKA
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Ärzte, Restaurants, Bistros, Kneipen); Freizeitangebote: Musikschule, Kreativwerkstatt
<b>Leerstandssituation</b>	Erhebliche Leerstände entlang Brühl (Brühl Boulevard) sowie in der arkadenartigen Ladenzeile an der Georgstraße, vereinzelt in weiteren Straßenzügen; die relativ hohe Anzahl an Leerständen am Brühl-Boulevard ist bedingt durch die laufenden Sanierungsmaßnahmen
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Nähe zu EKZ Sachsen-Allee und zum Stadtzentrum erzeugt hohen Konkurrenzdruck
<b>Potenzialflächen</b>	Aufgrund kompakter Bebauungsstrukturen nicht vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Labil – allerdings ist die hohe Anzahl an Leerständen bedingt durch die laufenden Sanierungsarbeiten
<b>Stärken</b>	Gute ÖPNV-Anbindung, großes Stellplatzangebot, hohes Entwicklungspotenzial im Zuge der Sanierung und Wiederbelebung der Leerstandsflächen
<b>Schwächen</b>	Hohe Leerstandsquote (s.o.), geringe Angebotsmasse, unvollständiger Branchenmix
<b>Handlungsziele</b>	Revitalisierung der Leerstände, attraktive Ladenflächen in den Erdgeschosszonen entlang des Brühl-Boulevards entwickeln, Ergänzung des Branchenmixes, Ansiedlung arrondierender Nutzungen (z.B. Kreditinstitut/EC-Automat, Apotheke), Etablierung von Außengastronomie entlang des Brühl-Boulevards



D-Zentrum: Ebersdorf

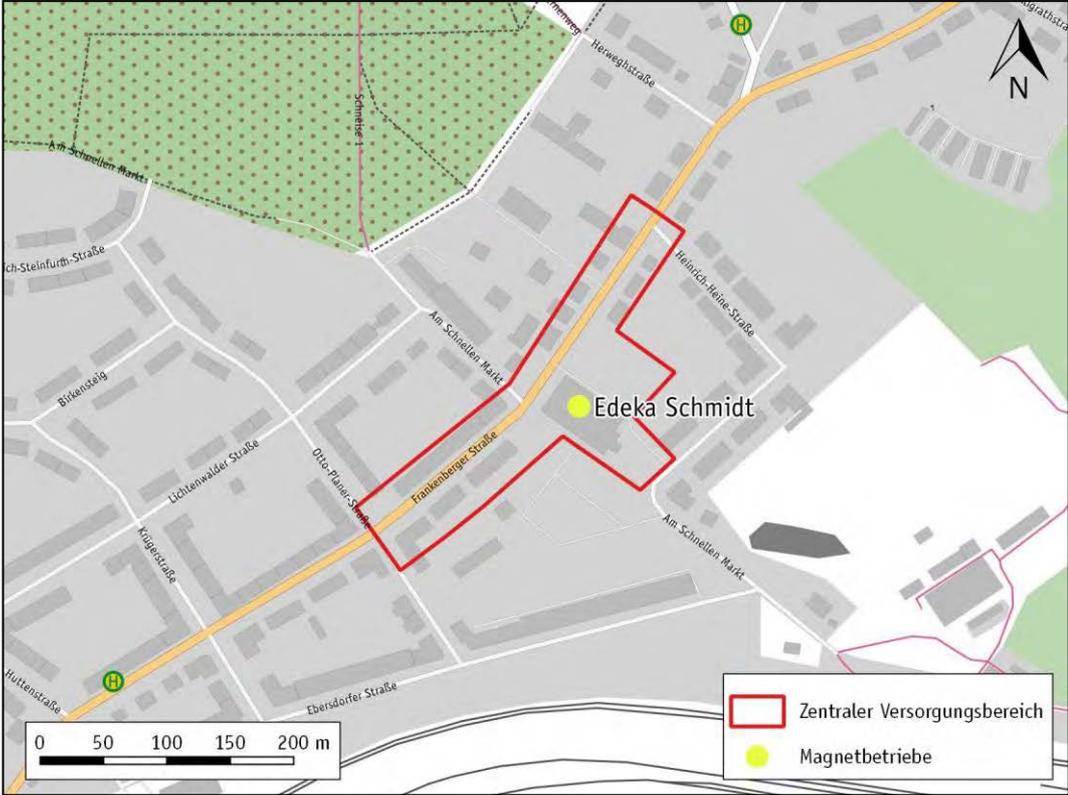


Abbildung 90: Zentraler Versorgungsbereich Ebersdorf (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 91: Edeka-Markt in der Frankenberger Straße



<b>D-Zentrum: Ebersdorf</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im Süden des Stadtteils Ebersdorf; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Ebersdorf sowie Teile der benachbarten Stadtteile Hilbersdorf und Glösa-Draisdorf; erhöhtes Streuumsatzpotenzial aufgrund der Lage an einer Ausfallstraße
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Straßenbegleitendes Zentrum entlang der Frankenberger Straße (B 169) mit kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Gebäude
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Kernstädtisch geprägter Straßenraum mit vorwiegender Altbausubstanz (z.T. saniert, z.T. aber auch mit deutlichen Sanierungsstaus belegt)
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Entlang der B 169 Wohnnutzungen in Blockrandbebauung; abseits davon vorwiegend aufgelockerte Siedlungsstrukturen (Ein- und Zweifamilienhäuser, Reihenhäuser), umgeben von Grün- und Freiflächen sowie von Kleingärten
<b>Sichtanbindung</b>	Sehr gute Sichtanbindung aufgrund der Lage entlang der B 169
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Die B 169 fungiert als wichtigste Ausfalltrasse ins nordöstliche Umland
<b>Stellplatzangebot</b>	Kundenparkplatz vor dem EDEKA-Markt; straßenbegleitendes Parken
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen entlang der Frankenberger Straße
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Fußläufige Erreichbarkeit nur von den entlang der B 169 gelegenen Wohnnutzungen gegeben; rd. 3.500 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Aufenthaltsqualität wird durch Mängel in der Bausubstanz und starken Durchgangsverkehr belastet; keine Platzsituation, Ruhezonen o.ä.
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.357 qm, davon: periodischer Bedarf 1.175 qm, zentrenrelevanter Bedarf 175 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Neben dem EDEKA-Markt ausschließlich kleinteiliger Einzelhandel sowohl des periodischen als auch des mittel- bis langfristigen Bedarfs
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz (unterbrochen durch Wohnnutzungen, Leerstände, gewerbliche Nutzungen); wenig kompakte Struktur, relativ geringe Einzelhandelsdichte
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Apotheke, Friseur, Fahrschule, Ärzte, Kosmetik, Post, Restaurants, Imbisse, Gaststätte); Freizeitangebote: Sportverein
<b>Leerstandssituation</b>	Kleinflächige Leerstände entlang der Frankenberger Straße
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Norma-Discounter im Verlauf der B 169 in Standortnähe
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen im Zentrum vorhanden; Abriss von brachliegenden Baustrukturen könnte jedoch Potenziale bieten
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Geschäftsaufgabe Aldi, Neuansiedlung EDEKA
<b>Stärken</b>	Leistungsfähiger, moderner und frischeorientierter Verbrauchermarkt mit ergänzenden kleinen Fachgeschäften entlang der Frankenberger Straße
<b>Schwächen</b>	Starker Durchgangsverkehr belastet Aufenthaltsqualität, Mängel in der Bausubstanz, Leerstände, wenig kompakte Struktur
<b>Handlungsziele</b>	Revitalisierung der Leerstände, Aufwertung der Bausubstanz (Eigentümer, Nutzer, Stadt) sowie des Straßenraums, Ansiedlung eines Kreditinstituts/EC-Automaten; Absicherung des Versorgungsstandorts



D-Zentrum: Einsiedel

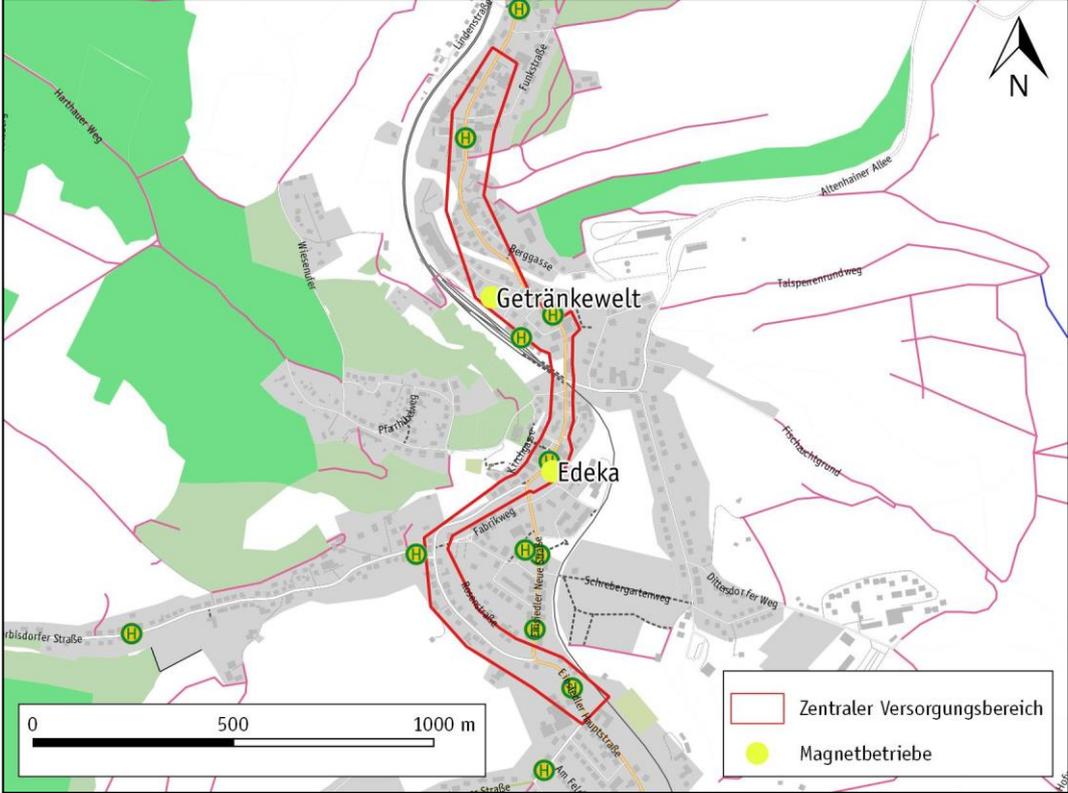


Abbildung 92: Zentraler Versorgungsbereich Einsiedel (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 93: Edeka-Markt an der Einsiedler Hauptstraße



<b>D-Zentrum: Einsiedel<sup>57</sup></b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage am südöstlichen Stadtrand innerhalb des Stadtteils Einsiedel; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Einsiedel
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Straßenbegleitendes Zentrum entlang der Ortsdurchfahrt (v.a. kleinteiliger Einzelhandel) mit räumlichem Schwerpunkt im Bereich Am Plan (EDEKA in freistehender Immobilie, Ladenzeile im Geschäftshaus)
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Überwiegend ansprechend gestaltete Neubauten und modernisierte Altbauten; gepflegtes Erscheinungsbild; dörflich geprägter Straßenraum
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	V.a. Wohnnutzungen (Ein- und Zweifamilienhäuser, vereinzelt auch Mehrfamilienhäuser), vereinzelt auch gewerbliche Nutzungen; umgeben von Kleingärten, Waldgebieten und sonstigen Grün- und Freiflächen; Übergang zur offenen Landschaft; Straßendorfcharakter
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung aufgrund der Lage an der Ortsdurchfahrt
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Einsiedler Hauptstraße fungiert als Ortsdurchfahrt, ist jedoch nicht von überörtlicher Bedeutung
<b>Stellplatzangebot</b>	Kundenparkplätze bei EDEKA sowie vor größeren Geschäftshäusern, ansonsten straßenbegleitendes Parken
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen innerhalb des Zentrums; zudem Bahnhof Einsiedel (Regionalbahnanbindung) in fußläufiger Entfernung
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Der Schwerpunktbereich Am Plan ist aufgrund der zentralen Lage innerhalb des Stadtteils fußläufig gut aus den umliegenden Wohngebieten zu erreichen; rd. 1.200 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Attraktive Bausubstanz und Straßenraum vermitteln eine angenehme, dörfliche Einkaufsatmosphäre
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Getränkewelt
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.065qm, davon: periodischer Bedarf 695 qm, zentrenrelevanter Bedarf 370 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf, vereinzelt auch mittel- bis langfristiger Bedarf
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz (von Wohnnutzungen unterbrochen) entlang der Ortsdurchfahrt; eine kompakte Struktur liegt nur im Bereich Am Plan vor
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Ärzte, Kosmetik, Friseur, Sparkasse, Fahrschule, Post, Reisebüro, Bistro, Café); Bibliothek
<b>Leerstandssituation</b>	Einige wenige Leerstände (Kleinflächen)
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	-
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabil, bei jedoch geringer Verkaufsflächenausstattung
<b>Stärken</b>	Gepflegte und attraktive Bausubstanz, das gewachsene Zentrum im traditionellen Ortskern Am Plan
<b>Schwächen</b>	Wenige räumliche/funktionale Bezüge zwischen Schwerpunkt im Bereich Am Plan und straßenbegleitenden Nutzungen entlang der Ortsdurchfahrt, kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz, suboptimale Verkaufsflächenausstattung – relativ klein dimensionierter EDEKA-Markt
<b>Handlungsziele</b>	Gemeinsame Werbe- und Marketingmaßnahmen der Gewerbetreibenden; Verkaufsflächenausstattung ausbauen; Absicherung der Versorgungsfunktion

<sup>57</sup> Zum Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde die Abgrenzung des Zentrums Einsiedel geändert und nach Norden und Süden weiträumig erweitert.



