

## **Einzelhandels- und Zentrenkonzept**

# Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Große Kreisstadt Freital (Fortschreibung 2022)

---

für die  
Große Kreisstadt Freital  
Rathaus Potschappel

Dresdner Straße 56/58  
01705 Freital

**Ihre Ansprechpartner**

Dr. Ulrich Kollatz  
(Gesamtleitung)

Richard Engel  
(Projektleitung)

**BBE Handelsberatung GmbH**

Uferstraße 21  
04105 Leipzig  
Deutschland

Tel +49 341 98386-73  
Fax +49 341 98386-80  
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 27. März 2023



**Inhaltsverzeichnis**

- 1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung ..... 1**
- 2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Freital ..... 3**
  - 2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung ..... 3
  - 2.2. Siedlungsstruktur der Großen Kreisstadt Freital ..... 5
  - 2.3. Einzugsgebiet des Freitaler Einzelhandels ..... 6
- 3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030..... 8**
  - 3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung ..... 8
  - 3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2022 ..... 9
  - 3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung in Freital bis 2030 ..... 12
- 4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Freital ..... 14**
  - 4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung ..... 14
  - 4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet von Freital nach Standortlagen ..... 16
  - 4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Freital ..... 21
- 5. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept ..... 24**
  - 5.1. Entwicklungstrends im Lebensmittelhandel ..... 24
  - 5.2. Distributionsstrukturen im Lebensmittelhandel ..... 25
  - 5.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln ..... 28
  - 5.4. Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe ..... 29
  - 5.5. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Freital ..... 30
- 6. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Freital ..... 32**
  - 6.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Freital ..... 32
  - 6.2. Entwicklungstrends im Einzelhandel und deren Einfluss in der Stadt Freital ..... 34
  - 6.3. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung ..... 44
  - 6.4. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems ..... 46
  - 6.5. Zentraler Versorgungsbereich – Hauptgeschäftszentrum Deuben ..... 50
  - 6.6. Nahversorgungszentren (C-Zentren) ..... 54
  - 6.7. Integrierte Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger ..... 59
  - 6.8. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte ..... 65
- 7. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Freital ..... 72**
  - 7.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente ..... 72
  - 7.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Freitaler Nachbarschaftsladen“ ..... 74
  - 7.3. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Freitaler Liste“ ..... 77
  - 7.4. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Freital .. 82
- 8. Anlage: Zentrenpässe Freital ..... 87**
- 9. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen ..... 92**

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Freital im regionalen Vergleich .....	9
Abbildung 2: Quantitative Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes in der Stadt Freital.....	14
Abbildung 3: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf im Jahr 2022.....	15
Abbildung 4: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Stadt Freital .....	16
Abbildung 5: Entwicklung Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur sowie Anzahl der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Stadt Freital .....	17
Abbildung 6: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland .....	24
Abbildung 7: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland .....	25
Abbildung 8: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen .....	26
Abbildung 9: Gründe für die Wahl des Betriebstyps .....	27
Abbildung 10: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel.....	28
Abbildung 11: Begriff der qualifizierten Grundversorgung .....	29
Abbildung 12: Umsatzentwicklung Einzelhandel i.e.S.* – Umsatz 2015-2021 .....	34
Abbildung 13: Umsatzveränderung Fachhandelszweige 2020 vs. 2019 und 2021 vs. 2019 (Auswahl) .....	35
Abbildung 14: Marktanteile der Handelsformate am Einzelhandelsumsatz 2015-2021 in % .....	36
Abbildung 15: Absolutes Onlinewachstum – Umsatz 2015-2021 .....	37
Abbildung 16: Umsatz innenstadtrelevante Branchen 2015–2021 in Mrd. €.....	38
Abbildung 17: Umsatzanteile Multi-Channel-Handel und „Pure-Play“ an Nonfood.....	38
Abbildung 18: Click & Collect – Anzahl Nutzende und Umsatz nach Branchen .....	39
Abbildung 19: Marktvolumen Fashion & Accessoires und jährliche Branchenentwicklung 2015-2021 .....	40
Abbildung 20: Umsatz Onlinehandel mit Fashion & Accessoires 2015-2021 .....	40
Abbildung 21: Shoppinghäufigkeiten.....	41
Abbildung 22: Nachhaltigkeit, Konsumverzicht und Secondhand.....	42
Abbildung 23: Konsumzurückhaltung und Ausweichverhalten .....	42
Abbildung 24: Einschränkung von Ausgaben für Produkte, Dienstleistungen und Freizeitgestaltung .....	43
Abbildung 25: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Freital.....	47
Abbildung 26: Abgrenzung Hauptgeschäftszentrum Deuben .....	50
Abbildung 27: Anbieter Hauptgeschäftszentrum Deuben .....	51
Abbildung 28: Geltungsbereich Bebauungsplan „ Stadtzentrum - Areal Sächsischer Wolf “ .....	52
Abbildung 29: Anbieter C-Zentrum Potschappel.....	54
Abbildung 30: Abgrenzung C-Zentrum Potschappel.....	55
Abbildung 31: Abgrenzung C-Zentrum Zauckerode.....	56
Abbildung 32: Anbieter C-Zentrum Zauckerode.....	57
Abbildung 33: Anbieter C-Zentrum Pesterwitz .....	57
Abbildung 34: Anbieter C-Zentrum Pesterwitz .....	58
Abbildung 35: Abgrenzung Nahversorgungslage Carl-Thieme-Straße.....	60
Abbildung 36: Nahversorgungslage Ooppelstraße .....	61
Abbildung 37: Abgrenzung Nahversorgungslage Poisentalstraße.....	62

Abbildung 38: Abgrenzung der Nahversorgungslage Rabenauer Straße .....	63
Abbildung 39: Abgrenzung Ergänzungsstandort Weißeritzpark .....	66
Abbildung 40: Abgrenzung Ergänzungsstandort Wilsdruffer Straße.....	67
Abbildung 41: Abgrenzung Ergänzungsstandort Schachtstraße .....	69
Abbildung 42: Ergänzungsstandort Einzelhandel & Freizeit Burgker Straße.....	70
Abbildung 43: Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Freitaler Nachbarschaftsläden aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur.....	75
Abbildung 44: Verteilung der Freitaler Nachbarschaftsläden und der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe in der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur .....	76

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Freital im regionalen Vergleich .....	8
Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Freital nach Warengruppen 2022 .....	10
Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im gesamten Einzugsgebiet nach Warengruppen 2022.....	11
Tabelle 4: Nachfrageentwicklung in der Stadt Freital bis 2030 .....	13
Tabelle 5: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstrukturen Freital .....	19
Tabelle 6: Umsatzstrukturen nach Warengruppen und Standortstrukturen in Freital.....	20
Tabelle 7: Kaufkraftbindung des Freitaler Einzelhandels.....	21
Tabelle 8: Kaufkraftbindung des Freitaler Einzelhandels auf das Einzugsgebiet .....	23
Tabelle 9: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in Freital .....	31
Tabelle 10: „Freitaler Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente .....	81

### Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung der Stadt Freital .....	3
Karte 2: Einzugsgebiet des Einzelhandels von Freital.....	6
Karte 3: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte im Bestand.....	30
Karte 4: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Freital .....	48

## 1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde von der Stadt Freital mit Auftrag vom 23.06.2022 mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Große Kreisstadt Freital beauftragt. Bereits im Zeitraum 2010/2011 erarbeitete die BBE Handelsberatung GmbH das Einzelhandels- und –Zentrenkonzept, welches in der bisherigen Fassung nicht separat als städtebauliches Entwicklungskonzept beschlossen wurde, die Zentrenstruktur und die städtebaulichen Zielvorstellungen fanden jedoch Berücksichtigung im INSEK der Stadt Freital (beschlossen am 4. Juni 2020).

Die aktuell angestrebte Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes resultiert aus einer zwischenzeitlich sehr dynamischen Einzelhandelsentwicklung, sowohl auf der Nachfrage- als auch der Angebotsseite.

Die Stadt Freital verzeichnete in den vergangenen 10 Jahren einen Bevölkerungszuwachs von knapp 3% seit dem Jahr 2011, eine relativ stabile Entwicklung, welche sich auch zukünftig fortsetzen wird. Sie hebt sich positiv von den Erwartungen zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2010/2011 ab.

Dem stehen aber generelle Angebotsentwicklungen im Einzelhandel gegenüber, die sich in einem Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen bewegen. Darüber hinaus führen auch bedeutsame Wachstumsraten des Onlinehandels zu einem forcierten Standortwettbewerb, der insbesondere auch den innerstädtischen Einzelhandel betrifft. Diese Dynamik im Einzelhandel wird sich weiter fortsetzen.

Eine Überprüfung und gegebenenfalls Neubewertung der Zentren- und Standortstruktur ist folglich eine maßgebliche Aufgabenstellung. Für den Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist auch deren Funktionserfüllung, wie vom Gesetzgeber definiert, weiterhin von besonderer Bedeutung. Folglich umschließt die Fortschreibung eine Prüfung der ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur sowie eine Abstimmung potenzieller, zukünftiger Standortentwicklungen auf den Zentrenschutz.

Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Fortschreibung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Basis der Fortschreibung des Konzeptes wird eine aktualisierte Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation der Stadt Freital bilden. Darauf aufbauend gilt es, unter Berücksichtigung einzelhandelsrelevanter Strukturveränderungen und Trends, standortspezifische Zielkonzepte und die bisherige Zentren- und Standortstruktur zu überprüfen und gegebenenfalls fortzuschreiben. Die Einbindung des aktuellen Planvorhabens „Sächsischer Wolf“ an der Dresdner Straße in Freital-Deuben in die fortgeschriebenen Strukturen ist zu prüfen und in die Funktionsteilung zu integrieren.

Der Handlungsleitfaden bildet eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der ortsspezifischen „Sortimentsliste Freital“, mit der die Festlegung zentrenrelevanter Sortimente erfolgt, wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet. Darin eingeschlossen ist abgestimmt auf die aktuelle Rechtsprechung eine Überprüfung und Präzisierung des „Freitaler Nachbarschaftsladens“, mit Zulässigkeit im gesamten Stadtgebiet bzw. Begrenzungen bei Ansiedlungsvorhaben.

Ziel der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist es, die fachlich determinierte Entscheidungsbasis für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Freital anhand der aktuellen Anforderungen zu überprüfen und weiterzuentwickeln. Schwerpunkte der Analyse und konzeptionellen Weiterentwicklung der Zentren- und Einzelhandelsstruktur sind:

- Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Freital mit Konkretisierung des Einzugsgebietes für den Einzelhandel

- Positionierung des Einzelhandels in der Stadt Freital im Hinblick auf wesentliche Leistungsparameter wie z.B. Verkaufsflächenbestand, Betriebsgrößen und Umsatzleistung insgesamt sowie differenziert nach Sortimenten und Standortlagen
- Nachfragesituation in der Stadt Freital derzeit und perspektivisch bis 2030 in Bezug auf das Kaufkraftniveau, die Kaufkraftbindung sowie das Einzugsgebiet der Kundschaft
- Steuerung einer flächendeckenden Nahversorgung unter Berücksichtigung der Einwohnerentwicklung von Freital
- Weiterentwicklung einer funktionsteiligen Zentren- und Standortstruktur
- Neuableitung des ortsspezifischen Freitaler Nachbarschaftsladens
- Überprüfung der „Freitaler Liste“ zentrenrelevanter Sortimente
- Weiterentwicklung des Handlungsleitfadens zur Umsetzung der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept baut auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen, Datenquellen und empirischen Untersuchungen auf.

### **Betriebsstättenerhebung**

Für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde eine Betriebsstättenerhebung durch die Bearbeiter des Konzeptes vorgenommen. Die aktuelle Verkaufsflächenerhebung der Einzelhandelsbetriebe in Freital schließt mit dem Stichtag 1. November 2022. Die Verkaufsflächen der Betriebe wurden nach Warengruppen differenziert erhoben, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

### **Nachfrageanalyse**

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Stadt Freital bzw. des Statistisches Landesamtes des Freistaates Sachsen. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation in der Stadt Freital stellen aktuelle Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research sowie die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung dar.

### **Weitere Grundlagen**

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsplan Sachsen 2013
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Stadt Freital
- Statistische Daten der Stadt Freital und des Statistisches Landesamtes des Freistaates Sachsen



reich. Die Mittelzentren sind als regionale Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur-, und Versorgungszentren, insbesondere zur Stabilisierung des ländlichen Raumes, zu sichern und zu stärken.<sup>2</sup>

Neben der Nachbarschaftslage zum Oberzentrum Dresden bestehen weitere Verflechtungsbeziehungen mit umliegenden und teilweise konkurrierenden Mittelzentren. Zugehörig zum Verdichtungsraum um das Oberzentrum Dresden sind neben Freital außerdem die Mittelzentren Meißen, Coswig, Radebeul, Radeberg und Pirna. Darüber hinaus steht Freital in unmittelbarer Wechselwirkung mit der Stadt Dippoldiswalde (ca. 18 km südlich), einem Mittelzentrum als Ergänzungsstandort im ländlichen Raum, dessen Mittelbereich bis an Freital heranreicht. Ungeachtet der räumlichen Nähe zu Dresden und konkurrierenden Mittelzentren besitzt die Stadt Freital jedoch eigene umfassende Potenziale (Bevölkerung, Wirtschaftsstandort, Wohnstandort für Dresden, Tourismusrelevanz, etc.), die schließlich auch die zentralörtliche Funktion begründen.

**Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit** sind wesentliche Standortfaktoren, die die Entwicklungsperspektiven auch des Einzelhandels prägen. Freital befindet sich innerhalb eines Netzes gut ausgebauter Verkehrswege, wodurch eine gute Erreichbarkeit gesichert ist. Die Bundesautobahnen A4 Dresden – Eisenach (von Freital-Potschappel ca. 13 km bis zur Auffahrt Wilsdruff) und A17 Dresden-Prag (von Freital-Potschappel ca. 6 km bis zur Auffahrt Dresden-Südvorstadt bzw. ca. 7 km bis zur Auffahrt Dresden-Gorbitz) sind über die innerstädtische Staatsstraße S36 zu erreichen. Die S36 verbindet zugleich die Bundesstraßen B170 (östlich von Freital bei Bannewitz und Possendorf) und B173 (westlich von Freital bei Kesselsdorf). Außerdem verläuft die Staatsstraße S194 von Freital in Richtung Tharandt und Freiberg.

Der öffentliche Personennahverkehr der Stadt Freital wird über Stadtbuslinien und Überlandlinien des Regionalverkehrs Dresden (RVD) sowie über den Anschluss an das Dresdner S-Bahn-Netz mit der Linie S3 (Dresden-Freital-Tharandt) abgesichert. Das Busliniennetz verbindet alle Stadtteile von Freital mit den umliegenden Gemeinden des Landkreises Sächsische Schweiz-Osterzgebirge und nach Dresden. Die zentrale Umstiegsmöglichkeit befindet sich in Freital-Deuben mit dem Busbahnhof unmittelbar am S-Bahnhof. Zur S-Bahnlinie S3 Dresden-Freiberg gehören die Freitaler Bahnhöfe in Potschappel, Deuben und Hainsberg sowie der Haltepunkt Hainsberg-West. Neben der S-Bahn ist Freital an die Bahnlinie Sachsenmagistrale, der Verbindung der beiden Oberzentren Dresden und Chemnitz, mit Regionalexpressverbindungen angebunden.

Zu verweisen ist außerdem auf die dampfbetriebene Weißeritztalbahn (Schmalspur) von Freital-Hainsberg zum Kurort Kipsdorf.

Der Flughafen Dresden-Klotzsche befindet sich in 15 km Entfernung. Die Entfernung zum Binnenhafen Alberthafen Dresden –Friedrichstadt beträgt 5 km (jeweils Luftlinie).

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

---

<sup>2</sup> Landesentwicklungsplan 2013 des Freistaates Sachsen, Z 1.3.7

## 2.2. Siedlungsstruktur der Großen Kreisstadt Freital

Umfang und Art der Versorgungsfunktionen sind allgemein eng mit der Siedlungsstruktur verknüpft.

Die Siedlungsstruktur ist durch die Entstehungsgeschichte der Stadt Freital, dem Zusammenschluss der zuvor selbständigen Gemeinden Deuben, Döhlen und Potschappel im Jahr 1921, geprägt. In den folgenden Jahren folgten zahlreiche Eingemeindungen weiterer Ortschaften, zuletzt 1999 mit dem heutigen Stadtteil Pesterwitz. Folglich verfügt Freital nicht über eine typische Stadtstruktur mit einem Innenstadtbereich.

Vielmehr entstand eine bandförmige Stadtstruktur, deren ehemalige Ortszentren heute noch nachvollziehbar sind. Freital gliedert sich aktuell in folgende 15 Stadtteile:<sup>3</sup>

Kleinnaundorf, Pesterwitz, Saalhausen, Somsdorf, Weißig, Wurgwitz, Birkigt, Burgk, Deuben, Döhlen, Hainsberg, Niederhäslich, Potschappel, Schweinsdorf, Zuckerode.

Die Stadtteile Potschappel, Deuben und südlich der Bahnstrecke gelegene Teilbereiche von Döhlen bilden eine Kernstadt. Sie ist gekennzeichnet durch die zentrentypische Durchmischung von Siedlungsstrukturen mit industriell und gewerblich genutzten Flächen, Handelseinrichtungen und wichtigen öffentlichen Einrichtungen der Stadt. Wichtigste Verkehrsachse bildet die Dresdner Straße, die u.a. auch die Handelsstrukturen bestimmt. Geschäftszentren in Potschappel und Deuben reihen sich als Bandstruktur entlang der Dresdner Straße, deren hohe Verkehrsfrequenz zu Attraktivitätsproblemen in den Geschäftszentren führt.

Zu den kernstadtnahen Siedlungsbereichen zählen die Stadtteile bzw. Siedlungsgebiete von Niederpesterwitz, Teilbereiche von Döhlen, Coßmannsdorf, Schweinsdorf, Burgk, Zschiedge, Birkigt, Hainsberg und Zuckerode. Gekennzeichnet sind sie durch ihre Nähe zur Kernstadt, dominiert von Wohnbebauung.

Eine besondere städtebauliche Struktur prägt den Stadtteil Zuckerode. Neben einem gegenwärtig noch intakten, dörflichen Ortskern entstanden zwischen 1974 und 1984 auf einer Fläche von 38 ha fast 2.500 Wohnungen als Plattenbauten, welche seit 1992 im Rahmen des Förderprogramms Stadtumbau Ost saniert wurden. Außerdem gehört ein wichtiger dezentraler Einzelhandelsstandort an der Wilsdruffer Straße zum Stadtteil Zuckerode.

Der Stadtteil Hainsberg integriert mit dem Einkaufszentrum „Weißeritzpark“ den flächengrößten und leistungsfähigsten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet Freital, dieser befindet sich in Nachbarschaft mit dem Freizeitzentrum „Hains“.

Dörfliche Siedlungsgebiete sind Pesterwitz, Kohlsdorf, Wurgwitz, Niederhermsdorf, Saalhausen, Weißig, Somsdorf, Niederhäslich und Kleinnaundorf. Diese Gebiete sind trotz ihrer Nähe zur Kernstadt stärker ländlich geprägt und zeichnen sich teilweise als beliebte Baugebiete für selbstgenutztes Wohneigentum aus. Besonders der Stadtteil Pesterwitz erfuhr nach 1990 eine beachtliche Bevölkerungsentwicklung durch neue Wohnbebauung.

Insgesamt unterliegt Freital einerseits dem Trend einer alternden Bevölkerung, andererseits ziehen auch junge Familien, insbesondere aus Dresden in die Stadt. Die städtebauliche Entwicklung wird daher an vielen Stellen, konzentriert jedoch auf die Kernstadt, durch die unterschiedlichen Förderprogramme wie Städtebauförderung, EU-Förderung und weitere Programme nachhaltig unterstützt.

<sup>3</sup> vgl. Große Kreisstadt Freital (Hrsg. 2020): Fortschreibung Integriertes Stadtentwicklungskonzept (INSEK) Stadtentwicklung Freital 2030plus

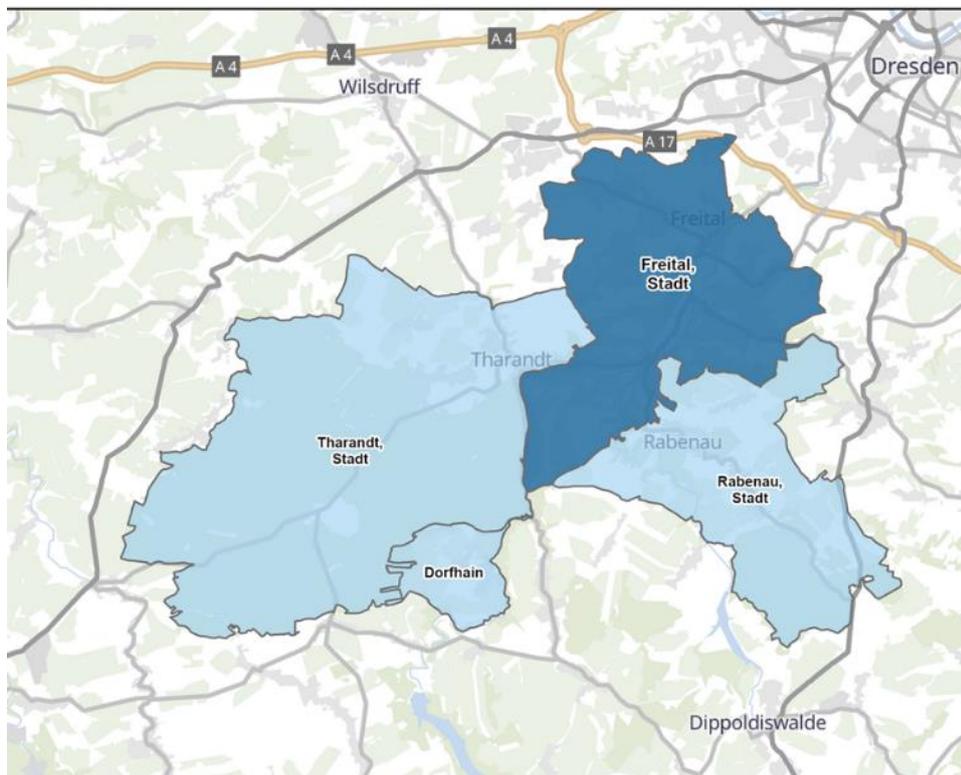
### 2.3. Einzugsgebiet des Freitaler Einzelhandels

Ausgangspunkt der Betrachtung bilden die raumordnerischen Versorgungsfunktionen für den Mittelbereich. Die tatsächlich resultierende Kundenbindung aus dem Umland hängt jedoch sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage. Dabei stellt die Nachfragebindung der umliegenden zentralen Orte Dresden, Dippoldiswalde, Wilsdruff und Klingenberg einen wesentlichen begrenzenden Einflussfaktor dar.

Für die Ausstrahlung des Einzelhandelsstandortes Freital ist folglich die Abwägung zwischen Zeit-Distanz-Aspekten im ländlichen Raum, der Eigenattraktivität als Handelsstandort, bei gleichzeitiger Eigenbindung benachbarter zentraler Orte von besonderer Bedeutung. Im Detail sind folgende Aspekte zu beachten:

- Mittelzentrale Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Freital überwiegend von einer gemeinsamen bzw. wechselseitigen Ausstrahlung des Geschäftszentrums in Deuben und der großflächigen Einzelhandelsstandorte Weißeritzpark und an der Wilsdruffer Straße wahrgenommen.
- Als Stadt mit einer zentralörtlichen Funktionszuweisung eines Mittelzentrums ist der Bedarf an dem Nachfragepotenzial im mittelzentralen Verflechtungsbereich auszurichten.
- Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Einzelhandels in Freital müssen sich an den damit einhergehenden Versorgungsfunktionen ausrichten.

**Karte 2: Einzugsgebiet des Einzelhandels von Freital**



**Einzugsgebiet**

- Kerneinzugsgebiet
- erweitertes Einzugsgebiet

N  
0 1 2 4 km

Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2022

BBE

Aufgrund der geringen Entfernung der Bevölkerung und des vorhandenen Angebots besteht die stärkste Kundenorientierung aus dem Freitaler Stadtgebiet selbst, so dass dies als **Kerneinzugsgebiet** eingestuft wird. Zum **erweiterten Einzugsgebiet** zählen die Gemeinde Dorfhain und die Städte Tharandt sowie Rabenau. In diesen Orten gibt es nur begrenzte Angebotsstrukturen, weshalb eine Kundenbindung nach Freital gegeben ist.

Im Grundzentrum Wilsdruff gibt es selbst vor allem Nahversorgungsstrukturen und die dortige Bevölkerung hat eine starke Kundenorientierung in das Oberzentrum Dresden. Geringfügige Kaufkraftzuflüsse aus Wilsdruff sind dennoch zu erwarten.

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Freital liegen die Bindungschancen in einer stärkeren, legitimen Eigenbindung der örtlichen/regionalen Kaufkraft.

### 3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030

#### 3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Gemäß aktueller Datengrundlage des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen lebten zum Stichtag 30.06.2022 insgesamt 39.520 Einwohner in Freital, im gesamten Einzugsgebiet ist eine Einwohnerzahl von 50.503 zu verzeichnen. Die Bevölkerungsentwicklung seit 2011 ist in Freital als auch in den weiteren Gemeinden des Einzugsgebiets Dorfhain, Rabenau und Tharandt durch einen leichten Anstieg um 2,8% bzw. 2% gekennzeichnet.

**Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Freital im regionalen Vergleich**

Einwohnerentwicklung	Stadt Freital		Dorfhain, Rabenau, Tharandt		Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
31.12.2011	38.449	100,0%	10.770	100,0%	246.275	100,0%
31.12.2012	38.757	100,8%	10.778	100,1%	245.927	99,9%
31.12.2013	39.276	102,2%	10.786	100,1%	245.939	99,9%
31.12.2014	39.547	102,9%	10.807	100,3%	245.954	99,9%
31.12.2015	39.734	103,3%	10.905	101,3%	247.412	100,5%
31.12.2016	39.361	102,4%	10.877	101,0%	246.066	99,9%
31.12.2017	39.300	102,2%	10.875	101,0%	245.418	99,7%
31.12.2018	39.562	102,9%	10.939	101,6%	245.611	99,7%
31.12.2019	39.703	103,3%	10.955	101,7%	245.586	99,7%
31.12.2020	39.405	102,5%	10.893	101,1%	244.722	99,4%
31.12.2021	39.316	102,3%	10.855	100,8%	244.009	99,1%
30.06.2022	39.520	102,8%	10.983	102,0%	245.622	99,7%
<b>Prognose 2030</b>						
<b>Variante 1</b>	40.510	105,4%	11.010	102,2%	239.550	97,3%
<b>Variante 2</b>	39.940	103,9%	10.880	101,0%	236.570	96,1%

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011 für die Jahre 2011 bis 2022 sowie 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen 2021 bis 2030

Der Bevölkerungsvorausberechnung der 7. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2035 des Statistischen Landesamtes liegen zwei Annahmeszenarien zugrunde, welche die Grenzen eines Korridors, in dem sich die Bevölkerungszahl voraussichtlich entwickeln wird, abbilden.

In der optimistischen Variante 1 wird für die Stadt Freital ein Bevölkerungszuwachs bis zum Jahr 2030 von 990 Einwohnern gegenüber Juni 2022 prognostiziert. Auch in der pessimistischen Variante 2 wird für das Jahr 2030 ein Zuwachs von 420 Einwohnern erwartet.

In Gemeinden des Einzugsgebietes Dorfhain, Rabenau und Tharandt ist von einer weiterhin stabilen Einwohnerentwicklung auszugehen. In Variante 1 wird die Einwohnerzahl um 27 Einwohner ansteigen und in Variante 2 um 103 Einwohner absinken.

Demgegenüber ist im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge sowohl in der Vergangenheit als auch in der zukünftigen Entwicklung ein Bevölkerungsrückgang dargestellt.

Die absehbare Bevölkerungsentwicklung und deren Konsequenzen für die Entwicklung des verfügbaren Marktvolumens sowie die örtliche Kaufkraftbindung bilden eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Entwicklungsperspektiven des lokalen Einzelhandels und letztlich für die konsequente Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes.

### 3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2022

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2022 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

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

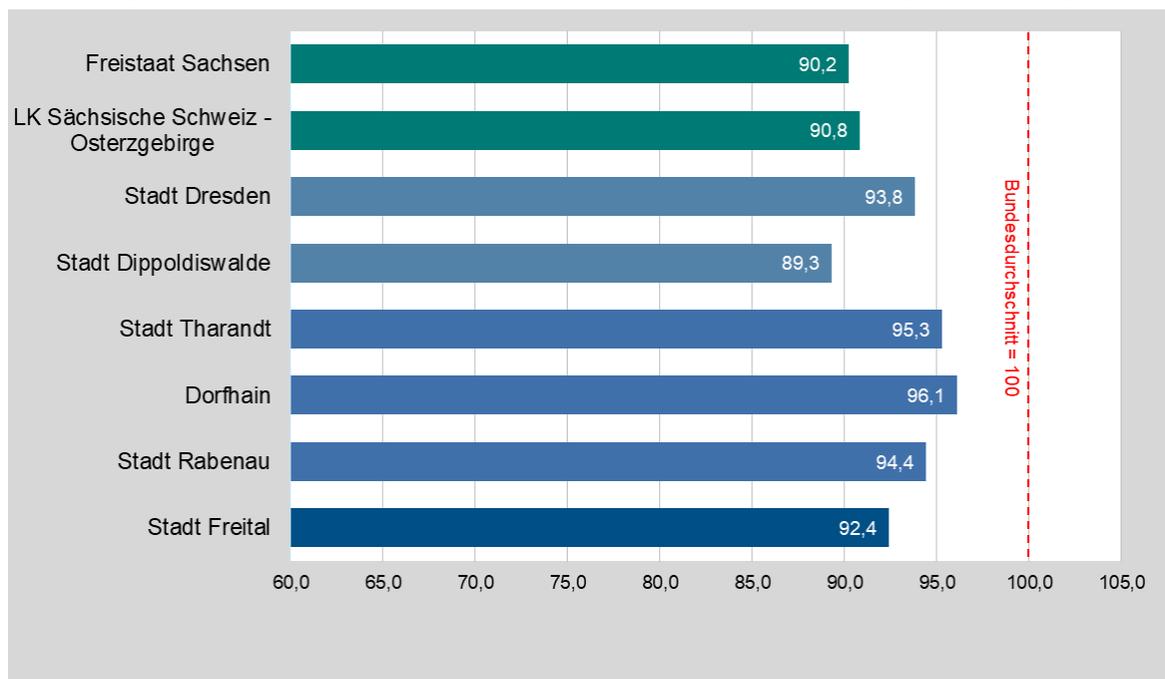
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Freital.

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

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

Für die Stadt Freital errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 92,4, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit 7,6%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Dieses Niveau liegt aber leicht oberhalb des Durchschnittswertes für den Freistaat Sachsen und auch des Landkreises Sächsische Schweiz-Osterzgebirge. In den Gemeinden im Einzugsgebiet Dorfhain (96,1), Rabenau (94,4) und Tharandt (95,3) ist die Kaufkraft sogar geringfügig höher als in Freital.

**Abbildung 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Freital im regionalen Vergleich**



Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen jährlich 6.546 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus liegen die Verbrauchsausgaben in der Stadt Freital bei 6.047 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial der Stadt Freital von ca. 239 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 146,4 Mio. € (ca. 61%),
- den mittelfristigen Bedarf 51,2 Mio. € (ca. 22%),
- den langfristigen Bedarf 41,4 Mio. € (ca. 17%).

Der Anteil des kurzfristigen Bedarfsbereiches liegt mit rd. 61% leicht über dem bundesweiten Durchschnittswert von etwa 60%, dies ist typisch für Regionen und Städte mit unterdurchschnittlichem Kaufkraftniveau.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Freital, untergliedert nach Warengruppen.

**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Freital nach Warengruppen 2022**

	Deutschland		Stadt Freital	
	Pro-Kopf-Ausgaben	Kaufkraftkennziffer	Pro-Kopf-Ausgaben	Nachfragepotenzial
	in €	in %	in €	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	2.516	95%	2.398	94.760
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	355	93%	332	13.110
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	57	87%	50	1.960
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	722	96%	692	27.360
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	101	95%	96	3.800
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	95%	77	3.050
Blumen	65	90%	59	2.320
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.897</b>	<b>95%</b>	<b>3.703</b>	<b>146.360</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	531	86%	458	18.100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	120	89%	106	4.210
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	363	87%	316	12.480
Gartenbedarf / Pflanzen	136	90%	123	4.850
GPK**/Haushaltsgegenstände	61	89%	54	2.150
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	96	89%	85	3.360
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	191	80%	153	6.050
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.498</b>	<b>86%</b>	<b>1.295</b>	<b>51.200</b>
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	157	91%	144	5.670
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	365	91%	331	13.100
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	91	93%	84	3.340
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	180	91%	164	6.470
Foto / Optik	249	90%	223	8.810
Uhren / Schmuck	52	95%	49	1.940
sonstiger Einzelhandel	57	92%	53	2.080
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1.151</b>	<b>91%</b>	<b>1.048</b>	<b>41.410</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>6.546</b>	<b>92,4%</b>	<b>6.047</b>	<b>238.970</b>
<b>Einwohner</b>				<b>39.520</b>

\*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / \*\*GPK = Glas, Porzellan, Keramik  
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2022)

Im Vergleich zu den Daten im Einzelhandelskonzept 2010/2011 hat sich das Nachfragepotenzial um 48 Mio. € erhöht, wobei der Großteil auf Lebensmittel mit +32,5 Mio. € entfällt. Neben der im Abschnitt 3.1

dargelegten, leicht positiven Bevölkerungsentwicklung sind vor allem gestiegene Verbrauchsausgaben pro Einwohner ein wesentlicher Aspekt dieser positiven Entwicklung. Der Schwerpunkt bei Lebensmitteln ist als Spiegelbild veränderter Einkaufsgewohnheiten zu interpretieren.

Wird weiterhin das Nachfragepotenzial des gesamten, einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes (vgl. Abschnitt 2.3) betrachtet, bieten die drei Gemeinden im Mittelbereich ein zusätzliches Nachfragepotenzial von 68,3 Mio. €. Zusammen mit dem Potenzial der Stadt Freital errechnet sich ein Nachfragepotenzial von zusammen 307,3 Mio. €.

**Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im gesamten Einzugsgebiet nach Warengruppen 2022**

	Stadt Freital	Dorfhain, Rabenau, Tharandt	Einzugsgebiet gesamt
	Nachfrage- potenzial	Kaufkraft- potenzial	Nachfrage- potenzial
	in T€	in T€	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	94.760	26.730	121.490
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	13.110	3.670	16.780
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.960	580	2.540
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	27.360	7.470	34.830
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.800	1.080	4.880
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	3.050	870	3.920
Blumen	2.320	740	3.060
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>146.360</b>	<b>41.140</b>	<b>187.500</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	18.100	5.150	23.250
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.210	1.200	5.410
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	12.480	3.910	16.390
Gartenbedarf / Pflanzen	4.850	1.560	6.410
GPK**/Haushaltsgegenstände	2.150	640	2.790
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	3.360	980	4.340
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	6.050	1.850	7.900
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>51.200</b>	<b>15.290</b>	<b>66.490</b>
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	5.670	1.710	7.380
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	13.100	3.770	16.870
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	3.340	950	4.290
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	6.470	1.820	8.290
Foto / Optik	8.810	2.490	11.300
Uhren / Schmuck	1.940	550	2.490
sonstiger Einzelhandel	2.080	600	2.680
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>41.410</b>	<b>11.890</b>	<b>53.300</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>238.970</b>	<b>68.320</b>	<b>307.290</b>
<b>Einwohner</b>	<b>39.520</b>	<b>10.983</b>	<b>50.503</b>

\*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / \*\*GPK = Glas, Porzellan, Keramik  
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2022)

### 3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung in Freital bis 2030

Die nachfolgende Prognose konzentriert sich auf die kommunale Nachfrageentwicklung von Freital als Basis einer gesamtgemeindlichen Einzelhandelssteuerung.

