



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bischofswerda

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts



Beschlussfassung

Im Auftrag der Stadt Bischofswerda
Hamburg/Dresden, 04.05.2021



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bischofswerda

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

Projektnummer: 20DLP2764

Exemplarnummer: 01

Projektleitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Jonas Hopfmann, Corinna Staude

Im Auftrag der

Stadt Bischofswerda

Altmarkt 1

01877 Bischofswerda

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

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

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VI
1	Grundlagen	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungsdesign	2
1.3	Vorgehensweise	6
2	Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel	7
2.1	Demografischer Wandel	7
2.2	Betriebsformenwandel	8
2.3	Digitalisierung und interaktiver Handel	12
2.3.1	Der Online-Handel erobert die Märkte	12
2.3.2	Der Online-Handel im ländlichen Raum	17
2.4	Entwicklungen im periodischen Bedarfsbereich	18
2.5	Exkurs: Corona-Pandemie	21
3	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bischofswerda	23
3.1	Lage im Raum	23
3.2	Zentralörtliche Funktion und regionale Wettbewerbssituation	26
3.3	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	29
3.4	Raumordnerische Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung	34
4	Nachfragesituation in Bischofswerda	37
4.1	Marktgebiet der Stadt Bischofswerda	37
4.2	Nachfragepotenzial der Stadt Bischofswerda	39
5	Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Bischofswerda	42

5.1	Verkaufsflächenentwicklung und Branchenstruktur	42
5.2	Raumstruktur des Einzelhandels	45
5.3	Betriebsgrößenstruktur	47
5.4	Leerstandssituation	50
5.5	Umsatzsituation des Einzelhandels in Bischofswerda	53
5.6	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben	56
6	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	59
6.1	Verkaufsflächendichten in Bischofswerda	59
6.2	Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge	61
6.3	Nahversorgungssituation in Bischofswerda	66
6.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Bischofswerda	73
6.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	76
6.6	Zusammenfassende Stärken- und Schwächen-Analyse zum Einzelhandelsstandort Bischofswerda	78
7	Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Bischofswerda	83
7.1	Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2030	83
7.1.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	83
7.1.2	Verkaufsflächenspielräume bis 2030	86
7.2	Strategische Orientierungsprinzipien	91
8	Zentrenkonzept für die Stadt Bischofswerda	97
8.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	97
8.2	Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Bischofswerda	101
8.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bischofswerda	105
8.2.2	Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage	111
8.2.3	Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße	115
8.2.4	Sonderstandort Drebnitzer Weg	120
8.3	Zur Zentrenrelevanz der „Bischofswerdaer Liste“	122

9	Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Bischofswerda	125
9.1	Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda	125
9.2	Allgemeine Empfehlungen zur Umsetzung des Konzepts	129
10	Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept	139
10.1	Verlagerungsvorhaben von Aldi und Netto	139
10.2	Weiterentwicklung des Sonderstandorts Carl-Maria-von-Weber-Straße	140
10.3	Neuentwicklung eines Fachmarktzentrums am Standort Neustädter Straße/Drebnitzer Weg	143
10.4	Ansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts im Innenstadtbereich	147
11	Zusammenfassung	151
I	Glossar	156

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	8
Abbildung 2: Markthalle Krefeld (Real) – Profilierung durch hohe Frischekompetenz und Gastronomie	10
Abbildung 3: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	11
Abbildung 4: Gesamtentwicklung deutscher Versandhandel	13
Abbildung 5: Umsatzanteile von stationärem und interaktivem Handel nach Segmenten	14
Abbildung 6: Marktanteilsprognose des Online-Handels nach Branchen	16
Abbildung 7: Lage im Raum	23
Abbildung 8: Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	27
Abbildung 9: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	33
Abbildung 10: Marktgebiet des Bischofswerdaer Einzelhandels	38
Abbildung 11: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Bischofswerda	40
Abbildung 12: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Bischofswerda seit 2015/2016	42
Abbildung 13: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda	43
Abbildung 14: Branchenstruktur des Einzelhandels	44
Abbildung 15: Räumlich-funktionale Struktur des Bischofswerdaer Einzelhandels	45
Abbildung 16: Leer stehende Ladeneinheit in der Bahnhofstraße	50
Abbildung 17: Ehemalige Geschäftsfläche in der Bautzener Straße	51
Abbildung 18: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda	53
Abbildung 19: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Innenstadt von Bischofswerda	62
Abbildung 20: Rossmann-Drogeriemarkt am Altmarkt als wichtigster Magnetbetrieb der Innenstadt	63
Abbildung 21: Der Disca-Markt nebst angegliedertem Büro- und Geschäftshaus in der Stolpener Straße	64
Abbildung 22: Nahversorgungssituation in Bischofswerda	67
Abbildung 23: Rewe-Verbrauchermarkt als flächengrößter Lebensmittelmarkt in Bischofswerda	69