**D-Zentrum: Grüna**



Abbildung 94: Zentraler Versorgungsbereich Grüna (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 95: Simmel-Verbrauchermarkt an der Chemnitz Straße



<b>D-Zentrum: Grüna<sup>58</sup></b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage am westlichen Stadtrand innerhalb des Stadtteils Grüna; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Grüna sowie über Teile des Stadtteils Mittelbach und der angrenzenden Kommune Wüstenbrand
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Straßenbegleitendes Zentrum entlang der Ortsdurchfahrt (Chemnitzer Straße zwischen Forststraße und Friedhof) mit Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen von Wohngebäuden mit Agglomerationschwerpunkten; kleinteiliger Einzelhandel sowie größere Magnetbetriebe
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Dörflicher Charakter; Gebäude z.T. mit Sanierungsstaus, z.T. aber auch Neubauten; typisches Straßendorf
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Nördlich der Chemnitzer Straße v.a. Wohnnutzungen (Ein- und Zweifamilienhäuser); entlang der Bahnlinie v.a. gewerbliche Nutzungen; im Südosten auch größere Industriegebiete; umgeben von Grünzügen/Übergang zur offenen Landschaft
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung aufgrund der Lage entlang der Ortsdurchfahrt
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Chemnitzer Straße fungiert als Ortsdurchfahrt und als Ausfallstraße ins westliche Umland
<b>Stellplatzangebot</b>	Kundenparkplätze bei den größeren Betrieben; ansonsten straßenbegleitendes Parken
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen entlang der Chemnitzer Straße; im östlichen Randbereich Bahnhof Grüna (Bahnlinie Richtung Zwickau)
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Aufgrund der bandartigen Siedlungsstruktur nur für unmittelbar angrenzende Wohnnutzungen gegeben; Fußgängerquerung der Chemnitzer Str. z.T. schwierig; rd. 1.100 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Keine besonderen Aufenthaltsqualitäten; keine Platzsituationen o.ä.; Durchgangsverkehr vermindert die Aufenthaltsqualität
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Netto, EDEKA Simmel
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 2.505 qm, davon: periodischer Bedarf 2.365 qm, zentrenrelevanter Bedarf 110 qm
<b>Angebotspezialisierung/-wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf (discountorientierter + serviceorientierter/höherwertiger Anbieter); ergänzende Angebote im mittel- und langfristigen Bedarf
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Aufgrund der weiträumigen Ausdehnung des Zentrums bestehen z.T. nur wenige räumliche/funktionale Bezüge und kein fußläufiger Kundenaustausch; kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz; wenig kompakt
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Friseur, Bank, Apotheke, Ärzte, Post, Restaurant, Fahrschule, Imbiss, Gaststätte); Freizeitangebote: Fitnessstudio, Solarium
<b>Leerstandssituation</b>	Mehrere Leerstände entlang der Chemnitzer Straße (Kleinflächen)
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Konkurrenz durch Nahversorgungsstandort (Penny) am westlichen Ortsausgang
<b>Potenzialflächen</b>	Kleinere Potenzialflächen/Brachflächen zwischen der Bahnlinie und der Chemnitzer Straße vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Verlagerung EDEKA-Simmel bei gleichzeitiger Verkaufsflächenerweiterung
<b>Stärken</b>	Discounter + Vollsortimenter (aufgrund der weiträumigen Ausdehnung jedoch nur eingeschränktes Kopplungspotenzial); leistungsfähiger, moderner Verbrauchermarkt mit Frischeorientierung
<b>Schwächen</b>	Leerstände, weiträumige Ausdehnung verhindert fußläufigen Austausch, geringe Kopplungseffekte aufgrund der wenig kompakten Struktur; z.T. sanierungsbedürftige Bausubstanz
<b>Handlungsziele</b>	Konzentration der Betriebe auf Agglomerationschwerpunkt; Absicherung der Versorgungsfunktion

<sup>58</sup> Die Abgrenzung des Zentrums Grüna wurde verkleinert, da sich der Schwerpunktbereich des Zentrums rund um die beiden Magnetbetriebe Simmel und Netto sowie deren Zwischenraum konzentriert. In Richtung Osten zeigen sich sehr großen Lücken im Einzelhandelsbesatz, sodass hier nicht mehr von einem funktionalen und räumlichen Zusammenwirken ausgegangen werden kann. Die Verkleinerung des Zentrums folgt somit den tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten.



D-Zentrum: Hainstraße/Fürstenstraße

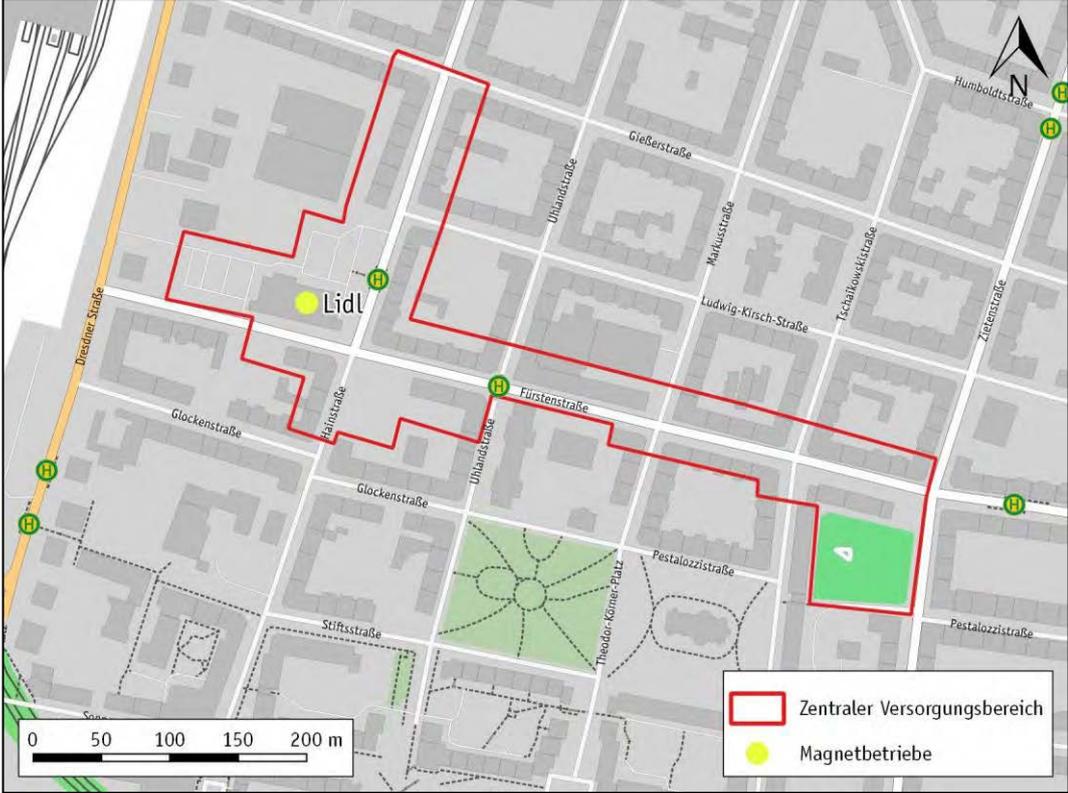


Abbildung 96: Zentraler Versorgungsbereich Hainstraße/Fürstenstraße (eigene Darstellung; (Quelle Plan-  
grundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 97: Hainstraße/Fürstenstraße



<b>D-Zentrum: Hainstraße/Fürstenstraße</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im westlichen Teil des Stadtteils Sonnenberg, nordöstlich der Innenstadt; der Einzugsbereich erstreckt sich über die westlich im Stadtteil gelegenen Wohnquartiere
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Kleinteilige Einzelhandelsstrukturen rund um den Kreuzungsbereich Hainstraße/Fürstenstraße in den Erdgeschossen von Wohngebäuden sowie frei stehender Lidl-Discounter
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Mit Ausnahme der funktional gestalteten Lidl-Immobilie neueren Baualters ausschließlich mehrgeschossige Altbauten (z.T. mit baulichen Mängeln und Sanierungsstaus); kernstädtischer, urbaner Charakter
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Überwiegend verdichtete Wohnnutzungen (mehrgeschossige Altbauten in Blockrandbebauung); an der Dresdner Straße auch Gewerbenutzungen
<b>Sichtanbindung</b>	Für den Lidl-Discounter besteht eine gute Sichtanbindung von der Dresdner Straße; für die restlichen Teile des Zentrums eingeschränkt
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Die Anbindung erfolgt über die Dresdner Straße (B 169/B173), die als wichtige nördliche Erschließungsachse der Innenstadt fungiert; die Hain- und die Fürstenstraße dienen der Erschließung des Stadtteils
<b>Stellplatzangebot</b>	Großer Kundenparkplatz bei Lidl, ansonsten nur straßenbegleitend
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle in fußläufiger Entfernung
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Aufgrund der Randlage innerhalb des Wohngebiets nur von den östlich angrenzenden Wohnquartieren fußläufig zu erreichen; rd. 6.800 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Kernstädtischer Charakter bietet Potenzial, Sanierungsstaus und fehlende Platzsituationen reduzieren jedoch die Aufenthaltsqualität
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Lidl
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.415 qm, davon: periodischer Bedarf 710 qm, zentrenrelevanter Bedarf 495 qm
<b>Angebotsspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf; discountorientiertes Angebot; z.T. auch spezialisierter Handel (aperiodischer Bedarf)
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz (Leerstände und Wohnnutzung); Agglomerationseffekt nur am Kreuzungsbereich
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Friseur, Fahrschule, Ärzte, Änderungsschneiderei, Imbiss, Café, Kneipe); Freizeitangebote: Solarium
<b>Leerstandssituation</b>	Leerstände in den straßenbegleitenden Ladenlokalen
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidung mit dem Einzugsbereich des Sonderstandorts Heinrich-Schütz-Straße; intensive Wettbewerbssituation aufgrund der Nähe zur Innenstadt und zum EKZ Sachsen-Allee
<b>Potenzialflächen</b>	Schräg gegenüber von Lidl (direkt an der Kreuzung) befindet sich eine größere Brachfläche; Fläche im Osten des Zentrums – Fürstenstraße Ecke Zietenstraße
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabile Entwicklung
<b>Stärken</b>	Städtebauliches Aufwertungspotenzial (kernstädtischer/urbaner Charakter); gute MIV-Anbindung trotz siedlungsintegrierter Lage, mehrere Potenzialflächen vorhanden
<b>Schwächen</b>	Agglomerationswirkung nur am Kreuzungsbereich gegeben, Lücken im Branchenmix des periodischen Bedarfs (z.B. Drogerie), hohe Leerstandsquote, z.T. unsanierte Bausubstanz, wichtige Ergänzungsfunktionen fehlen (z.B. Apotheke, Bank, Post)
<b>Handlungsziele</b>	Konzentration der Betriebe rund um den Kreuzungsbereich, Revitalisierung der Leerstände, Komplettierung des Branchenmixes (v.a. Drogeriewaren, ggf. auch vollsortimentierter Lebensmittelbetrieb), Ansiedlung ergänzender Nutzungen (z.B. Apotheke, Post, Bank/EC-Automat); Aufwertung der Bausubstanz (Eigentümer, Nutzer, Stadt)



**D-Zentrum: Limbacher Straße**

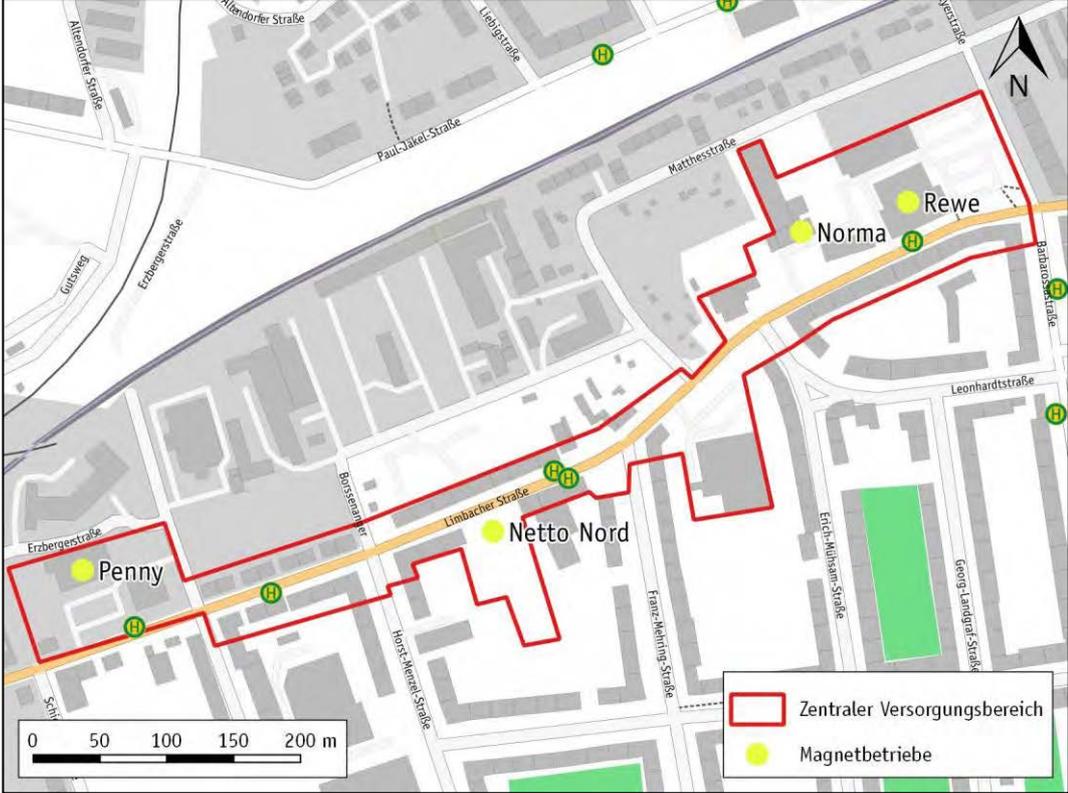


Abbildung 98: Zentraler Versorgungsbereich Limbacher Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 99: Rewe-Markt im D-Zentrum Limbacher Straße