#### **Bevölkerungsentwicklung der Stadt Freital bis 2030:**

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Wie bereits in Abschnitt 3.1. dargestellt, wird für die nächsten Jahre eine relativ stabile Einwohnerentwicklung prognostiziert, in einem voraussichtlichen Korridor zwischen leichten Zuwächsen bis leichten Rückgängen.

Bis zum Jahr 2030 ist in Variante 1 der amtlichen Bevölkerungsvorausberechnung mit 990 Einwohnern mehr oder in Variante 2 mit 420 Einwohnern mehr zu rechnen.

Neben dem Bevölkerungspotenzial bildet auch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben einen wichtigen Indikator für die Nachfrageprognose.

#### **Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2030:**

Jahrelang ist der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität / Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten / Nebenkosten) oder Freizeit zurückgegangen, seit 2014 ist jedoch ein geringer aber stetiger Anstieg festzustellen. Diese Ausgabenentwicklung wird durch eine positive Einkommensentwicklung unterstützt. Pandemiebedingte Sondereffekte 2020 / 2021 werden sich in den Folgejahren sicherlich „normalisieren“.

Zukünftig wird diese Entwicklung allerdings auch durch ein sinkendes Rentenniveau (sinkende Rentenbezüge bei Neurentnern durch Lebensphasen mit Arbeitslosigkeit oder Niedriglohnsektor / geringfügige Beschäftigung) beeinflusst. Selbst bei moderater Lohn- und Einkommensentwicklung wird mittelfristig der Einzelhandel nur anteilig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls leicht steigen. Zudem ist aktuell eine Unsicherheit im Verbraucherverhalten zu konstatieren, welche sich auf die Ausgabenbereitschaft insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich auswirkt.

Den weiteren Planungsrechnungen liegt infolgedessen eine eher vorsichtige Prognosemethodik zugrunde, die pessimistische Variante geht durchschnittlich nur von einer Steigerung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben von 0,5%-Punkte pro Jahr aus und selbst die optimistische Variante nur von einem mittleren Anstieg der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben um 1,5%-Punkte pro Jahr.

#### **Nachfrageentwicklung in der Stadt Freital bis 2030:**

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Freital im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 4 zusammengefasst.

Die optimistische Prognose verknüpft dabei das stärkere Bevölkerungswachstum auf 40.510 (Variante 1) mit dem höheren Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben (+1,5 %-Punkte pro Jahr), die pessimistische Prognose demgegenüber ein prognostiziertes Bevölkerungspotenzial von 39.940 Einwohner (Variante 2) mit den eher vorsichtigen Nachfragesteigerungen (+0,5 %Punkte pro Jahr).

Tabelle 4: Nachfrageentwicklung in der Stadt Freital bis 2030

Sortimentsgruppe	Deutschland	2022	2030 (opt.)	2030 (pess.)
	Pro-Kopf-Ausgaben	Nachfragepotenzial	Nachfragepotenzial	Nachfragepotenzial
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	2.516	94,8	109,8	99,9
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	355	13,1	15,2	13,8
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	57	2,0	2,3	2,1
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	722	27,4	31,7	28,8
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	101	3,8	4,4	4,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	3,0	3,5	3,2
Blumen	65	2,3	2,7	2,4
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.897</b>	<b>146,4</b>	<b>169,5</b>	<b>154,3</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	531	18,1	21,0	19,1
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	120	4,2	4,9	4,4
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	363	12,5	14,4	13,2
Gartenbedarf / Pflanzen	136	4,8	5,6	5,1
GPK**/Haushaltsgegenstände	61	2,1	2,5	2,3
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	96	3,4	3,9	3,5
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	191	6,1	7,0	6,4
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.498</b>	<b>51,2</b>	<b>59,3</b>	<b>54,0</b>
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	157	5,7	6,6	6,0
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	365	13,1	15,2	13,8
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	91	3,3	3,9	3,5
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	180	6,5	7,5	6,8
Foto / Optik	249	8,8	10,2	9,3
Uhren / Schmuck	52	1,9	2,3	2,0
sonstiger Einzelhandel	57	2,1	2,4	2,2
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1.151</b>	<b>41,4</b>	<b>48,0</b>	<b>43,7</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>6.546</b>	<b>239,0</b>	<b>276,8</b>	<b>252,0</b>
<b>Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials</b>			<b>15,8%</b>	<b>5,4%</b>
<b>Einwohnerentwicklung</b>			<b>40.510</b>	<b>39.940</b>
<b>Kaufkraftentwicklung</b>			<b>104%</b>	<b>96%</b>

\*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / \*\*GPK = Glas, Porzellan, Keramik  
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2022), Landesamt für Bauen und Verkehr

Die Nachfrageentwicklung weist in Bezug zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial generell einen weiteren Anstieg aus, dieser wird in einer Spannweite zwischen +5,4% bis + 15,8% liegen.

Die tatsächliche Entwicklung wird sich innerhalb dieses Bereiches bewegen, die optimistische Prognose aber sicherlich nicht vollumfänglich erreichen. Aufgrund der aktuellen Unsicherheiten in der Konsumenten-nachfrage ist eher vom pessimistischen Szenario auszugehen.

Selbst die pessimistische Prognose verdeutlicht jedoch eine letztlich stabile Nachfragesituation für eine städtebaulich geordnete Standortentwicklung, die den Fokus auf zentrale Versorgungsbereiche und die Sicherung der Nahversorgung richtet, um auch zukünftig attraktive Einzelhandels- und Stadtstrukturen zu erhalten.

## 4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Freital

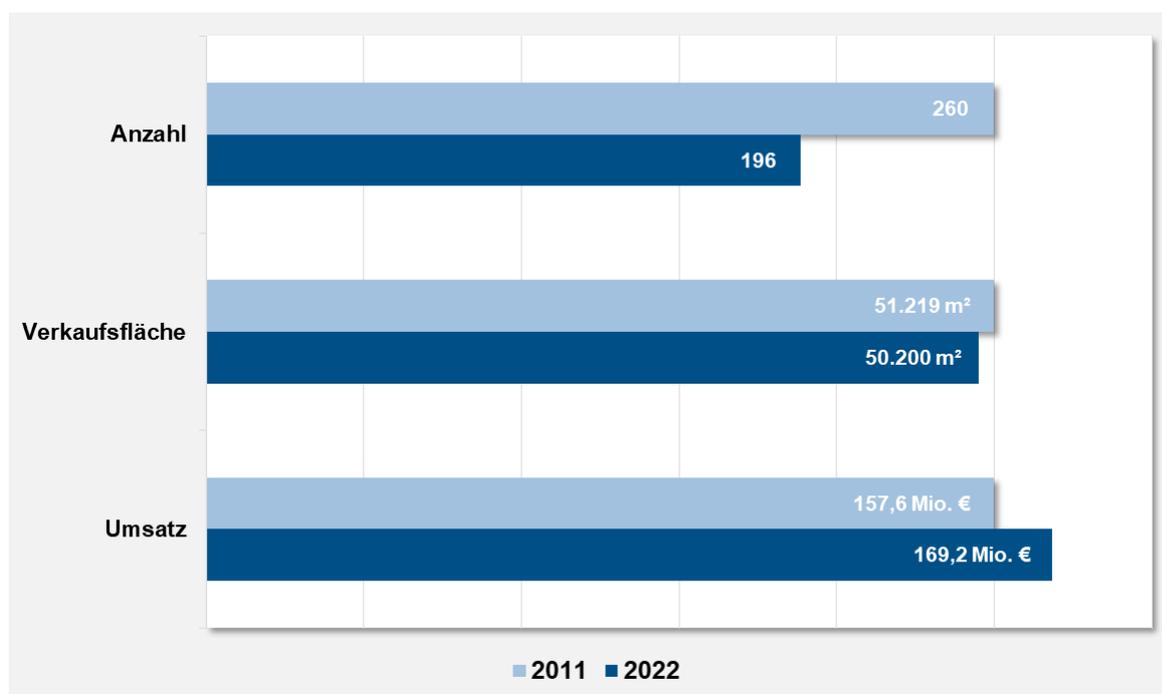
### 4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

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

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der Gesamtstadt Freital aus, konzentriert sich weiterführend aber auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen zur Erstellung des Einzelhandelskonzeptes.

Die Stadt Freital verfügt zum Stand 1. November 2022 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 196 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 50.200 m<sup>2</sup>, die einen Umsatz von ca. 169,2 Mio. Euro generieren. Wie aus der nachstehenden Abbildung deutlich wird, hat sich die Anzahl der Betriebe gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 um 64 reduziert und die Verkaufsfläche hat sich um rd. 1.000 m<sup>2</sup> verringert. Insbesondere kleinere Betriebe mussten ihr Einzelhandelsgeschäft aufgeben, so dass sich die Verkaufsfläche nur geringfügig reduziert hat. Vom Wachstum des Nachfragepotenzials vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich konnten die bestehenden Betriebe profitieren, so dass der Umsatz in Freital um rd. 11,6 Mio. € gestiegen ist.

**Abbildung 2: Quantitative Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes in der Stadt Freital**

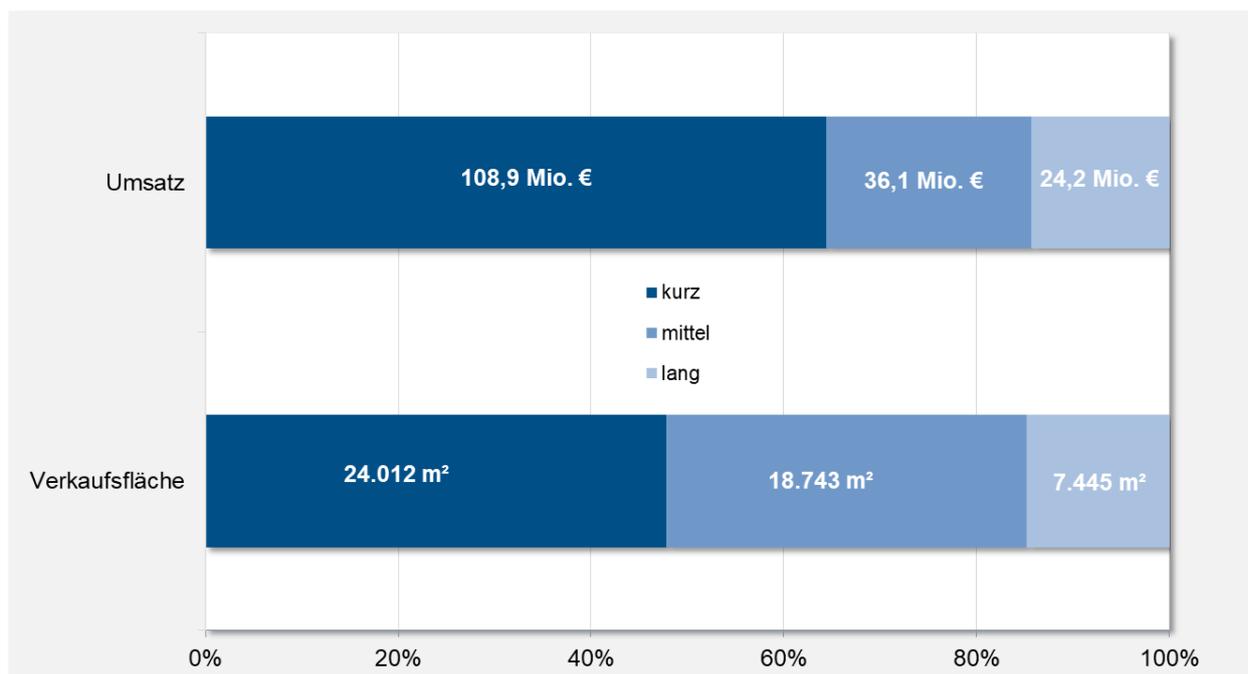


Quelle: Erhebung Einzelhandelskonzepte 2011 und 2022

Bezogen auf die Bedarfsbereiche zeigt sich ein deutlicher Umsatzschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (64%), wie aus der nachstehenden Abbildung deutlich wird. Auf die einzelhandelsrelevante Nachfrage

im kurzfristigen Bedarfsbereich entfällt innerhalb des Einzugsgebiets der Stadt Freital jedoch ein Anteil von 61%, so dass die Nachfragebindung zunächst als überdurchschnittlich erscheint. Ursächlich sind hierfür die geringen Nahversorgungsstrukturen in den weiteren Gemeinden des Einzugsgebietes sowie der geringere Einzelhandelsbesatz im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Der mittelfristige Bedarfsbereich entspricht mit einem Umsatzanteil von 21% dem Anteil am Nachfragepotenzial von 21%. Ein Umsatzanteil von 14% des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich repräsentiert bei einem Nachfrageanteil von 17% eine unterdurchschnittliche Kundenbindung.

**Abbildung 3: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf im Jahr 2022**



Quelle: Erhebung Einzelhandelskonzept 2022

Die Verkaufsflächenausstattung entspricht mit ca. 1,27 m<sup>2</sup> je Einwohner im Vergleich zum Durchschnitt des Freistaats Sachsen von 1,66 m<sup>2</sup> je Einwohner einem quantitativ unterdurchschnittlichen Flächenbesatz.<sup>4</sup> Diese Ausstattung zeigt die Nähe zu Dresden mit ausgeprägten Handelsstrukturen deutlich.

Insgesamt prägen 14 großflächige Anbieter (Anbieter ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) maßgeblich die Flächenausstattung der Stadt Freital, diese Anbieter repräsentieren einen Verkaufsflächenanteil von 52%. Allein auf die drei flächengrößten Anbieter – toom-Baumarkt und zweimal Kaufland entfällt ein Verkaufsflächenanteil von ca. 27%.

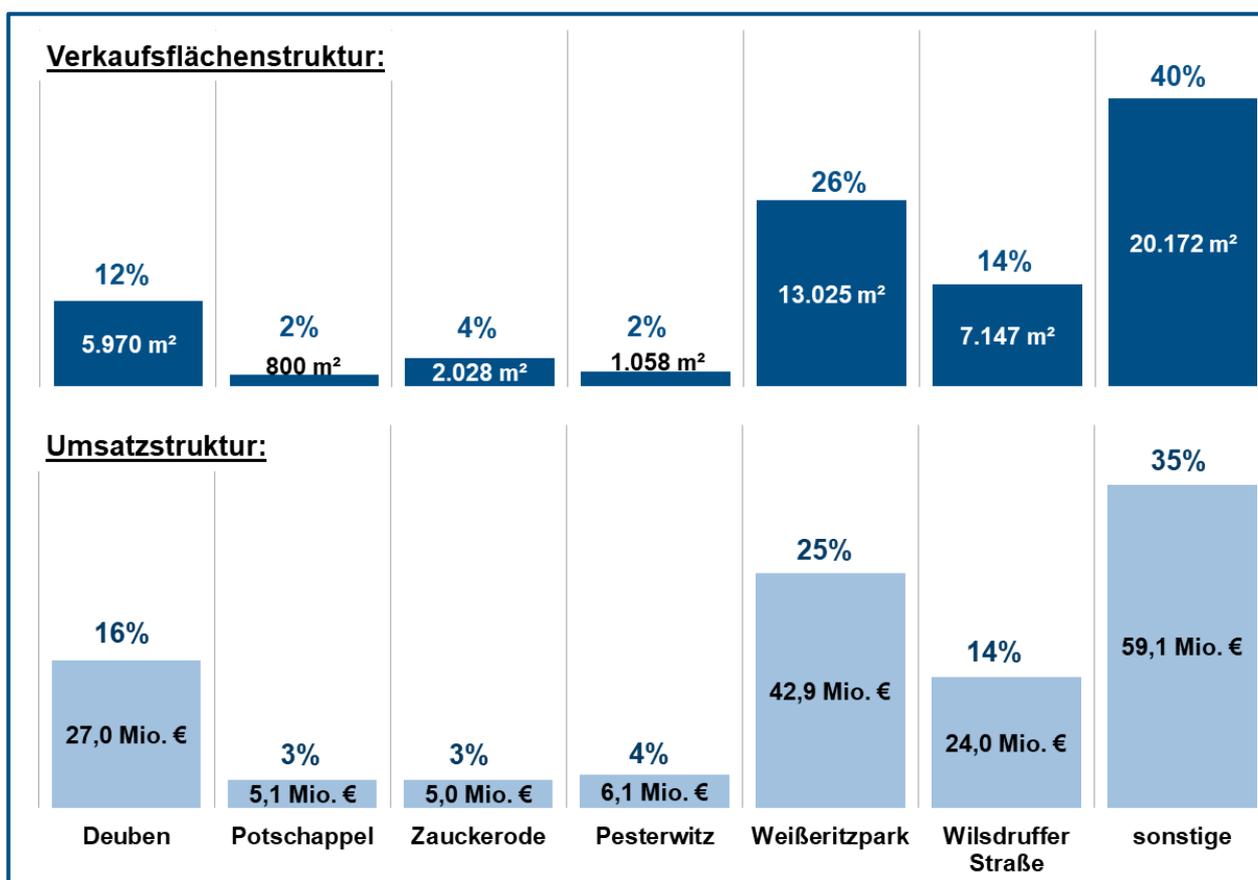
Die wahrgenommenen Versorgungsfunktionen zeigen die oben angesprochenen Schwerpunkte im kurzfristigen Bedarfsbereich. Im Fokus einer weiteren Stärkung der regionalen Versorgungsfunktionen als Mittelzentrum stehen folglich auch weiterhin die qualitative Entwicklung der Angebotsstrukturen und die gezielte Steuerung maßgeblicher Einzelhandelsstandorte auf die Zentren.

<sup>4</sup> Handelsatlas für den Freistaat Sachsen 2022, zitiert aus: <https://www.medien-service.sachsen.de/medien/news/1056526>: „Staatssekretär Thomas Kralinski kündigt neuen Handelsatlas für Sachsen an“, abgerufen am 03.11.2022  
Das Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) wird Anfang Dezember 2022 den Handelsatlas 2022 für den Freistaat Sachsen veröffentlichen.

## 4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet von Freital nach Standortlagen

Die nachfolgenden Abbildungen 4 und 5 sowie die Tabellen 5 und 6 differenzieren den Einzelhandelsbesatz der Stadt Freital nach den Standortlagen innerhalb des Stadtgebietes. Dabei zeigt sich eine breit gefächerte Standortstruktur mit einem starken Fokus auf den Weißeritzpark, die Wilsdruffer Straße und sonstige Standorte.

**Abbildung 4: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Stadt Freital**



Quelle: Eigene Erhebung und Umsatzeinschätzung

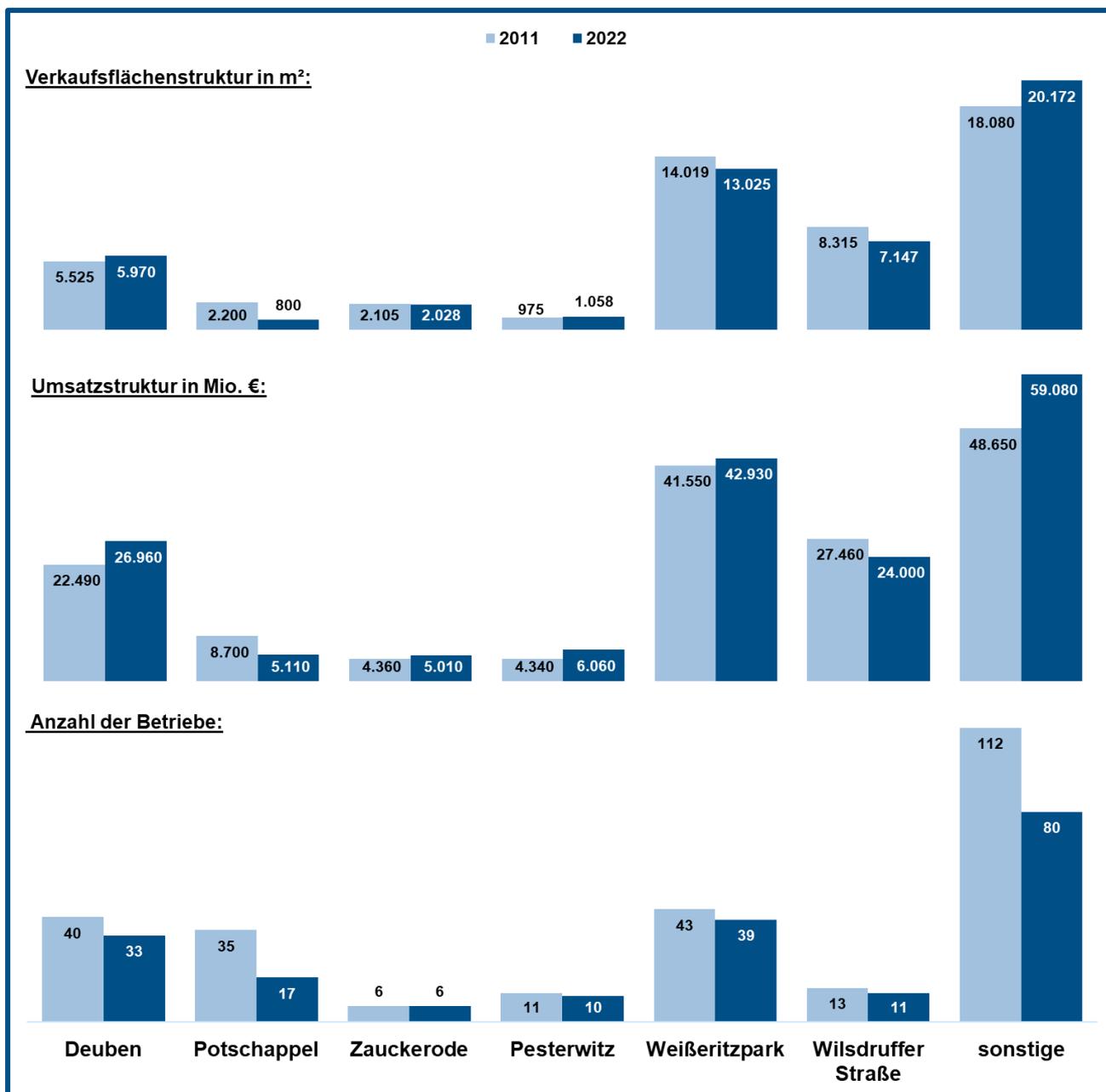
Die Stadt Freital verfügt über vier traditionelle Ortskerne mit Einzelhandelszentren, dazu gehören kleinere Zentren in Pesterwitz und Zuckerode sowie die beiden an der Dresdner Straße gelegenen Zentren von Potschappel und Deuben. Zusammen entfallen auf diese Ortskerne jedoch nur 20% der Verkaufsflächen, wobei sich Deuben mit 12% Flächenanteil abhebt.

Die Stadt Freital weist in ihren Stadtstrukturen keinen typischen Innenstadtbereich auf. Gewachsene Einzelhandelsstrukturen haben sich entlang der Dresdner Straße mit unterschiedlicher Besatzdichte in den einzelnen Teilbereichen herausgebildet. Konzentrationspunkte des Einzelhandels bildeten traditionell die beiden **Zentren in Deuben und Potschappel**. Beide Zentren sind durch vorrangig kleinteilige Fachhandelsstrukturen geprägt, in Potschappel mit rückläufiger Tendenz. Der Fachhandel deckt zwar ein breites Branchenspektrum ab, aufgrund eines insgesamt begrenzten Einzelhandelsbesatzes kann aber lediglich Deuben im Bereich pharmazeutischer/medizinischer Produkte sowie Sportartikel/Fahrräder eine maßgebliche Wettbewerbsposition innerhalb der Freitaler Einzelhandelsstrukturen einnehmen. Der Angebotsschwer-

punkt liegt auch in Deuben im kurzfristigen Bedarfsbereich mit 62%, während in Potschappel dieser mit 38% geringer ausgeprägt ist.

In der folgenden Abbildung 5 werden standortkonkret die Veränderungen der Verkaufsflächenstruktur, der Umsatzbindung und der Betriebszahlen im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2011 aufgezeigt. Fast alle Standorte (mit Ausnahme des Ortskerns Zauckerode) sind in unterschiedlicher Stärke vom Rückgang der Betriebszahlen betroffen, einige Standorte konnten hinsichtlich des Flächenbesatzes aber ihre Marktstellung ausbauen. Auf diese differenzierte Entwicklung wird im Folgenden näher eingegangen.

**Abbildung 5: Entwicklung Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur sowie Anzahl der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Stadt Freital**



Quelle: Eigene Erhebung und Umsatzeinschätzung

Das Ortszentrum **Potschappel**<sup>5</sup> verfügt aktuell nur noch über 17 Einzelhandelsanbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 hat sich die Anzahl somit von 35 auf 17 Anbieter reduziert und die Verkaufsfläche ist von 2.200 m<sup>2</sup> auf 800 m<sup>2</sup> gesunken. An keinem Standort ging in der Stadt Freital der Handelsbesatz prozentual so stark zurück. Insbesondere die Verlagerung des NORMA-Marktes wirkte sich negativ für die Einzelhandelsentwicklung des Ortszentrums aus. Verblieben sind kleinteilige Fachgeschäfte ohne ausgeprägten Magnetanbieter. So beträgt derzeit die durchschnittliche Verkaufsfläche der Anbieter lediglich 47 m<sup>2</sup>.

In **Deuben** hat sich die Anzahl der Einzelhandelsanbieter von 40 im Jahr 2011 auf 33 reduziert, die Verkaufsfläche hat sich demgegenüber jedoch von 5.525 m<sup>2</sup> auf 5.970 m<sup>2</sup> erhöht. Auch beim Umsatz ist eine positive Entwicklung von 22,5 Mio. € im Jahr 2011 auf 27 Mio. € zu konstatieren. Insbesondere das City-Center mit einem Penny-Lebensmitteldiscounter und Fahrradfachmarkt als Magnetanbieter hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt und die vorhandenen Lebensmittelmärkte von ALDI und REWE haben zur Stabilität beigetragen. Die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt 181 m<sup>2</sup>, ohne Berücksichtigung der Lebensmittelmärkte noch 102 m<sup>2</sup>.

Die beiden kleinen **Nahversorgungszentren** in den peripheren Stadtteilen **Pesterwitz** und **Zuckerode** bedienen fast ausschließlich Grundversorgungsfunktionen im kurzfristigen Bedarf und zeigten sich in den letzten Jahren als sehr stabil.

Als dominanter Einzelhandelsstandort erweist sich auch weiterhin das **Einkaufszentrum „Weißeritzpark“** im südlichen Stadtteil Freital-Hainsberg, darauf entfallen 26% der Freitaler Einzelhandelsflächen und 25% der Freitaler Einzelhandelsumsätze. Dieser Standort bietet einen umfassenden Branchen- und Anbietermix. Negativ für den Standort wirkt sich die Schließung des Fachmarktes Spiele Max aus, sowohl hinsichtlich des aktuellen Leerstandes als insbesondere auch des Verlustes eines Magnetanbieters und des entsprechenden branchenbezogenen Angebotsrückganges in Freital. Insgesamt zeigte sich der Standort jedoch als weiterhin wirtschaftlich stabil. Kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte sind ebenso im Weißeritzpark vertreten wie größere Filialisten und großflächige Fachmärkte. Als Magnetanbieter fungieren der Große Supermarkt Kaufland, der Drogeriemarkt ROSSMANN und die Fachmärkte Medimax (Elektrogeräte und Consumer electronics) sowie AWG (Bekleidung). Das Einkaufszentrum vereint auch in wichtigen innerstädtischen Leitbranchen den maßgeblichen Verkaufsflächenbesatz des Freitaler Einzelhandels. So entfallen 66% der Freitaler Einzelhandelsfläche für Bekleidung auf diesen Standort, in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren sind es 62% und bei Unterhaltungselektronik 60%.

Die **Einzelhandelsagglomeration an der Wilsdruffer Straße** ist mit einem Verkaufsflächenanteil von 14% zweitstärkster Einzelhandelsstandort in Freital. Der Standort gliedert sich in den Komplex des Großen Supermarkts Kaufland, welcher weiterhin einen AWG-Modemarkt, Mayers Markenschuhe sowie mehrere Konzessionäre umfasst. Außerdem sind mehrere Fachmärkte mit dem Elektrofachmarkt expert, dem Fachmarkt für Haus- und Heimtextilien sowie Möbel Jysk und dem Kfz-Zubehörfachmarkt mit Wertstatt ATU Auto-Teile-Unger ansässig. Negativ für den Standort war die Schließung des ALDI-Marktes und Getränkemarkts. Insgesamt zeigt sich jedoch auch an diesem Standort eine stabile Situation seit der Erstellung des Einzelhandelskonzepts im Jahr 2011.

Mehr als ein Drittel der Freitaler Einzelhandelsfläche (40%) sind in **sonstigen Lagen** vertreten. Hierzu zählen auch der toom-Baumarkt und verschiedene Nahversorgungsanbieter, aber auch eine Vielzahl von Streulagen. Dieser Standortkategorie sind insgesamt 80 Anbieter (2011 waren es 112 Anbieter) zuzurechnen. Die Verkaufsfläche an sonstigen Lagen erhöhte sich u.a. durch den neuen Freizeitpark Oskarshausen von 18.100 m<sup>2</sup> auf 20.200 m<sup>2</sup> und auch der Umsatz stieg von 48,7 Mio. € auf 59,1 Mio. €. Folglich ist insbesondere die stärkere Konzentration des Einzelhandels in den Zentren städtebauliches Ziel für die weitere Handlungsentwicklung.

<sup>5</sup> Zur Vergleichbarkeit der Daten wurden die Abgrenzungen der Standorte gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 gewählt.

**Tabelle 5: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstrukturen Freital**

	Deuben		Potschappel		Zauckerode		Pestewitz		Weileritzpark		Wilsdruffer Straße		sonstige		Stadt Freital gesamt	
	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Nahrungsmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	3.025	18	150	1	878	5	678	4	3.065	18	2.434	14	7.027	41	17.257	100
Drogerie / Parfümerie	165	7	7	0	58	2	30	1	935	38	340	14	925	38	2.453	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	315	47	75	11			60	9	45	7			170	26	665	100
Blumen / Heimtlierbedarf	70	3	50	2	227	10	70	3	905	38	140	6	890	38	2.352	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	110	9	30	2	160	12	85	7	660	51	130	10	110	9	1.285	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	265	5	205	4			80	2	3.230	66	890	18	235	5	4.905	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	5	1							595	62	310	32	50	5	960	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	200	3			140	2		4	300	4	448	6	6.880	86	7.968	100
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	65	3			365	15		26	630	26	305	13	1.030	43	2.395	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	45	5			50	6		19	170	19	45	5	565	65	875	100
Sportartikel/Fahrräder	1.340	82			50	3		5	80	5			170	10	1.640	100
Haustextilien/Heimtextilien					50	3		16	250	16	450	30	775	51	1.525	100
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	145	13			50	3		2	20	2	500	44	470	41	1.135	100
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	70	4	145	8				33	590	33	585	33	430	24	1.800	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	110	19	30	2			45	8	1.085	60	480	27	130	7	1.795	100
Foto/Optik			30	16					300	51			60	10	590	100
Uhren/Schmuck			10	2			10	2	85	46	90	22	70	38	185	100
sonstiges	40	10	10	2					80	19			185	45	415	100
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5.970</b>	<b>12</b>	<b>800</b>	<b>2</b>	<b>2.028</b>	<b>4</b>	<b>1.058</b>	<b>2</b>	<b>13.025</b>	<b>26</b>	<b>7.147</b>	<b>14</b>	<b>20.172</b>	<b>40</b>	<b>50.200</b>	<b>100</b>
<b>Anzahl Betriebe</b>	<b>33</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>39</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>80</b>	<b>41</b>	<b>196</b>	<b>100</b>
<b>Umsatzeinschätzung</b>	<b>26.960</b>	<b>16</b>	<b>5.110</b>	<b>3</b>	<b>5.010</b>	<b>3</b>	<b>6.060</b>	<b>4</b>	<b>42.930</b>	<b>25</b>	<b>24.000</b>	<b>14</b>	<b>59.080</b>	<b>35</b>	<b>169.150</b>	<b>100</b>

Erhebung und Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

**Tabelle 6: Umsatzstrukturen nach Warengruppen und Standortstrukturen in Freital**

	Deuben		Potschappel		Zauckerode		Pesterwitz		Weißeritzpark		Wilsdruffer Straße		sonstige		Stadt Freital gesamt	
	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	12.510	17	830	1	3.200	4	3.310	4	13.620	18	11.380	15	29.760	40	74.610	100
Drogerie / Parfümerie	680	6	1.880	12	230	2	120	1	3.870	37	1.330	13	4.290	41	10.520	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	6.960	44					1.500	9	1.350	8			4.260	27	15.950	100
Blumen / Heimtierbedarf	200	5	110	3	450	11	150	4	1.810	45	330	8	1.000	25	4.050	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	450	12	140	4	320	8	360	9	1.750	46	390	10	390	10	3.800	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	560	5	420	4			260	2	6.950	65	1.830	17	700	7	10.720	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	20	1							1.460	62	710	30	150	6	2.340	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	320	3			180	2			470	4	1.500	13	9.330	79	11.800	100
GP/K/Hausrat/Geschenkartikel	210	4			390	8			1.030	21	640	13	2.710	54	4.980	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	150	6			60	2			360	15	140	6	1.760	71	2.470	100
Sportartikel/Fahrräder	3.110	83			60	2			200	5			380	10	3.750	100
Haustextilien/Heimtextilien					60	3			460	24	420	22	990	51	1.930	100
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	440	25							30	2	480	28	780	45	1.730	100
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten			350	6	60	1			2.290	39	2.510	43	650	11	5.860	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	300	4	170	2					4.450	60	2.070	28	480	6	7.470	100
Foto/Optik	880	20	840	19			320	7	1.930	44			420	10	4.390	100
Uhren/Schmuck			360	30					610	50			250	20	1.220	100
sonstiges	170	11	10	1			40	3	290	19	270	17	780	50	1.560	100
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>26.960</b>	<b>16</b>	<b>5.110</b>	<b>3</b>	<b>5.010</b>	<b>3</b>	<b>6.060</b>	<b>4</b>	<b>42.930</b>	<b>25</b>	<b>24.000</b>	<b>14</b>	<b>59.080</b>	<b>35</b>	<b>169.150</b>	<b>100</b>

Erhebung und Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

### 4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Freital

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

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Freital errechnet sich über alle Warengruppen eine Bindungsquote von 71%, dies entspricht einem saldierten Kaufkraftabfluss von ca. 69,8 Mio. €. Diese Werte beinhalten sowohl regionale Kaufkraftzuflüsse als auch nicht unerhebliche Kaufkraftabflüsse einzelner Warengruppen. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 ist die Bindungsquote von 83% auf 71% gesunken, so dass sich die Kaufkraftabflüsse von ehemals 33,4 Mio. € auf 69,8 Mio. € erhöht haben. Der Einzelhandelsumsatz in Freital ist in Summe zwar gestiegen (vgl. Abbildung 2 im Abschnitt 4.1), allerdings konnte der örtliche Einzelhandel vom Nachfragewachstum nur anteilig partizipieren. Vorrangig führen die Verflechtungsbeziehungen mit dem Oberzentrum Dresden (Arbeitsstätte, Ausstrahlung als dominierender Handelsstandort, etc.) zu entsprechenden Kaufkraftabflüssen, auch ist gerade in mittel- und langfristigen Warengruppen die stark gestiegene Bedeutung des Onlinehandels zu beachten. Diesen Tendenzen kann durch eigene regionale Kundenbindung des Freitaler Einzelhandels nur teilweise entgegengewirkt werden, das Einkaufszentrum „Weißeritzpark“ erzielt weiterhin eine eigenständige regionale Ausstrahlung, aber nicht mit adäquaten Wachstumstendenzen.