Abbildung 24: Netto-Markt an der Kamenzer Straße	69
Abbildung 25: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Bischofswerda	74
Abbildung 26: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Bischofswerda	77
Abbildung 27: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Bischofswerda	86
Abbildung 28: Expansionsrahmen für Bischofswerda bis 2030	88
Abbildung 29: Übergeordnete strategische Orientierungsprinzipien	93
Abbildung 30: Strategieempfehlung „Konzentration auf die Zentren“	94
Abbildung 31: Hierarchisches Standortmodell für die Stadt Bischofswerda	102
Abbildung 32: Zentren- und Standortstruktur in Bischofswerda	104
Abbildung 33: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bischofswerda	105
Abbildung 34: Der östliche Teil der Potenzialfläche an der Stolpener Straße (aktuell: Diska-Markt)	108
Abbildung 35: Der westliche Teil der Potenzialfläche an der Stolpener Straße (aktuell: Parkplatzanlage)	108
Abbildung 36: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Schiebock-Passage	111
Abbildung 37: Räumliche Abgrenzung des Sonderstandorts Carl-Maria-von-Weber-Straße	115
Abbildung 38: Der Gebäudekomplex mit Rewe und Adler als Ankermieter	119
Abbildung 39: Räumliche Abgrenzung des zu entwickelnden Sonderstandorts Drebnitzer Weg	120
Abbildung 40: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Bischofswerdaer Liste“)	122
Abbildung 41: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung	129
Abbildung 42: Mögliche neue Laufachse nach Umsetzung der städtebaulichen Maßnahmen	147

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Bischofswerda im Vergleich	29
Tabelle 2: Altersstruktur der Stadt Bischofswerda 2015 und 2019	30
Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	31
Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich	32
Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich	32
Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels	39
Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda nach Standortbereichen	47
Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Bischofswerdaer Einzelhandels	55
Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich	60
Tabelle 10: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche Bischofswerdas	65
Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels	70
Tabelle 12: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Bischofswerda	71

1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die ostsächsische Stadt Bischofswerda liegt am westlichen Rand der Oberlausitz zwischen Dresden und Bautzen, ist dem **Landkreis Bautzen** zugeordnet und grenzt im Süden unmittelbar an den benachbarten Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge. Bischofswerda fungiert als Große Kreisstadt und Sitz der Verwaltungsgemeinschaft Bischofswerda. Während der Kreissitz Bautzen rd. 20 km nordöstlich von Bischofswerda gelegen ist, befindet sich die sächsische Landeshauptstadt Dresden etwa 35 km westlich.

Derzeit leben in Bischofswerda **rd. 11.140 Einwohner** – mit abnehmender Tendenz. Das Stadtgebiet umfasst neben der Kernstadt Bischofswerda auch die Ortsteile Belmsdorf, Geißmannsdorf (mit Pickau), Goldbach, Großdrebnitz, Kynitzsch, Schönbrunn, Neu-Schönbrunn und Weickersdorf. Die Ortsteile sind, aufgrund zahlreicher Eingemeindungen, z.T. dispers um die Kernstadt verteilt und erlangen einen überwiegend dörflichen Charakter.

Von Seiten der Regionalplanung ist Bischofswerda als **Grundzentrum** ausgewiesen. Gemäß den Zielsetzungen der Landesplanung im Freistaat Sachsen sollen Grundzentren als übergemeindliche Zentren über Versorgungseinrichtungen des allgemeinen und täglichen Bedarfs verfügen. Damit übernimmt die Stadt Bischofswerda auch überörtliche Grundversorgungsaufgaben für einen raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich (Nahbereich). Zu diesem grundzentralen Verflechtungsbereich zählen die umliegenden und überwiegend dünn besiedelten Kommunen Burkau, Rammenau, Frankenthal, Großharthau, Schmölln-Putzkau und Demitz-Thumitz.