### D-Zentrum: Limbacher Straße

<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage westlich der Innenstadt zwischen den Stadtteilen Kaßberg und Altendorf; Einzugsbereich erstreckt sich über die angrenzenden Wohnquartiere der Stadtteile Kaßberg, Altendorf und Schloßchemnitz
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Straßenbegleitendes Zentrum (Limbacher Straße); Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossflächen straßenbegleitender Wohnhäuser sowie freistehende Einzelhandelsimmobilien (eingeschossig)
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Kernstädtisch geprägter Straßenraum (z.T. saniert, z.T. unsaniert) entlang dessen sich die Einzelhandelsnutzungen aufreihen; überwiegend ansprechende Altbausubstanz, z.T. aber auch Baulücken
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Verdichtete Siedlungsstrukturen (mehrgeschossige Altbauten in Blockrandbebauung; z.T. mit Modernisierungsbedarf, z.T. aber auch sehr hochwertig saniert); nördlich der Limbacher Straße auch Gewerbenutzungen
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung der Betriebe entlang der Limbacher Straße
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Gute verkehrliche Anbindung aufgrund der Lage entlang der als wichtige Ausfalltrasse fungierenden Limbacher Straße in Richtung der BAB 72
<b>Stellplatzangebot</b>	Ankerbetriebe mit Kundenparkplätzen, straßenbegleitendes Parken
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen entlang der Limbacher Straße
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Fußläufige Erreichbarkeit für angrenzende Wohnquartiere südlich der Limbacher Straße gegeben; z.T. eingeschränkte Querung der Limbacher Straße; rd. 8.800 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Geringe Aufenthaltsqualität aufgrund des starken Durchgangsverkehrs und fehlender Plätze/Ruhezonen
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Rewe, Norma, Penny, Netto
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 6.070 qm, davon: periodischer Bedarf 4.110 qm, zentrenrelevanter Bedarf 1.770 qm
<b>Angebotsspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Deutlicher Schwerpunkt im periodischen Bedarf; kleinteilige Ergänzungen im mittelfristigen Bedarf (inhabergeführt); insgesamt discountlastiges Angebot
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Aufgrund der langen räumlichen Ausdehnung des Zentrums kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz (durch Baulücken, Wohnnutzungen, Leerstände unterbrochen); Einzelhandel ausschließlich in Erdgeschossflächen von Wohngebäuden sowie in frei stehenden Immobilien
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Apotheke, Bank, Reisebüro, Friseur, Imbiss, Pizzeria); Freizeitangebote: Videothek, Solarium, Spielhalle, Fitnessstudio
<b>Leerstandssituation</b>	Mehrere Leerstände in den kleinteiligen Ladeneinheiten
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidungen mit den Einzugsbereichen der C-Zentren Ermafa-Passage und Weststraße sowie mit dem D-Zentrum Altendorf; Discounter Netto und Lidl in Streulage im unmittelbaren Umfeld
<b>Potenzialflächen</b>	Keine Potenzialflächen
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Deutlicher Zuwachs im periodischen Bedarfsbereich durch die Neuansiedlung Rewe, dadurch eine Schwerpunktbildung im Osten der Limbacher Straße
<b>Stärken</b>	Breites Angebot im periodischen Bedarf mit verschiedenen Lebensmittel-discountern und einem modernen, frischeorientierten Verbrauchermarkt
<b>Schwächen</b>	Starker Durchgangsverkehr belastet Aufenthaltsqualität und erschwert Querung der Limbacher Straße, fehlender Drogeriemarkt, Mängel in der Bausubstanz, Norma-Lebensmitteldiscounter hat kein marktgängiges Auftreten - auch zu klein, kein fußläufiger Kundenaustausch aufgrund der weiträumigen Ausdehnung
<b>Handlungsziele</b>	Aufwertung des Straßenraums (Abbau von Modernisierungsrückständen an Gebäuden, Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum, z.B. Fußgängerquerungen); Einzelhandel auf Kernbereiche konzentrieren, keine weiteren Neuansiedlungen aufgrund der recht hohen Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf



**D-Zentrum: Rabenstein Center**

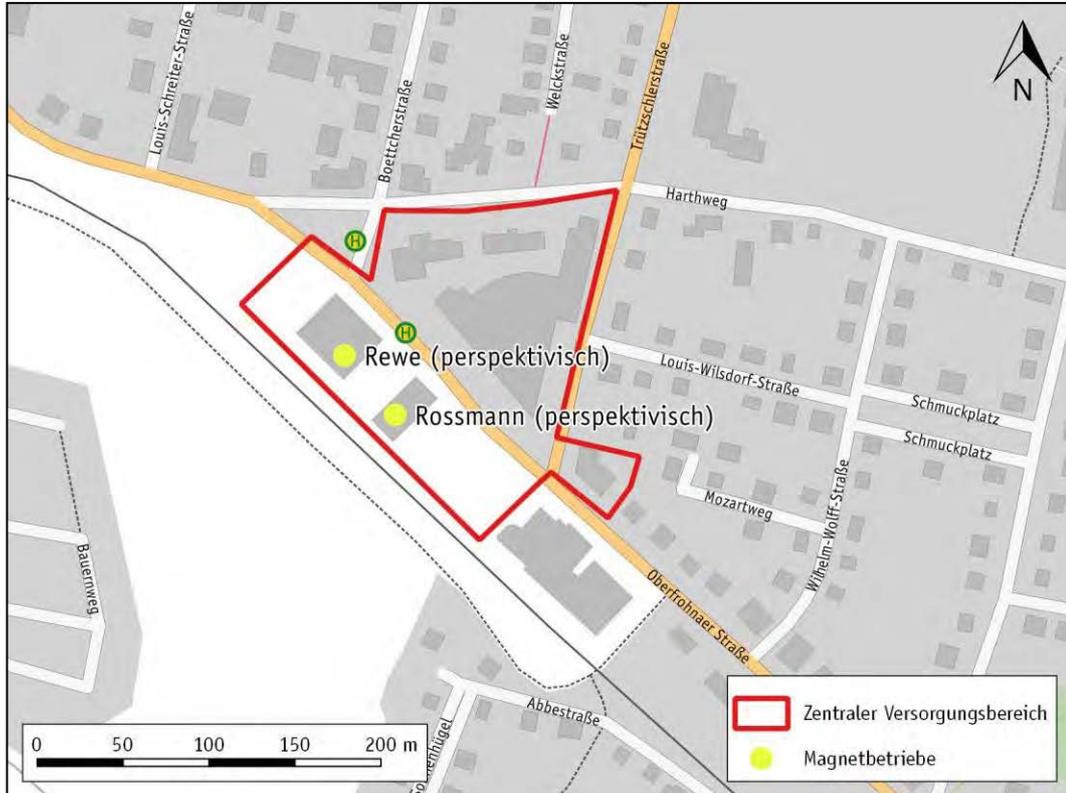


Abbildung 100: Zentraler Versorgungsbereich Rabenstein Center (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 101: Rabenstein Center



<b>D-Zentrum: Rabenstein Center</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Relativ zentrale Lage im stadtrandgeprägten Stadtteil Rabenstein; Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Rabenstein sowie über Teile der benachbarten Stadtteile Rottluff, Siegmars und Reichenbrand
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Rabenstein Center mit mehreren verbundenen Gebäudeteilen auf unterschiedlichen Ebenen mit innenliegender Passage sowie außenliegenden Arkaden; auf gegenüberliegenden Straßenseiten weitere solitäre Gebäude z.T. mit Freiflächen (Sparkasse, Holzhandel), Rewe und Rossmann in Neubau auf gegenüberliegender Straßenseite
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Das Rabenstein Center stellt einen ansprechend gestalteten Neubau dar, verfügt jedoch über wenig Bezüge zum direkten Umfeld
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Dörflich geprägte Wohngebiete (Ein- und Zweifamilienhäuser); südlich angrenzend Neubausiedlung "An der Riedstraße"
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung der Baukörper vom Kreuzungsbereich Oberfrohaer Straße/Trützschler Straße
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Gute verkehrliche Anbindung über die Oberfrohaer Straße (wichtige Ausfallstraße ins nordwestliche Umland bzw. zur BAB 4, Haupterschließungsstraße des Stadtteils); jedoch mangelhafte Ausschilderung des Zentrums
<b>Stellplatzangebot</b>	Ausreichend großes Parkplatzangebot in Tiefgarage sowie vor dem Rewe bzw. Rossmann
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle in unmittelbarer Nähe
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Fußläufige Erreichbarkeit aufgrund bandartiger Siedlungsstruktur nur für unmittelbar angrenzende Wohnnutzungen gegeben; rd. 1.400 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Auf der oberen Ebene des Rabenstein Centers befindet sich zwischen den einzelnen Gebäudeteilen ein von Arkaden eingerahmter, platzartiger Bereich; die Passage ist z.T. möbliert
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Rewe, Rossmann
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.045qm, davon: periodischer Bedarf 390 qm (perspektivisch 2.300 qm zusätzlich nach geplanter Erweiterung), zentrenrelevanter Bedarf 550 qm Zzgl. Rewe und Rossmann
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Sowohl Betriebe des periodischen Bedarfs als auch inhabergeführte Anbieter des mittel- bis langfristigen Bedarfs, vorwiegend unteres bis mittleres Angebots- und Preissegment
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kompakte Struktur durch zentralen Baukörper, hohe Einzelhandelsdichte
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Friseur, Ärzte, Post, Bank, Apotheke, Hotel/Restaurant, Kneipe, Imbiss), Bürgerbüro
<b>Leerstandssituation</b>	Mehrere Leerstände im Hauptbaukörper, darunter ehemaliger Penny-Lebensmitteldiscounter, weitere Leerstände in den Arkaden
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überlagerung des Einzugsbereichs mit dem C-Zentrum Siegmars
<b>Potenzialflächen</b>	Leerstandsflächen
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Diverse Geschäftsaufgaben, darunter der Discounter Penny als Magnetbetrieb; Erweiterung des Zentrums durch einen Rewe-Markt und einen Rossmann gegenüber dem Center
<b>Stärken</b>	Angenehme Einkaufsatmosphäre im Bereich der Arkaden, gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem MIV, gute fußläufige Erreichbarkeit; durch Rewe und Rossmann wieder anziehungsstarke Magnetbetriebe
<b>Schwächen</b>	z.T. Mängel in der Warenpräsentation/Schaufenstergestaltung; zu kleine und ungünstig geschnittene Ladenflächen; unattraktive Fläche im Untergeschoss (ehemals Penny)
<b>Handlungsziele</b>	Optimierung der Ausschilderung; Ansiedlung eines Magnetbetriebs im Center, z.B. Reaktivierung eines Lebensmitteldiscounters – Voraussetzung dafür ist eine attraktive Fußgängerquerung zum Erweiterungsstandort, um Kopplungseffekte auch ausnutzen zu können



**D-Zentrum: Robert-Siewert-Straße**

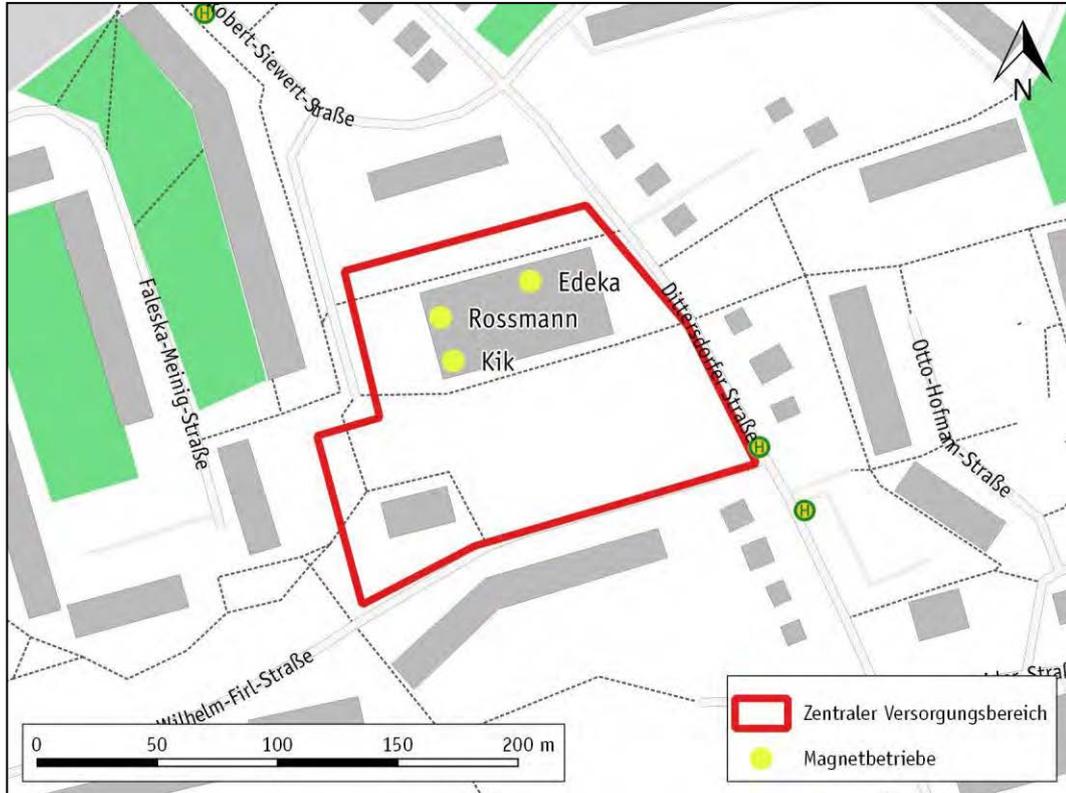


Abbildung 102: Zentraler Versorgungsbereich Robert-Siewert-Straße (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 103: Nahversorgungszentrum an der Robert-Siewert-Straße