**Tabelle 7: Kaufkraftbindung des Freitaler Einzelhandels**

	Marktpotenzial Stadt Freital	EH-Umsatz Stadt Freital	Kaufkraft- bindung	Saldo Zu- und Abfluss
	in T€	in T€	in %	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	94.760	74.610	79	-20.150
Drogerie / Parfümerie	13.110	10.520	80	-2.590
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel, Akustik	27.360	15.950	58	-11.410
Blumen / Heimtierbedarf	4.280	4.050	95	-230
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	6.850	3.800	55	-3.050
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>146.360</b>	<b>108.930</b>	<b>74</b>	<b>-37.430</b>
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	18.100	10.720	59	-7.380
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.210	2.340	56	-1.870
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf	17.330	11.800	68	-5.530
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	2.150	4.980	232	2.830
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	3.360	2.470	74	-890
Sportartikel/Fahrräder	6.050	3.750	62	-2.300
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>51.200</b>	<b>36.060</b>	<b>70</b>	<b>-15.140</b>
Haustextilien/Heimtextilien	5.670	1.930	34	-3.740
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	13.100	1.730	13	-11.370
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	3.340	5.860	175	2.520
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	6.470	7.470	115	1.000
Foto/Optik	8.810	4.390	50	-4.420
Uhren/Schmuck	1.940	1.220	63	-720
sonstiges	2.080	1.560	75	-520
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>41.410</b>	<b>24.160</b>	<b>58</b>	<b>-17.250</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>238.970</b>	<b>169.150</b>	<b>71</b>	<b>-69.820</b>
<b>entspricht einer Zentralitätskennziffer von</b>			<b>80</b>	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Bindungsquoten oberhalb von 100% und somit saldierte Kaufkraftzuflüsse sind nur in wenigen Branchen zu verzeichnen.

Bereits der kurzfristige Bedarfsbereich kann keine umfassende Bedarfsdeckung aufweisen, bei Nahrungs- und Genussmitteln beträgt die Bindungsquote nur 79%, dieses Ergebnis unterstreicht die bereits diskutierten Defizite in der Standort- und Flächenausstattung und zeigt deutliche Entwicklungspotenziale für Freital auf. Im Einzelhandelskonzept im Jahr 2011 konnte bei Nahrungs- und Genussmitteln eine Bindungsquote von 92% erzielt werden. Folglich hat die Angebotsentwicklung seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes nicht mit dem Zuwachs bei der Kaufkraft mitgehalten.

Eine Bindungsquote von 95% wird in der Warengruppe Blumen/Heimtierbedarf erreicht, diese basiert u.a. auf zwei Zoo-Fachmärkten im „Weißeritzpark“ und im Stadtteil Zauckerode, der Marktstellung des Lebensmittelhandels insbesondere bei Heimtiernahrung sowie einer Vielzahl an Blumenfachgeschäften.

Insgesamt erzielt der Freitaler Einzelhandel im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Bindungsquote von 74% (2011: Bindungsquote 89%), weiteren Kaufkraftabflüsse unterliegen vor allem die Warengruppen Pharmazie, medizinisch-orthopädische Artikel sowie Papier- und Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher.

In wichtigen zentrenrelevanten Warengruppen zeigt sich ein sehr differenziertes Bild. Mit 234% wird der mit Abstand höchste Wert bei Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel mit einem Kaufkraftzufluss von 2,8 Mio. € erzielt. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass mit dem Freizeitpark Oskarshausen kein klassischer Einzelhandelsbetrieb wesentlich zu diesem Wert beiträgt. Die weiteren Angebotsstrukturen in dieser Warengruppe sind zunächst dem Discountbereich zuzuordnen. In allen weiteren Branchen des mittelfristigen Bedarfsbereichs ergeben sich Bindungsquoten zwischen 56% und 74%. Demzufolge errechnet sich über alle Branchen des mittelfristigen Bedarfsbereichs eine Bindungsquote von 70%, die vergleichbar zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 ist (69%).

Im langfristigen Bedarfsbereich mit einer Bindungsquote von 58% sorgen Elektro/Elektrogeräte/Leuchten (175%) und Unterhaltungselektronik (Bindungsquote 115%) für Kaufkraftzuflüsse. So gibt es mit MediMax und Expert zwei Fachmärkte dieser Branchen und weitere Angebote in den Randsortimenten mehrerer Märkte. Deutliche Kaufkraftabflüsse ergeben sich hingegen mit 11,4 Mio. € bei Möbeln, da es keinen attraktiven Möbelmarkt in Freital gibt. Über alle Branchen des langfristigen Bedarfsbereichs errechnet sich eine Bindungsquote von 58% (2011: 78%).

Eine generelle Steigerung der Bindungsquote ist ausgehend vom aktuellen Einzelhandelsbesatz und unter Berücksichtigung der Wechselwirkungen mit dem Oberzentrum Dresden sicherlich nur noch bedingt möglich. Entwicklungspotenziale der Freitaler Einzelhandelsstrukturen bestehen eher warengruppenspezifisch z.B. im Bereich Lebensmittel, im qualitativen Bereich z.B. ergänzende Angebotsstrukturen im mittleren und gehobenen Bedarfsspektrum sowie in der Konzentration auf zentrale Versorgungsbereiche zu Lasten von Solitär- und Streulagen im Stadtgebiet. Umsatzerwartungen zusätzlicher Anbieter in Freital werden branchenabhängig auch verstärkt aus Umverteilungsprozessen resultieren, die folglich einer gezielten Standort- und Zentrenentwicklung bedürfen.

Die Berechnungen der Tabelle 8 beziehen die Einzelhandelsumsätze im Stadtgebiet Freital auf das Marktpotenzial im gesamten Einzugsgebiet inkl. Dorfhain, Rabenau und Tharandt.

**Tabelle 8: Kaufkraftbindung des Freitaler Einzelhandels auf das Einzugsgebiet**

	EH-Umsatz Stadt Freital	Marktpotenzial Einzugsgebiet	Kaufkraft- bindung
	in T€	in T€	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	74.610	121.490	61
Drogerie / Parfümerie	10.520	16.780	63
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel, Akustik	15.950	34.830	46
Blumen / Heimtierbedarf	4.050	5.600	72
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	3.800	8.800	43
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>108.930</b>	<b>187.500</b>	<b>58</b>
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	10.720	23.250	46
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.340	5.410	43
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf	11.800	22.800	52
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	4.980	2.790	178
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	2.470	4.340	57
Sportartikel/Fahrräder	3.750	7.900	47
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>36.060</b>	<b>66.490</b>	<b>54</b>
Haustextilien/Heimtextilien	1.930	7.380	26
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	1.730	16.870	10
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	5.860	4.290	137
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	7.470	8.290	90
Foto/Optik	4.390	11.300	39
Uhren/Schmuck	1.220	2.490	49
sonstiges	1.560	2.680	58
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>24.160</b>	<b>53.300</b>	<b>45</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>169.150</b>	<b>307.290</b>	<b>55</b>
<b>entspricht einer Zentralitätskennziffer von</b>			<b>62</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Der Bezug der Freitaler Einzelhandelsumsätze auf das Marktpotenzial im Einzugsgebiet repräsentiert in deutlicherer Form die Zentralität des Mittelzentrums Freital.

Als Durchschnittswert über alle untersuchten Einzelhandelsbranchen errechnet sich eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 55%. Unter Berücksichtigung, dass auf die Stadt Freital 78% des Bevölkerungspotenziales wie auch des Marktpotenzials im Einzugsgebiet entfallen, repräsentiert dieser Wert erneut einen geringen Wert für ein Mittelzentrum und lässt wie bereits beschrieben Entwicklungsspielräume in einigen Branchen zu.

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

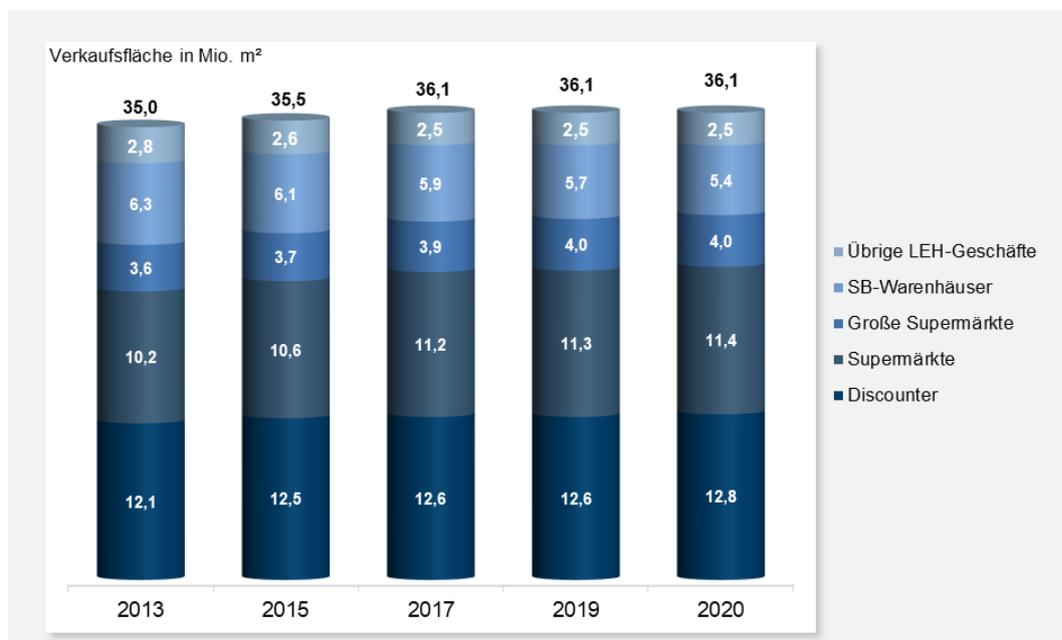
### 5.1. Entwicklungstrends im Lebensmittelhandel

Die Bevölkerungszahl in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Bevölkerungsrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferservice. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 587,8 Mrd. € entfallen aktuell ca. 46% auf die „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG - Konsumgüter des alltäglichen Bedarfs des Food- und Nearfoodsegmentes, ca. 269,3 Mrd. €).<sup>6</sup>

**Abbildung 6: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland**



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2021, BBE-Darstellung 2022

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutsch-

<sup>6</sup> Quellen: HDE-Zahlenspiegel 2021 und IfH-Brancheninformationssystem, Umsatz Einzelhandel im engeren Sinne und Umsatz der Warengruppe FMCG jeweils für das Jahr 2021

land (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 35,0 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2013 auf ca. 36,1 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2020 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,43 m<sup>2</sup> zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche + 12%, Große Supermärkte + 11%) und Discountmärkte (+ 6%), während die SB-Warenhäuser (- 14%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11%) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der Schließung von Real SB-Warenhäusern im Zuge des Verkaufs an SCP setzt sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fort.

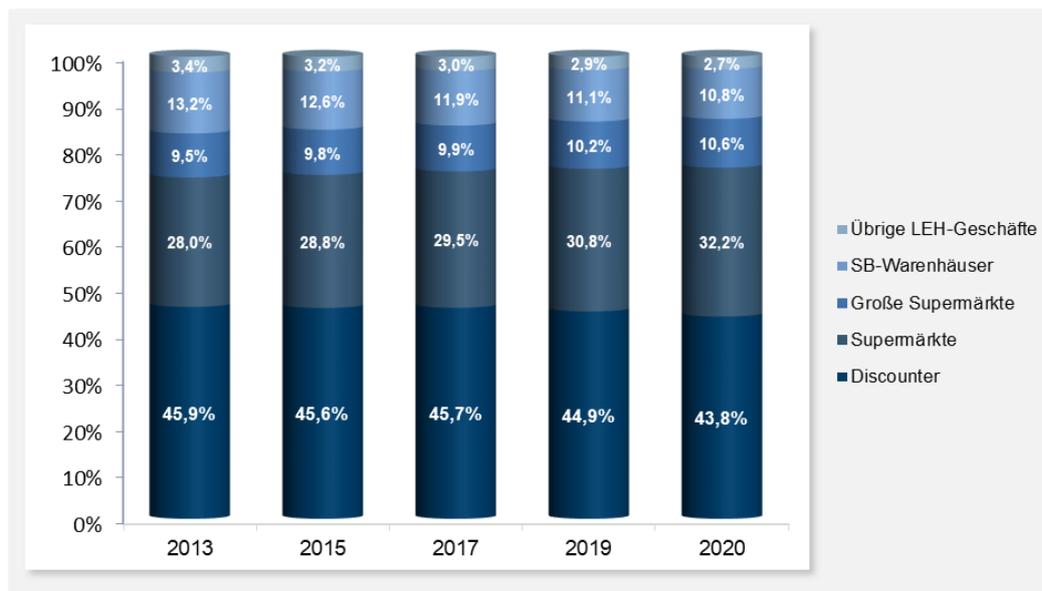
## 5.2. Distributionsstrukturen im Lebensmittelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und Lebensmitteldiscountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.909 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 805 m<sup>2</sup> den 12.227 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gegenüber.<sup>7</sup> In den letzten Jahren konnten Supermärkte ihren Marktanteil auch zu Lasten der Discounter steigern.

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

**Abbildung 7: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland**



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2021, BBE-Darstellung 2022

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, Große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.<sup>8</sup> Der Con-

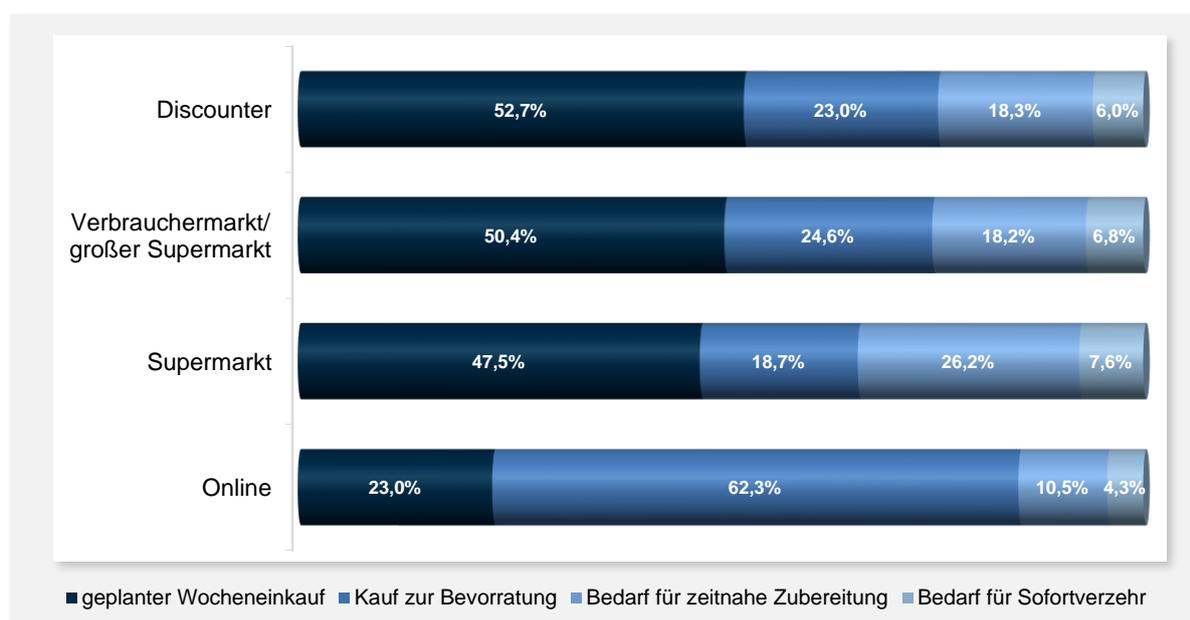
<sup>7</sup> vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2021, Stand: 2020 (inkl. Große Supermärkte mit mehr als 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

<sup>8</sup> EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

venience-Store „REWE To Go“ weist auf 100 – 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte / Große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kundschaft für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

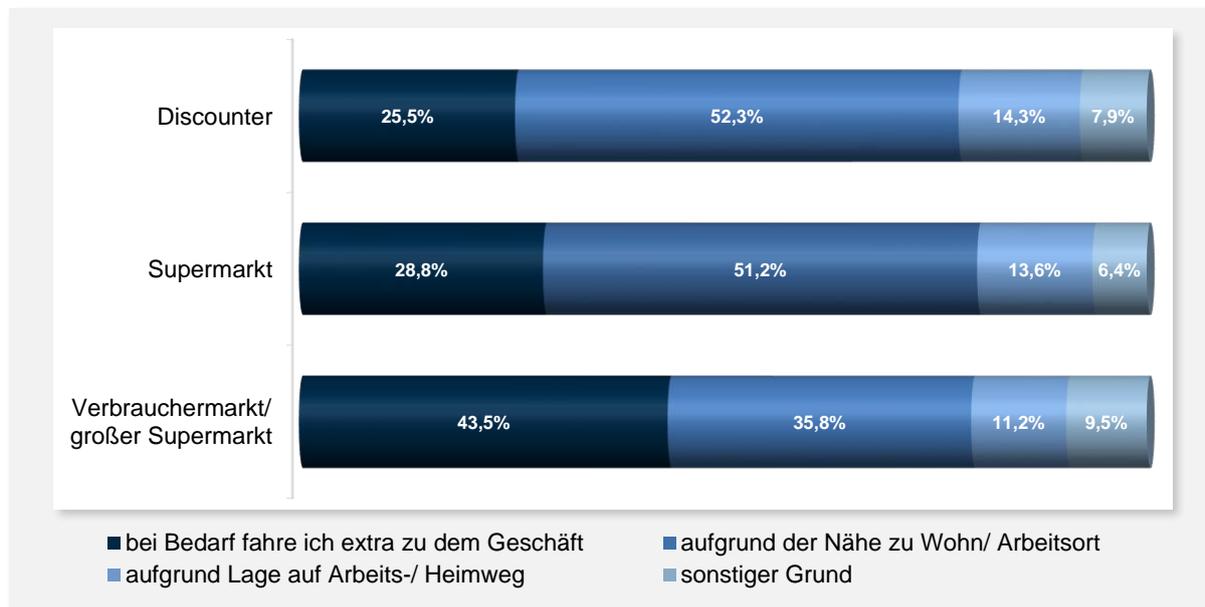
**Abbildung 8: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen**



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits ist die Kundschaft nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt / Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen. Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m<sup>2</sup> üblich.

**Abbildung 9: Gründe für die Wahl des Betriebstyps**

Quelle: HDE/IfH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Biowarenangebot ausgebaut haben. Das Trading-Up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

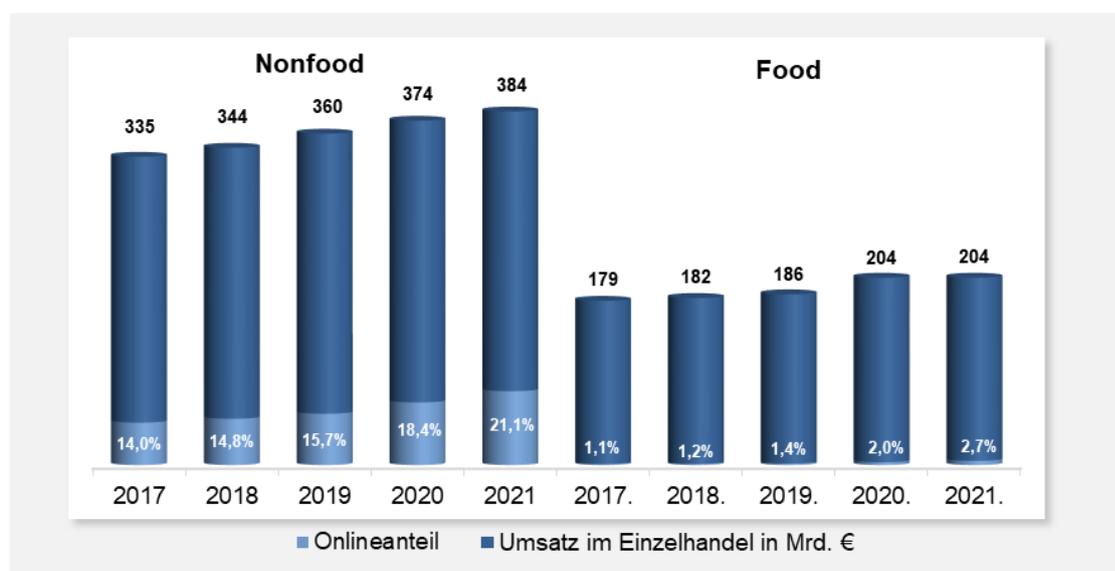
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Die stärkere Qualitätsorientierung des Lebensmitteleinzelhandels hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln wiederum der Preis zur Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit des Angebotes lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zur Kundschaft bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

### 5.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Im Jahr 2021 lag der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 2,7% des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 35% erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 12,5%).<sup>9</sup>

**Abbildung 10: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel**



Quelle: HDE-Online-Monitor 2020 - 2022, BBE-Darstellung 2022

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kundschaft, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Extremwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten sowie im Frühjahr 2022 durch den Ausbruch des Krieges in der Ukraine – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 3,1 Mrd. € in Deutschland.<sup>10</sup>

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Nähe zur Kundschaft bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

<sup>9</sup> vgl. HDE-Online-Monitor 2022

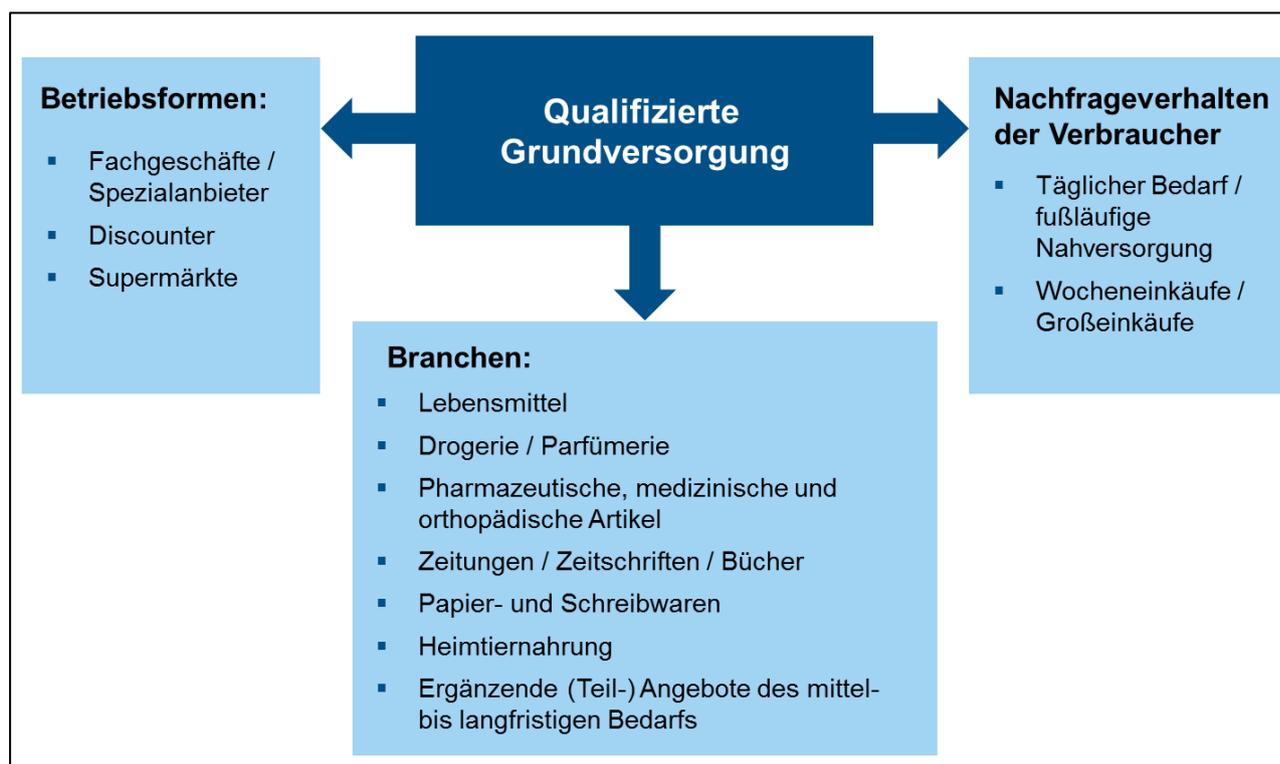
<sup>10</sup> vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 22/2021 bis KW 21/2022

## 5.4. Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe

Neben städtebaulichen Aspekten stellt die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein wesentliches Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung dar. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine maßgebliche Aufgabenstellung der Stadtentwicklung in Freital.

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt. Heimtiernahrung wird größtenteils als Randsortiment im Lebensmittelhandel geführt, ergänzende Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs werden teilweise in Nahversorgungszentren angeboten. Eine leistungsfähige Grundversorgung bildet die Basis für eine weiterhin stabile Nachfragebindung vor Ort.

**Abbildung 11: Begriff der qualifizierten Grundversorgung**



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

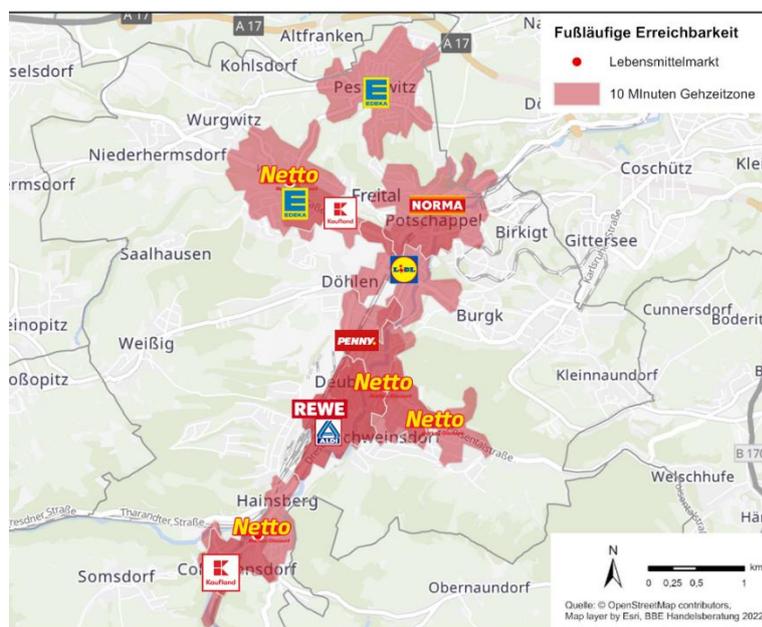
Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Große Supermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden für wöchentliche Großeinkäufe, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kundschaft

bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in der Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden. Nahversorgungsfunktionen sind neben der wohnungsnahen Versorgung mit einer direkten fußläufigen Erreichbarkeit auch unter einer wohnortnahen Erreichbarkeit aus allen Ortsteilen der Stadt Freital zu bewerten.

## 5.5. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Freital

In der nachstehenden Karte ist die aktuelle Nahversorgungsstruktur durch Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Freital dargestellt. Die wohnungsnahen Versorgungsfunktionen der einzelnen Märkte werden durch 10-Minuten-Laufwegzonen definiert.

**Karte 3: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte im Bestand**



**Rd. 55% der Bevölkerung der Stadt Freital (21.596 Personen) lebt im fußläufigen Umfeld (10 min) eines Lebensmittelmarktes mit mehr als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**

### Einwohner 10-Minuten Laufwegzone:

- Kaufland (An der Spinnerei): 844 Personen
- Penny (Bahnhofstraße): 3.340 Personen
- Norma (Carl-Thieme-Straße): 3.620 Personen
- EDEKA (Dorfplatz Pesterwitz): 2.969 Personen
- LIDL (Dresdner Straße): 2.738 Personen
- REWE (Dresdner Straße): 4.037 Personen
- ALDI (Dresdner Straße): 3.935 Personen
- Netto (Körnerstraße): 4.295 Personen
- EDEKA (Oppelstraße): 4.558 Personen
- Netto (Poientalstraße): 2.036 Personen
- Netto (Rabenauer Straße): 2.382 Personen
- Kaufland (Wilsdruffer Straße): 1.307 Personen
- Netto (Wilsdruffer Straße): 4.165 Personen

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer fußläufigen Nahversorgung, deshalb unterliegen Nahversorgungsstandorte einem besonderen Schutz innerhalb des Zentrenkonzeptes. Konkurrierende, autoorientierte Standortlagen von Lebensmittelmärkten sind zu vermeiden.

Mit den vorhandenen 13 Lebensmittelmärkten wird eine weitgehend flächendeckende Nahversorgung in den Kernstadtbereichen von Freital erreicht. In den peripheren Ortsteilen gibt es jedoch keinen Lebensmittelmarkt. Ursächlich sind i.d.R. Tragfähigkeitsprobleme von Lebensmittelmärkten bei begrenztem Bevölkerungspotenzial im jeweiligen Einzugsgebiet. Als mögliche Alternative bietet vorliegendes Einzelhandelskonzept auch die Einbindung kleinteiliger Nahversorgungslösungen (vgl. Abschnitt 6.7.2).

Nachfolgende Tabelle bewertet den aktuellen Besatz von Lebensmittelmärkten mit mehr als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Relation zum Bevölkerungspotenzial der Stadt Freital und auf Grundlage von durchschnittlichen bundesdeutschen Vergleichswerten. Die Werte der beiden Großbetriebsformen mit regionaler Ausstrahlung werden zusätzlich auf das Einzugsgebiet bezogen.

Tabelle 9: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in Freital

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m <sup>2</sup> )	VKF je Objekt (m <sup>2</sup> )	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m <sup>2</sup> )	DICHTE-INDEX (%)
<b>Discounter + Supermärkte</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1,2</sup>	83.237.124	26.760	24.900.000	930	3.111	299	100
<b>Stadt Freital</b>	<b>39.520</b>	<b>11</b>	<b>9.623</b>	<b>875</b>	<b>3.593</b>	<b>243</b>	<b>81</b>
	PENNY, Bahnhofstraße		790				
	NORMA, Carl-Thieme-Straße		980				
	EDEKA, Dorfplatz		598				
	LIDL, Dresdner Straße		1.190				
	REWE, Dresdner Straße		1.330				
	ALDI, Dresdner Straße		800				
	Netto, Körnerstraße		712				
	EDEKA, Oppelstraße		985				
	Netto, Poisentalsstraße		740				
	Netto, Rabenauer Straße		780				
	Netto, Wilsdruffer Straße		718				
	<i>davon in Zentren- und Nahversorgungsstruktur</i>	<b>9</b>	<b>7.931</b>	<b>881</b>	<b>4.391</b>	<b>201</b>	<b>67</b>
<b>Große Supermärkte + SB-Warenhäuser</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1,2</sup>	83.237.124	1.986	8.900.000	4.481	41.912	107	100
<b>Stadt Freital</b>	<b>39.520</b>	<b>2</b>	<b>7.037</b>	<b>3.519</b>	<b>19.760</b>	<b>178</b>	<b>167</b>
	Kaufland, Weißeritzpark		3.560				
	Kaufland, Wilsdruffer Straße		3.477				
<b>Bezogen auf Einzugsgebiet</b>	<b>50.503</b>	<b>2</b>	<b>7.037</b>	<b>3.519</b>	<b>25.252</b>	<b>139</b>	<b>130</b>
<b>Lebensmittelbetriebsformen gesamt</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1,2</sup>	83.237.124	28.746	33.800.000	1.176	2.896	406	100
<b>Stadt Freital</b>	<b>39.520</b>	<b>13</b>	<b>16.660</b>	<b>1.282</b>	<b>3.040</b>	<b>422</b>	<b>104</b>

VKF = Verkaufsfläche  
<sup>1)</sup> Quelle: EHI Retail Institut  
<sup>2)</sup> Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m<sup>2</sup>; SB-Warenhaus ab 5.000 m<sup>2</sup>; Supermarkt 400 - 2.500 m<sup>2</sup>; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Im Stadtgebiet Freital verfügen die 8 Lebensmitteldiscounter und drei Supermärkte über eine Gesamtverkaufsfläche von 9.623 m<sup>2</sup>. Die Gesamtverkaufsfläche entspricht einer Ausstattungskennziffer von 243 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt verfügen Supermärkte und Discounter über einen Flächenbesatz von 299 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner, der Besatz in Freital entspricht im Vergleich zum Bundesdurchschnitt somit einer Flächenausstattung von 81%, werden nur die Märkte in der Zentren- und Nahversorgungsstruktur betrachtet, sind es 67%. Diese Werte repräsentieren eine sehr geringe Flächenausstattung für ein Mittelzentrum, sind jedoch auch unter Berücksichtigung der beiden großformatigen Anbieter Kaufland zu interpretieren, welche eine dominante Stellung haben. So wird bei den großformatigen Anbietern ein Dichte-Index von 167% für die Stadt Freital erzielt und auch bezogen auf den gesamten Einzugsbereich ergibt sich ein Dichte-Index von 130% durch die beiden Kaufland-Märkte.

In der Summe zeigt sich für die Stadt Freital mit 104% ein für ein Mittelzentrum unterdurchschnittlicher Wert.<sup>11</sup> Wie bei der Bindungsquote werden Entwicklungsspielräume bei Lebensmitteln deutlich. Hierbei ist zu beachten, dass die Entwicklungsmöglichkeiten aufgrund der aktuellen dispersen Verteilung der Handelsstandorte zunächst in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert werden sollten. Mit dem Vorhaben „Sächsischer Wolf“ innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Deuben (siehe Abschnitt 6.4.1) wird diesem Ziel entsprochen.

<sup>11</sup> Die bundesdurchschnittliche Ausstattungskennziffer ist als Referenzwert, keinesfalls aber als Zielwert anzusehen. Ein Bundesdurchschnitt schließt sowohl eine hohe Ausstattung in zentralen Orten als auch ländliche Regionen mit sehr geringer bis fehlender Ausstattung ein.

## 6. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Freital

### 6.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Freital

Die Sicherung und Entwicklung der mittelzentralen Funktion des Einzelhandelsstandortes Freital ist eine übergeordnete Zielstellung der Stadtentwicklung. Diese impliziert das Freital seine Standortpotenziale nutzt, um seine Funktionen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich, insbesondere auch als Handels- und Dienstleistungsstandort, zu sichern und zu entwickeln.

In Wahrnehmung der Funktion als Mittelzentrum im Verdichtungsraum muss die Stadt Freital vorrangig für die eigene Wohnbevölkerung über ein entsprechendes Angebot an Handelseinrichtungen verfügen, die sowohl die Nachfrage nach qualifizierten Grundbedarf abdecken als auch bestehende Kaufkraftabflüsse insbesondere in zentrenrelevanten Branchen partiell zurückgewinnen. Des Weiteren sind die Nachfragepotenziale aus angrenzenden Umlandgemeinden stärker an den Einzelhandelsstandort Freital zu binden und touristische Potenziale zu erschließen. Die stärkere Wahrnehmung dieser mehrschichtigen Versorgungsfunktionen ist auch infolge der örtlichen und regionalen demographischen Entwicklung geboten, um attraktive sowie wirtschaftlich tragfähige Versorgungsstrukturen zu erhalten. Die aktuelle Kaufkraftbindungsquote des Freitaler Einzelhandels von 71% (vgl. Abschnitt 4.3) ist Ausdruck eines besonderen Spannungsfeldes.

Die Stadt Freital unterliegt den bereits mehrfach erläuterten regionalen Verflechtungsbeziehungen mit dem Oberzentrum Dresden, die regionale Ausstrahlung wird zudem durch die Ausstrahlung des südlich gelegenen Mittelzentrums Dippoldiswalde begrenzt. Eine legitime Eigenbindung der Kaufkraft und eine stärkere Kundenorientierung aus den unmittelbaren Umlandgemeinden bedürfen attraktiver und wirtschaftlich tragfähiger Einzelhandelsstandorte.

In der Stadt Freital haben sich in der Vergangenheit mehrere dezentrale Einzelhandelsstandorte in unterschiedlicher Ausprägung entwickelt, zu verweisen ist noch einmal auf den maßgeblichen Einzelhandelsstandort Weißeritzpark und den Standort Wilsdruffer Straße. Die Dominanz dezentraler Standorte ist offensichtlich, der Fokus der zukünftigen Entwicklung sollte sich verstärkt auf zentrale Versorgungsbereiche richten.

Zu den wesentlichen Zielsetzungen für die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur, für die eigenständige Entwicklung der traditionellen Geschäftsstraßen zählt die Herausbildung eines komplementären Systems von Einzelhandelsstandorten, welches zur Vernetzung und Abstimmung des Branchenmixes führt, um eine weitere Zergliederung der Standortstrukturen zu vermeiden. Nicht im Verdrängungswettbewerb mit den leistungsfähigen, dezentralen Standorten sondern in der Herausbildung eines eigenständigen Angebots- und Standortprofils liegen die Entwicklungsperspektiven der traditionellen Geschäftsstraßen und Zentren.