Die Stadt Bischofswerda verfügt über **ein Einzelhandelskonzept, welches zuletzt im Jahr 2016 fortgeschrieben wurde**. Die der damaligen Fortschreibung zu Grunde liegenden Einzelhandelsvorhaben werden in absehbarer Zeit jedoch nicht mehr umgesetzt werden, weshalb das Konzept „überholt“ ist. Nunmehr beabsichtigt die Stadt dem „Wildwuchs“ des Einzelhandels im Kernstadtgebiet entgegenzuwirken, indem sämtliche ungeplante Innenbereiche (§ 34 BauGB) mit Ausnahme der „Schiebock-Passage“ und den dörflich geprägten Ortsteilen mit einem gemeindeweiten B-Plan überplant werden sollen. Der Aufstellungsbeschluss für den B-Plan 39 „Einzelhandel“ wurde durch den Stadtrat bereits gefasst. Dessen Grundlage soll ein fortgeschriebenes kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept sein. Gleichzeitig soll dem Stadtzentrum eine Möglichkeit zur Weiterentwicklung eingeräumt werden, indem die Voraussetzungen zur Ansiedlung eines Verbrauchermarkts im Innenstadtbereich zu schaffen sind.

Mit der **Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts** sollen – unter Berücksichtigung der aktuellen einzelhandelsrelevanten angebots- und nachfrageseitigen Entwicklungen – realistische und standortbezogene Potenziale und Handlungsempfehlungen für die nächsten Jahre aufgezeigt werden. Ziel ist es, das fortgeschriebene Konzept als **„Sonstige städtebauliche Planung“** zu beschließen und gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei anstehenden bauleitplanerischen Maßnahmen zu berücksichtigen.

1.2 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungskonzept zur Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Bischofswerda umfasste folgende Schritte:

Trends der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung

Dem Einzelhandelskonzept wurde eine Übersicht über die wesentlichen Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland vorangestellt, die auf die konkrete Situation in Bischofswerda heruntergebrochen wurden. Dabei ging es zum einen um die

- Darstellung der wesentlichen **Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite** (Demografie, Konsumverhalten etc.) sowie zum anderen um eine
- Darstellung der wesentlichen **Entwicklungstrends auf der Angebotsseite** (Konzentration, Betriebstypenwandel, Branchen/Sortimente, Nahversorgung, Online-Handel etc.).

Situationsdarstellung

Die Basis der Untersuchung stellte eine gründliche Analyse der IST-Situation des Einzelhandels in Bischofswerda dar. Dabei erfolgten eine umfassende Erhebung und Analyse der Nachfrage- und Angebotssituation. Zudem wurden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sowie die sozioökonomischen Rahmendaten analysiert und im Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda bewertet:

- Darstellung der **planerischen Ausgangssituation**; Vorgaben der Landes- und Regionalplanung¹, zentralörtliche Bedeutung von Bischofswerda und Versorgungsfunktion; Darstellung der regionalen Wettbewerbssituation;
- makrostandörtliche Einordnung sowie Stand und Entwicklung der **sozioökonomischen Eckdaten** in der Stadt Bischofswerda als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Altersstruktur, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen, Arbeitslosenquoten, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);

¹ LEP Sachsen 2013 und Regionalplan Region Oberlausitz-Niederschlesien 2010.

- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten **Nachfragesituation**; Überprüfung und ggf. Modifizierung des faktischen Marktgebiets des Bischofswerdaer Einzelhandels; Ermittlung des Nachfragepotenzials (sowohl insgesamt als auch nur für den stationären Einzelhandel) aktuell und für den Prognosehorizont 2030 nach Branchen im Marktgebiet;
- Ermittlung und Analyse der aktuellen **Angebots- und Leerstandssituation²** des Einzelhandels (aktive und inaktive Flächen) im Stadtgebiet von Bischofswerda; Darstellung und Analyse nach Lagen/Standorten, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität; Vergleichende Gegenüberstellung mit den Analysedaten aus dem Einzelhandelskonzept von 2016; Darstellung von einzelhandelsrelevanten Planvorhaben im Untersuchungsraum;
- **städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse** der prägenden Einzelhandelslagen im Stadtgebiet von Bischofswerda; Aussagen zur Versorgungsfunktion und Funktionsfähigkeit der einzelnen Standorte.