<b>D-Zentrum: Robert-Siewert-Straße</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage im nördlichen Teilbereich des Stadtteils Markersdorf; Einzugsbereich erstreckt sich über die umliegenden Wohngebiete des Stadtteils Markersdorf
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Gebäudekomplex über zwei Ebenen
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Insgesamt gepflegter Eindruck; gelungene Revitalisierung eines ehemaligen Versorgungszentrums; funktionale Architektur
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Überwiegend verdichtete, vielgeschossige Großwohnsiedlungsstrukturen in Scheibenbauweise; vereinzelt auch Ein- und Zweifamilienhäuser; südöstlich Sportplatzanlage
<b>Sichtanbindung</b>	Keine Sichtanbindung von der zentralen Erschließungsachse der umliegenden Wohngebiete (Wladimir-Sagorski-Straße)
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Anfahrt des Zentrums über die Anliegerstraße Dittersdorfer Straße und eine weitere Zuwegung von der Robert-Siewert-Straße; kein Anschluss an übergeordnete Erschließungswege
<b>Stellplatzangebot</b>	Große Stellplatzfläche vor dem Gebäudekomplex
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Aufgrund eingebetteter Lage in die Siedlungsstruktur sehr gute fußläufige Erreichbarkeit; rd. 4.600 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	aufgrund der funktionalen Gestaltung des öffentlichen Raums keine besondere Aufenthaltsqualität; gastronomisches Angebot mit Treffpunkt-Charakter
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	EDEKA, Rossmann, Kik
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 3.340 qm, davon: periodischer Bedarf 2.140 qm, zentrenrelevanter Bedarf 1.055 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf, dazu auch ein relativ großes Angebot des mittelfristigen Bedarfs (unteres Angebots- und Preisniveau)
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	kompakte Struktur, Einzelhandel konzentriert sich vor allem auf zentralen Gebäudekomplex, EDEKA und Rossmann im Erdgeschoss; kleinflächige Ladeneinheiten im Obergeschoss
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Friseur, Ärzte, EC-Automat, Service Center, Apotheke, Imbiss)
<b>Leerstandssituation</b>	Eine kleine Leerstandsfläche außerhalb des Gebäudekomplexes
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidungen mit dem Einzugsbereich des Sonderstandorts Kaufland; intensive Wettbewerbssituation aufgrund der Nähe zum Sonderstandort Vita-Center
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Abgeschlossene Revitalisierung des Zentrums, damit einhergehend eine deutliche Vergrößerung der Verkaufsfläche
<b>Stärken</b>	Siedlungsintegrierte Lage; mit EDEKA und Rossmann zwei starke Magnetbetriebe, die marktgängig aufgestellt sind; guter Branchenmix, Angebote auf das Umfeld sehr gut abgestimmt, barrierefreier Zugang
<b>Schwächen</b>	keine besondere Gestaltung des öffentlichen Raums, unprofessionelle Einzelhändler und wenig ansprechende Schaufenstergestaltung außerhalb des Gebäudekomplexes
<b>Handlungsziele</b>	Aufwertung des öffentlichen Raums, gemeinsame Werbe-/Marketingmaßnahmen der Gewerbetreibenden; verbesserte Schaufenstergestaltung



**D-Zentrum: Wittgensdorf**



Abbildung 104: Zentraler Versorgungsbereich Wittgensdorf (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 105: Netto im D-Zentrum Wittgensdorf



<b>D-Zentrum: Wittgensdorf</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage am nordwestlichen Stadtrand innerhalb des Stadtteils Wittgensdorf; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Wittgensdorf
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Straßenbegleitendes Zentrum mit kleinteiligem Einzelhandel in den Erdgeschossen von Wohngebäuden sowie zwei solitäre Einzelhandelsimmobilie (Diska; Netto)
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Dörflich geprägter Straßenraum; Bausubstanz z.T. mit Sanierungsstaus
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Dörflich/ländlich geprägte Nutzungs- und Siedlungsstrukturen (v.a. Ein- und Zweifamilienhäuser älteren Baualters, vereinzelt auch Reihenhausbebauung); umfangreiche Grünflächen/landwirtschaftliche Nutzflächen abseits der Ortsdurchfahrt bzw. Übergang zur offenen Landschaft; Straßendorfcharakter
<b>Sichtanbindung</b>	Gute Sichtanbindung aufgrund der Lage an der Ortsdurchfahrt
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Obere und Untere Hauptstraße fungieren als Ortsdurchfahrt, sind jedoch nicht von überörtlicher Bedeutung
<b>Stellplatzangebot</b>	Größere Stellplatzfläche vor den Discountern, ansonsten straßenbegleitendes Parken
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Mehrere Bushaltestellen befinden sich entlang des Zentrums
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Aufgrund der bandartigen Siedlungsstruktur entlang der Ortsdurchfahrt nur für die unmittelbar anschließenden Wohnnutzungen gegeben; rd. 1.200 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Ruhige Einkaufsatmosphäre; Rathausplatz bietet Potenzial - ist als zentraler Platz jedoch noch zu wenig inszeniert; ansonsten keine besonderen Aufenthaltsqualitäten
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Diska, Netto
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.975 qm, davon: periodischer Bedarf 1.445 qm, zentrenrelevanter Bedarf 400 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf, vereinzelt auch mittel- bis langfristiger Bedarf; unteres bis mittleres Angebots- und Preisniveau
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz (v.a. durch Wohnnutzung unterbrochen); kleinteilige Einzelhandelsstruktur, Ausnahme: Lebensmitteldiscounters Diska und Netto
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Reisebüro, Friseur, Bank, Service Point/Post, Pizzeria, Restaurant, Café); Bibliothek
<b>Leerstandssituation</b>	Ein relevanter Leerstand (ehemals Schlecker)
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Intensive Wettbewerbssituation aufgrund Nähe zum Chemnitz Center
<b>Potenzialflächen</b>	Keine Potenzialflächen im Zentrum
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Verkaufsflächenzuwachs durch Ansiedlung Netto
<b>Stärken</b>	Grundversorgungsfunktion für die Bewohner von Wittgensdorf
<b>Schwächen</b>	Aufgrund der wenig kompakten Struktur geringes Kopplungskaufpotenzial, wenig Angebot im Frischesegment, kein vollsortimentierter Anbieter
<b>Handlungsziele</b>	Konzentration der Betriebe auf den Bereich zwischen Diska und Rathausplatz; Anpassungen in der Schaufenster-/Ladengestaltung; Aufwertung der Bausubstanz (Eigentümer, Nutzer, Stadt); Absicherung der Versorgungsfunktion



### D-Zentrum: Wolgo-Passage

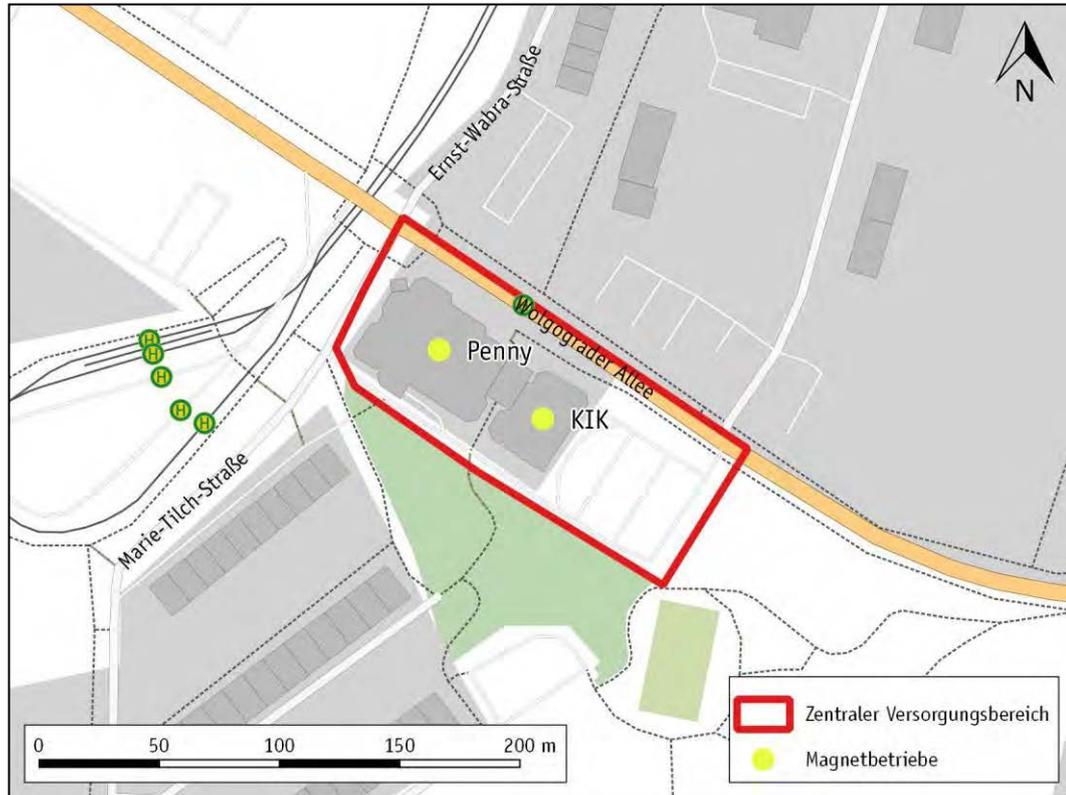


Abbildung 106: Zentraler Versorgungsbereich Wolgo-Passage (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 107: Wolgo-Passage



<b>D-Zentrum: Wolgo-Passage</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Lage an der südwestlichen Stadtgrenze innerhalb des Stadtteils Hutholz; der Einzugsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Hutholz
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Das Zentrum umfasst zwei miteinander verbundene, eingeschossige Neubauten mit Ladeneinheiten unterschiedlicher Größen entlang von Arkadengängen
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Gepflegtes Erscheinungsbild; Neubauten von ansprechender architektonischer Qualität, attraktive Raumfolge und Wegeführung
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Verdichtete Wohnnutzungen in Form von Großwohnsiedlung (vielgeschossige Gebäude in Scheibenbauweise); dazwischen größere Grün- und Freiflächen
<b>Sichtanbindung</b>	Sehr gute Sichtanbindung von Wolgograder Allee
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Sehr gute Anbindung und direkte Zufahrt von Haupterschließungsachse des Stadtteils (Wolgograder Allee)
<b>Stellplatzangebot</b>	Größere Stellplatzfläche östlich an den Gebäudekomplex angrenzend
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bushaltestelle und Straßenbahndaltepunkt direkt am Zentrum
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Siedlungsintegrierte Lage gewährleistet gute fußläufige Erreichbarkeit von umliegenden Wohneinheiten; rd. 2.800 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Arkadengänge vermitteln in Verbindung mit der Bepflanzung eine ruhige und angenehme Einkaufsatmosphäre; Leerstände schränken die Aufenthaltsqualität jedoch ein
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Penny, Kik
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 1.485 qm, davon: periodischer Bedarf 650 qm, zentrenrelevanter Bedarf 760 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bedarf; ergänzende Angebote im mittelfristigen Bedarf (v.a. Bekleidung); unteres bis mittleres Angebots- und Preisniveau
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Durchgängiger Einzelhandelsbesatz und kompakte Struktur; hohe Einzelhandelsdichte
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Verschiedene Dienstleister und Gastronomiebetriebe (z.B. Friseur, Reinigung, Sparkasse, Apotheke, Post, Imbiss)
<b>Leerstandssituation</b>	Zwei leer stehende kleine Ladeneinheiten
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überschneidung des Einzugsbereichs mit dem Sonderstandort Kaufland-Center; intensive Wettbewerbssituation aufgrund Nähe zum Sonderstandort Vita-Center
<b>Potenzialflächen</b>	Keine offensichtlichen Potenzialflächen im Zentrum vorhanden; angrenzend jedoch denkbar
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Stabil
<b>Stärken</b>	Gute verkehrliche Anbindung trotz siedlungsintegrierter Lage, sehr gute ÖPNV-Anbindung, kompakte Struktur, ansprechendes Erscheinungsbild, umfangreiches Dienstleistungsangebot
<b>Schwächen</b>	Wenig Angebote im mittleren/gehobeneren Angebots- und Preisniveau, teils ungünstige/zu kleine Flächenzuschnitte, Leerstandsquote
<b>Handlungsziele</b>	Ansiedlung weiterer Anbieter des periodischen Bedarfs (z.B. Drogeriemarkt) zur Komplettierung des Branchenmixes (Flächenverfügbarkeit prüfen), Zusammenlegung von Ladeneinheiten zur Schaffung größerer Flächen prüfen, Ansiedlung von Gesundheitsdienstleistungen (Ärzte etc.); Ausbau der Verkaufsflächenausstattung