Die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Freital und folglich die Kundenbindung vor Ort wird maßgeblich geprägt von urbanen Strukturen mit möglichst flächendeckend gesicherter Nahversorgung, individuellen und zielgruppenorientierten Geschäftszentren sowie einer abgestimmten Funktionsteilung zwischen zentralen Versorgungsbereichen und weiteren Standorten.

Das Anforderungsprofil für den Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort Freital wird durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkte untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels sollen die traditionellen Geschäftsstraßen und Ortsteilzentren als zentrale Versorgungsbereiche gestärkt werden und die Ansiedlung wichtiger zentrenrelevanter Angebote prioritär in diesen Zentren erfolgen. Während sich die Geschäftsstraße in Potschappel zusammen mit dem LIDL-Markt stärker als Nahversorgungszentrum ausrichtet, ist die Geschäftsstraße in Deuben als Hauptgeschäftszentrum mit urbanen Qualitäten einer lebendigen Stadt zu entwickeln. Auch im Nahversorgungszentrum Pesterwitz bestehen Möglichkeiten zur weiteren Entwicklung.

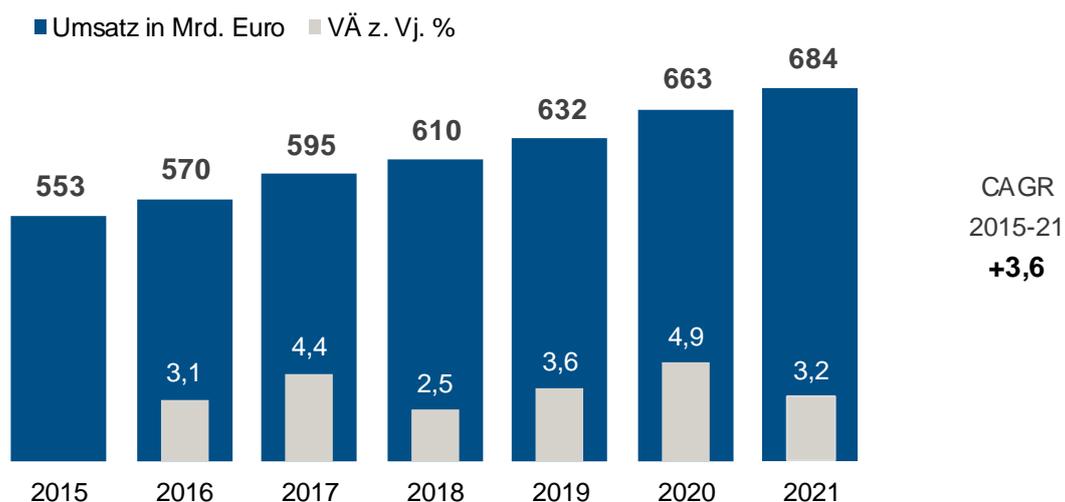
- Die Stadt Freital verfügt neben den dezentralen Standorten eine entlang der Dresdner Straße stark zergliederte Einzelhandelsstruktur. Bestehende räumliche und angebotsseitige Entwicklungspotenziale müssen aufgegriffen werden, um zukünftig die Funktionen als zentrale Versorgungsbereiche in Potschappel, Deuben, Pesterwitz und Zuckerode stärker wahrnehmen zu können. Die städtebaulichen Entwicklungsziele müssen, auch eingedenk der umfassenden Sanierungsmaßnahmen mit hohen investiven Aufwendungen privater sowie öffentlicher Träger, auf die Stärkung und Weiterentwicklung dieser Stadtgebiete gerichtet sein.
- Die Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen bedarf einer gezielten Lenkung von Einzelhandelsansiedlungen. Die Entwicklungsperspektiven sollten nicht durch weitere Ansiedlungen an verkehrsorientierten und konkurrierenden Standorten gefährdet werden.
- Die Einzelhandelsangebote in den traditionellen Geschäftsstraßen und Ortsteilzentren müssen mit weiteren Funktionsbereichen wie Verwaltung, Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung oder auch touristischen Schwerpunkten zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt werden, um die Ausstrahlungskraft als Zentrum mit Stadtidentität zu entfalten.
- Die Festlegungen einer Zentren- und Standortstruktur für Freital orientieren sich an überschaubaren Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereichen.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentrenkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevantem Sortiment sollen vorrangig in städtebaulich integrierter Lage erfolgen und haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Zentrenkonzeptes unterzuordnen. Diese sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.
- Städtebaulich integriert ist in dem Sinne zu fassen, dass eine weitgehende Integration in zentrale Versorgungsbereiche sowie in Nahversorgungsstrukturen vorliegt, die auch für nichtmobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen sind.

## 6.2. Entwicklungstrends im Einzelhandel und deren Einfluss in der Stadt Freital

### 6.2.1. Der Einzelhandel in Deutschland wächst – auch während der Pandemie

In der jüngeren Vergangenheit hat sich der Einzelhandel insgesamt recht positiv entwickelt. Zuvor war der Einzelhandelsumsatz im Jahr 2010 nach Wachstumsschwankungen gerade mal wieder auf dem Niveau des Jahres 2000. Zwischen 2010 und 2015 konnte der Zuwachs auf durchschnittlich 2,3 Prozent p.a. gesteigert werden und seit 2015 beträgt die durchschnittliche Wachstumsrate 3,6 Prozent p.a. (nominal). Diese Tendenz hat sich auch während der letzten beiden Pandemie-Jahre im Einzelhandel insgesamt fortgesetzt. Die einzelnen Branchen waren dabei von teilweise deutlich unterschiedlichen Konjunktoren betroffen. Die strukturellen Veränderungen haben sich während Corona stark beschleunigt. Wachstumsstärke hat 2020 und 2021 vor allem der Onlinehandel bewiesen und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat überdurchschnittlich positiv abgeschnitten. Die Auswirkungen von Lockdowns und Kontaktbeschränkungen bekamen insbesondere der Nonfoodhandel und dort die innenstadtrelevanten Branchen zu spüren.

**Abbildung 12: Umsatzentwicklung Einzelhandel i.e.S.\* – Umsatz 2015-2021**



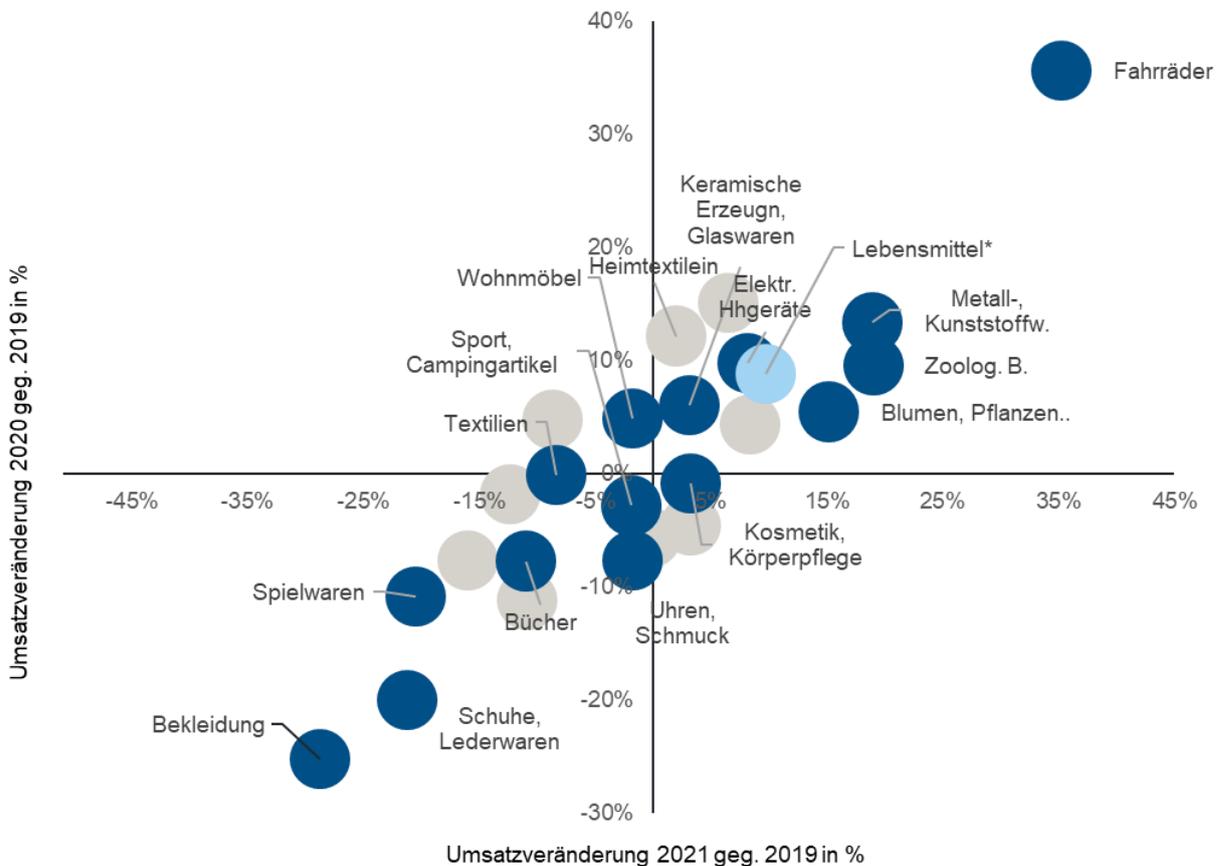
CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

\* Einzelhandel im engeren Sinne bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Bren- und Kraftstoffhandel.

Quelle: HDE Online-Monitor 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2022 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

Die Unterschiedlichkeit der Branchenkonjunktoren im Einzelhandel in den letzten beiden Jahren ist außergewöhnlich. Schon immer entwickeln sich die Einzelhandelsumsätze in den einzelnen Branchen unterschiedlich und langfristig sind auch mehr oder weniger große Verschiebungen bei der Verteilung der Ausgaben auf einzelne Bereiche feststellbar. Üblicherweise liegen die Unterschiede der Wachstumsraten der Fachhandelszweige in den vergangenen Jahren jedoch bei etwa 10-15 Prozentpunkten zwischen dem Fachhandelszweig mit dem höchsten und dem niedrigsten Wachstum. In den beiden Pandemie-Jahren hat sich diese Schwankungsbreite auf rund 60 Prozentpunkte ausgedehnt.

Abbildung 13: Umsatzveränderung Fachhandelszweige 2020 vs. 2019 und 2021 vs. 2019 (Auswahl)



\* Lebensmitteleinzelhandel (WZ 47.11)

Quelle: IFH KÖLN, 2022, auf Basis Statistisches Bundesamt, Monatsstatistik im Einzelhandel.

Dies hängt im Wesentlichen mit teilweise erheblich veränderten Bedarfen der Konsumentinnen und Konsumenten während der Pandemie zusammen. Zwar gibt es auch Unterschiede zwischen 2020 und 2021 – im ersten Jahr der Pandemie beispielsweise waren Produkte aus dem Bereich Heimwerken/DIY/Garten außerordentlich stark gefragt, was im zweiten Jahr deutlich nachgelassen hat, tendenziell sind aber die Fachhandelszweige mit positiven Wachstumsraten und Fachhandelszweige mit negativen Wachstumsraten in beiden Corona-Jahren dieselben.

So haben Branchen gewonnen, welche mit der Verschönerung des eigenen Zuhauses in Verbindung stehen, wie neben den DIY- und Garten-Produkten etwa alles rund um Wohnen und Einrichten mit Glas, Porzellan, Keramik, Heimtextilien und Wohnmöbeln bis hin zu Elektro-Groß- und Kleingeräten.

Der Lebensmitteleinzelhandel hat davon profitiert, dass die Geschäfte zur Sicherung der Versorgung von Lockdowns ausgenommen waren. Einen gewichtigen Anteil am Zuwachs des Lebensmitteleinzelhandels hat die lange Schließung der Gastronomie, welche zu Konsumverlagerungen vom Außer-Haus-Verzehr in der Gastronomie hin zum Inner-Haus-Verzehr mit Kauf im Lebensmitteleinzelhandel geführt hat.

Der enorme Zuwachs bei Fahrrädern ist getrieben durch die pandemiebedingte Outdoororientierung als Freizeitbeschäftigung sowie die alltägliche, alternative Verkehrsmittelnutzung (sehr geringes Infektionsrisiko im Vergleich zum ÖPNV) für Fahrten zur Arbeit. Vor allem aber die technische Innovation des E-Bikes, die mit erheblich höheren Stückpreisen auf die neue Bedarfslage getroffen ist, ist verantwortlich für den kometenhaften Zuwachs des Umsatzes.

Auf der anderen Seite verzeichneten die Segmente der Modebranche die größten Umsatzverluste. Fehlende Anlässe und Bedarfe nach neuer Bekleidung durch Homeoffice und den Wegfall privater Feiern, Treffen

in Restaurants oder (Urlaubs-) Reisen. Das Ergebnis ist ein historischer Einbruch des Marktvolumens im Bereich Mode & Accessoires. Ähnliches gilt auch für Uhren und Schmuck, wenn auch nicht in der gleichen negativen Ausprägung.

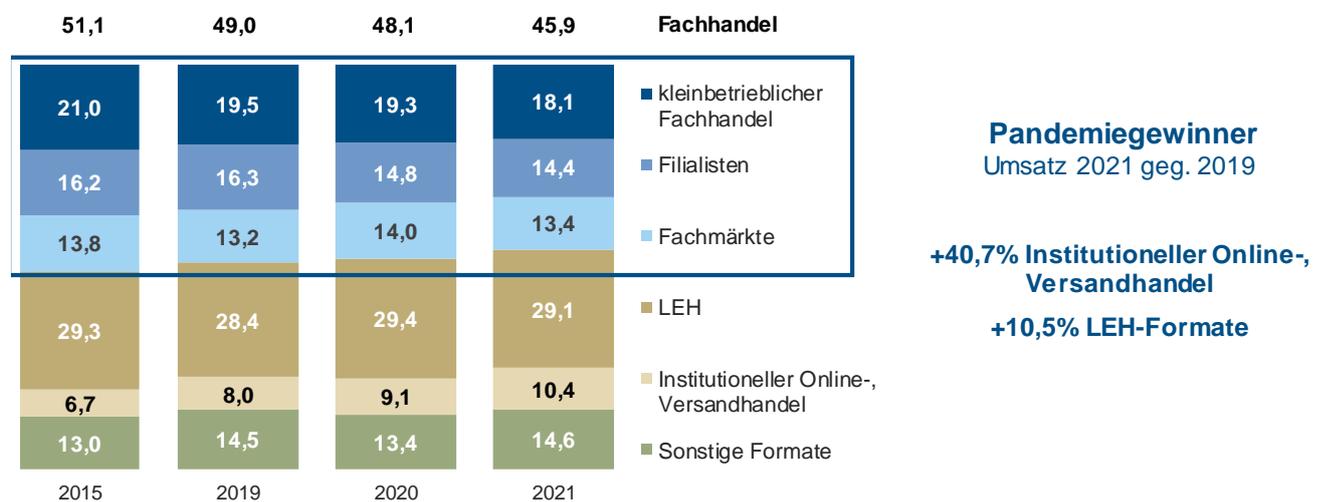
Bücher und Spielwaren waren während der Pandemie dagegen durchaus beliebt und wurden auch gekauft, allerdings weniger im Fachhandel, sondern vor allem online. Die entsprechenden Fachhandelszweige weisen daher ebenfalls mehr oder weniger deutliche Umsatzverluste auf.

### 6.2.2. Der Fachhandel steht verstärkt unter Druck – Strukturelle Veränderungen zeigen sich in den Verschiebungen der Vertriebsformate

Neben unterschiedlichen Branchenkonjunkturen und Kanalverschiebungen (offline / online) ändern sich auch zunehmend die Formatstrukturen. Die bereits seit Mitte der 1990er Jahre erkennbaren Tendenzen setzen sich nun verstärkt fort. Bei den traditionellen Formaten wird deutlich, in welchem Maße diese unter Druck stehen. Verlierer sind insbesondere der kleinbetriebliche Fachhandel sowie Kauf- und Warenhäuser. Gewinner sind dagegen der institutionelle Onlinehandel, der Lebensmitteleinzelhandel und Nonfood-Fachmärkte.

An die Wachstumsgrenzen sind mittlerweile auch die Nonfood-Filialisten gekommen. Bis kurz vor Corona schienen die Filialsysteme dem veränderten Kaufverhalten zu trotzen. Inzwischen musste aber auch bei vertikalen (herstellergeführten) Filialisten der Nonfood-Branche das Filialsystem bereinigt werden. Gleichwohl stehen die Zeichen häufig wieder auf Filialexpansion, was zuvorderst zu Lasten des übrigen kleinbetrieblichen Fachhandels gehen dürfte.

**Abbildung 14: Marktanteile der Handelsformate am Einzelhandelsumsatz 2015-2021 in %**



Quelle: IFH KÖLN

Fachmärkte profitieren von ihrem gut angenommenen Preis-Leistungsverhältnis und waren während Corona auch aufgrund der Standortsituation mit guter automobiler Erreichbarkeit und zusätzlich geringerem Kontakt-/Infektionsrisiko als in Innenstädten und Shopping-Centern bevorzugt. Ähnliches gilt für SB-Warenhäuser, welche als One-Stop-Shopping-Objekte während Corona beliebt waren, nun allerdings wieder schwächer tendieren.

Eine besondere Situation zeigt sich im Geschäftsfeld des periodischen Bedarfs (FMCG). Hier haben die Formate des Lebensmitteleinzelhandels (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser, Discounter) und die Drogeriemärkte den Fachhandel ersetzt, d.h. Lebensmittelfachhandel und Drogerien weitgehend

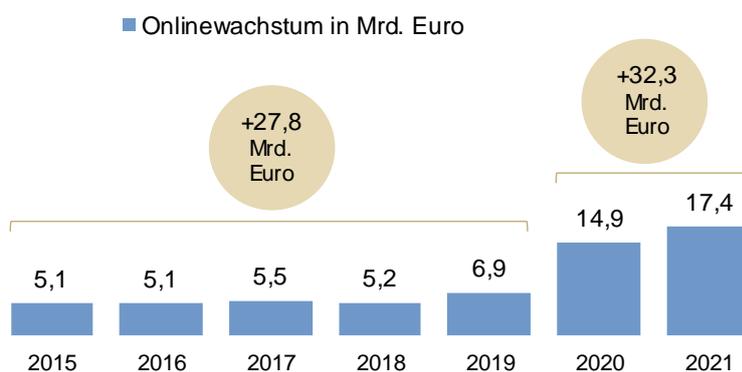
und Parfümerien teilweise. Der coronabedingte Umsatzschub des Lebensmitteleinzelhandels läuft aus und pendelt sich aktuell auf höherem Niveau als vor Corona ein. Bei rückläufigem innerstädtischem Nonfood-Fachhandel kommt dem Lebensmitteleinzelhandel indes neben der Versorgungsfunktion insbesondere in Klein- und Mittelstädten zunehmend eine Funktion als zentraler Ankerpunkt zu.

### 6.2.3. Corona beschleunigt die Kanalverschiebung vor allem in innenstadtrelevanten Branchen – online gewinnt, offline verliert

Der Onlinehandel hat durch Corona einen erheblichen Zuwachs erfahren. In den Jahren 2020 und 2021 betrug das Onlinewachstum jeweils mehr als 20 Prozent und 2021 ist das Umsatzvolumen auf mehr als 100 Mrd. € angestiegen.<sup>12</sup> Der Begriff „Onlinehandel“ ist dabei im funktionellen Sinne gemeint und beinhaltet die Onlineumsätze aller Vertriebsformen, also beispielsweise neben den Onlineumsätzen der institutionellen Internet-Pure-Player und Versender auch die Onlineumsätze der stationären Händler.

Auch in den Jahren vor Corona ist der Onlinehandel mit langsam abnehmenden Wachstumsraten jährlich um rund 5 Mrd. € gewachsen. In den zwei Pandemie Jahren ist der Onlinehandel allerdings mit einem Zuwachs von 32 Mrd. € mehr gewachsen als in den fünf Jahren zuvor zusammen (2015-2019: +28 Mrd. €).

**Abbildung 15: Absolutes Onlinewachstum – Umsatz 2015-2021**



Quelle: HDE Online-Monitor 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2022 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

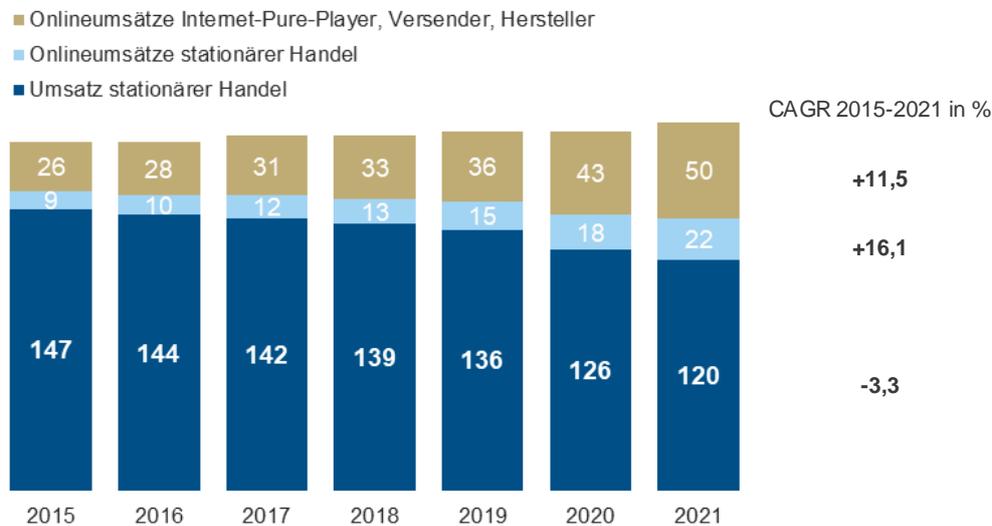
Nahezu alle Branchen haben zu diesem Wachstum beigetragen, zuletzt insbesondere aus den Bereichen Wohnen & Einrichten, FMCGs<sup>13</sup> (Lebensmittel und Drogeriewaren mit Körperpflege/Kosmetik und Heimtierbedarf) sowie Mode & Accessoires. 2020 waren auch die DIY-Sortimente im Onlinehandel außerordentlich wachstumsstark.

Während der Onlineanteil bei Lebensmitteln oder DIY-Produkten im unteren einstelligen Bereich recht überschaubar ist, liegt der Onlineanteil in Branchen wie Mode & Accessoires, Spielwaren oder Consumer Electronics bereits bei 40-50 Prozent. Seit Jahren schon wächst der Onlineumsatz gerade in solchen Branchen, welche die Handelslandschaft in Innenstädten besonders prägen. Die Corona-Pandemie hat diesen Trend mit den Lockdowns und dem hohen Infektionsrisiko zusätzlich verstärkt.

<sup>12</sup> Quelle: HDE Online-Monitor 2022

<sup>13</sup> FMCG = Fast Moving Consumer Goods (Konsumgüter des alltäglichen Bedarfs des Food- und Nearfoodsegmentes)

**Abbildung 16: Umsatz innenstadtrelevante Branchen 2015–2021 in Mrd. €**



CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Innenstadtrelevante Branchen: Fashion & Accessoires, Uhren & Schmuck, Consumer Electronics/Elektrogeräte, Spielwaren, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Fahrräder, Heimtier, Drogeriewaren, Körperpflege & Kosmetik, Sport, Bücher, Musikinstrumente, Camping, Wohnaccessoires

Quelle: IFH KÖLN

Der Onlineanteil beträgt in den innenstadtrelevanten Branchen insgesamt 37,5 Prozent (2021), 2015 waren es erst 19,2 Prozent. Zwei Drittel des Onlineumsatzes entfallen dabei auf die institutionellen Onlineplayer und Hersteller. Immerhin ist auch den stationären Händlern gelungen, den eigenen Onlineumsatz zu steigern – dieser wächst mit durchschnittlich 16,1 Prozent p.a. schneller als der Onlineumsatz der Onlineplayer und Hersteller. Dennoch reicht dies bis dato nicht aus, um die stationären Umsatzverluste zu kompensieren.

**Abbildung 17: Umsatzanteile Multi-Channel-Handel und „Pure-Play“ an Nonfood**



Quelle: IFH KÖLN, BranchenInformationsSystem/Handelsanalyse, 2022.

Viele Einzelhändler nutzen bereits die diversen Möglichkeiten in den digitalen Kanälen, um für ihre Kundenschaft sichtbar zu werden. Multi-Channel-Handel geht noch darüber hinaus und beinhaltet Onlineverkäufe direkt im eigenen Onlineshop oder über Marktplätze. Der Anteil des Multi-Channel-Handels wächst seit Jah-

ren und beträgt bei Nonfood bereits knapp 60 Prozent. Onlineplayer kommen auf 17 Prozent und lediglich 23 Prozent des Umsatzes entfallen 2021 noch auf rein stationäre Händler.

Einer der bedeutendsten Services im Multi-Channel-Handel ist das Angebot von Click & Collect – die Kundenschaft kann online einkaufen und die Ware im stationären Ladengeschäft abholen. 2021 hat fast die Hälfte aller Internetnutzenden auch Click & Collect genutzt. 2020 betrug der Click & Collect-Umsatz 5,4 Mrd. €.

#### Abbildung 18: Click & Collect – Anzahl Nutzende und Umsatz nach Branchen

##### Click & Collect-Nutzende

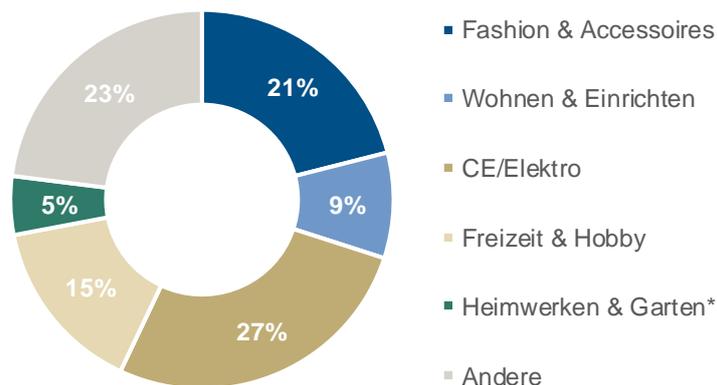
in % der Internetnutzenden

2020 44%

2021 49%

Click & Collect **Umsatz 2020**

≈ 5,4 Mrd. Euro



Umsatzanteile nach Branchen 2020

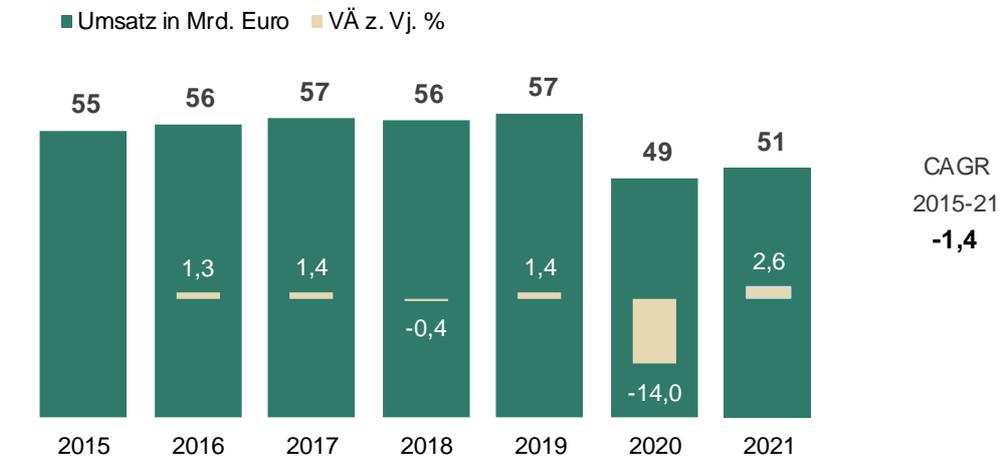
\*DIY Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien

Quelle: HDE Online-Monitor 2021, 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2021 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

#### 6.2.4. Fokus Bekleidung: Branche mit höchster Innenstadtrelevanz und immer noch zunehmender Onlinedynamik

Mode & Accessoires ist die Branche mit der mit Abstand größten Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel. Auch die Konsumentinnen und Konsumenten gehen vor allem für das Fashion-Shopping in die Innenstädte. Die pandemiebedingten Verhaltensänderungen haben in der Fashionbranche deutliche Spuren hinterlassen. Der Branchenumsatz liegt am Ende des 2. Coronajahres rund 11 Prozent unter Vorkrisenniveau. Der Onlinehandel mit Bekleidung hat dagegen in den beiden letzten Jahren erheblich hinzugewonnen und den Onlineanteil auf fast 50 Prozent anwachsen lassen. Die Anzahl der Geschäfte im Einzelhandel mit Bekleidung, Schuhen und Lederwaren nimmt weiter ab. Waren es 2015 noch knapp 47.000 Läden, so ist die Anzahl bis 2021 auf rund 35.000 gesunken.

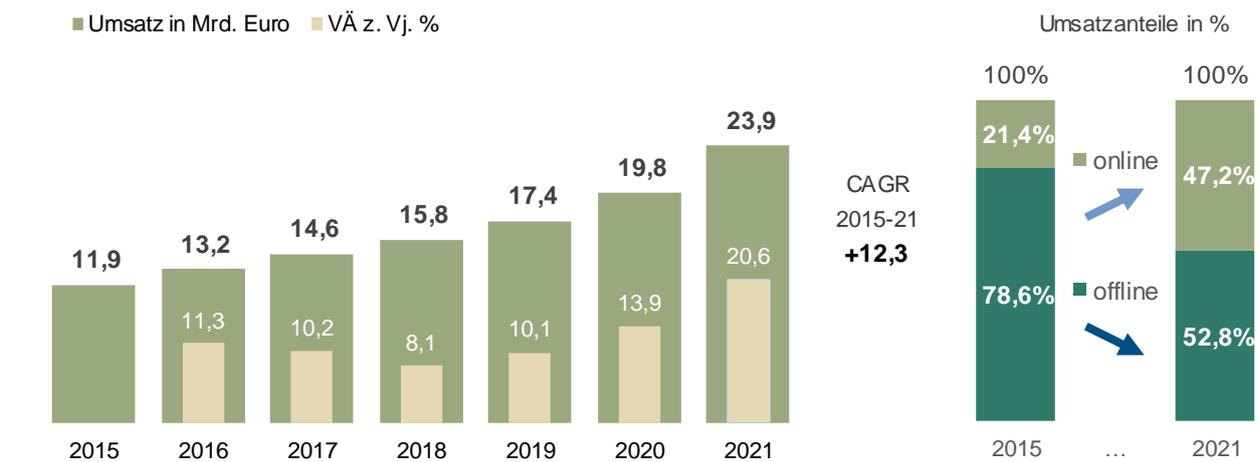
**Abbildung 19: Marktvolumen Fashion & Accessoires und jährliche Branchenentwicklung 2015-2021**



CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Quelle: IFH KÖLN

**Abbildung 20: Umsatz Onlinehandel mit Fashion & Accessoires 2015-2021**



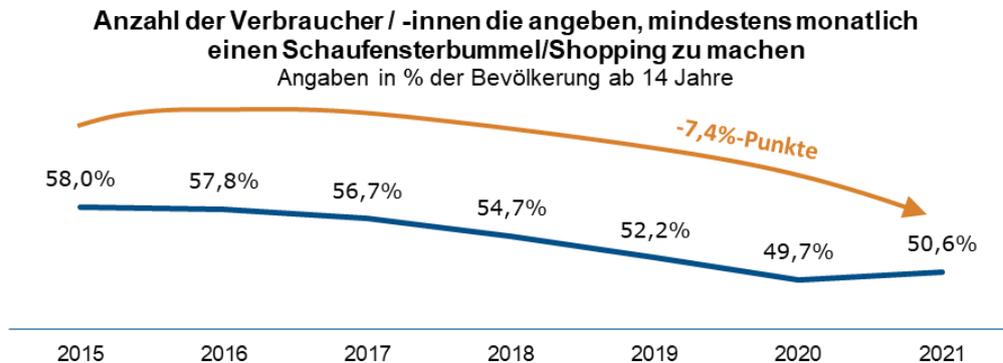
CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Quelle: IFH KÖLN

### 6.2.5. Ausblick – Aktuelle Unsicherheiten prägen das Spannungsfeld der Innenstadtentwicklung

Ein Blick auf das aktuelle Konsumentenverhalten hilft bei der Einschätzung der zukünftigen Perspektiven einer Innenstadt.

Innerstädtische Frequenzen sind dabei ein Spiegelbild des Verbraucherverhaltens. Der Anteil der Verbraucher / -innen mit wenigstens einem monatlichen Schaufensterbummel nimmt bereits seit 2015 ab. In der Coronakrise hat sich der Trend 2020 kurzfristig beschleunigt. Der 2021er Wert liegt hingegen wieder in der Trendlinie, was nicht für einen Wiederanstieg der Innenstadtfrequenzen spricht.

**Abbildung 21: Shoppinghäufigkeiten**

Quelle: eigene Darstellung nach VUMA 2016-2022.

Vielmehr dürfte sich der Abwärtstrend „normalisieren“. Hinzu kommt noch: Die älteren Käuferschichten, die lange Zeit die kaufkräftige Stammkundschaft des Fachhandels bildeten, driften mit zunehmender Onlineaffinität ab. Ein langsames Herauswachsen dieser Generation kann also nicht mehr abgewartet werden. Es müssen jetzt neue Anreize für jüngere Generationen geschaffen werden, um die Attraktivitätsuntergrenze nicht zu weit absinken zu lassen.

Dabei gehören die Jüngeren mittlerweile zu den größten Fans der Innenstädte. Entwicklungspotenziale haben in dieser Hinsicht allerdings vor allem Großstädte, während kleine Städte grundsätzlich weniger attraktiv für die junge Generation sind. Und es stehen nicht notwendigerweise die Shoppingmöglichkeiten im Vordergrund, auch wenn diese durchaus auch genutzt werden.

Die weitere Entwicklung des Einzelhandels, des Onlinehandels, der Formate und der (Innenstadt-) Branchen ist aktuell von großen Unsicherheiten geprägt. Die Pandemie scheint vorbei, doch niemand weiß, ob nicht zumindest wieder deutlich stärkere Kontaktbeschränkungen eintreten könnten.

Fast noch unsicherer ist der Fortgang des Krieges in der Ukraine. Derzeit scheint in Deutschland eine gewisse Gewöhnung an die Situation stattzufinden, hinter welcher sich aber nicht selten mentale Zukunftsängste verbergen, die eine Konsumlaune mehr als hemmen können.

Die Preissteigerungen, die bereits vor dem Angriff Russlands auf die Ukraine durch coronabedingte Lieferengpässe begonnen haben, sind nun nach Beginn des russischen Einmarsches zu einem großen Unsicherheitsfaktor geworden. Insbesondere die hohen Energiekosten, die wachsenden Risiken der Gasversorgung und die weltweite Knappheit von Rohstoffen, insbesondere von Getreide und anderen Lebensmitteln, haben mehr oder weniger deutliche Auswirkungen auf das Konsum- und Kaufverhalten hierzulande.

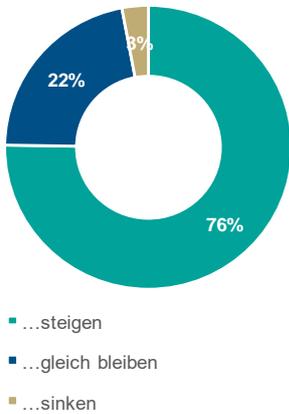
Hohe Preise an der Zapfsäule und im Supermarkt machen häufig Einsparungen an anderer Stelle notwendig, ganz zu schweigen von der zu erwartenden Rechnung für Heizung und Strom. Dies trifft nicht nur Menschen mit geringem Einkommen, diese aber in erster Linie. Andere sind auch durch Einsparungen während Corona weniger von den Preissteigerungen belastet. Dennoch werden auch diese ihre Ausgaben umschichten, den ggf. vorher geplanten Möbelkauf noch einmal aufschieben und stattdessen freies Budget für den lange ersehnten Urlaub verwenden oder gleich für die Nebenkostenabrechnung zurücklegen.