Bewertung der Einzelhandelssituation in Bischofswerda

Auf Basis der Analysen zur Bestandssituation wurde der Einzelhandelsstandort Bischofswerda dann einer gutachterlichen Bewertung hinsichtlich der aktuellen Einzelhandels- und Versorgungssituation unterzogen:

- Bewertung der **Versorgungslage** in Bischofswerda (Verkaufsflächendichten nach Branchen); Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen Durchschnittswerten sowie geeigneten kommunalen/regionalen Vergleichsdaten; Identifizierung von **Angebots- und Branchenlücken**;
- Bewertung der **Funktionswahrnehmung der Innenstadt** im Verhältnis zu den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet sowie Einordnung von Bischofswerda als Einzelhandelsstandort in das Einzelhandelsgefüge der Region;
- Bestimmung der aktuellen **Einzelhandelszentralität³** der Stadt Bischofswerda; dabei auch Ermittlung und Bewertung der Kaufkraftbindung der ortsansässigen Bevölkerung, der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und der Kaufkraftabflüsse in das Umland sowie in den Online-Handel, gegliedert nach Hauptbranchengruppen;
- Bewertung der Leistungs- und Zukunftsfähigkeit der wohnstandortnahen **Nahversorgungsstruktur**; dabei Ermittlung und Bewertung von Nahversorgungsdichten, ggf. vorhandenen räumlichen Versorgungslücken und der nahversorgungsrelevanten Betriebstypenstruktur; Bewertung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe hinsichtlich möglicher Anpassungsbedarfe;

² Eine Analyse der Leerstandssituation wurde dabei nur in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Bischofswerda (insbesondere in der Innenstadt) vorgenommen.

³ Verhältnis von vor Ort vorhandener Nachfrage zu vor Ort gebundenen Umsätzen.

- zusammenfassende **SWOT-Analyse** (kombinierte Stärken-/Schwächen und Chancen-Risiko-Analyse) für den Einzelhandelsstandort Bischofswerda.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bischofswerda

Kern der Untersuchung war die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, welches die Grundlagen zur künftigen Einzelhandelssteuerung legt. Neben der Bestimmung des Entwicklungsrahmens und der Definition eines Entwicklungsleitbilds ging es dabei vor allem darum, eine arbeitsteilige Zentren- und Standortstruktur festzulegen, die zentralen Versorgungsbereiche abzugrenzen, Potenzialräume für Neuansiedlungen zu identifizieren und eine örtliche Sortimentsliste aufzustellen:

- Darstellung der Hauptantriebskräfte und Restriktionen der künftigen Flächenentwicklung; Ableitung des quantitativen und qualitativen **Entwicklungsrahmens** (Verkaufsflächenspannbreiten nach Standortbereichen, Branchen und Betriebstypen) für den Einzelhandel in Bischofswerda⁴;
- Formulierung einer grundsätzlichen **Einzelhandelsentwicklungsstrategie** mit Zielen und Leitlinien für die städtische Einzelhandelsentwicklung Bischofswerdas einschl. einer klaren Empfehlung für ein anzustrebendes hierarchisches Standortprofil für die einzelnen Versorgungsbereiche;
- Festlegung der **Zentren- und Standortstruktur** (z.B. Innenstadt, Nahversorgungszentrum, Sonstige Standorte) für die Stadt Bischofswerda im Abgleich mit den Festlegungen zum Konzept von 2016; diesbezüglich wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der einzelnen Standorte unterbreitet;
- Kritische Überprüfung und ggf. Anpassung der räumlichen **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** (inkl. Kartierung) sowie ggf. weiterer Nahversorgungslagen; für die zentralen Versorgungsbereiche wurden sogenannte Zentrenpässe erstellt, die die Standorte charakterisieren und die wesentlichen Stärken und Schwächen der Lagen sowie die Entwicklungsperspektiven darstellen⁵;
- **Identifizierung von Potenzialstandorten** zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in integrierten Lagen;

⁴ Nach einem Urteil des EuGH vom 20.02.2019 vom 30.01.2018 (Visser/Appingedam) ist die europäische Dienstleistungsrichtlinie auch auf städtebauliche Pläne zur Steuerung von Einzelhandel anwendbar. Nachfrage- und kaufkraftorientierte Untersuchungen werden danach als unzulässige wirtschaftliche Bedarfsprüfungen grundsätzlich in Frage gestellt. Insofern sei darauf hingewiesen, dass der im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts ermittelte Entwicklungsrahmen als Orientierungsrahmen zu verstehen ist und nicht ungefiltert in die Bauleitplanung übernommen werden kann.

⁵ Dr. Lademann & Partner orientieren sich für die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich an der aktuellen Rechtsprechung zur Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten und zur Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen, um die Rechtssicherheit des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu gewährleisten. Die grafische Darstellung erfolgte mit Hilfe eines Geografischen Informationssystems (GIS). Darüber hinaus verwendeten wir Karten von TomTom und OpenStreet-Map sowie Luftbilder von Esri bzw. GeoContent als Grundlage.