**D-Zentrum: Usti nad Labem**

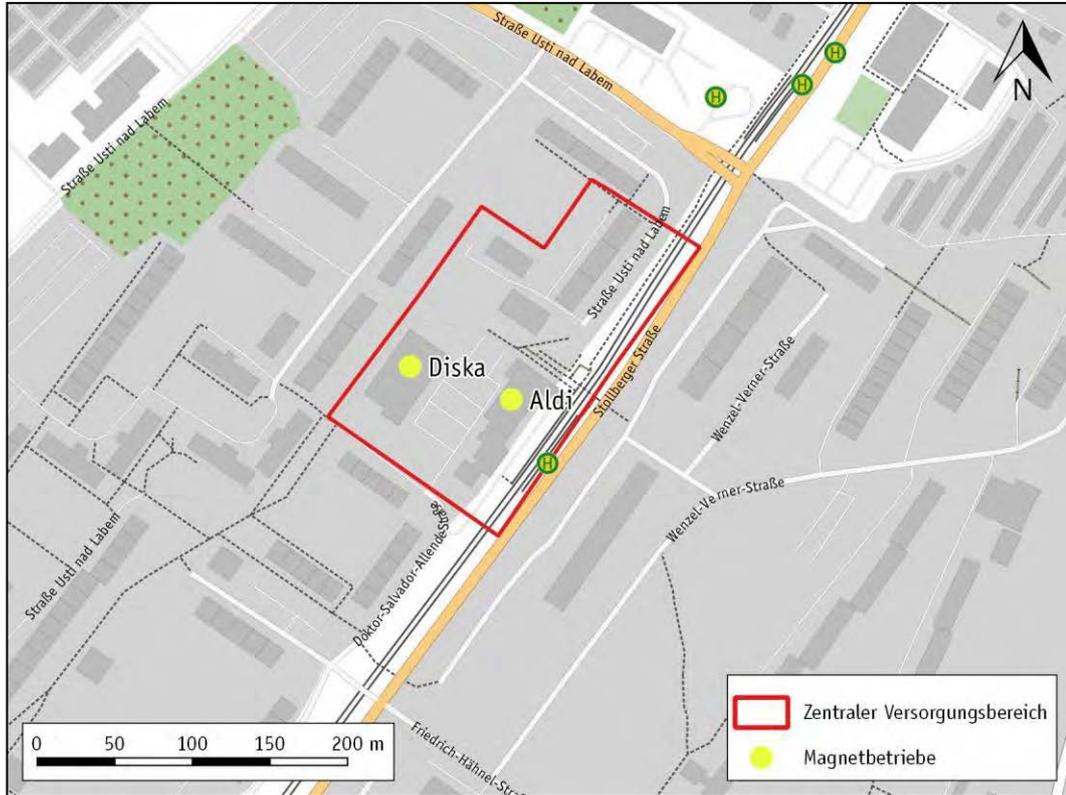


Abbildung 108: Zentraler Versorgungsbereich Usti nad Labem (eigene Darstellung; (Quelle Plangrundlage: Geofabrik GmbH und © OpenStreetMap-Mitwirkende)



Abbildung 109: Aldi im ehemaligen Flughafengebäude an der Stollberger Straße



<b>D-Zentrum: Usti nad Labem</b>	
<b>Lage und Einzugsbereich</b>	Zentrale Lage zwischen Kappel und Helbersdorf (Fritz-Heckert-Gebiet); Einzugsbereich erstreckt sich über Wohngebiete östlich und westlich der Stollberger Straße
<b>Kurzbeschreibung Zentrenstruktur</b>	Um einen zentralen Stellplatz gruppierte Solitärbauten sowie eine kleine Ladenzeile im Erdgeschoss eines Wohnhochhauses
<b>Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild</b>	Historische Bausubstanz des "Alten Flughafengebäudes" ist als hochwertig einzustufen (insb. die markante Steinfassade); ansonsten funktionale Architektur ohne besondere städtebauliche Qualitäten
<b>Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld</b>	Vollständig von verdichteten Siedlungsstrukturen umgeben; vielgeschossiger Wohnungsbau; überwiegend saniert
<b>Sichtanbindung</b>	Sichtanbindung des Diska-Markts von der Stollberger Straße eingeschränkt
<b>Erreichbarkeit MIV</b>	Gute Erreichbarkeit über die Stollberger Straße; aber Zufahrt kompliziert
<b>Stellplatzangebot</b>	Große Stellplatzfläche zwischen den beiden Gebäudeteilen, ausreichend Parkmöglichkeiten
<b>Erreichbarkeit ÖPNV</b>	Bus- und Straßenbahnhaltestelle an Stollberger Straße (unmittelbar an Zentrum angrenzend)
<b>Fußläufige Erreichbarkeit</b>	Gute fußläufige Erreichbarkeit von umliegenden Wohnnutzungen aufgrund siedlungsintegrierter Lage; rd. 2.600 EW im fußläufigen Einzugsgebiet
<b>Aufenthaltsqualität</b>	Keine besonderen Aufenthaltsqualitäten, ruhige Atmosphäre aufgrund abgeschirmter Lage von der Stollberger Straße
<b>Magnetbetriebe/Ankernutzungen</b>	Diska-Lebensmitteldiscounter, Aldi-Lebensmitteldiscounter
<b>EH-Verkaufsfläche (2015)</b>	Gesamt: 2.030 qm, davon: periodischer Bedarf 1.440 qm, zentrenrelevanter Bedarf 510 qm
<b>Angebotspezialisierung/-Wertigkeit</b>	Schwerpunkt im periodischen Bereich; Wochenmarkt in der Dr.-Salvador-Allende-Straße
<b>Struktur des Einzelhandels</b>	Einzelhandelsnutzungen ausschließlich in Erdgeschossflächen, kompakte Struktur
<b>Ergänzende Nutzungen</b>	Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe (z.B. Friseur, Kosmetik, Ärztehaus, Apotheke, Reinigung, Post, Imbiss), Freizeitangebote: Spielhalle, Solarium
<b>Leerstandssituation</b>	Keine Leerstände vorhanden
<b>Konkurrenz mit anderen Standorten</b>	Überlagerung mit Einzugsbereich des Vita-Centers (Sonderstandort) sowie mit den Standorten Paul-Bertz-Straße (Lidl + Edeka) und Irkutsker Straße
<b>Potenzialflächen</b>	Keine signifikanten Potenzialflächen vorhanden
<b>Bewertung des Zentrums</b>	
<b>Entwicklung seit 2011</b>	Auszug EDEKA, Nachnutzung durch Diska
<b>Stärken</b>	Siedlungsintegrierte Lage, sehr gute ÖPNV-Anbindung, ausgewogenes Angebot im periodischen Bedarf (Kopplungspotenziale), Wochenmarkt
<b>Schwächen</b>	Dienstleistungsangebot ausbaufähig, funktionale Mängel in der Wegeführung, unattraktiver Fußgängertunnel Stollberger Straße, suboptimale Verkaufsflächengröße von Diska und Aldi, insgesamt zu geringes Angebot
<b>Handlungsziele</b>	Ergänzung des Branchenmixes (Drogeriewaren), Etablierung weiterer Dienstleistungsangebote (z.B. Bank, Post); Absicherung der Versorgungsfunktion – möglicherweise auch durch Umstrukturierung der Bestandsbetriebe

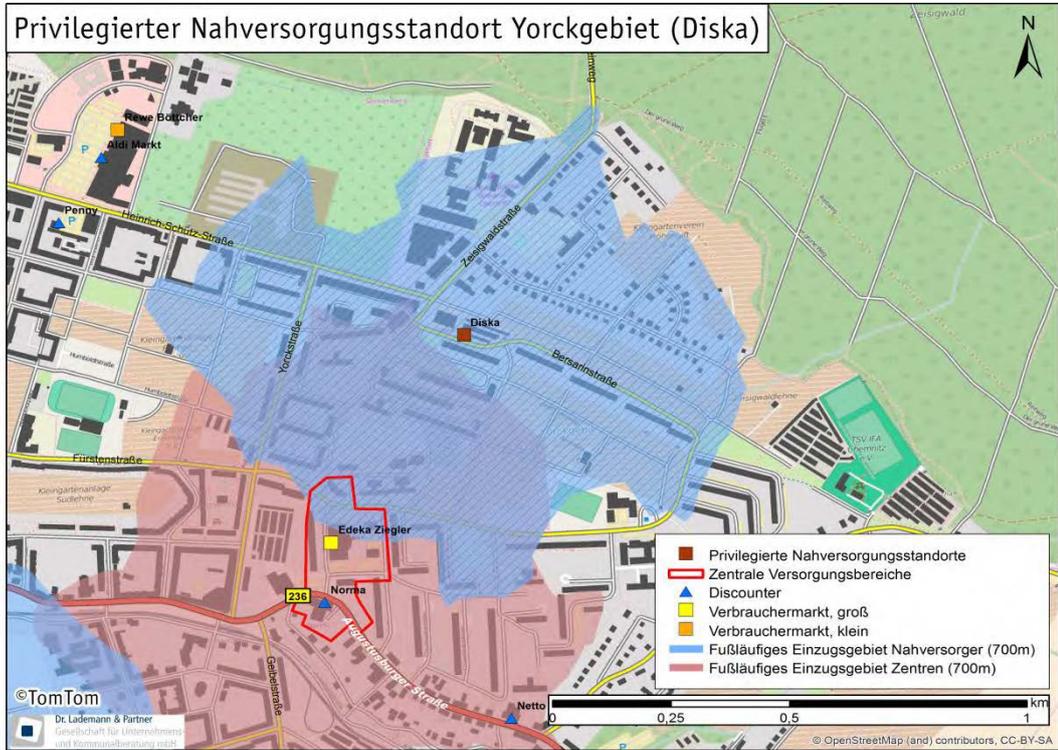


**Dr. Lademann & Partner**  
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH



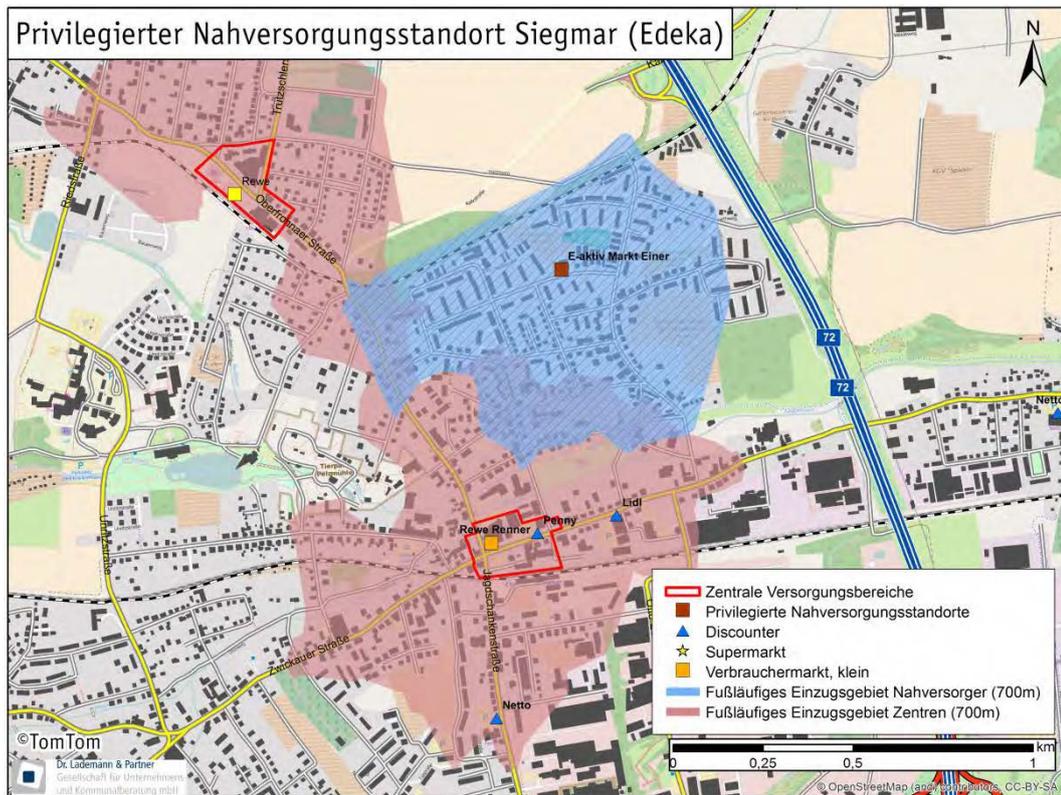
# 11 Anhang: Privilegierte Nahversorgungsstandorte

Yorkgebiet, Bersarinstraße (Diska)	
Stadräumliche Lage	Stadtrandlage, Großwohnsiedlungsstrukturen
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	4.200 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	700 m (New-York-Center)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.



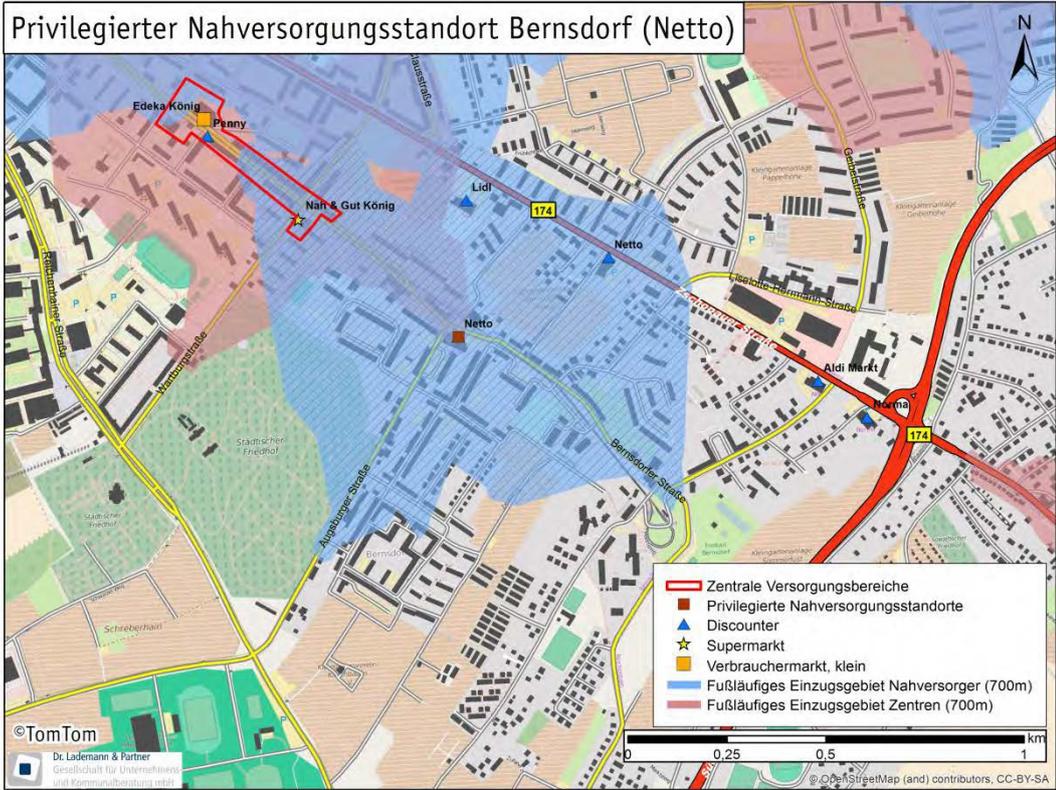


<b>Siegmars, Sterzelstraße (Edeka)</b>	
Stadträumliche Lage	Siedlungsintegriert; Geschosswohnungsbau
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	2.800 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.100 m (Siegmars), 1.300 m (Rabenstein Center)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.