Hinzu kommt, dass sich die Einstellung vieler Menschen zum Konsum geändert hat. Das muss sich nicht zwangsläufig direkt in verändertem Verhalten äußern, aber ein gewisser Einfluss auf das Kaufverhalten der Zukunft ist dennoch wahrscheinlich.

Schon die Corona-Pandemie hat vor dem Hintergrund der Klimakrise ein Umdenken in der Gesellschaft angestoßen, hin zu bewussterem Konsum. Dazu gehört die Ressourcenschonung ebenso wie die Abfallvermeidung mit dem Kauf von Gebrauchtware bis hin zum Konsumverzicht. Mehr als drei Viertel der Internetnutzenden gehen von einer zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit aus und 43 Prozent nutzen bereits Secondhand-Angebote.

**Abbildung 22: Nachhaltigkeit, Konsumverzicht und Secondhand**

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit wird in den nächsten Jahren ...



Nachhaltige\* Verhaltensweisen



836 ≤ n ≤ 1.090 Internetnutzer:innen; Zeitvergleich 2021 im Vergleich zu 2019  
 \*Nachhaltigkeit als soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung

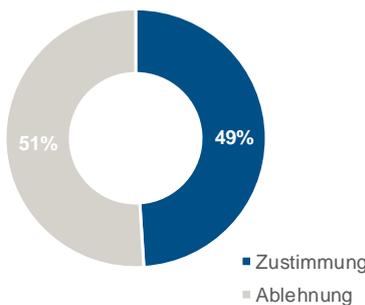
Quelle: HDE Online-Monitor 2022

Ein Konsumverzicht wird zusätzlich durch die Preissteigerungen und Lieferengpässe gestützt. Einer Befragung des ECC Köln im März 2022 zufolge geben fast 50 Prozent an, aufgrund der Lieferproblematiken geplante Anschaffungen aktuell zu verschieben.

**Abbildung 23: Konsumzurückhaltung und Ausweichverhalten**

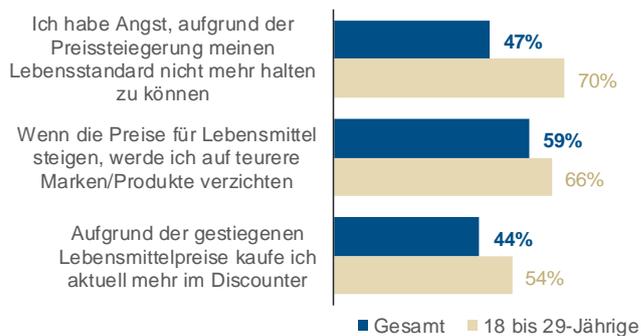
Konsumzurückhaltung

Geplante Anschaffungen werden auf die Zeit nach den Engpässen verschoben



Konsumverzicht

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



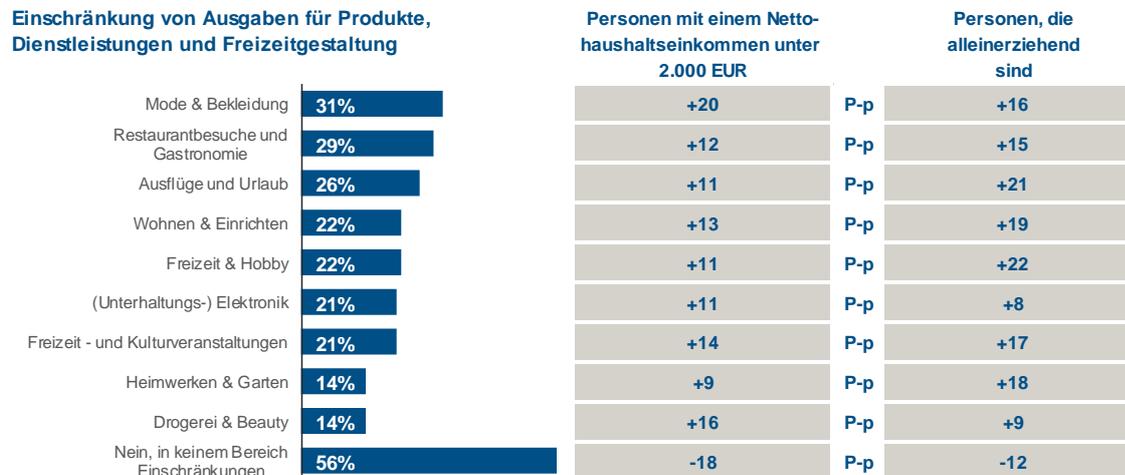
Grafik links: n=457, KW 11

Grafik rechts: 471 ≤ n ≤ 475, 18 bis 29-Jährige: 63 ≤ n ≤ 65, KW 11

Quelle: Trend Check Handel Vol. 1, 03/2022, ECC KÖLN.

Gleichzeitig befürchtet fast die Hälfte der Befragten, aufgrund der aktuell wahrgenommenen Preissteigerungen den eigenen Lebensstandard nicht mehr halten zu können. Bei weiteren Preiserhöhungen bei Lebensmitteln wollen 59 Prozent auf teurere Markenprodukte verzichten und 44 Prozent kaufen schon jetzt häufiger bei Discountern.

Aufgrund der höheren Ausgaben vor allem bei Lebensmitteln sparen viele Haushalte in anderen Bereichen. Dabei müssen sich Personen mit geringem Einkommen und Alleinerziehende in besonderem Maße einschränken. Als erstes genannt werden Fashionartikel. Aber auch in den Bereichen Gastronomie und Freizeit im Allgemeinen wollen die Konsumentinnen und Konsumenten sparen. Gerade die genannten Bereiche haben schon während der Corona-Pandemie stark durch die notwendigen Einschränkungen gelitten.

**Abbildung 24: Einschränkung von Ausgaben für Produkte, Dienstleistungen und Freizeitgestaltung**

P-p= Veränderung in Prozentpunkten gegenüber jeweiligem Gesamtergebnis

Lesebeispiel: 31 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten, die Preissteigerungen wahrgenommen haben, geben an, sich im Bereich Mode & Bekleidung einzuschränken.

Frage: „Müssen Sie durch die erhöhten Ausgaben für Lebensmittel Ihre Ausgaben in anderen Bereichen einschränken? Falls ja, in welchen Bereichen schränken Sie sich ein?“; n = 900 Personen mit erhöhten Mehrausgaben für Lebensmittel seit Januar 2022; n = 266 Personen mit einem Nettohaushaltseinkommen unter 2.000 €; n = 34 Personen, die alleinerziehend sind, Tendenzaussage; IFH Köln

Quelle: HDE Konsummonitor Preise 2022

Zudem dürften Preissteigerungen tendenziell für eine diszipliniertere Preisbeobachtung sorgen. Im mittleren Preisbereich ermöglicht der Onlinehandel vielfältige Preisvergleiche und die Kundinnen und Kunden haben das Gefühl preiswert einkaufen zu können. So führen Lieferengpässe und mangelnde Verfügbarkeiten gleichzeitig dazu, dass sich Interessierte zunächst online informieren – und sich dann teilweise den zusätzlichen Weg ins Geschäft sparen.

So wird sich voraussichtlich die Kanalverschiebung eher früher als später fortsetzen. Bei den Formaten wird der kleinbetriebliche Einzelhandel weiter verlieren und die Vielfalt des Einzelhandels in vielen Innenstädten wird sich weiter verringern. Insgesamt könnte der Einzelhandel auch mit allen Ausgabenverschiebungen in den Branchen, Kanälen und Formaten 2022 nominal wachsen, was allerdings real ggf. eine negative Entwicklung bedeuten könnte.

### 6.3. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Marktentwicklung im Einzelhandel soll mit dem vorliegenden Zentrenkonzept in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ziel ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, im Mittelpunkt steht vielmehr eine Städtebau verträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

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

- **Stärkung der mittelzentralen Funktion und der Zentralität der Stadt Freital durch eine qualifizierte Weiterentwicklung zentraler Versorgungsbereiche** – Die Analyse der Angebots- und Nachfrageentwicklung (vgl. u.a. Nachfrageprognose bis 2030) sowie der regionalen Wechselwirkung mit dem Oberzentrum Dresden zeigt, dass selbst vorhandene nachfrageseitige Spielräume für Wachstum im Einzelhandel der Stadt Freital sich nicht adäquat in der Angebotsentwicklung niederschlagen. Umso wichtiger ist eine räumlich-strukturelle Weiterentwicklung der Angebotssituation, die Konzentration auf eine gezielte Standortstruktur des Einzelhandels, mit dem Erhalt und der Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche.
- **Präferenzierung und Stärkung des Hauptgeschäftszentrums Deuben als multifunktionales Zentrum** – knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Die Stadt Freital verfügt nicht über eine klassische Innenstadt, der zentrale Versorgungsbereich in Deuben kann jedoch die Funktion eines Hauptgeschäftszentrums wahrnehmen, bietet hierfür auch die räumlichen Entwicklungspotenziale. Die Kundenbindung aus dem gesamten Stadtgebiet sowie der Ausbau mittelzentraler Versorgungsfunktionen können nur im Kontext einer sich wechselseitig ergänzenden Zielgruppenansprache zwischen den peripheren Ergänzungsstandorten und einem Hauptgeschäftszentrum Deuben erfolgen. Dabei ist eine Funktionsbündelung für attraktive Erlebnisräume mit hoher Aufenthaltsqualität anzustreben. Aus Sicht des Einzelhandels ist eine weitere Angebotsverdichtung und Qualifizierung notwendig.
- **Kompaktheit gewachsener Stadtstrukturen** - zielt auf eine Verknüpfung von Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten und auf die Zuordnung bestimmter Versorgungsfunktionen, d.h. Zentren sind u.a. Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung. Dabei ist eine Funktionsbündelung für attraktive Erlebnisräume mit hoher Aufenthaltsqualität anzustreben.
- **Urbanisierung statt Devastierung - Entwicklungsperspektiven eines zentralen Versorgungsbereiches als urbanes Handels- und Dienstleistungszentrum**  
Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen statt einer Zergliederung ist weiterhin dringend angezeigt, um bei begrenzter Nachfrageentwicklung auch zukünftig der Stadtstruktur aus Einzelhandelsicht eine Entwicklungsperspektive zu geben. Eine Entwicklung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte konkurrierend zu den zentralen Versorgungsbereichen und integrierten Nahversorgungsstandorten ist auszuschließen.
- **Sicherung eines hierarchischen Zentren- und Standortgefüges** - ein hierarchisch gestuftes Zentren- und Standortgefüge bietet die beste Gewähr zum einen für die Sicherung der Nahversorgung in den Stadtgebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau eines für ein Mittelzentrum adäquates, attraktives Hauptgeschäftszentrum. Ergänzende Einzelhandelsstandorte sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, das Hauptgeschäftszentrum Deuben sowie die Nahversorgungszentren in seiner Funktion und Entwicklung jedoch nicht beeinträchtigen.
- **Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (10 Minuten) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität und gewinnt unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an

Bedeutung. Zugleich sind die Versorgungsfunktionen für die einzelnen Stadt- und Ortsteile in eine gezielte Standortstruktur einzubinden. Die Präferenz einer qualifizierten Versorgung, die sich an die Siedlungsstrukturen des Stadtgebietes orientiert, ist erklärtes Ziel des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Freital und unterstützt gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Stadtentwicklung, induziertes Verkehrsaufkommen zu begrenzen.

- **Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung** - Hierzu gehört neben der Integration in Wohnfunktionen insbesondere die Erreichbarkeit von Zentren zu Fuß und Rad, mittels guter ÖPNV-Erschließung, eine effiziente Auslastung der Verkehrsinfrastruktur durch die Steuerung der Verkehrsströme (Leitsysteme) und ein im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ geknüpftes Versorgungsnetz, welches auch Verkehrsaufkommen mindert.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit im zentralen Versorgungsbereich** – Die Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung von Freital an einem System mit zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftszentrum und Nahversorgungszentren) und abgestimmten Ergänzungsstandorten sichert nicht nur die Entwicklung attraktiver und lebenswerter Stadtstrukturen sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche sowie standortspezifische Versorgungsaufgaben, unter Berücksichtigung der prognostizierten Nachfrageentwicklung und Maßnahmen der übergeordneten Stadtentwicklung, führt insgesamt zu einer sehr straffen Zentren- und Standortgliederung, welche das Hauptgeschäftszentrum Deuben von Freital als zentralen Versorgungsbereich in den Mittelpunkt stellt und weitergehenden Einzelhandelsstandorten ergänzende Versorgungsfunktionen zuweist.

## 6.4. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen der Stadt Freital auf, ist ausgerichtet an der Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen bis regionalen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung unter Berücksichtigung aktueller Planvorhaben.

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

### Zentrale Versorgungsbereiche:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.<sup>14</sup>
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsgebiete auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und Pkw.
- Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Freital erfolgt im Funktionsschwerpunkt als Einzelhandels- und Dienstleistungszentren mit entsprechendem Bezug zur jeweils räumlichen Versorgungsfunktion. Zu unterscheiden sind das Hauptgeschäftszentrum Deuben sowie die drei Nahversorgungszentren Pesterwitz, Potschappel und Zuckerode.

### Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger:

- Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger zielen auf eine wohnungsnah oder, aus Sicht peripherer Siedlungsgebiete, zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich ab. Sie erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen und dienen der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung. Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Ortsteiles beitragen.
- Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), einschließlich angeschlossenen Lebensmittelhandwerk (Bäcker und / oder Fleischer) und/oder Fachgeschäften / Fachmärkten mit vorwiegend nahversorgungsrelevantem Sortiment. Eine Ergänzung durch Fachgeschäfte / Fachmärkte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment und / oder Dienstleistern ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.  
Nahversorgungslagen sind zunächst keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung, durch eine zusätzliche Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Anbieter und damit einhergehender Funktionsverdichtung ist eine Entwicklung zu einem Nahversorgungszentrum möglich.

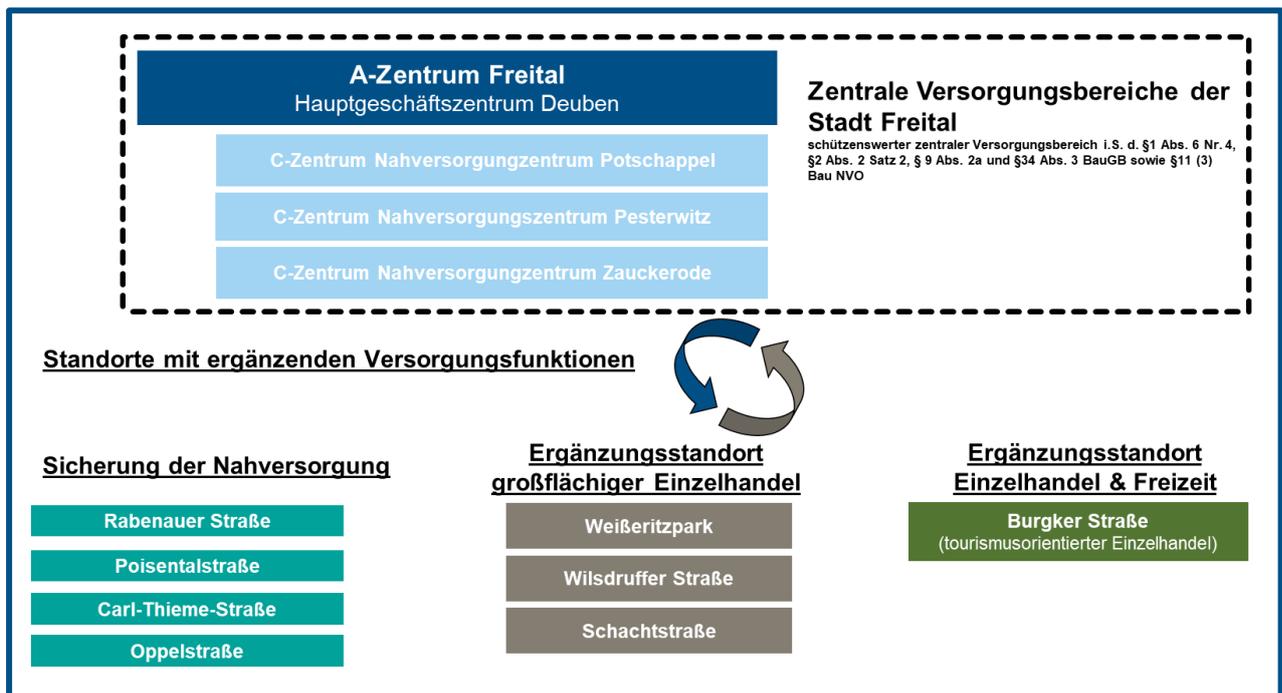
<sup>14</sup> Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

- Kleinteilige Nahversorger sind Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>, sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Stadtteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagetyp eines Nahversorgungs Ladens oder Convenience Stores.<sup>15</sup> Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

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

Folgende Zentren- und Standortgliederung sowie deren Arbeitsteilung wird empfohlen:

Abbildung 25: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Freital

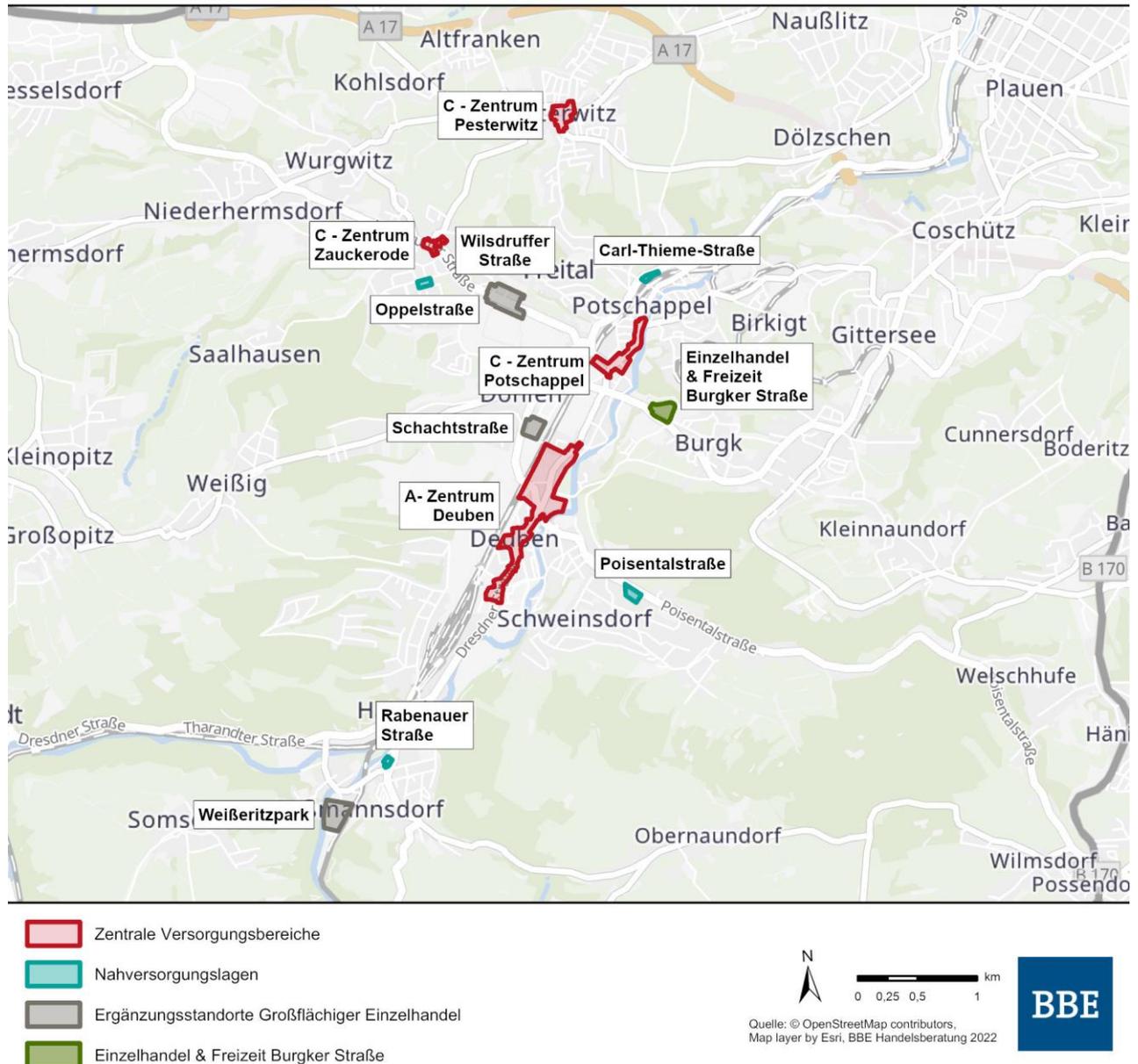


Das Standort- und Zentrenkonzept fokussiert auf den **zentralen Versorgungsbereich Deuben als Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum)**. Zudem haben die drei **Nahversorgungszentren (C-Zentren)** für die Ortsteile **Pesterwitz, Potschappel und Zuckerode** eine hohe Versorgungsbedeutung und sind ebenfalls als zentrale Versorgungsbereiche zu bewerten. Alle weiteren ausgewiesenen Standortstrukturen dienen ergänzenden Versorgungsfunktionen. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den drei Schwerpunktbereichen **Sicherung der Nahversorgung, Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel und Ergänzungsstandort Freizeitpark**.

<sup>15</sup> vgl. zum Anlagetyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011.

Diese Zentren- und Standortstruktur ist als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen und fixiert somit konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt Freital.

**Karte 4: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Freital**



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungslagen wie folgt zu definieren:

### A-Zentrum - Hauptgeschäftszentrum Deuben

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale des funktional zusammenhängenden Geschäftszentrums
- Funktion von multifunktionalen und erlebbaren Standorten mit Stadtidentität - Image und Lebensqualität werden insbesondere vom Hauptgeschäftszentrum geprägt
- Strategie der qualifizierten Entwicklung - Verdichtung der Angebotsstrukturen, Strukturierung und Qualifizierung des Einzelhandelsbesatzes
- Umfassende und vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen, Entwicklungspotenziale bis zum spezialisierten höheren Bedarf

### C-Zentren Nahversorgungszentren

- Pesterwitz
- Potschappel
- Zauckerode

- integrierte Lage in einem eigenständigen Ortsteil, fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, aber auch mittels ÖPNV und PKW
- Lebensmittel-Supermarkt und/oder Discounter sind als strukturbildende Betriebe vorhanden, weiterhin im Umfeld sind in der Regel zusätzlich vorhanden: mehrere Einzelhandelsbetriebe für den täglichen Bedarf (z.B. Bäcker, Metzger, Obst- und Gemüsegeschäft, Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Blumengeschäft) und/oder haushaltsorientierte Dienstleistungsbetriebe (z.B. Post, Frisör, Servicestelle einer Bank) und/oder Gesundheitsdienstleistungen (z.B. Ärzte, Krankengymnastik, Pflege) und/oder Gastronomiebetriebe

### Nahversorgungslagen

- Carl-Thieme-Straße
- Oppelstraße
- Poientalstraße
- Rabenauer Straße

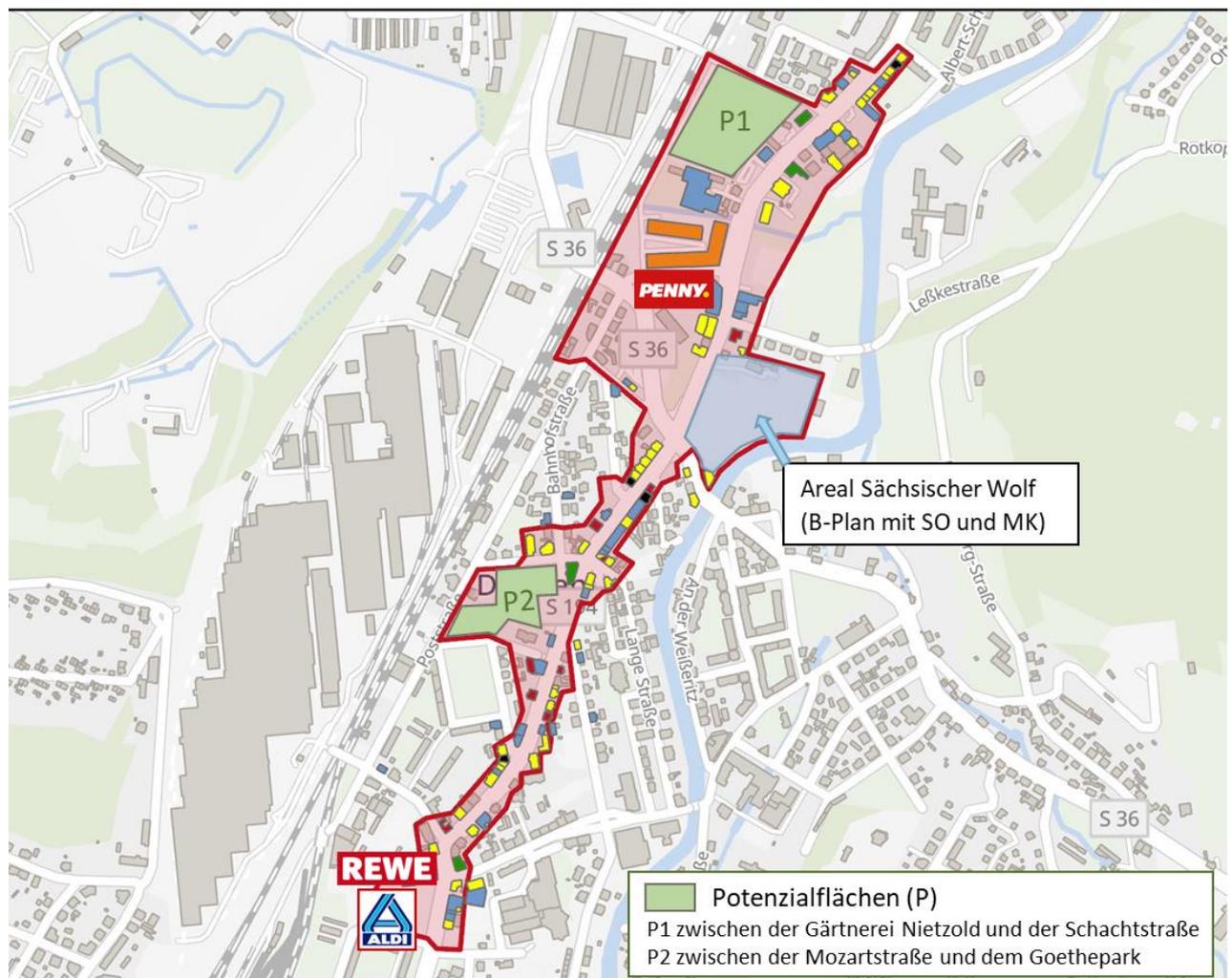
- grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker / Fleischer) im Eingangsbereich
- Ergänzung durch Fachmärkte und Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment und/oder Dienstleister ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen
- Anteil der Verkaufsfläche für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente in den Lebensmittelmärkten beträgt nicht mehr als 10% der Gesamtverkaufsfläche
- Versorgungsfunktion: wohnungsnah oder wohnortnahe Versorgung innerhalb der Stadt- und Ortsteile
- Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit dem eigenständigen Nahversorgungspotenzial
- städtebaulich integrierte Lage ist auch für nicht mobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen

## 6.5. Zentraler Versorgungsbereich – Hauptgeschäftszentrum Deuben

Der Zentrale Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum Deuben“ bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Der Fokus des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist auf den zentralen Versorgungsbereich gerichtet, alle weiteren, ergänzenden Versorgungsfunktionen von Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet von Freital sind in ihrer Funktionszuweisung und ihrer potenziellen Weiterentwicklung auf das Hauptgeschäftszentrum als zentraler Versorgungsbereich abzustimmen.

Die Geschäftsstraße Deuben verkörpert in ausgeprägter Form die Funktion eines straßenbegleitenden Geschäftszentrums. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die Abgrenzung der Geschäftsstraße Deuben, deren maximale Ausdehnung sich über einen Straßenabschnitt der Dresdner Straße von 1,5 km erstreckt.

**Abbildung 26: Abgrenzung Hauptgeschäftszentrum Deuben**



Die Abgrenzung ähnelt einer „Knochenstruktur“ mit zwei Funktionsschwerpunkten im nördlichen Bereich mit dem City-Center und dem südlichen Ende mit dem Standort von REWE und ALDI. Der nördliche Schwerpunkt wird mit dem Vorhaben „Sächsischer Wolf“ weiter gestärkt (siehe Exkurs auf Seite 52). Durch die Weiterentwicklung des City-Centers, der Ansiedlung des Technologie- und Forschungszentrums Freital und

einem auch nördlich daran anschließenden Besatz aus Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben wird der zentrale Versorgungsbereich gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 erweitert.

Der aktuelle Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz folgt weitestgehend der Dresdner Straße, die Mehrheit der Gewerbeeinheiten ist dieser direkt zuzuordnen. Lediglich in Kreuzungsbereichen sind angrenzende Gebäude / Geschäftseinheiten der Nebenstraßen in den zentralen Versorgungsbereich eingebunden. Beispielfhaft verwiesen sei auf die Kreuzungsbereiche mit der Güterstraße sowie mit Wehrstraße, Bahnhofstraße, An der Kirche und Lange Straße.

Der aktuelle Einzelhandelsbesatz im A-Zentrum Deuben (neue Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept 2022) verfügt mit 41 Anbietern über 7.470 m<sup>2</sup> Einzelhandelsfläche und generiert einen Umsatz von 29,6 Mio. €. Diese Flächenausstattung ist im Schwerpunkt aber auf drei Lebensmittelmärkte zurückzuführen, der Discounter Penny in Verbindung mit dem City-Center im nördlichen Bereich des A-Zentrums (Kreuzungsbereich Dresdner Straße / Bahnhofstraße) sowie als bisherige Standortagglomeration der Discounter ALDI<sup>16</sup> und der Supermarkt REWE am südlichen Rand (Kreuzungsbereich Dresdner Straße / Bürgerstraße). Auf diese drei Anbieter entfallen 39% der Verkaufsflächen des A-Zentrums Deuben. Als weiterer Magnetanbieter ist der Fahrradfachmarkt Fahrrad-Kette, die Gärtnerei Nietzold, der bilgro-Getränkemarkt und der Matratzenfachmarkt Matratzen Concord hervorzuheben. Mehrheitlich verfügen die Anbieter aber ebenfalls nur über kleinteilige Verkaufsflächen, die durchschnittliche Verkaufsfläche im gesamten A-Zentrum beträgt 182 m<sup>2</sup>, ohne die drei Lebensmittelmärkte, den Fahrradfachmarkt und die Gärtnerei nur 70 m<sup>2</sup>.

#### Abbildung 27: Anbieter Hauptgeschäftszentrum Deuben



City-Center



Gärtnerei Nietzold



Matratzen Concord und weitere Nutzungen



Areal Sächsischer Wolf



REWE



Volksbank

Quelle: Eigene Aufnahmen 2022

Den südlichen Funktionsschwerpunkt bildet die bestehende Agglomeration der beiden Lebensmittelmärkte (REWE, ALDI). Diese sichert eine qualifizierte und umfassende Grundversorgung für das Stadtgebiet Deuben.

Der nördliche Schwerpunkt des A-Zentrums ist zugleich die wichtigste Entwicklungsfläche. Das bestehende City-Center mit dem benachbarten Lebensmittel-Discounter Penny konnte weiterentwickelt werden in dem

<sup>16</sup> Der Discounter wird voraussichtlich in das Planvorhaben „Sächsischer Wolf“ verlagert, siehe Kartendarstellung und Erläuterungen im Exkurs Vorhaben „Sächsischer Wolf“.

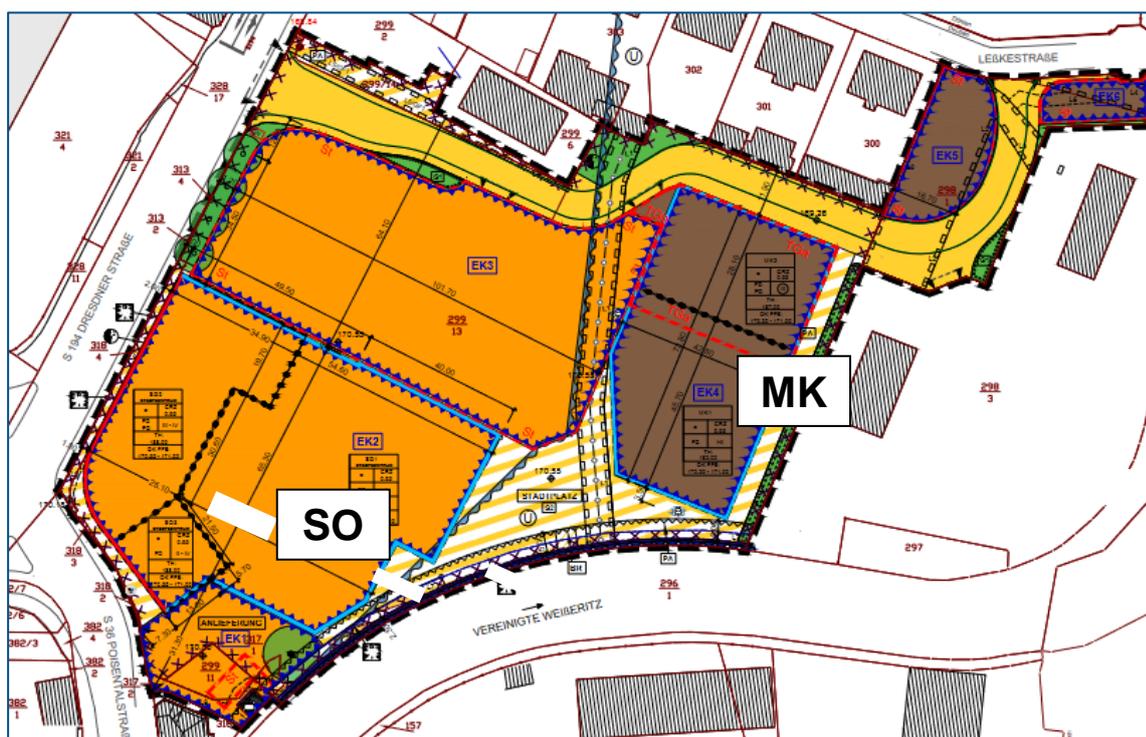
bspw. ein attraktiver Fahrradfachmarkt in die Immobilie eingezogen ist. Dazu besteht mittlerweile das Technologie- und Forschungszentrum Freital am Standort. Durch die Lage am Bahnhof Deuben mit Busbahnhof verfügt dieser Schwerpunktbereich über eine sehr gute ÖPNV-Anbindung. Mit dem Vorhaben „Sächsischer Wolf“ kann der Schwerpunktbereich weiter gestärkt werden.

### Exkurs: Vorhaben Sächsischer Wolf

In der Stadt Freital besteht seit mehreren Jahren die Planung des neuen Stadtzentrums „Sächsischer Wolf“ im Stadtteil Deuben, diese fand bereits Eingang in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2011. Am Projektstandort an der Kreuzung der Dresdner Straße und Poisentstraße soll das Stadtzentrum mit multifunktionalen Nutzungen entstehen. So sind unter anderem eine Kita sowie Wohnnutzungen und Gesundheitseinrichtungen in den Obergeschossen geplant.

Aus Einzelhandelssicht sind beim Projektvorhaben gemäß aktuellem Stand der planungsrechtlichen Festsetzungen<sup>17</sup> die Neuansiedlung eines Lebensmittel-Vollsortimenter mit bis zu 2.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und weiterhin eines Lebensmitteldiscounters mit bis zu 1.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sondergebiet (SO) zulässig. Im Kerngebiet (MK) sind nicht-großflächiger Einzelhandel (maximal knapp 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einzelanbieter) zulässig. Bei Ausschöpfung dieser maximalen Größendimensionierung sind bis zu drei Fachmärkte umsetzbar, u.a. wird ein Drogeriemarkt angestrebt.