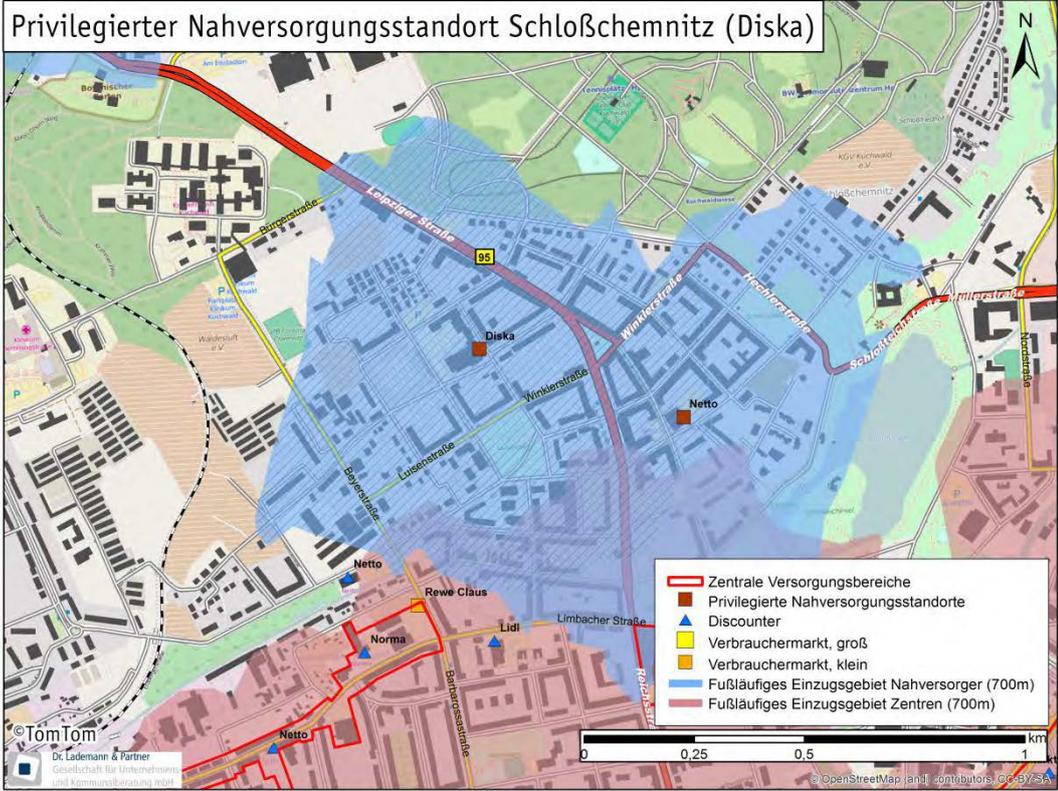


Bernsdorf, Bernsdorfer Straße (Netto)	
Stadräumliche Lage	Randlage einer Großwohnsiedlung
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	5.800 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	800 m (Bernsdorfer Straße)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.





Schloßchemnitz, Arthur-Bretschneider-Straße (Diska)	
Stadräumliche Lage	Siedlungsintegriert; Geschosswohnungsbau
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	6.100 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.100 m (Ermafa-Passage), 1.000 m (Limbacher Straße)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	700 m (Netto Paul-Jäkel-Straße), 600 m (Netto Salzstraße)



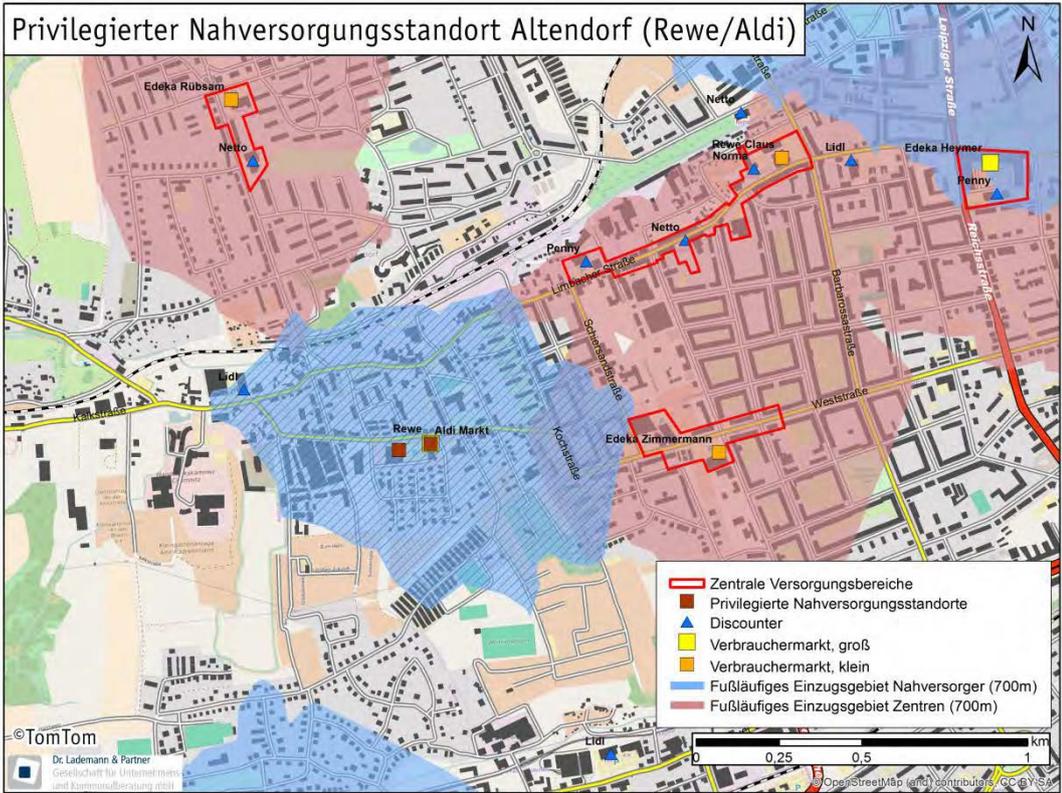


<b>Glösa, Slevogtstraße (nah und gut)</b>	
Stadträumliche Lage	Stadtrandlage, dörfliche Ein- und Zweifamilienhausstrukturen
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	900 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	2.700 m (Ebersdorf)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	1.100 m (Netto, Max-Saupe-Straße)



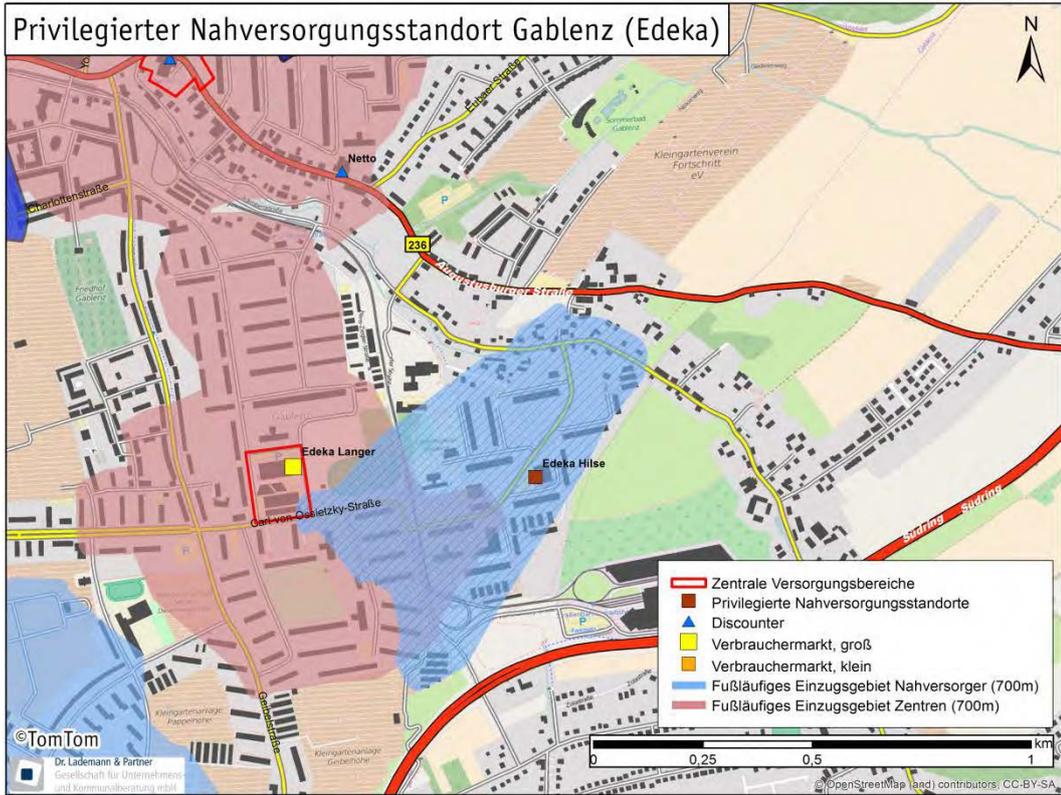


Altendorf, Waldenburger Straße (Rewe/Aldi)	
Stadträumliche Lage	Randlage des Kaßbergs, gemischte Wohnformen im Umfeld
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	3.100 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.100 m (Weststraße); 1.100 m (Limbacher Straße)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	500 m (Lidl, Limbacher Straße)





Gablenz, Carl-von-Ossietzky-Straße (Edeka)	
Stadträumliche Lage	Siedlungsintegriert; Großwohnsiedlung
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	1.800 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	800 m (Gablenz-Center)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.



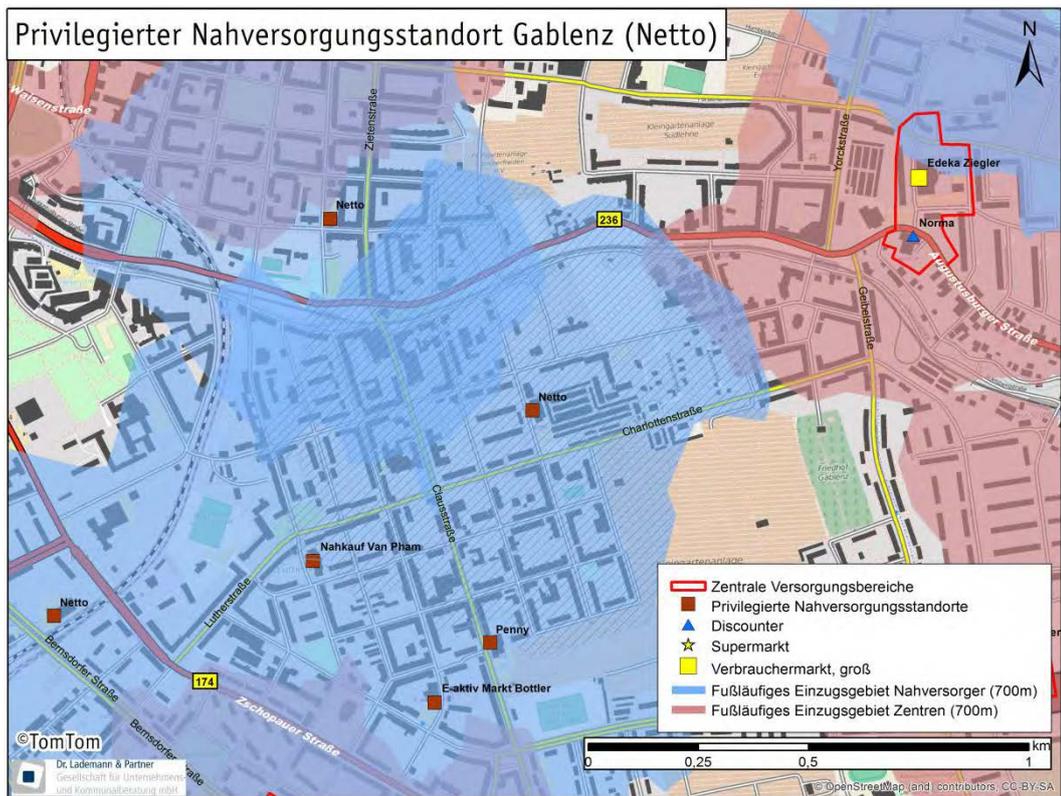


<b>Lutherviertel, Jahnstraße (Edeka)</b>	
<b>Stadträumliche Lage</b>	Siedlungsintegriert; Geschosswohnungsbau
<b>Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)</b>	6.700 Einwohner
<b>Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich</b>	1.000 m (Bernsdorfer Straße)
<b>Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort</b>	300 m (Penny, Clausstraße)



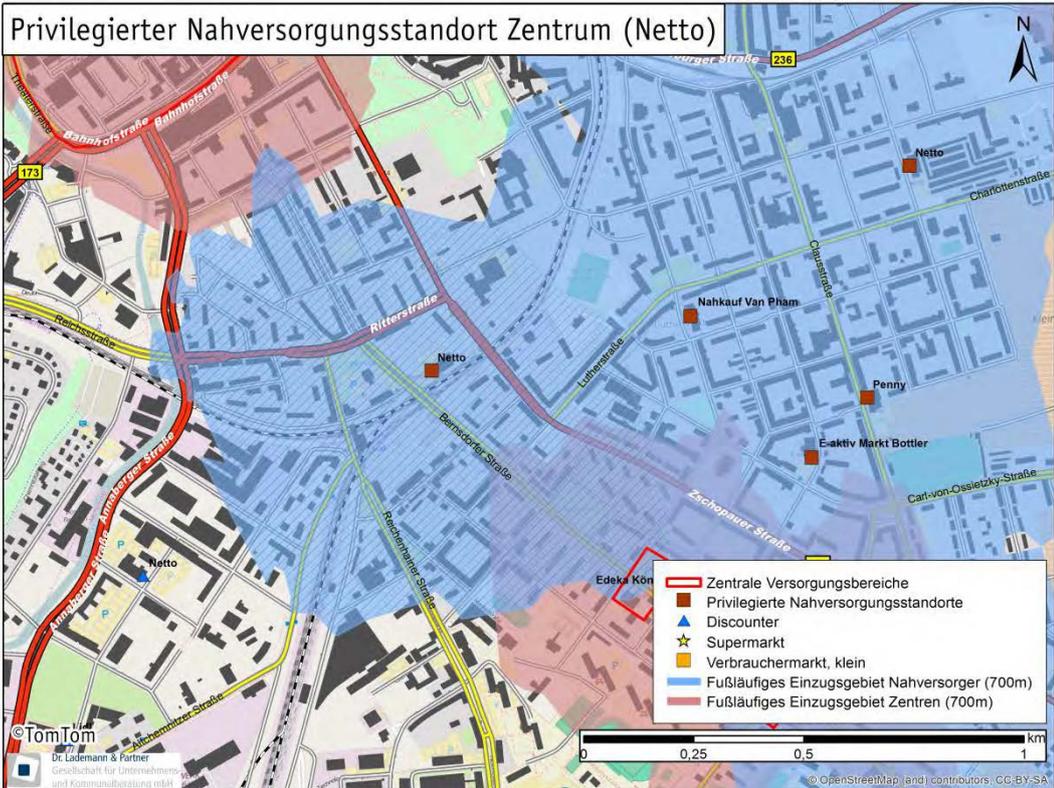


<b>Gablenz, Reineckerstraße (Netto)</b>	
Stadträumliche Lage	Randlage einer Geschosswohnungsbau-Siedlung
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	4.500 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.300 m (New-York-Center)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	700 m (Penny, Clausstraße)



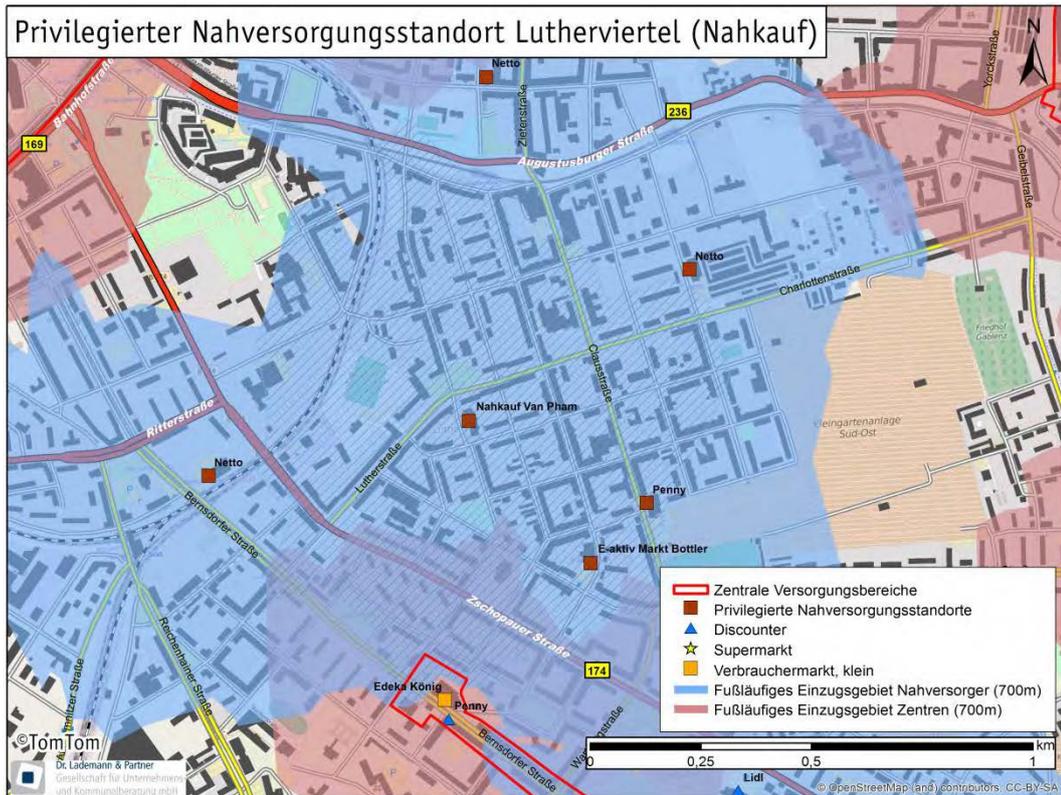


Zentrum, Bernsdorfer Straße (Netto)	
Stadträumliche Lage	Autoorientiert, aber umgeben von Geschosswohnungsbastrukturen
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	4.300 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.400 m (Bernsdorfer Straße); 1.400 m (Innenstadt)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	1.400 m (Nahkauf, Blücherstraße)





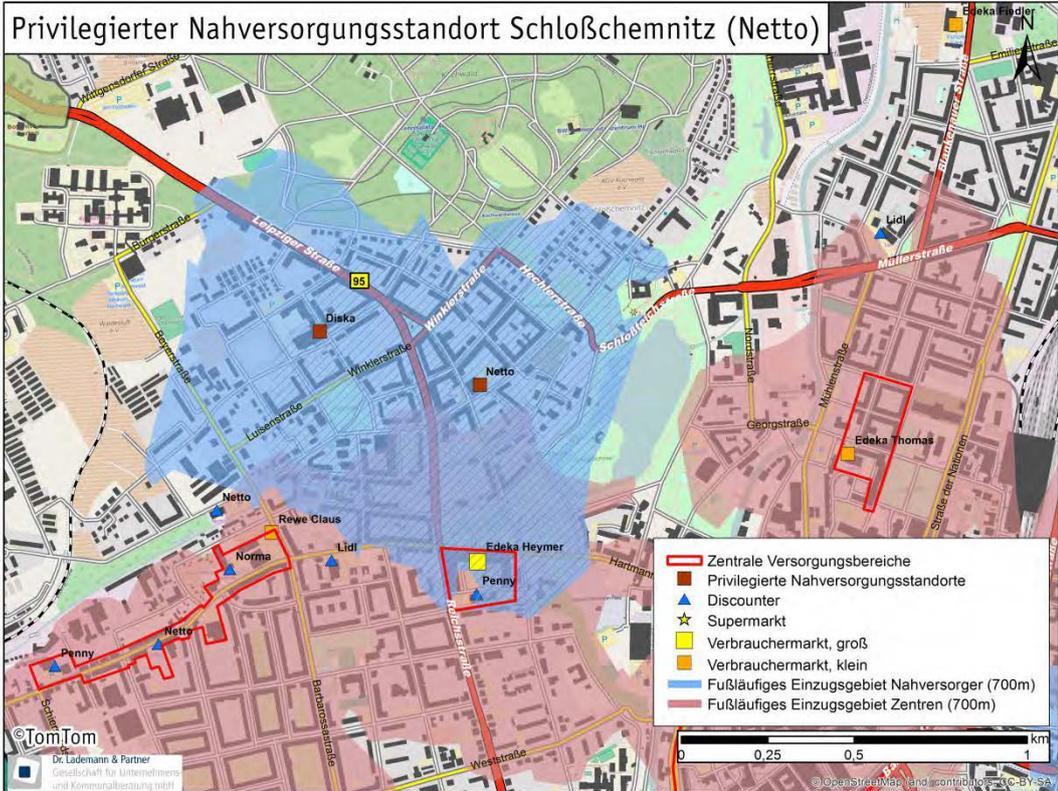
<b>Lutherviertel, Blücherstraße (Nahkauf)</b>	
Stadträumliche Lage	Siedlungsintegriert; Geschosswohnungsbau
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	6.700 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.000 m (Bernsdorfer Straße)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	500 m (Penny, Clausstraße), 500 m (Edeka, Jahnstraße)





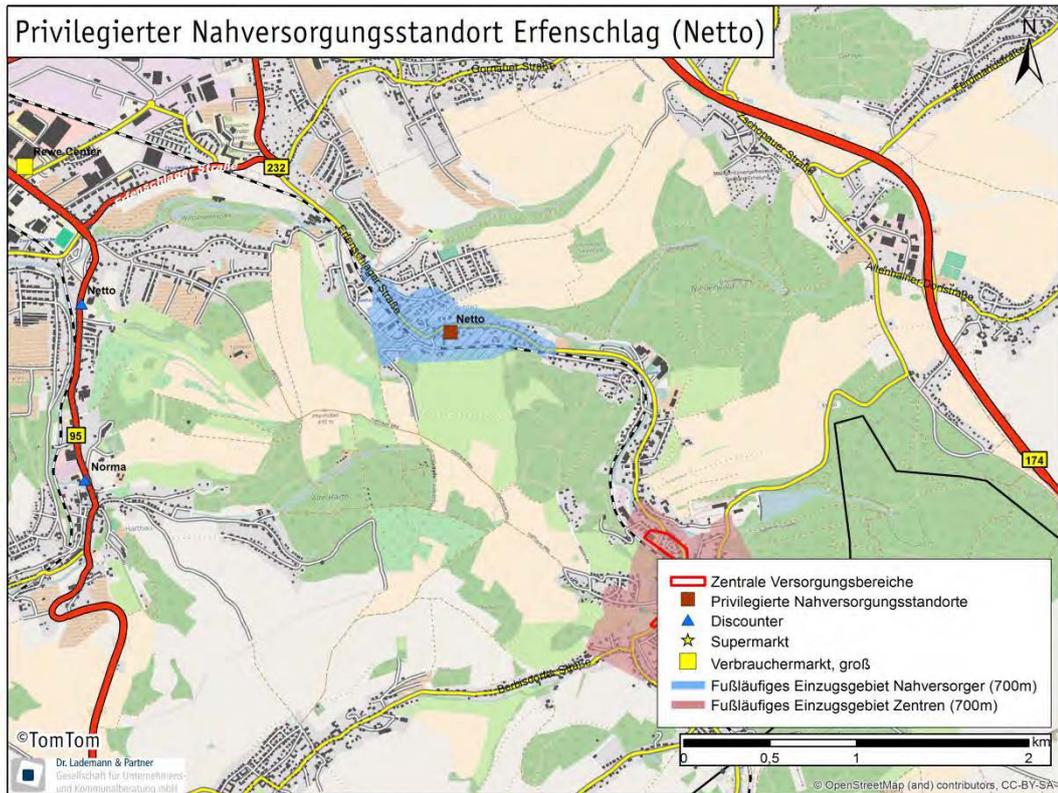


Schloßchemnitz, Salzstraße (Netto)	
Stadträumliche Lage	Siedlungsintegriert; Geschosswohnungsbau
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	6.500 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	700 m (Ermarfa-Passage)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	600 m (Diska, Arthur-Bretschneider-Straße)



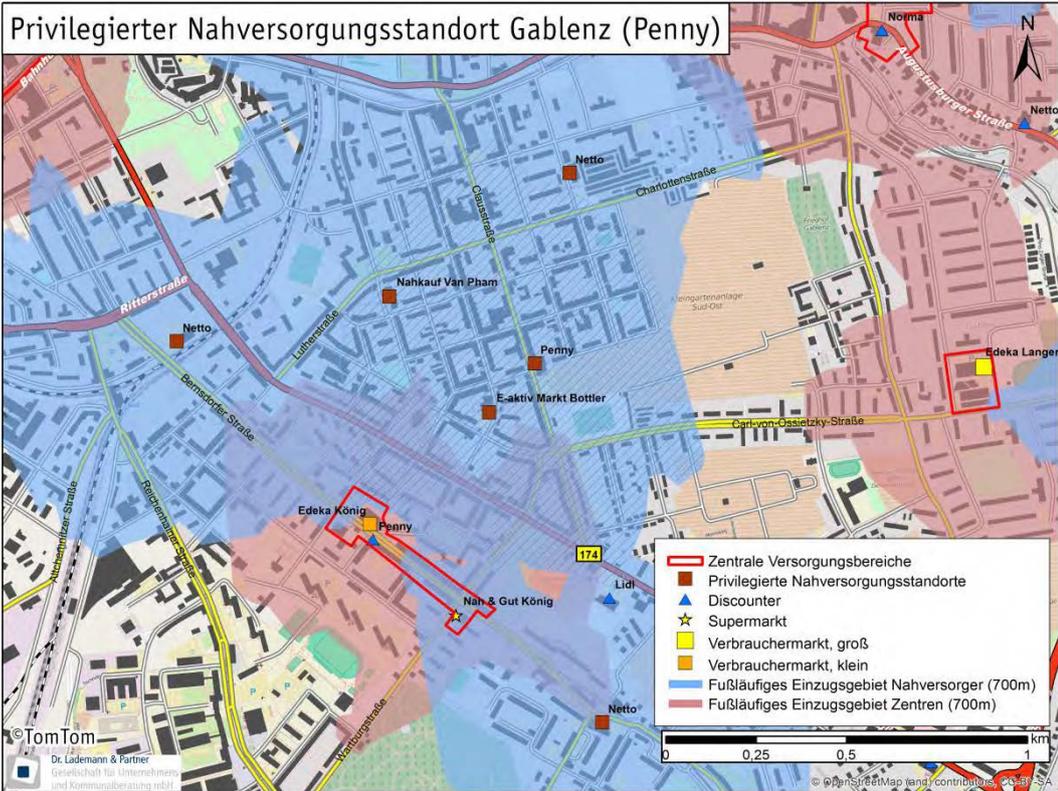


<b>Erfenschlag, Erfenschlager Straße (Netto)</b>	
Stadträumliche Lage	Stadtrandlage, dörfliche/bandartige Siedlungsstruktur
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	400 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	2.700 m (Einsiedel)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.