Abbildung 28: Geltungsbereich Bebauungsplan „Stadtzentrum - Areal Sächsischer Wolf“



Quelle: Bebauungsplan "Stadtzentrum - Areal Sächsischer Wolf" Freital, Rechtsplan i.d.F vom November 2022, Teil A Planzeichnung, bearbeitet durch BBE

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens hat die BBE Handelsberatung GmbH eine „Auswirkungsanalyse zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsnutzungen im neuen Stadtzentrum „Sächsischer Wolf“ in der Stadt Freital“ (04.01.2022) mit Bezug zu den Magnetanbietern (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt) erstellt. Auch für die

<sup>17</sup> Vgl. Bebauungsplan "Stadtzentrum - Areal Sächsischer Wolf" Freital, Rechtsplan i.d.F vom November 2022

möglichen ergänzenden Fachmärkte wurde eine „Ergänzende Stellungnahme zur Ansiedlung nicht-großflächigem Einzelhandel im Kerngebiet des Bebauungsplanes „Stadtzentrum – Areal Sächsischer Wolf“ (06.09.2022) erarbeitet. Im Fazit konnte in diesen Gutachten festgehalten werden:

- „Der Projektstandort liegt innerhalb des A-Zentrums Geschäftsstraße Deuben und ist damit Teil eines zentralen Versorgungsbereichs.
- Mit dem Projektvorhaben „Sächsischer Wolf“ ist eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs verbunden, wovon auch die weiteren inhabergeführten Geschäfte im direkten Umfeld profitieren können.
- Durch den Busbahnhof und den Bahnhof Deuben im direkten Umfeld, die Lage an der Dresdner Straße sowie Poisenttalstraße und Fußwegen an den umliegenden Straßen ist eine allumfassend sehr gute Erreichbarkeit gegeben. Damit kann der Standort gemeinsam mit den weiteren Anbietern des A-Zentrums Geschäftsstraße Deuben seine wohnungsnahen und wohnortnahen Versorgungsfunktionen wahrnehmen.
- Aktuell gibt es nur einen Drogeriemarkt in der Stadt Freital im südlich gelegenen Weißeritzpark. Ein zweiter Drogeriemarkt in der Stadt mit knapp 40.000 Einwohnern wird die Versorgung in diesem Sortimentbereich stärken. Auch die beiden modernen Lebensmittelmärkte tragen zur Qualifizierung des Angebots bei.
- Die Umsatzprognose für das Vorhaben beträgt 18,1 Mio. €. Bei Bindungsquoten bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten für das Gesamtvorhaben von 27% im Kerneinzugsgebiet und 12% bzw. 10% im erweiterten Einzugsgebiet kann eine dominante Stellung des Vorhabens ausgeschlossen werden.
- Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung in der Stadt Freital und umliegender Kommunen sind durch das Vorhaben nicht zu erwarten. Der bestehende ALDI-Markt soll durch einen Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetrieb (kein Lebensmittelmarkt) nachgenutzt werden.
- Das Vorhaben ist sowohl mit den städtebaulichen Entwicklungszielen der Stadt Freital zum Einzelhandel für die Große Kreisstadt Freital als auch dem Landesentwicklungsplan Sachsen kompatibel.

**Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich das Vorhaben in die örtliche Struktur einordnet. Der zentrale Versorgungsbereich A-Zentrum Geschäftsstraße Deuben sowie die Nahversorgungsstrukturen der Stadt Freital werden damit insgesamt gestärkt. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO können somit ausgeschlossen werden.“<sup>18</sup>**

Auch für die ergänzenden Fachmärkte konnte in der Stellungnahme eine Stärkung des Hauptgeschäftszentrums konstatiert werden.<sup>19</sup>

Weitere Potenzialflächen für eine Verdichtung der Angebotsstrukturen bestehen

- zwischen der Gärtnerei Nietzold und der Schachtstraße (P1 in der Abbildung 26 auf S. 50)
- sowie zwischen der Mozartstraße und dem Goethepark (P2 in der Abbildung 26 auf S. 50).

Darüber hinaus bestehen kleinere Potenzialflächen im Bestand. Die Leerstandsproblematik ist in der Geschäftsstraße Deuben deutlich geringer ausgeprägt und kann nur vereinzelt zu Angebotsergänzungen führen. Vielmehr geht es um eine Qualifizierung der Angebote.

<sup>18</sup> BBE Handelsberatung GmbH (2022): Auswirkungsanalyse zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsnutzungen im neuen Stadtzentrum „Sächsischer Wolf“ in der Stadt Freital, S. 46

<sup>19</sup> BBE Handelsberatung GmbH (2022): Ergänzende Stellungnahme zur Ansiedlung nicht-großflächigem Einzelhandel im Kerngebiet des Bebauungsplanes „Stadtzentrum – Areal Sächsischer Wolf“, S. 13f

## 6.6. Nahversorgungszentren (C-Zentren)

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

Innerhalb des Zentrenkonzeptes der Stadt Freital sind drei Nahversorgungszentren auszuweisen, die als zentrale Versorgungsbereiche für die peripheren Stadtteile fungieren und nur geringe Wechselwirkungen mit dem übergeordneten A-Zentrum aufweisen.

### 6.6.1. Nahversorgungszentrum Potschappel

Wie aus Abschnitt 4.2 deutlich wurde, war die Einzelhandelsentwicklung in der Geschäftsstraße Potschappel in den letzten Jahren deutlich rückläufig und der Standort kann nicht mehr die ehemalige Funktion als A-Zentrum erfüllen. Insbesondere in nördlicher Richtung war die Einzelhandelsentwicklung nach der Verlagerung des NORMA-Marktes stark rückläufig. Als neuer Funktionsschwerpunkt hat sich der Abschnitt zwischen dem Lebensmitteldiscounter Lidl und dem Kreuzungsbereich Dresdner Straße / Coschützer Straße herausgebildet, welcher zukünftig als Nahversorgungszentrum Potschappel eingestuft wird. Nachfolgende Abbildung zeigt die neue Abgrenzung und den durchgängigen Nutzungsmix aus Handel und Dienstleistung. Südlich stellt die Goethestraße bzw. der Standort des Lebensmitteldiscounters die Grenze dar und nördlich die Straße Am Markt / Coschützer Straße mit dem Bebauung am Kreuzungsbereich. So stellt der Lebensmitteldiscounter den Magnetanbieter des Nahversorgungszentrums dar, welcher von Einzelhändlern, Dienstleistern und Gastronomen ergänzt wird.

#### Abbildung 29: Anbieter C-Zentrum Potschappel



LIDL



Restaurant Akropolis



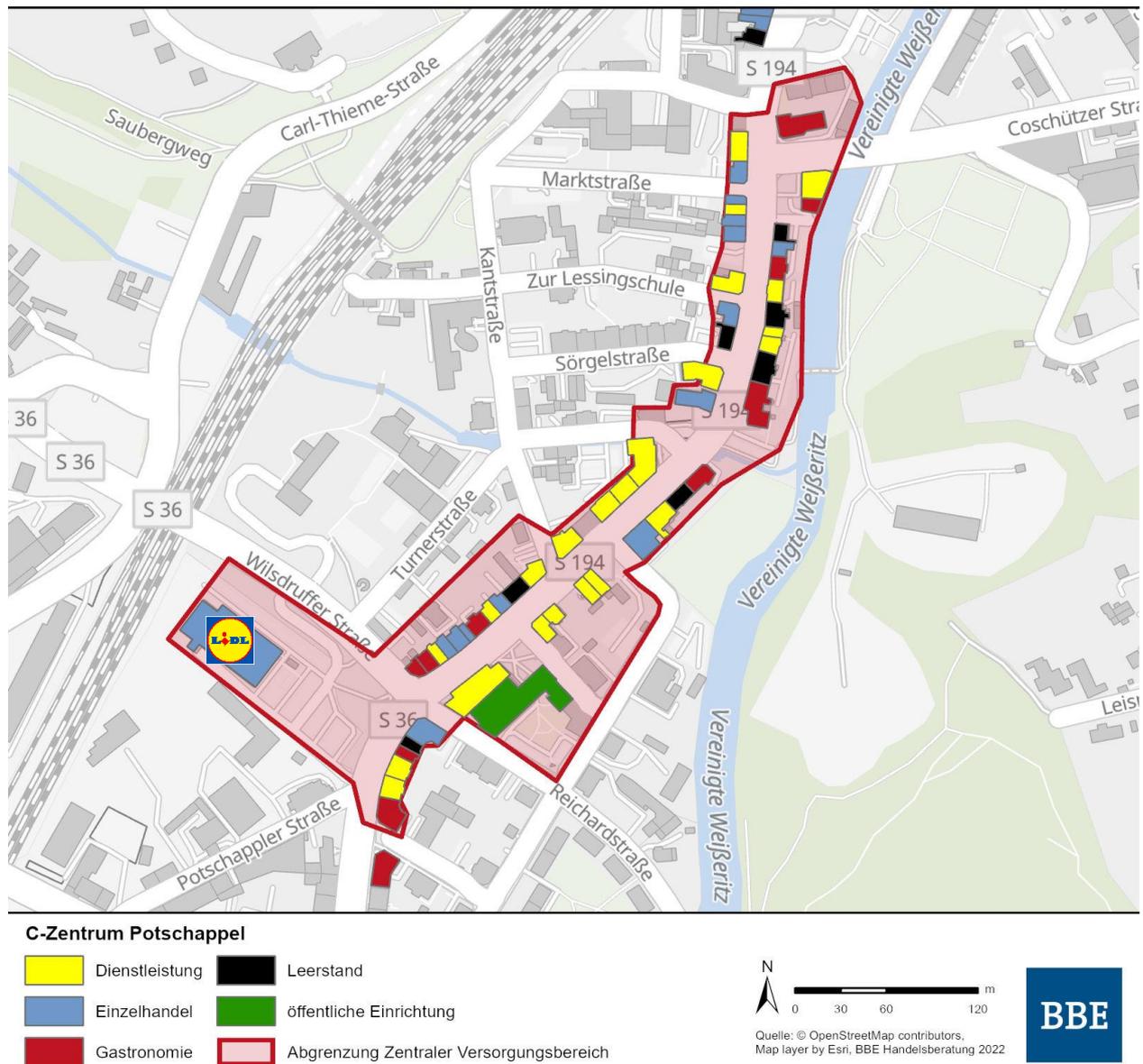
Eiscafé mit weiterer Ladenzeile Dresdner Str.

Quelle: Eigene Aufnahmen 2022

Insgesamt 13 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.730 m<sup>2</sup> sind aktuell dieser Abgrenzung zuzuordnen, diese generieren einen Umsatz von rd. 9 Mio. €. Die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt 133 m<sup>2</sup> bzw. ohne Lebensmittelmarkt 45 m<sup>2</sup>.

Insgesamt zeigt sich in Ergänzung zum Lebensmitteldiscounter ein vielschichtiger Anbieterbesatz, der jedoch immer wieder unterbrochen von Leerständen ist. So bestehen u.a. eine Apotheke, ein Blumenladen, eine Bäckerei, ein Optiker, ein Schmuckgeschäft, ein Fleischer, ein Reformhaus, eine Sparkasse, ein Friseur und gastronomische Angebote in verschiedener Ausprägung.

Abbildung 30: Abgrenzung C-Zentrum Potschappel

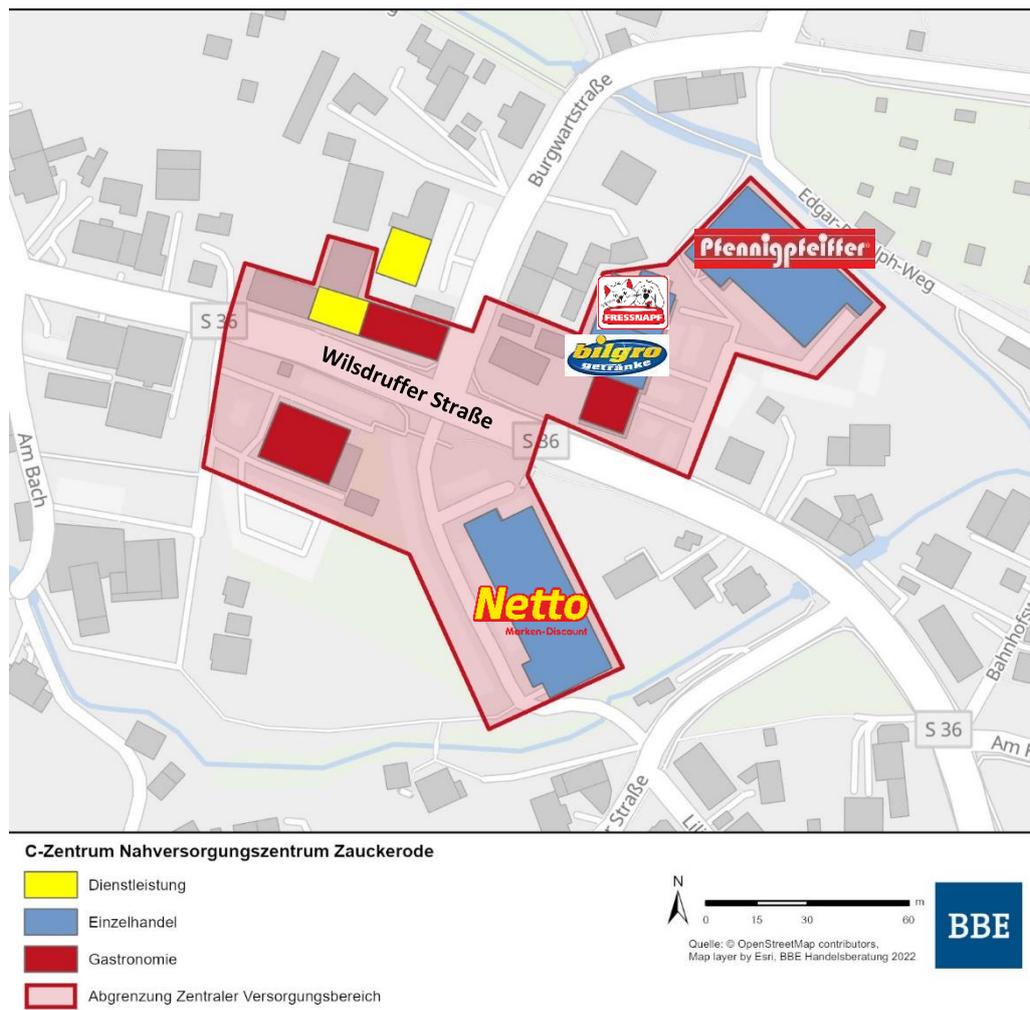


Im C-Zentrum Potschappel wird auch zukünftig die Attraktivität als erlebbares Zentrum vorrangig von einer Angebotsvielfalt, weniger von der Größe einzelner Magnetanbieter abhängen. Deshalb gilt es, räumliche Entwicklungspotenziale für eine gezielte Ansiedlungspolitik sowie eine Angebotsverdichtung und Angebotsqualifizierung zu nutzen. Räumliche Entwicklungspotenziale stehen durch aktuelle Leerstände und ausstehendem Sanierungsbedarf zur Verfügung.

### 6.6.2. Nahversorgungszentrum Zuckerode

Das Nahversorgungszentrum Zuckerode gehört zum dörflichen Kern des Stadtteiles Zuckerode. Der zentrale Versorgungsbereich liegt an der Wilsdruffer Straße, am Kreuzungsbereich mit der Burgwartstraße, ca. 750 m vom Ergänzungsstandort Wilsdruffer Straße (vgl. Abschnitt 6.6.5) entfernt. Nachfolgende Abbildung zeigt die exakte Abgrenzung des C-Zentrums.

**Abbildung 31: Abgrenzung C-Zentrum Zuckerode**



Das Nahversorgungszentrum konzentriert sich auf den Versorgungsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Es umfasst mehrere Gebäudekomplexe, nördlich der Wilsdruffer Straße liegt der Komplex mit den Anbietern Pfennigpfeiffer, bilgro-Getränkemarkt, Heimtiermarkt Fressnapf und ein Asia-Bistro. Auf der gegenüberliegenden, südlichen Straßenseite liegt der Lebensmittel-Discounter Netto als Kernanbieter des Nahversorgungszentrums, benachbart befindet sich das Café Positano als Bäcker-Café-Konzept mit Drive-In. Außerdem sind im abgegrenzten, zentralen Versorgungsbereich ein Sicherheits-Fachgeschäft, ein Nagel-Studio sowie ein Pizza-Dienst ansässig.

**Abbildung 32: Anbieter C-Zentrum Zuckerode**

Netto Marken-Discount

Fressnapf, bilgro-Getränkemarkt, Asia-Bistro

Pfennigpfeiffer

Quelle: Eigene Aufnahmen 2022

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 2.100 m<sup>2</sup> (zzgl. Gastronomie, Dienstleistung) ist das Nahversorgungszentrum auf das Potenzial des Stadtteiles Zuckerode abgestimmt. Ziel der mittelfristigen Entwicklung ist der Bestandserhalt und die Qualifizierung des bestehenden Angebots.

### 6.6.3. Nahversorgungszentrum Pesterwitz

Das Nahversorgungszentrum Pesterwitz bildet mit seiner Multifunktionalität im besten Sinne ein urbanes Zentrum und sichert die Nahversorgung für einen seit seiner Eingemeindung stark gewachsenen Stadtteil. Neben Einzelhandelsfunktionen finden sich verschiedene Gastronomie- und Dienstleistungsangebote. Die Abgrenzung als zentraler Versorgungsbereich bezieht das Umfeld des Dorfplatzes mit benachbartem Gutshof ein. Östlich des Dorfplatzes wird eine Erweiterungsfläche des zentralen Versorgungsbereichs ausgewiesen, da multifunktionale Nutzungen in diesem Bereich (u.a. Café, Arztpraxis) an diesem Standort entstehen sollen, welche das Zentrum sinnvoll ergänzen. Für diese Erweiterungsfläche liegt bereits der Bebauungsplan "Dorfplatz" in Freital-Pesterwitz vor.

Zentral am Dorfplatz bildet ein Wohn- und Geschäftshaus mit integriertem Supermarkt (Edeka) den Kern des Nahversorgungszentrums. Außerdem sind in diesem Komplex Zahnarzt, Physiotherapie, Frisör, Fußpflege und Pflegedienst vertreten. Der benachbarte Gutshof wird schwerpunktmäßig durch Feuerwehr, Schießanlage und Kegelbahn genutzt, weiterhin sind Wohnungen, eine Apotheke und ein Reisebüro integriert.

**Abbildung 33: Anbieter C-Zentrum Pesterwitz**

EDEKA

Konditorei / Café

Apotheke

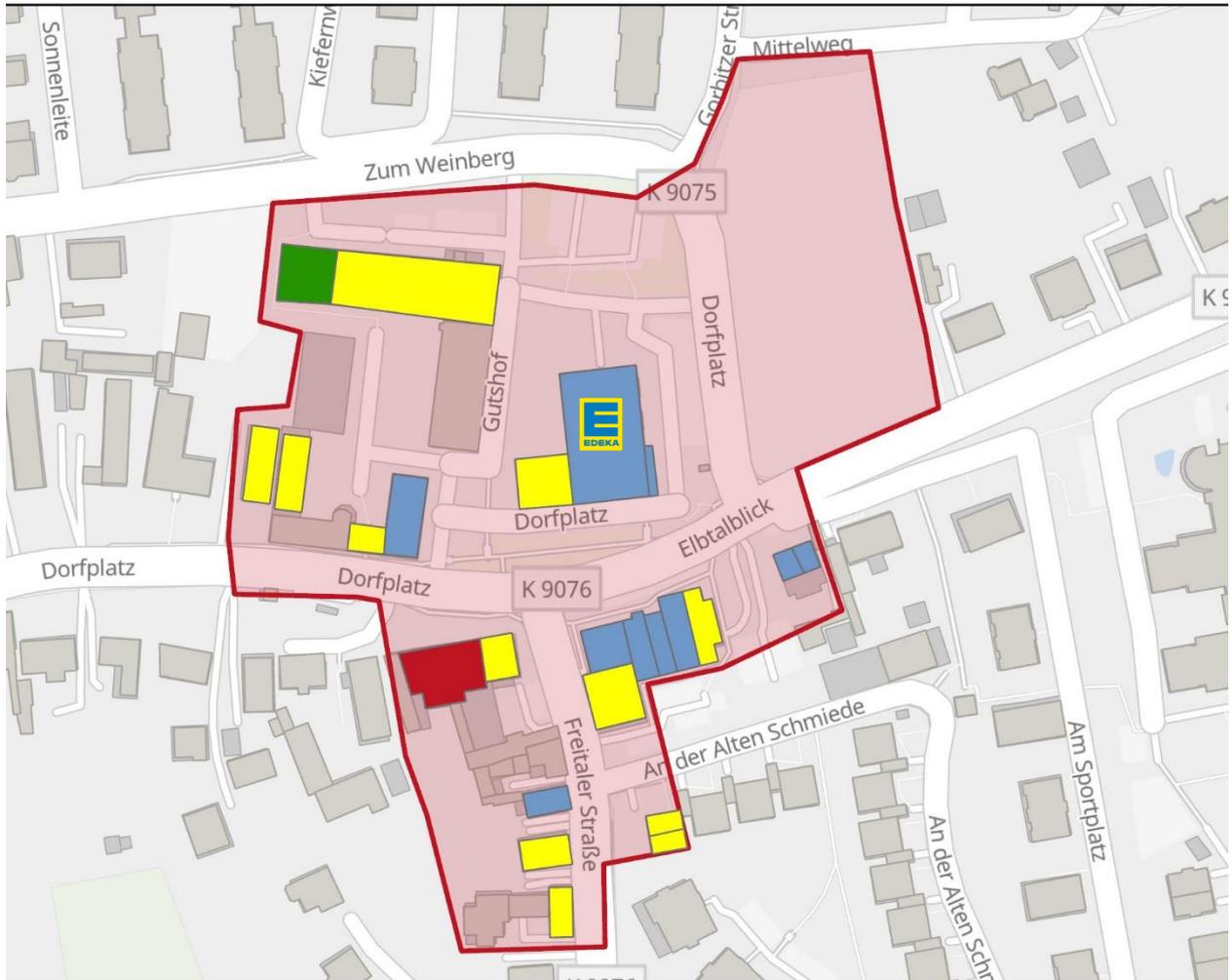
Quelle: Eigene Aufnahmen 2022

Schließlich sind in den Wohn- und Geschäftshäusern auf der Südseite des Nahversorgungszentrums mehrere kleinere Einzelhandelsgeschäfte (Blumen, Bäcker, Fleischer, Optiker, Schreibwaren) aber auch Post-

und Sparkassenfiliale, ein Gasthof sowie Ärzte ansässig, insgesamt mehr als 20 Anbieter / Gewerbetreibende.

Die attraktive Funktionsmischung sichert den Bestand des Zentrums durch entsprechende Kundenbindung vor Ort und hilft auch den mehrheitlich kleinteiligen Anbietern eine wirtschaftliche Tragfähigkeit zu erzielen.

Abbildung 34: Anbieter C-Zentrum Pesterwitz



**C-Zentrum Nahversorgungszentrum Pesterwitz**

- Dienstleistung
- öffentliche Einrichtung
- Einzelhandel
- Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich
- Gastronomie



Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2022

## 6.7. Integrierte Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger

### 6.7.1. Nahversorgungslagen

Nahversorgungslagen dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen und / oder wohnortnahen Nahversorgung im Stadtgebiet von Freital zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche. Sie zeichnen sich durch eine wohngebietsintegrierte Lage aus und beschränken sich in ihrer Funktion auf die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs. Sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten.

Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Freital wird ihre funktionale Bedeutung für die Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind definiert als Standorte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern, deren Angebotskonzept konzentriert sich auf nahversorgungsrelevante Sortimente, d.h. der Anteil nicht-nahversorgungsrelevanter Sortimente beträgt maximal 10%. Ergänzt werden die Lebensmittelmärkte durch Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) im Eingangsbereich.

Eine darüber hinausgehende Ergänzung durch Fachgeschäfte / Fachmärkte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment und / oder Dienstleistungen ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung und Ausstattung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante eigenständige Nahversorgungspotenzial abzustimmen. In diesem Kontext bedürfen Erweiterungen der vorhandenen Nahversorgungslagen stets des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).

In der Stadt Freital übernehmen die folgenden vier Standorte die Funktion einer Nahversorgungslage:

- Nahversorgungslage Carl-Thieme-Straße
- Nahversorgungslage Ooppelstraße
- Nahversorgungslage Poisentalsstraße
- Nahversorgungslage Rabenauer Straße.

### Nahversorgungslage Carl-Thieme-Straße

Die Nahversorgungslage Carl-Thieme-Straße liegt direkt nordöstlich des Bahnhofs Potschappel. Die Carl-Thieme-Straße ist eine wichtige Südwest-Nordost-Achse in Freital. Kernanbieter ist ein moderner NORMA-Lebensmitteldiscounter mit Bäcker und Fleischer in der Immobilie.

Die Nahversorgungslage erfüllt mit rd. 3.600 Personen im fußläufigen Einzugsgebiet wichtige Nahversorgungsfunktionen nördlich des Nahversorgungszentrums Potschappel und ist damit auch perspektivisch zu sichern.

**Abbildung 35: Abgrenzung Nahversorgungslage Carl-Thieme-Straße**

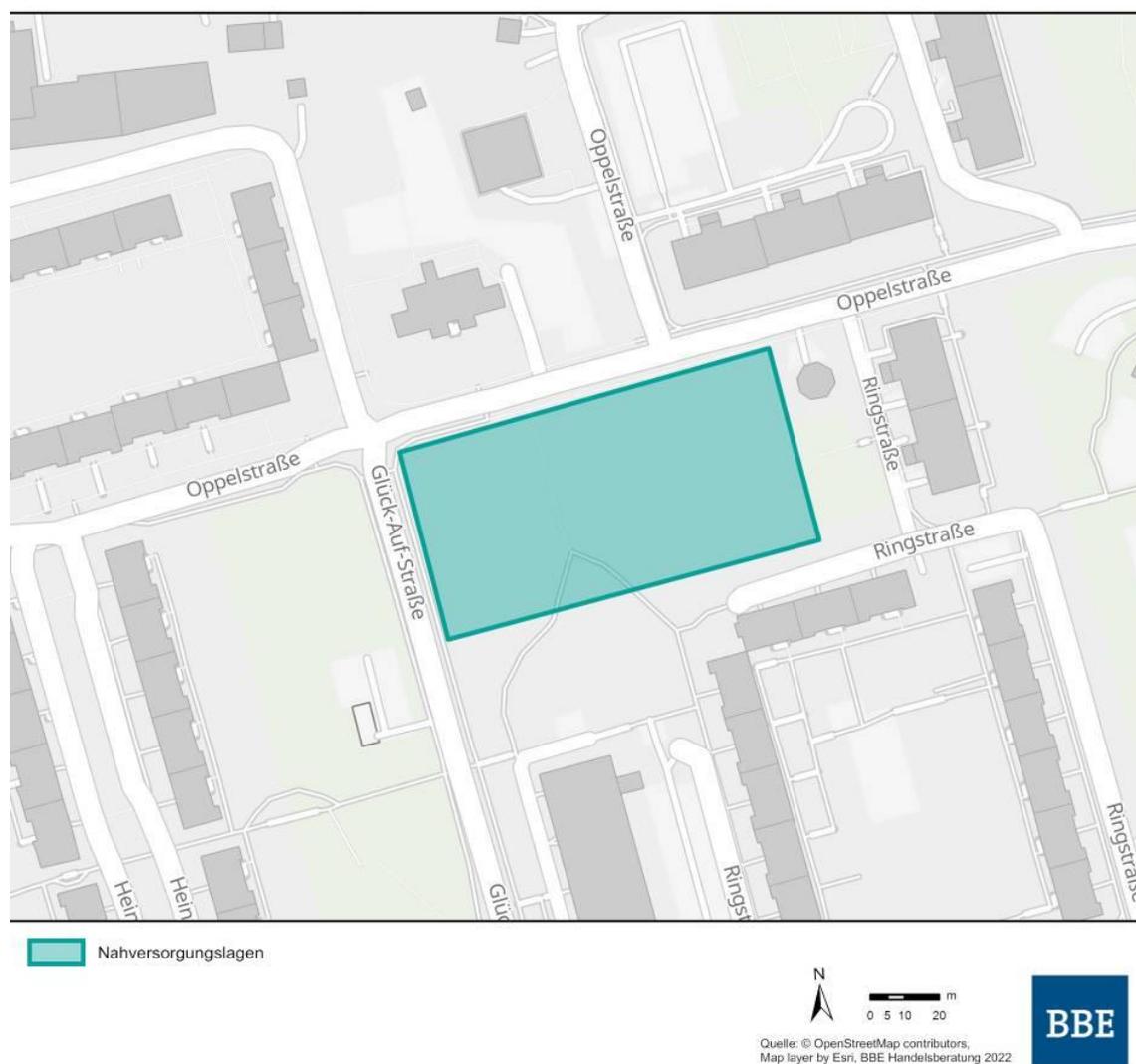


### Nahversorgungslage Oppelstraße

Die Nahversorgungslage unterstützt in Ergänzung zum C-Zentrum die fußläufige Nahversorgung im Stadtteil Zuckerode. Die Entfernung zwischen C-Zentrum und Nahversorgungslage beträgt ca. 500 m. Dabei orientiert die Versorgungsfunktion der Nahversorgungslage vorrangig auf das Neubaugebiet Zuckerode, eine Ausstrahlung in das dörfliche Zentrum ist von untergeordneter Bedeutung.

Der Standort befindet sich aktuell in Transformation. So sind ein Nahversorgungsstandort mit einem EDEKA-Vollsortimenter, einem Drogeriemarkt mit ergänzendem Bäckereicafé und weiteren Dienstleistern im Bau. Mit dem Neubau wird sich die Nahversorgung in Zuckerode qualifizieren und perspektivisch gesichert. Die Nahversorgungslage ist wichtigster, weil einziger Versorgungsstandort innerhalb des städtebaulich relativ autarken Neubaugebietes mit einem hohen Anteil älterer Bevölkerung.

### Abbildung 36: Nahversorgungslage Oppelstraße



### Nahversorgungslage Poisentalsstraße

Die Nahversorgungslage Poisentalsstraße umfasst den Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount mit integriertem Bäcker und den westlichen Friso-Getränkemarkt. Die Anbieter sichern gemeinsam die Nahversorgung für die Stadtteile von Schweinsdorf bis Niederhäslich.

Die drei Anbieter bieten zusammen eine quantitativ und qualitativ abgestimmte Nahversorgung für ihr relevantes Einzugsgebiet. Eine funktionale Erweiterung durch zusätzliche Anbieter ist räumlich kaum möglich, im Sinne der Versorgungsfunktion aber auch auszuschließen.

Mit ca. 2.000 Einwohnern in einem fußläufigen Umfeld bietet es ein gutes Nachfragepotenzial im südöstlichen Stadtgebiet.

**Abbildung 37: Abgrenzung Nahversorgungslage Poisentalsstraße**

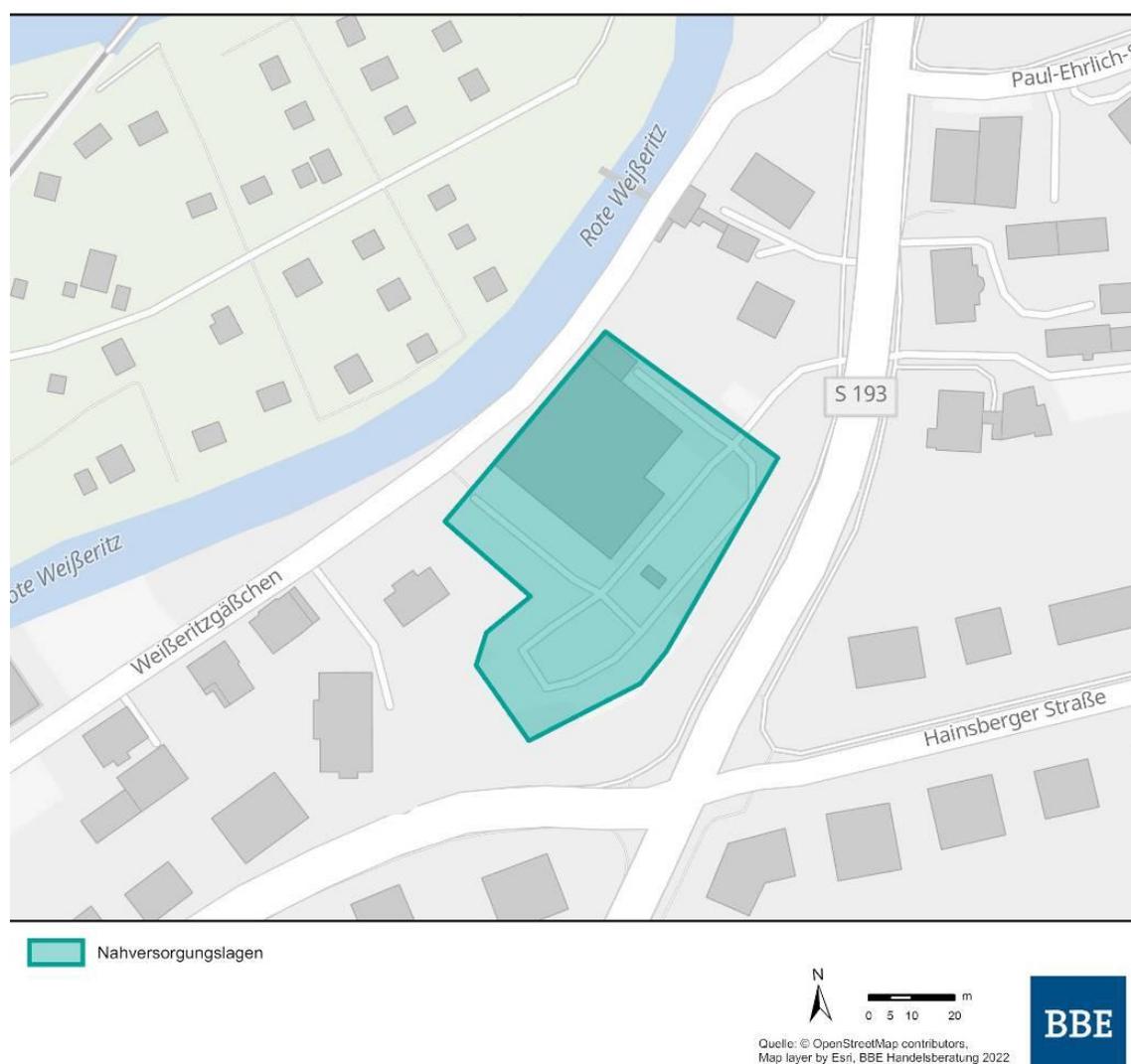


### Nahversorgungslage Rabenauer Straße

Die Nahversorgungslage im südlichen Freitaler Stadtgebiet sichert die Versorgung für den Stadtteil Hainsberg, mit weiterer Ausstrahlung bis in den Stadtteil Somsdorf. Dieses anzusprechende Versorgungsgebiet geht (insbesondere Somsdorf) deutlich über ein übliches, fußläufiges Einzugsgebiet hinaus, allerdings ist dieser Standort der einzige funktionale Nahversorger im südlichen Stadtgebiet. Als Lebensmittelmarkt ist zusätzlich noch der Große Supermarkt Kaufland im Ergänzungsstandort Weißeritzpark ca. 700 m entfernt) vertreten, als Großflächenbetriebsform zielt dieser aber auf andere Kunden- und Nachfragesegmente und übernimmt nur ergänzend partielle Nahversorgungsfunktionen.

Diese Nahversorgungslage (Rabenauer Str. 32) umfasst einen Lebensmittel-Discounter Netto mit einem Bäcker im Eingangsbereich.