Gablenz, Clausstraße (Penny)	
Stadträumliche Lage	Randlage einer Geschosswohnungsbau-Siedlung
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	6.500 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	1.100 m (Bernsdorfer Straße)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	300 m (Edeka, Jahnstraße)





<b>Morgenleite, Bruno-Granz-Straße (Netto)</b>	
<b>Stadträumliche Lage</b>	Siedlungsintegriert, Großwohnsiedlungsstrukturen; Festlegung bezieht sich nur auf Hausnummer 24
<b>Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)</b>	3.500 Einwohner
<b>Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich</b>	1.900 m (Robert-Siewert-Straße)
<b>Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort</b>	700 m (Penny, Stollberger Straße) und Vita-Center



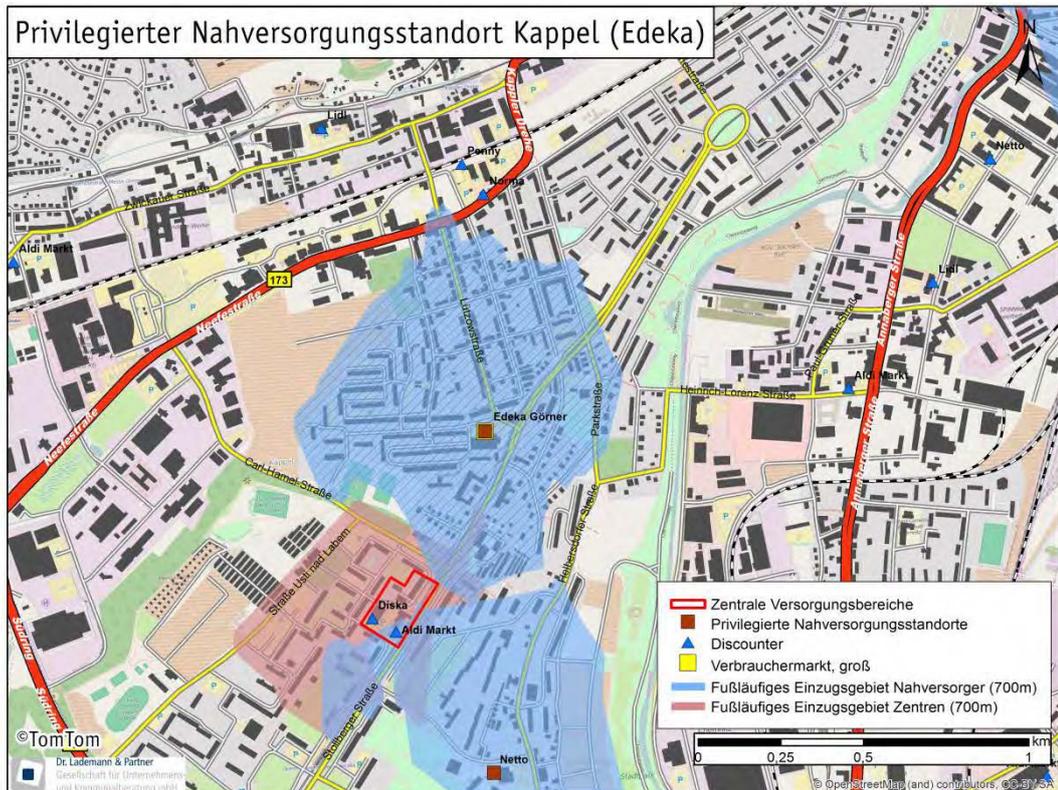


Helbersdorf, Friedrich-Hähnel-Straße (Netto)	
Stadträumliche Lage	Siedlungsintegriert, Großwohnsiedlungsstrukturen
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	3.500 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	800 m (Usti nad Labem)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.



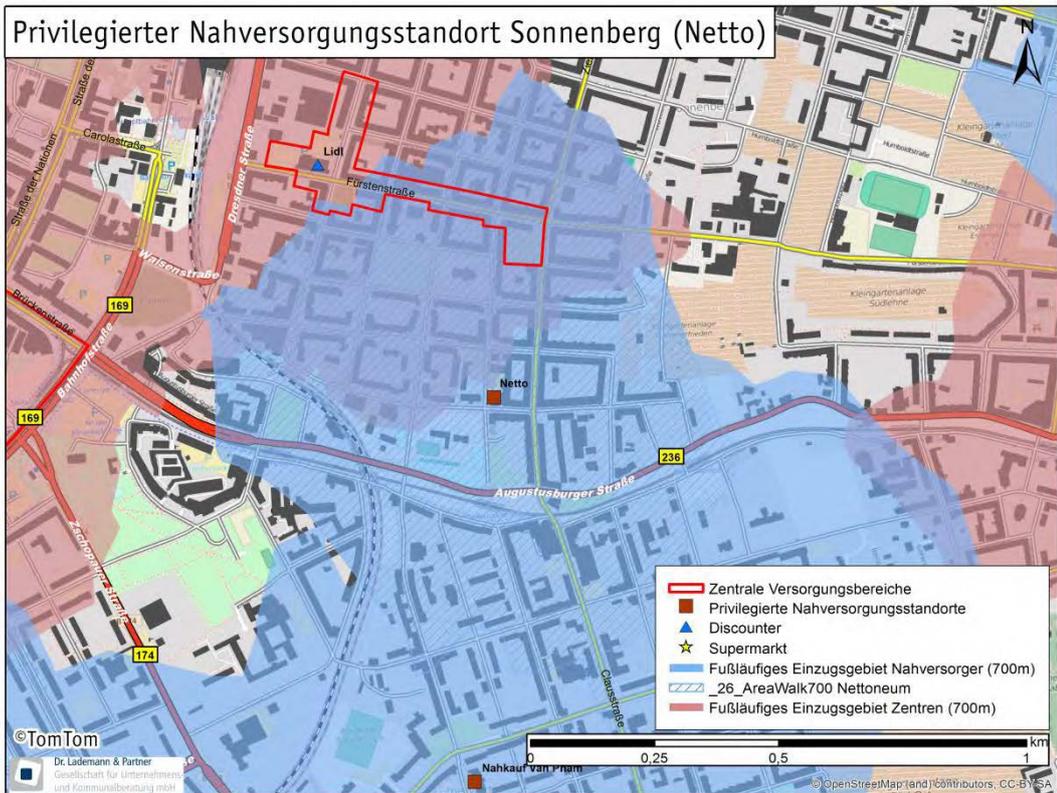


<b>Kappel, Irkutsker Straße (Edeka)</b>	
Stadträumliche Lage	Ausfallstraße, aber von gemischten Wohnungsbaustrukturen umgeben
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	4.700 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	900 m (Usti nad Labem)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.





<b>Sonnenberg, Tschaikowskistraße (Netto)</b>	
Stadträumliche Lage	Siedlungsintegriert; Geschosswohnungsbau
Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet (700-m-Echt-Einzugsgebiet)	6.700 Einwohner
Entfernung zum nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereich	800 m (Hainstraße/Fürstenstraße)
Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungsstandort	s.o.





Die nachfolgende Übersicht gibt einen Überblick über alle Standorte des Lebensmitteleinzelhandels im Chemnitzer Stadtgebiet, die weder in einem zentralen Versorgungsbereich liegen noch einem Sonderstandort oder einem Privilegierten Nahversorgungsstandort zugeordnet worden sind.

Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in Streulagen (abseits der Zentren, Sonderstandorte und Privilegierten Nahversorgungsstandorte)		Begründung für (Nicht-)Einstufung
Betrieb	Adresse	
Netto	Annaberger Str. 132	Ausfallstraße, <1.200 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet
Netto	Annaberger Str. 383	Stadttrandlage (<300 Einwohner im fußläufigen EZG);
Norma	Annaberger Straße 352	Ausfallstraße, <500 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet
Netto	Augustusburger Str. 263	Entfernung zum C-Zentrum New-Yorck-Center (<700m)
Edeka	Blankenauer Str. 41	Ausfallstraße, Wohngebietsrandlage, Umfeld z.T. von großflächigen Gewerbegebietsnutzungen geprägt
Aldi	Bornaer Str. 148	Umfeld z.T. von großflächigen Gewerbegebietsnutzungen geprägt (<500 Einwohner im fußläufigen EZG)
Netto	Bornaer Str. 170	Umfeld z.T. von großflächigen Gewerbegebietsnutzungen geprägt (<500 Einwohner im fußläufigen EZG),
Penny	Chemnitzer Str. 161a	Randlage des Siedlungsgebiets (<1.000 Einwohner im fußläufigen EZG), Entfernung zum D-Zentrum Grüna (<700m)
E Center	Dresdner Str. 45	Ausfallstraße, kein signifikanter Wohngebietsbezug
Lidl	Eckstraße 4	Entfernung zum D-Zentrum Brühl (<700m)
Penny	Frankenberger Str. 46	Ausfallstraße, Wohngebietsrandlage, kein signifikanter Wohngebietsbezug
Norma	Glösaer Str. 1	Wohngebietsrandlage; Entfernung zum D-Zentrum Ebersdorf (<700m)
Aldi	Heinrich-Lorenz-Str. 39	Ausfallstraße, Gewerbegebietslage
Aldi	Hermann-Pöge-Str. 2	Gewerbegebietslage (keine Einwohner im fußläufigen EZG)
Netto	Jagdschänkenstr. 34-36	Umfeld von z.T. von großflächigen Gewerbegebietsnutzungen geprägt, Entfernung zum D-Zentrum Siegmars (<700m)
Norma	Leipziger Straße 193	Ausfallstraße, <1.600 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet
Lidl	Limbacher Str. 208	Gewerbegebietslage, kein unmittelbarer Wohngebietsbezug
Lidl	Limbacher Str. 31	Entfernung zum D-Zentrum Limbacher Straße sowie zum C-Zentrum Emma-Passage (<700m)
Netto	Max-Saupe-Str. 77	Stadttrandlage, kein signifikanter Wohngebietsbezug (<300 Einwohner im fußläufigen EZG)
Norma	Neefestr. 58	Wohngebietsrandlage, Ausfallstraße, Suchraum Kapellenberg aufgrund siedlungsintegrierter/zentraler Lage im Stadtteil besser geeignet
Edeka	Paul-Bertz-Straße 12	Ausfallstraße/Südring, Nähe zum D-Zentrum Usti-nad-Labem
Lidl	Paul-Bertz-Straße 14	Ausfallstraße/Südring, Nähe zum D-Zentrum Usti-nad-Labem
Netto	Paul-Jäkel-Str. 33	Entfernung zum D-Zentrum Limbacher Straße (<700m)
Norma	Reichenbrander Str. 126	Randlage des Siedlungsgebiets (<1.000 Einwohner im fußläufigen EZG)
Lidl	Wilhelm-Raabe-Str. 52	Ausfallstraße, Gewerbegebietslage (<1.000 Einwohner im fußläufigen EZG)
Netto	Wilhelm-Raabe-Str. 6	Ausfallstraße, Gewerbegebietslage (<1.000 Einwohner im fußläufigen EZG)
Lidl	Zschopauer Str. 184	Ausfallstraße, Nähe zum D-Zentrum Bemsdorfer Straße (<700m)
Netto	Zschopauer Str. 202	Ausfallstraße; <3.900 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet
Aldi	Zschopauer Str. 244	Ausfallstraße, kein unmittelbarer Wohngebietsbezug
Norma	Zschopauer Str. 256	Ausfallstraße, kein unmittelbarer Wohngebietsbezug
Lidl	Zwickauer Str. 160	Ausfallstraße, kein signifikanter Wohngebietsbezug (<1.000 Einwohner im fußläufigen EZG)
Aldi	Zwickauer Str. 247	Gewerbegebietslage; <1.100 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet
Netto	Zwickauer Str. 305	Ausfallstraße, kein signifikanter Wohngebietsbezug
Lidl	Zwickauer Str. 391-393	Ausfallstraße, Entfernung zum D-Zentrum Siegmars (<700m)

Quelle: Dr. Lademann & Partner

Tabelle 15: Sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in Streulagen



## 12 Glossar

---

### **Betriebstypen im Einzelhandel:**

#### **Food-Einzelhandel<sup>59</sup>**

- Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet.

- Discounter

Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm, der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment in Selbstbedienung mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt täglicher Bedarf, der auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm überwiegend in Selbstbedienung geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt täglicher Bedarf meist an Pkw-orientierten Standorten, der auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm überwiegend in Selbstbedienung geführt wird.

- SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen, die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten in Selbstbedienung angeboten werden.

<sup>59</sup> Quelle: unternehmensinterne Typologie Dr. Lademann & Partner GmbH aufbauend auf Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft



### **Nonfood-Einzelhandel**

- **Fachgeschäft**

Einzelhandelsbetrieb mit meist unter 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Serviceleistungen verkauft.

- **Fachmarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes Nonfood-Sortiment preisorientiert mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (s.o.) und teils weiteren Serviceleistungen meist an Pkw-orientierten Standorten verkauft.

- **Warenhaus**

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen einschließlich Lebensmitteln, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird.

- **Kaufhaus**

Einzelhandelsbetrieb mit mehr als zwei Nonfood-Warenbereichen und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (ohne Lebensmittel, umfasst auch Textilkaufhäuser).

### **Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen**

- **Fachmarkttagglomeration**

Ansammlung von branchengleichen branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

- **Einkaufszentrum**

Einzelhandelsimmobilie, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen über eine meist überdachte Mall integriert.



- **Fachmarktzentrum**

Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement über eine meist überdachte Mall integriert.

- **Shopping-Center**

Einkaufszentrum, das überwiegend an integrierten Standorten (Innenstadt oder Nebenzentren) mit differenziertem Mietermix Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Formen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten über eine meist überdachte Mall integriert.

**Sonstige Definitionen**<sup>60</sup>:

- **Kaufkraft/Nachfragepotenzial**

Als Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht.

- **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung zur lokalen Nachfrage.

Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten wie der GfK ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell ober oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- **Ausgabesatz**

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen

<sup>60</sup> Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.



Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

■ **Periodischer Bedarf**

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel, und Drogeriewaren zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

■ **Aperiodischer Bedarf**

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.



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

Hamburg, 20. September 2016

Boris Böhm

Uwe Seidel

Dr. Lademann & Partner GmbH