### Abbildung 38: Abgrenzung der Nahversorgungslage Rabenauer Straße



### 6.7.2. Kleinteilige Nahversorger

In den Siedlungsgebieten von Freital abseits der dargestellten Nahversorgungsstandorte kann eine verbesserte wohnungsnah Versorgung zumeist nur über Kleinflächenkonzepte realisiert werden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. Dabei zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen: Einerseits sind die Einkaufsgewohnheiten aufgrund bisher fehlender Angebote oft auf Kaufkraftabfluss manifestiert (z.B. Einkauf in Verbindung mit dem Arbeitsweg) und erfordern entsprechende Akzeptanz eines neuen kleinteiligen Anbieters, andererseits steigt mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft generell der Nachfrageanteil unmittelbar vor Ort bzw. im unmittelbaren Wohnumfeld. Aus der demographischen Entwicklung leiten sich folglich Chancen für die Nahversorgung ab. Eine zunehmend ältere Bevölkerung ist an einer wohnungsnahen, zumindest aber wohnortnahen Versorgung nicht nur interessiert (u.a. soziale Aspekte), sondern auch bei rückläufiger Mobilität darauf angewiesen. Außerdem sind die zunehmende Sensibilisierung für Umweltbelastungen und die steigenden Kosten des motorisierten Individualverkehrs zu berücksichtigen, beide Aspekte tragen dazu bei, dass immer häufiger „unnötige Fahrten“ vermieden werden. Dennoch ist in einem wohngebietsintegrierten Standort mit begrenztem Kundenpotenzial die tatsächliche Nachfrageabschöpfung realistisch zu bewerten. Erzielbare Bindungsquoten liegen bei maximal 15-20% der jeweiligen Nachfrage. Ursachen für maximal erzielbare Bindungsquoten resultieren aus der Akzeptanz von Zeit-Distanz-Aspekten in Relation zum Einzelhandelsangebot durch den Konsumenten. Kunden orientieren sich verstärkt auf leistungsfähige Einzelhandelsstandorte, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln ist seitens der Kunden jedoch eine parallele Einkaufsstättenwahl zu beobachten. Durchschnittlich versorgen sich Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei 2,9 Betriebsformen<sup>20</sup>. Kleinteilige Nahversorgungsstrukturen müssen sich dabei die Kundenakzeptanz erarbeiten.

**„Kleinteilige Nahversorger“ sind als typische Art der baulichen Nutzung zu charakterisieren, mit einer eigenständigen Ausprägung. Sie stellen sich als Lebensmittel-Fachgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von bis zu 400 m<sup>2</sup> dar und unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Stadtteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Die Lebensmittel-Fachgeschäfte konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Convenience Stores.<sup>21</sup>**

Das Nahversorgungskonzept eröffnet somit ausdrücklich eine genehmigungsrechtliche Perspektive zur Einbindung kleinteiliger Nahversorgungsleistungen, da von diesen keine über das unmittelbare Umfeld hinausgehende, strukturprägende Wirkung und folglich keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

<sup>20</sup> HDE Handelsreport Lebensmittel 2020, S. 13

<sup>21</sup> vgl. zum Anlagentyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

## 6.8. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes Freital beitragen. Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an dezentralen Ergänzungsstandorten erfolgt grundsätzlich über Festsetzungen in Bebauungsplänen.

Nachfolgend werden für die bestehenden Ergänzungsstandorte der Stadt Freital

- Weißeritzpark (Einkaufszentrum),
- Wilsdruffer Straße (SB-Warenhaus und Fachmarktstandort),
- Schachtstraße (Bau- und Heimwerkermarkt),
- Freizeitpark Burgker Straße (tourismusorientierter Einzelhandel),

der aktuelle Anbieterbesatz, Standortlage und die Funktionseinbindung in das Einzelhandelskonzept skizziert sowie mit bestehenden planungsrechtlichen Festsetzungen abgestimmt.

### Ergänzungsstandort Weißeritzpark

Der Ergänzungsstandort liegt im südlichen Stadtgebiet, im Stadtteil Hainsberg. Als flächengrößter Einzelhandelsstandort von Freital mit umfassendem Branchen-Mix sind mit diesem Einkaufszentrum maßgeblich die regionale Ausstrahlung von Freital und die Übernahme mittelzentraler Versorgungsfunktionen verbunden. Diese Ausstrahlung begründet sich neben der Handelstätigkeit auch auf die Nachbarschaftslage zum Freizeitzentrum „HAINS“ mit Hallenschwimmbad, Bowling, Fitness- und Wellnessbereichen, Eislaufbahn und überdachten Tennisplätzen.

Die genaue Abgrenzung des Ergänzungsstandortes ist aus nachfolgender Abbildung ersichtlich. Das Einkaufszentrum umfasst aktuell eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 13.000 m<sup>2</sup>, insgesamt sind 39 Einzelhandelsanbieter eingebunden zzgl. Gastronomie, medizinische Dienstleistungen und weitere Dienstleistungen. Kernanbieter sind ein Kaufland SB-Warenhaus, ein Elektrofachmarkt Medimax, ein Modemarkt AWG sowie der Nonfood-Discounter Woolworth.

Wie aus Abschnitt 4.2 deutlich wurde, ist das Einkaufszentrum auch in wichtigen zentrenrelevanten Warengruppen dominanter Einzelhandelsstandort in Freital, so umfasst er 66% der Freitaler Verkaufsflächen für Bekleidung und 62% bei Schuhe/Lederwaren.

Für den Ergänzungsstandort gilt der Vorhaben- und Erschließungsplan „Umnutzung Buntgarnwerke Coßmannsdorf“ aus dem Jahr 1992. Diese planungsrechtliche Grundlage schließt neben dem Einkaufszentrum (Sondergebiet Handel) auch das benachbarte Freizeitzentrum (Sondergebiet Freizeit) ein. Als Ergänzungsstandort wird jedoch ausschließlich das Einkaufszentrum abgegrenzt.

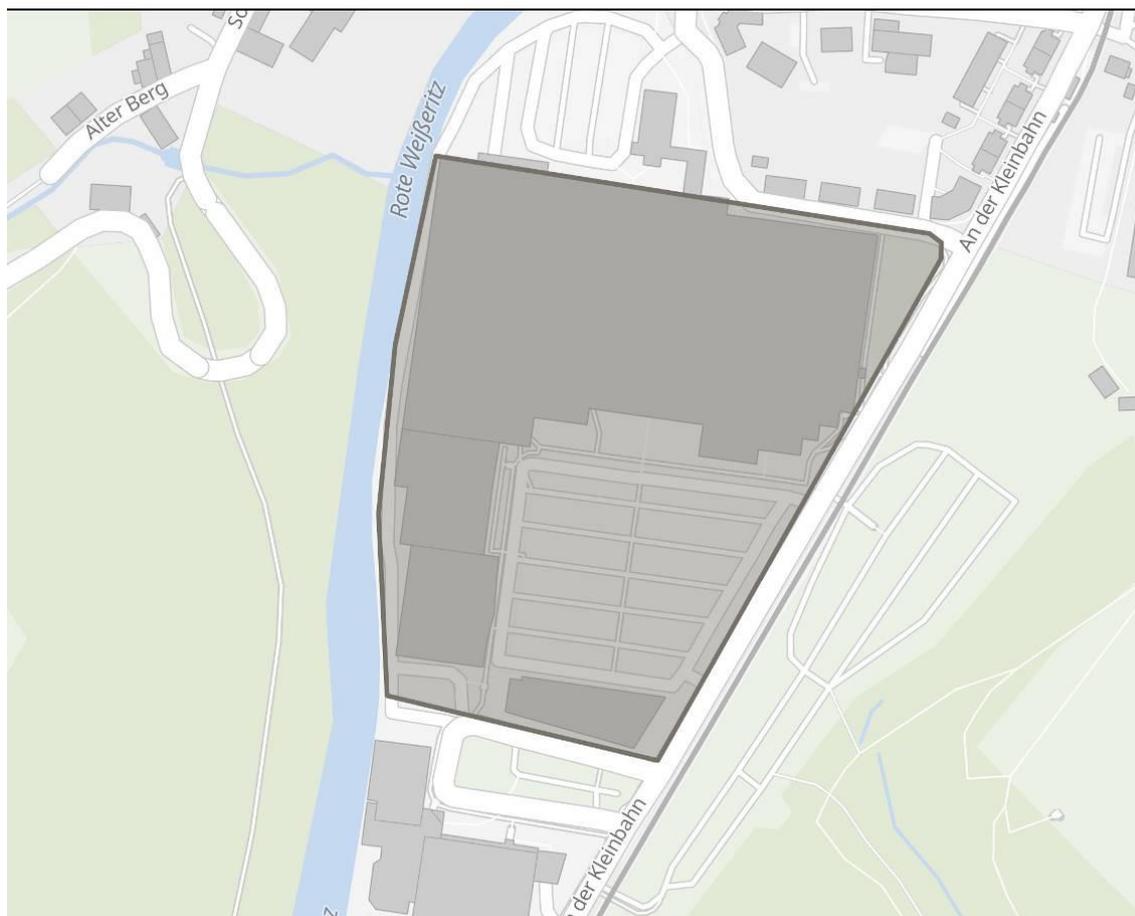
Zur Abstimmung des Ergänzungsstandortes Weißeritzpark auf die Zielsetzungen des vorliegenden Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes sind folgende Funktionszuweisungen mit nachfolgenden planungsrechtlichen Festsetzungen unumgänglich:

- Anpassung des VE-Planes aus 1992 an die aktuellen Funktionszuweisungen, einschließlich Abstimmung des aktuellen Anbieterbesatzes,
- Festschreibung der aktuellen Struktur aus großflächigen Anbietern (SB-Warenhaus und Fachmärkten) sowie kleinteiligen Anbietern – Vorrang in einer zukünftigen Weiterentwicklung für Fachmärkte, keine Erweiterung der kleinteiligen Angebotsstrukturen.

Der Ergänzungsstandort Weißeritzpark übernimmt auch zukünftig wichtige gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen, bleibt wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Großen Kreis-

stadt Freital. Zum Schutz des A-Zentrums ist es jedoch erforderlich, zukünftige Branchen- und Verkaufsflächenentwicklungen grundsätzlich auf deren Verträglichkeit mit den Entwicklungsperspektiven des A-Zentrums abzustimmen.

**Abbildung 39: Abgrenzung Ergänzungsstandort Weißeritzpark**



 Ergänzungsstandorte Großflächiger Einzelhandel



Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2022.



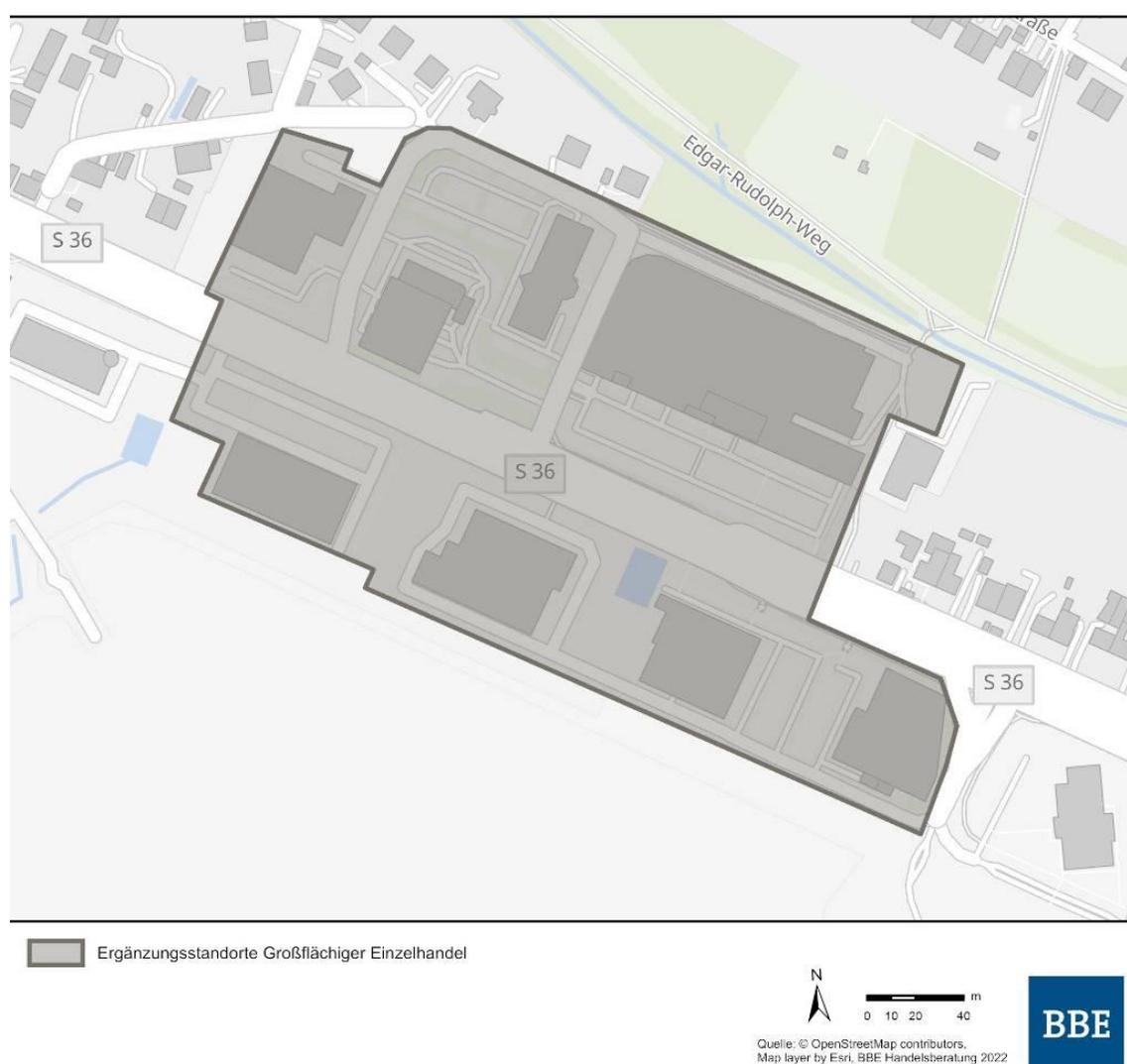
### Ergänzungsstandort Wilsdruffer Straße

Der Ergänzungsstandort liegt beiderseits der Wilsdruffer Straße zwischen dem C-Zentrum Potschappel (ca. 1,0 km entfernt) und dem C-Zentrum Zuckerode (ca. 850 m entfernt).

Dieser Ergänzungsstandort ist eine sukzessiv gewachsene Agglomeration aus einem Großen Supermarkt und weiteren Fachmärkten.

Die genaue Abgrenzung ist aus nachfolgender Abbildung ersichtlich, sie bezieht mehrere Gebäudekomplexe ein. Die planungsrechtliche Grundlage bilden zwei Bebauungspläne sowie ein Vorhaben- und Erschließungsplan.

**Abbildung 40: Abgrenzung Ergänzungsstandort Wilsdruffer Straße**



Der Komplex des Großen Supermarkts Kaufland bildet den Angebotsschwerpunkt auf der nördlichen Straßenseite der Wilsdruffer Straße. Zum Komplex mit knapp 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gehören neben dem Großen Supermarkt weiterhin ein AWG-Modemarkt, ein Schuh-Fachgeschäft sowie typische Konzessionäre. Dieser Komplex ist im rechtskräftigen Vorhaben- und Erschließungsplan „Wilsdruffer Straße / Am kleinen Weg“ aus dem Jahr 1992 als Sondergebiet ausgewiesen. Zum Geltungsbereich dieses VE-Planes gehört

ein weiteres Gewerbegebiet, welches die benachbarte Tankstelle (Shell) sowie ein weiterer Gewerbebetrieb einschließt.

Angrenzend zum Geltungsbereich liegt ebenfalls auf der nördlichen Seite der Wilsdruffer Straße ein Fachmarkt Wohnen & Einrichten (aktuell JYSK), welcher auf Grundlage §34 BauGB entstanden ist.

Für die Südseite der Wilsdruffer Straße liegen zwei Bebauungspläne (Wilsdruffer Straße Teilgebiet I und Teilgebiet II) vor, beide aus dem Jahr 1996. Sie kennzeichnen das Areal als Gewerbegebiet, in welchem Einzelhandel bis an die Grenze zur Großflächigkeit zulässig ist. Das Teilgebiet I schließt den Fachmarkt Auto-Teile-Unger (ATU) sowie das westlich gelegene Autohaus ein, letzteres ist nicht in die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes aufgenommen. Das Teilgebiet II umfasst das Gebäude mit einem Autohaus sowie den in 2010 neu entstandenen Elektro-Fachmarkt Expert. Der Elektro-Fachmarkt liegt mit einer Verkaufsfläche von knapp 1.000 m<sup>2</sup> bereits über der Grenze der Zulässigkeit von Einzelhandel in Gewerbegebieten.

Für die zukünftige Entwicklung steht der Bestandserhalt und dessen planungsrechtliche Absicherung im Vordergrund, ein weiterer Ausbau der Verkaufsflächen insbesondere mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auszuschließen. Zu empfehlen sind folgende Maßnahmen:

- Einbindung des Fachmarktstandortes Jysk in die planungsrechtliche Absicherung mit Schwerpunkt nicht-zentrenrelevanter Sortimente – Vermeidung einer potenziellen Branchenveränderung in Richtung zentrenrelevanter Sortimente,
- Ausweisung des Teilgebietes II an der Wilsdruffer Straße als Sondergebiet mit klaren Festsetzungen für den Elektrofachmarkt.

Ein weiterer Ausbau des Ergänzungsstandortes mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten kann aufgrund der räumlichen Nähe die Entwicklungsperspektiven des C-Zentrums Potschappel und den Bestand des C-Zentrums Zauckerode gefährden.

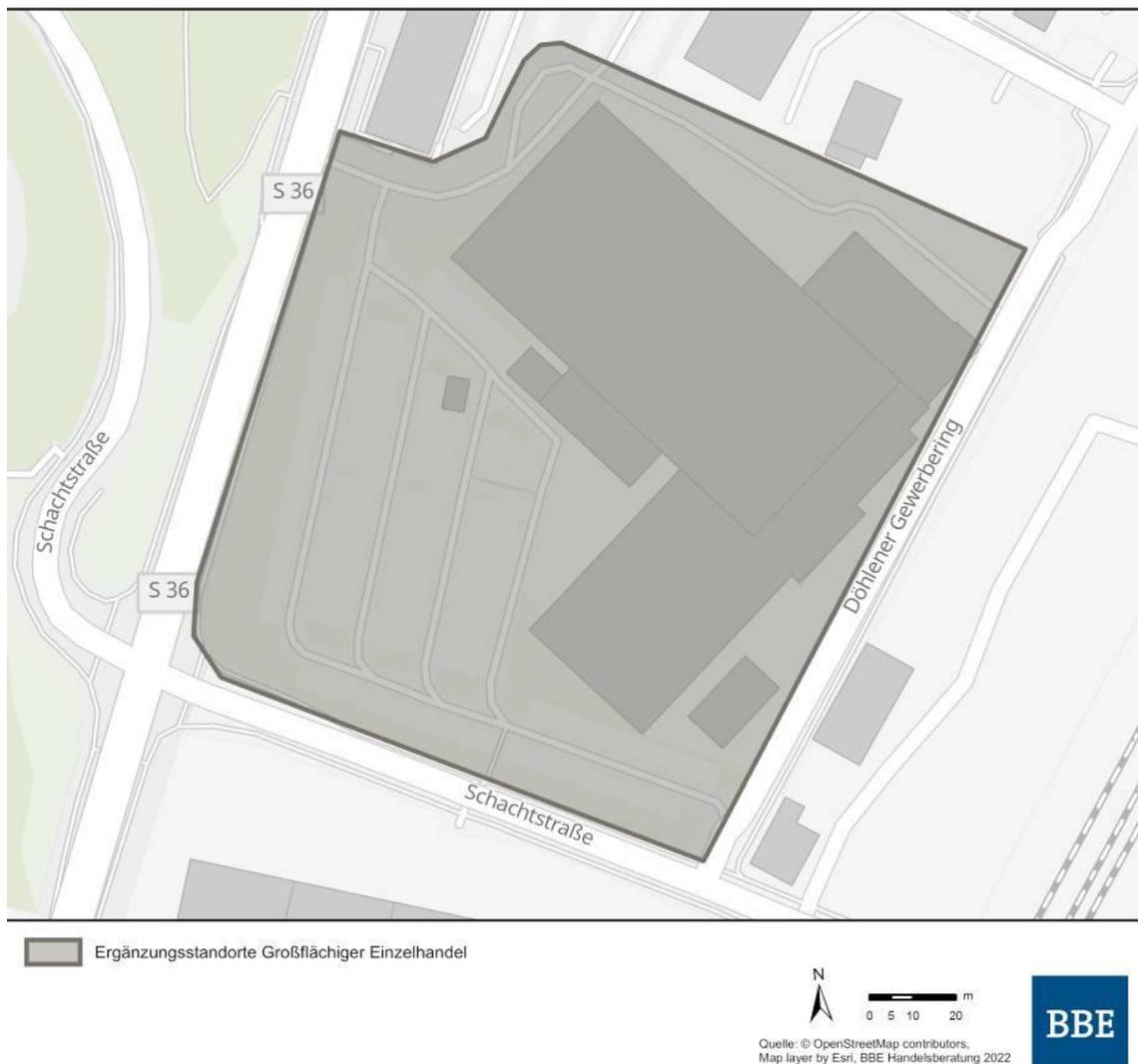
### Ergänzungsstandort Schachtstraße

Der Ergänzungsstandort kennzeichnet den Solitärstandort des toom-Baumarktes westlich der Bahnstrecke. Die Abgrenzung bezieht ausschließlich den Baumarktstandort ein.

Für diesen Ergänzungsstandort liegt kein rechtskräftiger Bebauungsplan vor, entstanden ist der Baumarkt auf Grundlage §34 BauGB.

Als einziger Baumarkt mit Gartencenter im Stadtgebiet Freital erfüllt dieser Ergänzungsstandort wichtige Versorgungsfunktionen und sollte in dieser Branchenstruktur erhalten bleiben.

### Abbildung 41: Abgrenzung Ergänzungsstandort Schachtstraße



### Ergänzungsstandort Einzelhandel & Freizeit Burgker Straße

Der Ergänzungsstandort liegt im östlichen Stadtgebiet, im Stadtteil Burgk. Er wurde bis zum Februar 2010 durch einen real-Verbrauchermarkt genutzt. Mittlerweile existiert mit Oskarshausen ein Anbieter für Einzelhandels- und Freizeit innerhalb und außerhalb der Immobilie.

Für den Zutritt zum Gesamtobjekt wird ein Eintrittsgeld erhoben. Das Konzept setzt sich aus mehreren maßgeblichen Bausteinen zusammen:

- **Attraktionen** (u.a. Rutschen, Karussell, Kindereisenbahn)
- **Manufakturen/Werkstätten** (Seifenblasen-Werkstatt, Holzwerkstatt mit Drechselstube, Porzellanmanufaktur)
- **Gastronomie** (u.a. Spachtelwerkstatt, Grill & Burger, Bäckerei Backfabrik)
- **Einzelhandel** (diverse Produkte aus den Warengruppen Spielzeug/Basteln, Glas/Porzellan/Keramik, Hausratsartikel, Geschenke und Lebensmitteln werden in Abstimmung zum Freizeitangebot verkauft)

Abbildung 42: Ergänzungsstandort Einzelhandel & Freizeit Burgker Straße



Die erlebnisorientierten Einzelhandelsverkaufsflächen innerhalb des Anbieters Oskarshausen haben eine maßgebliche wirtschaftliche Bedeutung für den Standort.

In Bezug zu den zentralen Versorgungsbereichen ist davon auszugehen, dass überwiegend von sich ergänzenden Angeboten ausgegangen werden kann, ohne unmittelbaren Zielgruppenwettbewerb. Diese Konstellation bietet jedoch die Chance möglicher Kopplungseffekte durch Ausflüge zu Oskarshausen.

Es wird empfohlen, die aktuelle Nutzung mit einem Schwerpunkt auf das Freizeitangebot planungsrechtlich abzusichern.

## **7. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Freital**

### **7.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente**

Um die Ansiedlung neuer und die Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe in Einklang mit den raumordnerischen und städtebaulichen Zielvorstellungen zu bringen, steht im BauGB und in der BauNVO ein geeignetes und ausdifferenziertes Steuerungsinstrumentarium zur Verfügung. Diese Instrumente müssen allerdings auch konsequent eingesetzt werden.

Für die planerische Steuerung von Standorten zur Neuansiedlung und / oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben bildet ein Einzelhandelskonzept eine unentbehrliche Grundlage, sowohl für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung als auch hinsichtlich der privaten Belange der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber. Dazu bestimmt das Einzelhandelskonzept neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional und legt eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste fest.

Dass ein solches städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist, wird vom Gesetz in § 9 Abs. 2a BauGB für einfache Bebauungspläne im unbeplanten Innenbereich noch einmal ausdrücklich eingefordert.

Über die Bauleitplanung werden die in dem Einzelhandelskonzept festgelegten, städtebaulich gewünschten Standorte durch entsprechende Baugebietsfestsetzungen abgesichert bzw. die Zulässigkeit der Nutzungsarten differenziert bestimmt. Dadurch kann dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten durch Verzicht auf Sondergebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte und durch Festsetzungen zum Ausschluss und zur Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels konsequent begegnet werden.

Ein besonderes Augenmerk gilt nach dem BauGB der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Dieses Anliegen ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 als wichtiger Planungsgrundsatz ausdrücklich erwähnt. In § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB ist im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes sichergestellt, dass sich Gemeinden auch auf die Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen und dadurch zentrenschädliche Planungen in der Nachbargemeinde abwehren können.

In § 34 Abs. 3 BauGB ist geregelt, dass von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Kann eine Betroffenheit zentraler Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden, ist eine Zulässigkeit von Einzelhandelsansiedlungen gegeben, wenn sich diese in die Eigenart der näheren Umgebung gemäß § 34 Abs. 1 BauGB oder § 34 Abs. 2 BauGB einfügen. Zum gezielten Schutz einer städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur ermöglicht der bereits erwähnte § 9 Abs. 2a BauGB ergänzend dazu Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im unbeplanten Innenbereich.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ergibt sich für den überplanten Innenbereich aus § 30 BauGB in Verbindung mit den Baugebietsfestsetzungen des jeweiligen Bebauungsplanes und den Baugebietsvorschriften der BauNVO. Von besonderer Bedeutung ist hierbei der § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach die darin aufgeführten Einzelhandelsgroßprojekte, also jene mit nicht nur unwesentlichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen, nur in Kerngebieten oder in eigens hierfür festgesetzten Sondergebieten zulässig sind. Die Ziele der Raumordnung ergeben sich aus den landes- und regionalplanerischen Festlegungen, die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bezieht sich auf die in § 1 Abs. 6 BauGB genannten städtebaulichen Belange. Neue städtebaulich und raumordnerische relevante Einzelhandelsgroßprojekte i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO in Bereichen außerhalb des Zentren- und Standort-

konzepts sind daher einfach durch einen Verzicht auf die entsprechende Sondergebietsfestsetzung zu unterbinden, innerhalb der Zentren ist die Funktionszuweisung gemäß Einzelhandelskonzept maßgeblich. Ein Anspruch auf eine Sondergebietsfestsetzung ist durch § 1 Abs. 3 Satz 2 BauGB ausdrücklich ausgeschlossen.

Das Kriterium der Großflächigkeit ist dabei von den Merkmalen städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen zu trennen. Sind diese Auswirkungen im konkreten Einzelfall durch ein Einzelhandelsgroßprojekt nicht zu erwarten, werden die entsprechenden Vorhaben auch nicht von den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst, der Nachweis einer städtebaulichen und/oder betrieblichen Atypik ist hierbei zwingend zu führen.

Eine planerische Steuerung kann jedoch auch für den nicht großflächigen Einzelhandel bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> notwendig sein. Dies gilt vor allem für Anbieter von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Steuerung ist auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (insb. Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auszurichten.

Hierzu können in festgesetzten Baugebieten Festsetzungen zum Ausschluss oder zur Beschränkung des (nicht großflächigen) nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB erforderlich werden. Auch vorhandene Einzelhandelsstandorte sind in die Überplanung einzubeziehen, da diese sich durch Erweiterungen oder nachfolgende Ansiedlungen zu Konkurrenzstandorten entwickeln und dadurch die zentralen Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungslagen gefährden können. Hier ist jeweils zu prüfen, ob noch ein erweiterter Bestandsschutz über Festsetzungen nach § 1 Abs. 10 BauNVO bzw. § 9 Abs. 2a BauGB gewährt werden kann oder ob eine Beschränkung auf den passiven Bestandsschutz (d. h. Beschränkung nur auf den genehmigten Bestand) erforderlich ist.

**Fazit:** Das vorliegende Einzelhandelskonzept stellt den zielgerichteten Ordnungsrahmen für all diese Planungen zur Verfügung. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, muss das Konzept konsequent bauleitplanerisch umgesetzt werden, indem einerseits städtebaulich wünschenswerte Vorhaben durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen planungsrechtlich ermöglicht und andererseits städtebaulich problematische Standortentwicklungen durch Ausschlussfestsetzungen in festgesetzten Baugebieten nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich nach § 9 Abs. 2a BauGB sowie durch die Überplanung von bestimmten Altstandorten vermieden werden.

## 7.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Freitaler Nachbarschaftsladen“

Das Einzelhandelskonzept verfolgt das grundlegende Ziel, durch gezielte Steuerung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebote mittels einer städtebaulich begründeten Zentren- und Standortstruktur die vier zu entwickelnden, zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe und wohngebietsintegrierte Grundversorgung zu schützen und weiterzuentwickeln. Gemäß § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB kann „für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Absatz 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden.“<sup>22</sup>

Der vollständige Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur kann jedoch in Einzelfunktionen auch der verbrauchernahen Grundversorgung entgegenstehen. Erforderlich ist eine Feingliederung der zu steuernden Einzelhandelsbetriebe. Gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO<sup>23</sup> besteht die Möglichkeit, einzelne Unterarten von Nutzungen mit planerischen Festsetzungen zu erfassen, falls sich hierfür besondere städtebauliche Gründe ergeben. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts des Landes Sachsen-Anhalt vom 21.09.2016 liegen besondere städtebauliche Gründe vor, wenn

*„... es spezielle Gründe gerade für die gegenüber Absatz 5 [Anmerkung: § 1 Abs. 5 BauNVO] noch feinere Ausdifferenzierung der zulässigen Nutzungen geben muss [...]. Gegenstand einer solchen Festsetzung können bestimmte Anlagentypen sein. Hiernach kann die Zulässigkeit auch nach der Größe der Anlagen, wie etwa der Verkaufs- oder der Geschossfläche von Handelsbetrieben, unterschiedlich geregelt werden. Den Anforderungen des § 1 Abs. 9 BauNVO entspricht eine solche Planung allerdings nur, wenn durch die Größenangabe bestimmte Arten von baulichen oder sonstigen Anlagen zutreffend gekennzeichnet werden.[...] Vielmehr muss die Gemeinde darlegen, warum Betriebe unter bzw. über den von ihr festgesetzten Größen generell oder doch jedenfalls unter Berücksichtigung der besonderen örtlichen Verhältnisse einem bestimmten Anlagentyp entsprechen. [...] Die Planungsfreiheit der Gemeinden ist dadurch begrenzt, dass sich die Differenzierungen auf bestimmte Anlagentypen beziehen müssen, die es in der sozialen und ökonomischen Realität bereits gibt“<sup>24</sup>*

Ein derartiger Anlagentyp kann ein ortsspezifischer Nachbarschaftsladen, im vorliegenden Fall der **Freitaler Nachbarschaftsladen**, sein.

Ziel einer eigenständigen Steuerung zur ausnahmsweisen Zulässigkeit des Freitaler Nachbarschaftsladens ist deren ergänzende Funktion einer verbrauchernahen Grundversorgung im Wohnumfeld, im Gegensatz zur Steuerung strukturprägender Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten und gesamtstädtischer Ausstrahlung, welche letztlich gezielt zur Stärkung zentraler Versorgungsbereiche gelenkt werden sollen.

Größendimensionierung und Versorgungsfunktion des Freitaler Nachbarschaftsladens bedingen sich gegenseitig und sind in dieser Wechselwirkung ein typisches Charakteristika als ortsspezifischer Anlagentyp. Die kleinteiligen Fachgeschäfte unterstützen jeweils in Teilbereichen eine wohnungsnahe Grundversorgung, tatsächlich nur auf das unmittelbare Wohnumfeld ausgerichtet.<sup>25</sup> Ihre Größendimensionierung ordnet sich

<sup>22</sup> vgl. BauGB § 9 Abs. 2a

<sup>23</sup> vgl. BauNVO § 1 Abs. 5 und Abs. 9

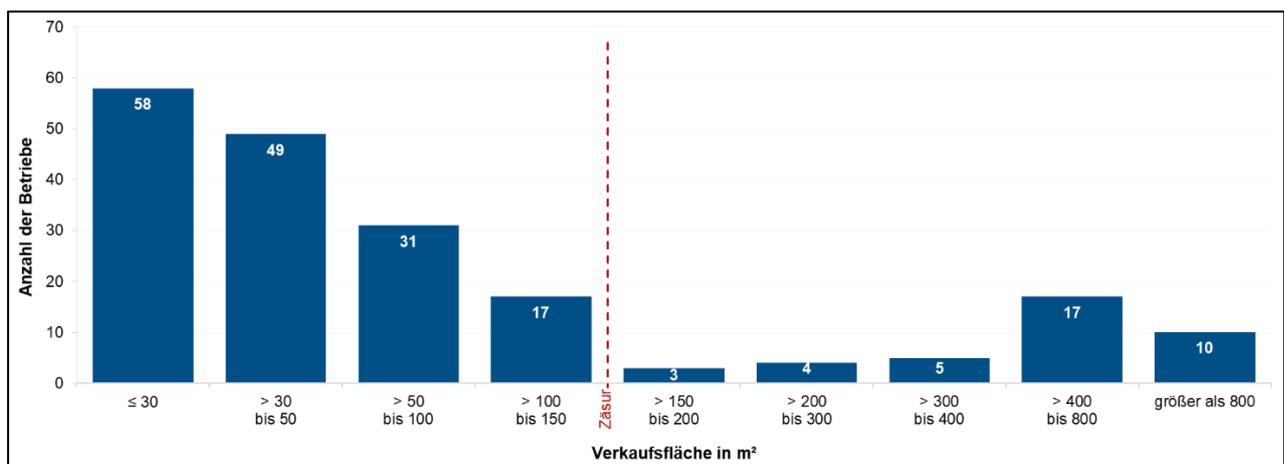
<sup>24</sup> vgl. Urteil Oberverwaltungsgericht des Landes Sachsen-Anhalt, Aktenzeichen 2K 113/14, vom 21.09.2016

<sup>25</sup> Beispiele sind u.a.: Bäcker oder Fleischer im Wohngebiet, Apotheke im Ärztehaus, aber auch Textil- oder Schuhfachgeschäfte mit höherer Sortimentsbreite bei geringerer Sortimentstiefe

sowohl in die gesamtstädtischen Angebotsstrukturen ein, spiegelt sich aber auch in der begrenzten Flächenstruktur der häufigen Geschäftsunterlagerungen in Wohn- und Geschäftshäusern wider.

Die deutliche Mehrzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Freital erweist sich als eher kleinstrukturierte Fachgeschäfte, eine deutliche Trennlinie zeichnet sich bei einer Größendimensionierung von 150 m<sup>2</sup> ab. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von unter 150 m<sup>2</sup> sind als tatsächlich überwiegend und flächendeckend existierende Betriebe einzuschätzen. Diese Betriebe finden sich gesamtstädtisch sowohl in der angestrebten Zentren- und Standortstruktur als auch an den sonstigen Standorten. Insgesamt 146 Anbieter bzw. 74% aller Einzelhandelsbetriebe sind dieser Größendimensionierung zuzuordnen (vgl. Abbildung auf der nächsten Seite).

**Abbildung 43: Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Freitaler Nachbarschaftsläden aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur**



Diese überwiegende Präsenz gilt sowohl für das A-Zentrum als auch für die C-Zentren Potschappel, Pesterwitz und sonstige Standorte. Von den 41 Geschäften des A-Zentrums gehören 80% zu diesen kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben (33 Anbieter). Bei den C-Zentren Potschappel und Pesterwitz sind es 92% und 90%. Von den 62 Einzelhandelsbetrieben an sonstigen Standorten gehören 86% zu diesem Betriebstyp.

Diese Verteilung ist ein wichtiges Indiz für die gesamtstädtische Verteilung kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe. Nur im C-Zentrum Zauckerode, an den Ergänzungsstandorten und Nahversorgungslagen ist deren Präsenz erwartungsgemäß geringer.

Lediglich 26% aller Einzelhandelsbetriebe (50 Einzelhandelsbetriebe zum Stand November 2022) in Freital verfügen über eine Verkaufsfläche ab 150 m<sup>2</sup>. Im Hauptgeschäftszentrum sind es mit 20% weniger Betriebe mit einer Verkaufsfläche über 150 m<sup>2</sup>. Insgesamt sind der im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur (Zentren, Nahversorgungslagen, Ergänzungsstandorte) aber 41 dieser Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 150 m<sup>2</sup> zuzuordnen.

Einzelanbieter ab 150 m<sup>2</sup> können folglich für die Stadt Freital bereits als strukturprägende Anbieter fungieren, sind also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen.

Wichtig ist in diesem Kontext der Blick auf jene Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment, darunter summieren sich insgesamt 41 Einzelhandelsbetriebe bzw. 21% des Freitaler Einzelhandels. Von diesen struktur- und zugleich zentrenprägenden Betrieben finden sich 30 außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Insbesondere am Ergänzungsstandort Weißeritzpark befindet sich mit 16 derartigen Betrieben ein hoher Besatz, allerdings sind auch den Ergänzungsstandorten in die städtebaulich angestrebte, funktionsteilige Zentren- und Standortstruktur eingebunden. Lediglich 5 Betriebe sind sonstigen Streulagen zuzuordnen.

**Abbildung 44: Verteilung der Freitaler Nachbarschaftsläden und der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe in der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur**

	Betriebe < 150 m <sup>2</sup>		Betriebe ≥ 150 m <sup>2</sup>		davon mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment	
	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	146	<b>74%</b>	50	<b>26%</b>	41	<b>21%</b>
A-Zentrum Deuben	33	<b>80%</b>	8	<b>20%</b>	5	<b>12%</b>
C-Zentrum Potschappel	12	<b>92%</b>	1	<b>8%</b>	1	<b>8%</b>
C-Zentrum Zauckerode	2	<b>33%</b>	4	<b>67%</b>	4	<b>67%</b>
C-Zentrum Pesterwitz	9	<b>90%</b>	1	<b>10%</b>	1	<b>10%</b>
Weißeritzpark	23	<b>59%</b>	16	<b>41%</b>	16	<b>41%</b>
Wilsdruffer Straße	5	<b>45%</b>	6	<b>55%</b>	4	<b>36%</b>
Nahversorgungslagen	6	<b>55%</b>	5	<b>45%</b>	5	<b>45%</b>
sonstige	56	<b>86%</b>	9	<b>14%</b>	5	<b>8%</b>

Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis der Analyse zum Einzelhandelsbesatz

Hier wird erneut die für Freital typische Tendenz der Angebotsstrukturen von Freital sichtbar, dass sich größere Anbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden. Gerade deshalb sollten zukünftig strukturprägende Anbieter in ihrer Standortwahl städtebaulich gesteuert werden. Diese Steuerung maßgeblicher nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote gehört zu den ausdrücklichen Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Dagegen ist der kleine Freitaler Nachbarschaftsladen eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Freital. Vom Freitaler Nachbarschaftsladen gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.

Der Freitaler Nachbarschaftsladen ist zusammenfassend wie folgt charakterisiert:

- Gesamtstädtisch anzufinden an städtebaulich integrierten Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld,
- Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 150 m<sup>2</sup>, abgestimmt auf die Versorgungsfunktion und die typischen Verkaufsraumstrukturen im Wohnumfeld,
- traditionell als Funktionsunterlagerung in Wohn- und Geschäftshäusern – untersetzt Funktion und Größendimensionierung,
- breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Schuhreparatur),
- zielt auf eine verbrauchernahe Grundversorgung ab, im Sinne einer erweiterten Grundversorgung auch im mittelfristigen Bedarfsbereich (keine Spezialgeschäfte),
- unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld,
- keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Freital,
- unterstützt die Abstimmung der städtebaulichen Ziele einer Zentrenentwicklung und der verbrauchernahen Grundversorgung.

### 7.3. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Freitaler Liste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese vorrangig in die städtebaulich gewünschte Zentren- und Standortstruktur von Freital einzubinden, bzw. die ohnehin begrenzten Entwicklungschancen der zentralen Versorgungsbereiche nicht durch weitergehende Entwicklungen an Ergänzungs- bzw. sogar an Streustandorten zu gefährden.

**Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines Hauptgeschäftszentrums prägend und daher für einen starken und intakten zentralen Versorgungsbereich bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in Zentren führen kann.

Die Einstufung als „zentrenrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einem Hauptgeschäftszentrum oder Ortskern vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in zentralen Versorgungsbereichen von Freital angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch in den zentralen Versorgungsbereichen umsetzbar sind, sollen diesem auch vorbehalten bleiben. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung in Freital existenziell wichtig. Ungeachtet der Entwicklung der Nachfragepotenziale und Bindungschancen ist eine Präferenz des zentralen Versorgungsbereichs Deuben anzustreben, unabhängig von der Frage, ob das einzelne Sortiment gegenwärtig stärker in Deuben oder an Ergänzungsstandorten vertreten ist. Eine Konzentration künftiger Entwicklungschancen auf das Hauptgeschäftszentrum Deuben ist die übergeordnete Zielsetzung zur Herausbildung eines lebendigen Zentrums.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

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

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in zentralen Versorgungsbereichen vertreten sind und für deren Angebotspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

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

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

Diese als integrierte Nahversorgungslagen oder kleinteilige Nahversorger in das Zentrenkonzept aufgenommenen Standorte (vgl. Abschnitt 6.7) konzentrieren sich ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß der nachfolgend aufgestellten „Freitaler Liste“.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.2002 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

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

### **Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren**

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment "Getränke" als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Speziell für die Stadt Freital ist eine derartige Zulässigkeit ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit zu begrenzen. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemarkte können im zentralen Versorgungsbereich oder in den Nahversorgungslagen integriert werden.

### **Tiernahrung/ Zooartikel**

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf" werden gegenwärtig in Freital vorwiegend in den beiden Fachmärkten sowie in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt. Eine dominante Wettbewerbsposition nehmen dabei die beiden Große Supermärkte und die Fachmärkte am Ergänzungsstandort Weißeritzpark sowie C-Zentrum Zuckerode ein. Im A-Zentrum ist kein Fachhandel vertreten.

Folglich haben die Sortimente „Heimtiernahrung“, „Zoologischer Bedarf“ und „Lebende Tiere“ für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine untergeordnete Bedeutung, sie werden insgesamt für Freital als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

### **Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie**

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

### **Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel**

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen. Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als zentrenrelevant anzusehen.

### **Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher**

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz. Kleinteiliger Fachhandel befindet sich in Freital bereits im A-Zentrum (Papeterie und Buchhandlung im Zentrum Deuben) sowie im C-Zentrum Pesterwitz (Schreibwarengeschäft) und kann zukünftig maßgeblich zur Entwicklung der Zentren beitragen.

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

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

### **Sportartikel (ohne Campingartikel)**

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Derzeit ist kein vollwertiger Fachhandel in Freital vertreten. Die Einstufung als zentrenrelevant sichert somit zukünftige Entwicklungen ab.

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

### **Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel**

Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind in den zentralen Versorgungsbereichen von Freital, wie in fast allen anderen Kommunen, kaum vertreten oder werden nur als Teil- oder Aktionsassortiment geführt.

Maßgebliches Angebot geht jedoch vom toom-Baumarkt oder dem Fachmarkt Jysk aus. In starkem Maße unterliegt Freital der Ausstrahlung großer Einrichtungshäuser in Dresden.

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

### **Gartenbedarf**

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, Topfpflanzen und Pflanzgefäße werden grundsätzlich vor allem über Gartencenter / Gärtnereien verkauft, die aufgrund ihrer niedrigen Flächenproduktivität und ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Die Waren des Gartenbedarfs werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Schnittblumen werden dagegen zumeist über Fachgeschäfte verkauft, sind daher grundsätzlich als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen, durch ihre Kopplung an das typische Nachfrageverhalten der Verbraucher für den täglichen Bedarf sind sie zugleich als nahversorgungsrelevant einzustufen. Letztere Festlegung erlaubt in der Stadt Freital auch die Einbindung von Blumenläden in Nahversorgungsstandorte.

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

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Freital zwar an verschiedenen Standortlagen angeboten, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Freitaler Liste“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Freital vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008). Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Hierarchiestufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig dem Hauptgeschäftszentrum vorbehalten. Nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente bilden darüber hinaus den Kern der Nahversorgungsstrukturen für Freital.

Tabelle 10: „Freitaler Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

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

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

## 7.4. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Freital

Der Erhalt und die Stärkung von Freital als Mittelzentrum sind untrennbar mit der Entwicklung der Versorgungsstruktur von Freital verknüpft. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf den Erhalt und die Weiterentwicklung des Hauptgeschäftszentrum Freital-Deuben.

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

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

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

### **Handlungsschwerpunkt 1 – Priorität der Entwicklung des A-Zentrums Hauptgeschäftszentrum Deuben**

**Die Geschäftsstraße in Freital-Deuben besitzt oberste Priorität als erlebbares Versorgungszentrum mit Stadtidentität für Einwohner und Besucher. Der Handel besitzt eine Schlüsselrolle für attraktive Geschäftsstraßen und deren Perspektiven, folglich sind Investitionen vorrangig auf das A-Zentrum zu lenken. Die Versorgungsfunktionen sollten in Wechselbeziehung mit dem Ergänzungsstandort Weißeritzpark wahrgenommen werden.**

Die Weiterentwicklung von Freital als mittelzentrale Einkaufsstadt ist aufgrund der bestehenden Stadtstruktur und einer bereits bestehenden Dominanz dezentraler Ergänzungsstandorte vorrangig durch attraktive Geschäftszentren mit einem verdichteten, profilierten Einzelhandelsbesatz zu erzielen. Die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern und im A-Zentrum zu konzentrieren ist zwingend, um auch zukünftig Kundenströme gezielt in den zentralen Versorgungsbereich zu lenken und somit das für die Stadtstruktur und Stadtidentität wichtige, traditionelle Versorgungszentrum weiter zu entwickeln. Diese Fokussierung dient deren Sicherung und Weiterentwicklung im kommunalen und regionalen Standortwettbewerb. Chancen liegen in einer höheren Eigenbindung der örtlichen Kaufkraft von Freital, also in der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen in Richtung Dresden.

### **Handlungsschwerpunkt 2 - Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen auf zentrale Versorgungsbereiche in hierarchischer Abstufung (A-Zentrum prioritär, nachrangig C-Zentren im Rahmen ihrer Versorgungsfunktion)**

Die ortsspezifische „Freitaler Liste“ (vgl. Definition der zentren-, nahversorgungsrelevanten- und nicht zentrenrelevanten Sortimente) ist ein wesentliches Instrument zur städtebaulich verträglichen Entwicklung des Einzelhandels.

In der Regel sollten Betriebe mit zentrenrelevanten Umsatzschwerpunkten nur auf zentrale Versorgungsbereiche beschränkt werden, wobei nachrangig gegliederte Zentren auch nur funktionsgerechte Betriebsformen und Größenordnungen aufweisen sollten, d.h. in den Nahversorgungszentren sind ausschließlich zentrenrelevante Ergänzungsangebote zu den überwiegend nahversorgungsrelevanten Anbietern eingebunden. Entwicklungen in den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels dürfen die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsperspektiven der zentralen Versorgungsbereiche nicht einschränken.

### **Handlungsschwerpunkt 3 - wechselseitige Standortentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche mit den Ergänzungsstandorten**

Die Ergänzungsstandorte, darunter vor allem das Einkaufszentrum Weißeritzpark, erfüllen bereits gegenwärtig wichtige gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen für das Mittelzentrum Freital. Das A-Zentrum Deuben ist in diese Versorgungsfunktionen stärker einzubinden, durch eigenständige Angebotsverdichtung und Angebotsprofilierung.

Die Ergänzungsstandorte sollen jene Entwicklungsperspektiven aufgreifen, die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind. Vor diesem Hintergrund ist eine zukunftsfähige Weiterentwicklung der Angebotsstruktur der Einzelhandelsstandorte zu unterstützen, für zentrenrelevante Sortimente gilt dies aber nur unter der Voraussetzung, dass die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsperspektiven das A-Zentrum nicht beschnitten wird. Die planungsrechtliche Festsetzung von Sortimenten und deren maximale Verkaufsflächendimensionierung sind deshalb zwingend notwendig. Der Nachweis einer verträglichen Weiterentwicklung ist zu führen.

### **Handlungsschwerpunkt 4 - Ergänzung einer flächendeckenden Nahversorgung durch die Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger**

**Die Nahversorgungslagen ergänzen den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung im Stadtgebiet. Deren Angebotsstrukturen sind vorrangig auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten. In Wohnlagen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.**

Die Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung, die aufgrund der Stadtstruktur von Freital sehr differenzierte Anforderungen stellt. Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Freital wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind begrenzt auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt durch nahversorgungsrelevante Fachgeschäfte / Fachmärkte und Lebensmittelhandwerk.

Eine Weiterentwicklung sowie Ergänzung und Neuausweisung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich wenn diese:

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

In peripheren Stadtteilen und kleineren Wohngebietslagen kann durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden, folglich unterstützt die Stadt Freital auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen in weiteren Wohngebieten.

Kleinteilige Nahversorger sind Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Lebensmittel, ausgerichtet auf das unmittelbare Wohnumfeld. Ihre Größendimensionierung ist auf eine wirtschaftliche Tragfähigkeit als Lebensmittelhandel abgestimmt, sie kann auch über den Anlagentyp des „Freitaler Nachbarschaftsladens“ hinausgehen. Sie sind in diesem Sinne vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Convenience-Stores.

### **Handlungsschwerpunkt 5 – Zulässigkeit des Freitaler Nachbarschaftsladens**

**Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von über 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, den ausgewiesenen, integrierten Nahversorgungsstandorten und den planungsrechtlichen Festsetzungen für Ergänzungsstandorte ist folglich nur zulässig, wenn diese dem Betriebs- und Anlagentyp eines „Freitaler Nachbarschaftsladens“ zuzuordnen sind.**

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Freital. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 150 m<sup>2</sup> sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Freitaler Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Freital. Vom diesem Betriebs- bzw. Anlagentyp gehen keine negativen Auswirkungen auf die vier zentralen Versorgungsbereiche aus (vgl. Abschnitt 7.2).

Einzelanbieter mit Verkaufsflächen über 150 m<sup>2</sup> sind dagegen für die Stadt Freital bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für die zentralen Versorgungsbereiche anzusehen.

Folglich können bereits große Fachgeschäfte mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten zu erheblichen Wettbewerbseinflüssen führen und sind dementsprechend in die ausgewiesene Zentren- und Standortstruktur entsprechend deren Funktionszuweisung anzusiedeln.

### **Handlungsschwerpunkt 6 - Begrenzung der Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**

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

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

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Handlungsschwerpunkt 5 (Freitaler Nachbarschaftsläden).

oder:

- Die Anbieter sind als kleinteilige Nahversorger (=Lebensmittel-Fachgeschäfte mit Wohngebietsbezug) zu charakterisieren, gemäß Handlungsschwerpunkt 4.

oder:

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Freitaler Liste“ zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 150 m<sup>2</sup> begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche verbunden ist. Auch Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollten bevorzugt auf die Ergänzungsstandorte gelenkt werden, die in die Standortstrukturen integriert und als Entwicklungsstandorte ausgewiesen sind (Konzentration).
- Ausnahmsweise zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichen Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Freitaler Liste“) führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

Bei Ansiedlungsvorhaben mit ausnahmegeregelter Zulässigkeit muss der Antragsteller über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche verbunden ist.

### **Handlungsschwerpunkt 7 - Planungsrechtliche und/oder genehmigungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte**

**In den bestehenden Ergänzungsstandorten werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollten.**

### **Handlungsschwerpunkt 8 – Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:**

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

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



BBE Handelsberatung GmbH

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'U. Kollatz'.

i. V. Dr. Ulrich Kollatz

Gesamtleitung

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Richard Engel'.

i. V. Richard Engel

Projektleitung

Leipzig, 27. März 2023

## **8. Anlage: Zentrenpässe Freital**

### **Verzeichnis der Anlagen**

Zentrenpass A-Zentrum Geschäftsstraße Deuben

Zentrenpass C-Zentrum Nahversorgungszentrum Potschappel

Zentrenpass C-Zentrum Nahversorgungszentrum Zauckerode

Zentrenpass C-Zentrum Nahversorgungszentrum Pesterwitz

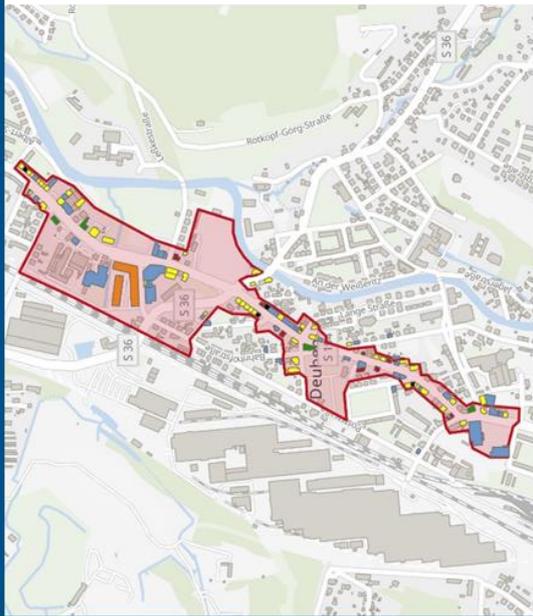
## A-Zentrum Hauptgeschäftszentrum Deuben

**Lage:** Das straßenbegleitende Geschäftszentrum Deuben erstreckt sich über einen Abschnitt der Dresdner Straße von 1,5 km. Dieser ähnelt einer „Knochenstruktur“ mit zwei Funktionsschwerpunkten am südlichen Ende und im nördlicheren Bereich. Der als zentraler Versorgungsbereich fungierende Straßenabschnitt der Dresdner Straße liegt zwischen den Kreuzungsbereichen mit der Bürgerstraße im Süden und mit der Straße Am Glaswerk im Norden.

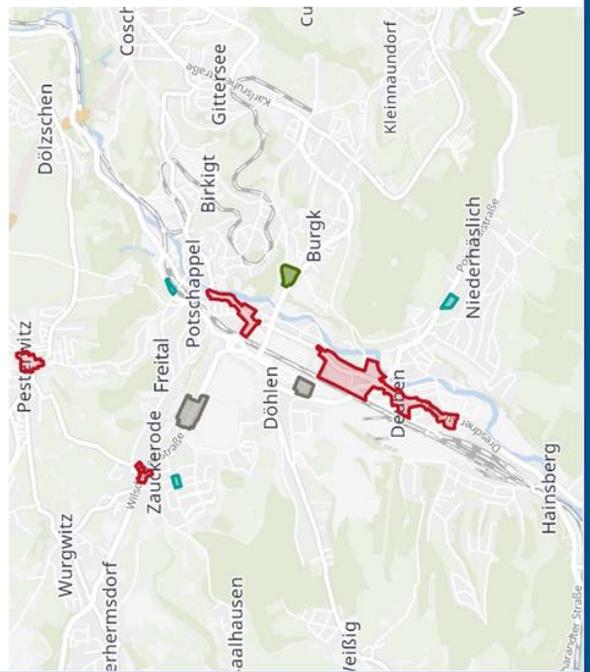
**Versorgungsfunktion:** Geschäftszentrum mit umfassenden Grundversorgungsfunktionen. Ergänzende Fachgeschäfte des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs sichern ein breites Angebotspektrum. Weitere Konzentration multifunktionaler Nutzungen mit einem ausgeprägten Branchenmix bis in den spezialisierten höheren Bedarf.

**Einzugsgebiet:** gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung in den Mittelbereich

### Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich



### Lage in Freital



### Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Der aktuelle Einzelhandelsbesatz im A-Zentrum Deuben verfügt über 5.970 m<sup>2</sup> Einzelhandelsfläche verteilt auf 33 Anbieter. Diese Flächenausstattung ist im Schwerpunkt auf drei Lebensmittelmärkte zurückzuführen, der Discounter Penny in Verbindung mit dem City-Center am nördlichen Schwerpunkt des A-Zentrums sowie als bisherige Standortagglomeration der Discounter ALDI und der Supermarkt REWE am südlichen Rand.

Entwicklungsschwerpunkt bildet der nördliche Teilbereich mit dem Areal „Sächsischer Wolf“. Weitere Potenzialflächen finden sich zwischen der Gärtnerei Nietzold und der Schachtstraße, zwischen der Mozartstraße und dem Goethepark sowie durch Nachnutzungen in Bestandsstrukturen.

### Angebotsstruktur

(Stand November 2022)

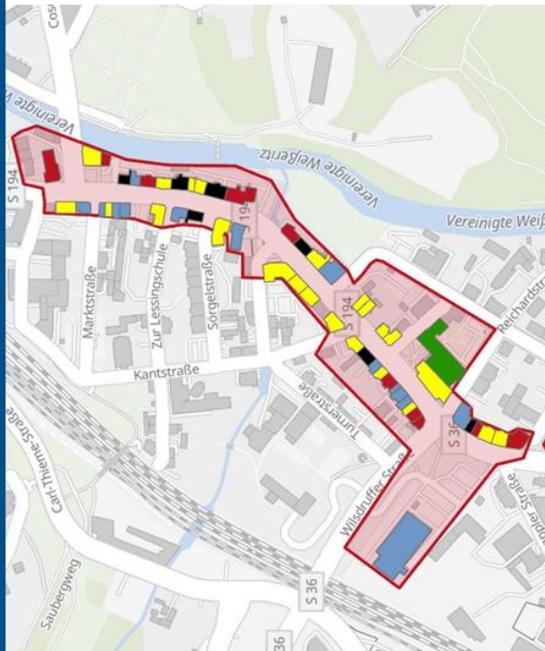
Nahrungs- & Genussmittel	3.025 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	480 m <sup>2</sup>
Blumen, Heimtier	70 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	110 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	265 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	5 m <sup>2</sup>
Heimwerkerbedarf, Garten	200 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	45 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	1.340 m <sup>2</sup>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	460 m <sup>2</sup>
Elektrowaren	
UE, Kommunikation, PC	70 m <sup>2</sup>
Foto / Optik / Akustik	110 m <sup>2</sup>
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	40 m <sup>2</sup>

### C-Zentrum Nahversorgungszentrum Potschappel

**Lage:** Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Dresdner Straße zwischen der Goethestraße (südliche Grenze) und der Straße Am Markt (nördliche Grenze). Die Abgrenzung orientiert sich an einem funktional zusammenhängenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich. Das langgestreckte Zentrum weist in seiner maximalen Ausdehnung 550 m auf.

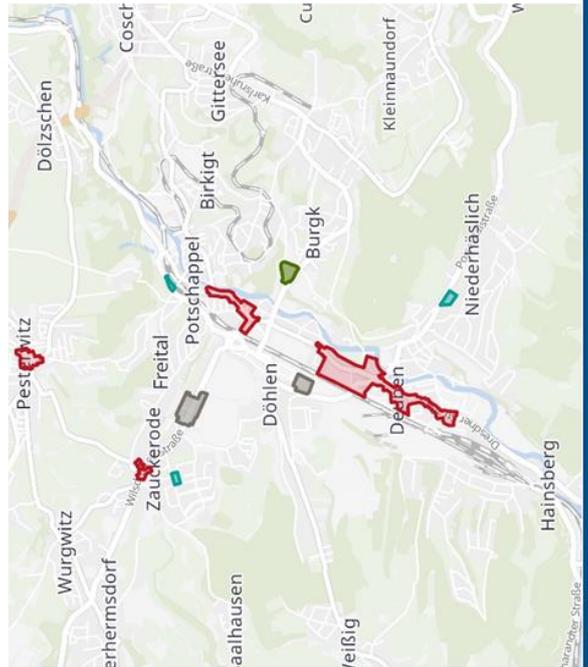
**Versorgungsfunktion:** Als Magnetanbieter für die Nahversorgungsfunktion fungiert der Lebensmittelcounter im südlichen Teilbereich, dieser wird ergänzt von Einzelhändlern, Dienstleistern und Gastronomen im nördlichen Verlauf der Dresdner Straße.

**Einzugsgebiet:** hauptsächliche Ausstrahlung auf den Ortsteil Potschappel



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage in Freital



**Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:**  
 Das Nahversorgungszentrum Potschappel verknüpft die Magnetfunktion eines Lebensmittelmarktes (aktuell LIDL) mit einem breiten Branchenmix kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe, Dienstleister und Gastronomie.  
 Die kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen des zentralen Versorgungsbereichs werden immer wieder von Leerständen und Branchen unterbrochen, dies führt insgesamt zu einer abnehmenden Wertigkeit des Einzelhandelsstandorts.

Entwicklungsziele liegen in einer Revitalisierung der Leerstände, damit Verdichtung der Angebotsstrukturen entlang der Dresdner Straße und somit Steigerung der Attraktivität als erlebbares Zentrum für den Ortsteil Potschappel.

### Angebotsstruktur (Stand November 2022)

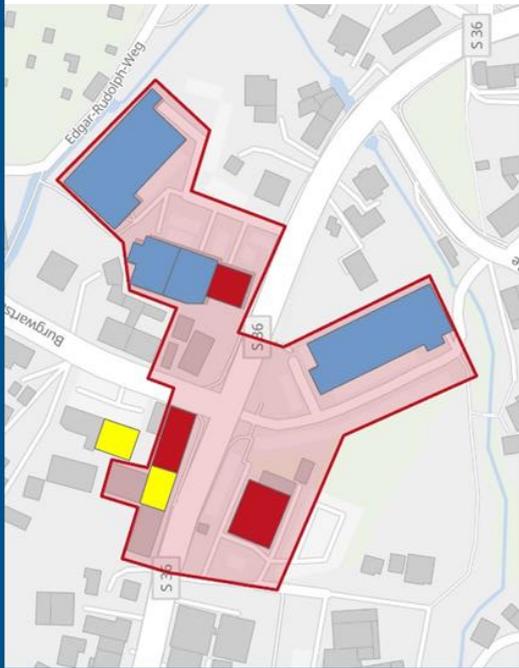
Nahrungs- & Genussmittel	1.030 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	150 m <sup>2</sup>
Blumen, Heimtier	65 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	20 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	55 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	20 m <sup>2</sup>
Heimwerkerbedarf, Garten	20 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	20 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	20 m <sup>2</sup>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	70 m <sup>2</sup>
Elektrowaren	155 m <sup>2</sup>
UE, Kommunikation, PC	40 m <sup>2</sup>
Foto / Optik / Akustik	45 m <sup>2</sup>
Uhren / Schmuck	30 m <sup>2</sup>
Sonstiges	10 m <sup>2</sup>

### C-Zentrum Nahversorgungszentrum Zauckerode

**Lage:** Das Nahversorgungszentrum Zauckerode gehört zum dörflichen Kern des Gemeindeteiles Zauckerode. Der zentrale Versorgungsbereich liegt an der Wilsdruffer Straße, am Kreuzungsbereich mit der Burgwartstraße.

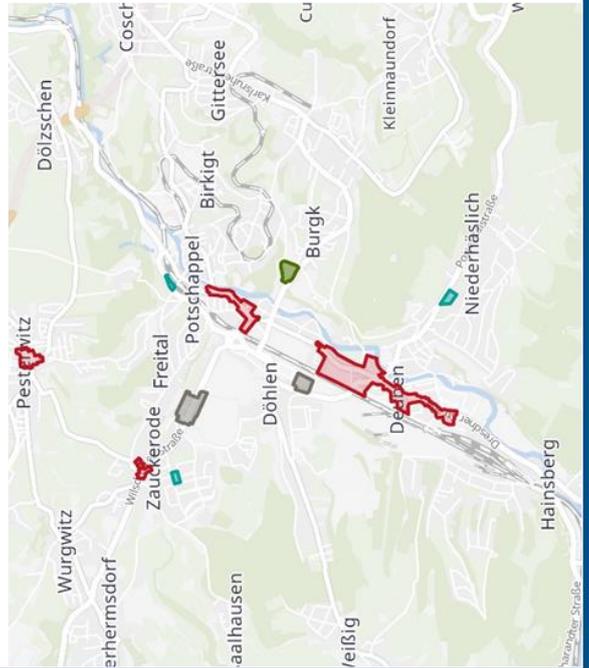
**Versorgungsfunktion:** Funktionsschwerpunkt bildet die umfassende Grundversorgung im kurzfristigen Bedarf.

**Einzugsgebiet:** Der Standort ist ausgerichtet auf das Potenzial des Gemeindeteiles Zauckerode.



#### Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

#### Lage in Freital



#### Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Das Nahversorgungszentrum umfasst mehrere Gebäudekomplexe. Nördlich der Wilsdruffer Straße liegt der Komplex mit den Anbietern Pfenningfeiffer, bilgro Getränkemarkt, Heimtiermarkt Fressnapf und ein Asia-Bistro. Auf der gegenüberliegenden, südlichen Straßenseite liegt der Lebensmittel-discounter Netto als Kernanbieter des Nahversorgungszentrums. Benachbart befindet sich das Café Positano als Bäcker-Café-Konzept mit Drive-In. Außerdem sind im abgegrenzten, zentralen Versorgungsbereich ein Sicherheits-Fachgeschäft, ein Nagel-Studio sowie ein Pizza-Dienst ansässig. Ziel der mittelfristigen Entwicklung ist der Bestandserhalt und die Qualifizierung des bestehenden Angebots.

#### Angebotsstruktur

(Stand November 2022)

Nahrungs- & Genussmittel	878 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	150 m <sup>2</sup>
Blumen, Heimtier	58 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	160 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf, Garten	140 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	50 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	50 m <sup>2</sup>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	415 m <sup>2</sup>
Elektrowaren	50 m <sup>2</sup>
UE, Kommunikation, PC	
Foto / Optik / Akustik	
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	

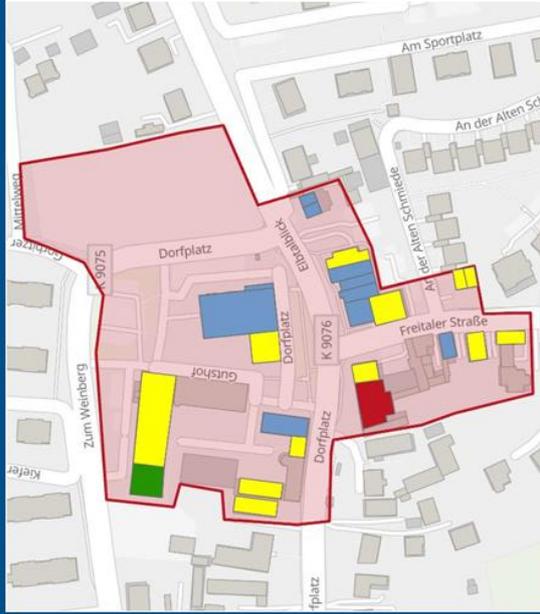
## C-Zentrum Nahversorgungszentrum Pesterwitz

**Lage:** Das Nahversorgungszentrum Pesterwitz befindet sich im Zentrum des seit der Eingemeindung stark gewachsenen Gemeindeteils. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs bezieht das Umfeld des Dorfplatzes mit ein, ebenfalls den benachbarten Gutshof.

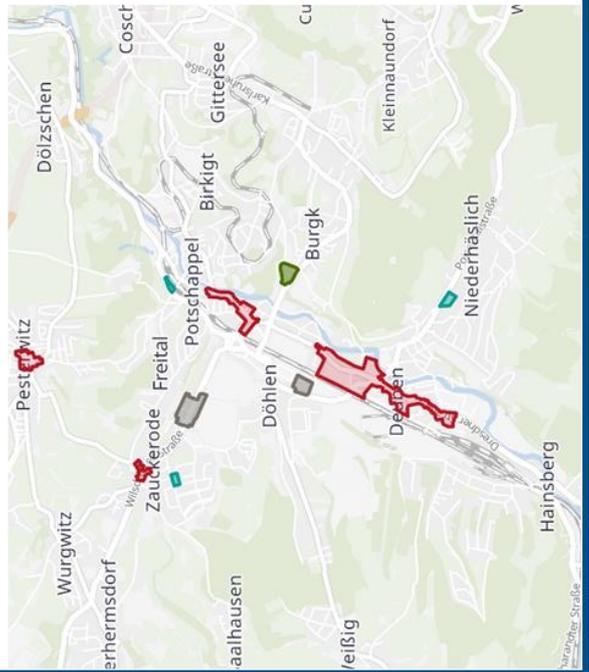
**Versorgungsfunktion:** Den Funktionsschwerpunkt bildet die umfassende Grundversorgung im kurz- und ergänzendem mittelfristigen Bedarf in Kombination mit medizinischen und haushaltsnahen Dienstleistungen.

**Einzugsgebiet:** Der Standort ist ausgerichtet auf das Potenzial des Gemeindeteils Pesterwitz.

### Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich



### Lage in Freital



### Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Zentral am Dorfplatz bildet ein Wohn- und Geschäftshaus mit integriertem Supermarkt (Edeka) den Kern des Nahversorgungszentrums. Außerdem sind in diesem Komplex diverse Dienstleister vertreten. Der benachbarte Gutshof wird multifunktional genutzt, zudem sind in den Wohn- und Geschäftshäusern auf der Südseite mehrere kleinere Einzelhandelsgeschäfte aber auch Post- und Sparkassenfiliale sowie ein Gasthof und Ärzte integriert. Insgesamt sind mehr als 20 Anbieter bzw. Gewerbetreibende im C-Zentrum ansässig. Diese attraktive Funktionsmischung sichert den Bestand des Zentrums durch entsprechende Kundenbindung vor Ort. Östlich des Dorfplatzes ist eine Erweiterungsfläche ausgewiesen, für welche bereits der Bebauungsplan "Dorfplatz" in Freital-Pesterwitz vorliegt.

### Angebotsstruktur (Stand November 2022)

Nahrungs- & Genussmittel	678 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	90 m <sup>2</sup>
Blumen, Heimtier	58 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	70 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	80 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf, Garten	
Spielwaren, Hobby	
Sportartikel, Fahrräder	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	
Elektrowaren	
UE, Kommunikation, PC	
Foto / Optik / Akustik	45 m <sup>2</sup>
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	10 m <sup>2</sup>

## 9. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

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

### DIY:

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

### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

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

### Einzelhandelsrelevante Zentralität:

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

### Fachmarkt:

- Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche (beispielsweise Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder einer bestimmten Bedarfsgruppe (beispielsweise Sportfachmarkt, Baumarkt). Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten.
- Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt.
- Fachmarktkonzepte finden sich in nahezu allen Sortimentsbereichen, so im Bau- und Heimwerker-, Getränke-, Drogerie-, Elektro-, Bekleidung, Schuh-, Sport, Baby-, Heim-tier- und Zoo-, Baby-, Zoo-, Büro-, Garten-, Spielwaren-, Möbel-, Küchen-, Raumausstattung- und Kfz-Zubehörmarkt. Finden sich mehrere Fachmärkte in räumlicher Nähe zueinander, liegt entweder ein Fachmarktzentrum oder eine Fachmarkt-Agglomeration vor.

### GPK:

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

### Großflächiger Einzelhandel

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

### Kaufkraftbindung:

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

### Kernsortiment / Randsortiment:

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

### Lebensmitteldiscounter:

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Non-Food-Umsatzanteil von ca. 10 % - 13 % auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

### Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:

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

**Nahversorgungslage:**

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

**Nahversorgungszentrum:**

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

**SB-Markt:**

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m<sup>2</sup>. Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

**SB-Warenhaus:**

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m<sup>2</sup>. Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) auch eine umfangreiche Non-Food-Abteilung (Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 % - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 60 % - 75 %).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und / oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem auto-kundenorientierten, oft peripheren Standort.

**Ergänzungsstandort:**

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

### **Sortiment, nahversorgungsrelevantes:**

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

### **Sortiment, zentrenrelevant:**

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

### **Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:**

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

### **Supermarkt:**

- Ein Supermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von ca. 400 bis 2.500 m<sup>2</sup>. Er bietet ein Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Kompetenz im Frische-Bereich an. Ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche findet sich auch bereits ein höherer Non-Food-Anteil (Umsatzanteil ca. 10 % - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %).
- Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

### **Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt):**

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>. Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Non-Food-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 % - 40 %, Flächenanteil ca. 30 % - 60 %) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

### **Verkaufsfläche:**

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

### **Verkausflächenausstattung je Einwohner:**

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

### **Zentraler Versorgungsbereich:**

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