- kritische Überprüfung der im Einzelhandelskonzept von 2016 aufgestellten **orts-typischen Sortimentsliste** („Bischofswerdaer Liste“) zur Einstufung der Zentrenrelevanz einzelner Branchen. Die Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wurde sowohl anhand der faktischen Situation als auch anhand planerischer Überlegungen zur Attraktivitätssteigerung der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen und berücksichtigt zudem die Eigenschaften der Warengruppen hinsichtlich Transportsensibilität und Platzbedarf.

Maßnahmen und Handlungsempfehlungen

Abschließend haben wir Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung und Stärkung des Einzelhandelsstandorts Bischofswerda sowie für die Umsetzung des Einzelhandelskonzepts formuliert:

- **Übergeordnete/gesamstädtische Empfehlungen** zur Sicherung und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion sowie der Nahversorgung in der Stadt Bischofswerda;
- Empfehlungen zur **Strukturentwicklung des Einzelhandels** (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Schließung von Angebotslücken); dabei wurde darauf geachtet, dass es sich um realistische Empfehlungen handelt, die die grundzentrale Versorgungsfunktion Bischofswerdas unter dem Einfluss des wachsenden Online-Handels berücksichtigen;
- Herausarbeiten **standortspezifischer Handlungsempfehlungen** für die wesentlichen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet:
 - Aufzeigen der Entwicklungsperspektiven sowie von Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten für die Innenstadt; dabei wurden auch konkrete Potenzialflächen für die künftige Innenstadtentwicklung identifiziert und hinsichtlich ihrer Eignung bewertet;
 - Konkrete Empfehlungen zur Absicherung bestehender Nahversorgungsstandorte;
 - Entwicklungsempfehlungen für die Sonstigen Einzelhandelsstandorte.
- **Einordnung aktueller Einzelhandelsvorhaben** in die Zentren- und Standortstruktur sowie in den aufgezeigten Entwicklungsrahmen für den Einzelhandelsstandort Bischofswerda; gutachterliche Empfehlungen zum Umgang mit den bestehenden Einzelhandelsvorhaben.

1.3 Vorgehensweise

Folgende **Primär- und Sekundärerhebungen** waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- **Durchsicht und Auswertung** von übergeordneten Planungen (LEP, Regionalplan) und ggf. vorliegenden Einzelhandelsgutachten sowie des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2016;
- **Sekundäranalyse** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- **vollständige Bestandserhebung⁶** aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände in den zentralen Lagen) in der Stadt Bischofswerda u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen; in den zentralen Lagen zudem auch Erhebung handelsergänzender Nutzungen (z.B. Gastronomie, Dienstleister, öffentliche Einrichtungen, kulturelle Einrichtungen etc.);
- **gründliche Begehungen aller Standortbereiche** des Einzelhandels in Bischofswerda (insbesondere der zentralen Lagen).

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der nicht stationäre Handel (Online- und Versandhandel) berücksichtigt, da die Grenzen zwischen stationärem und nicht-stationärem Handel im Sinne einer Omni-Channel-Strategie vieler Einzelhändler zunehmend verwischen und sich die Ausgaben der Verbraucher auch nicht immer eindeutig dem stationären oder dem interaktiven Betriebskanal zuordnen lassen (z.B. Click & Collect).

Als **Prognosehorizont wurde das Jahr 2030** zu Grunde gelegt.

⁶ Die Bestandserhebungen erfolgten durch physische Begehungen jeglicher Ladenlokale nach dem sogenannten Angebotsprinzip. D.h. Randsortimente wurden nicht dem Hauptsortiment zugeschlagen, sondern sortimentsgenau erfasst. Die Erhebung erfolgte mit Unterstützung einer eigens hierfür programmierten App.

2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, liegt die Lebenserwartung bei neugeborenen Jungen heute bei durchschnittlich rd. 78 Jahren und bei neugeborenen Mädchen sogar bei rd. 83 Jahren.⁷ In einigen Jahren wird die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

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

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

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

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

⁷ Statistisches Bundesamt: vdek – Basisdaten des Gesundheitswesens 2017/2018. April 2018.

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

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen Präferenzverschiebungen einher. U.a. sind im Bereich des Food- und Nearfood-Segments in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen, ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein, eine erhöhte Nachfrage nach „Convenience“ sowie der vermehrte Wunsch nach Fair Trade, Bio, Regionalität und „Handwerk“ zu beobachten. Mit sich verändernden Haushaltsgrößen geht zudem eine veränderte Nachfrage nach Produktgrößen einher. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

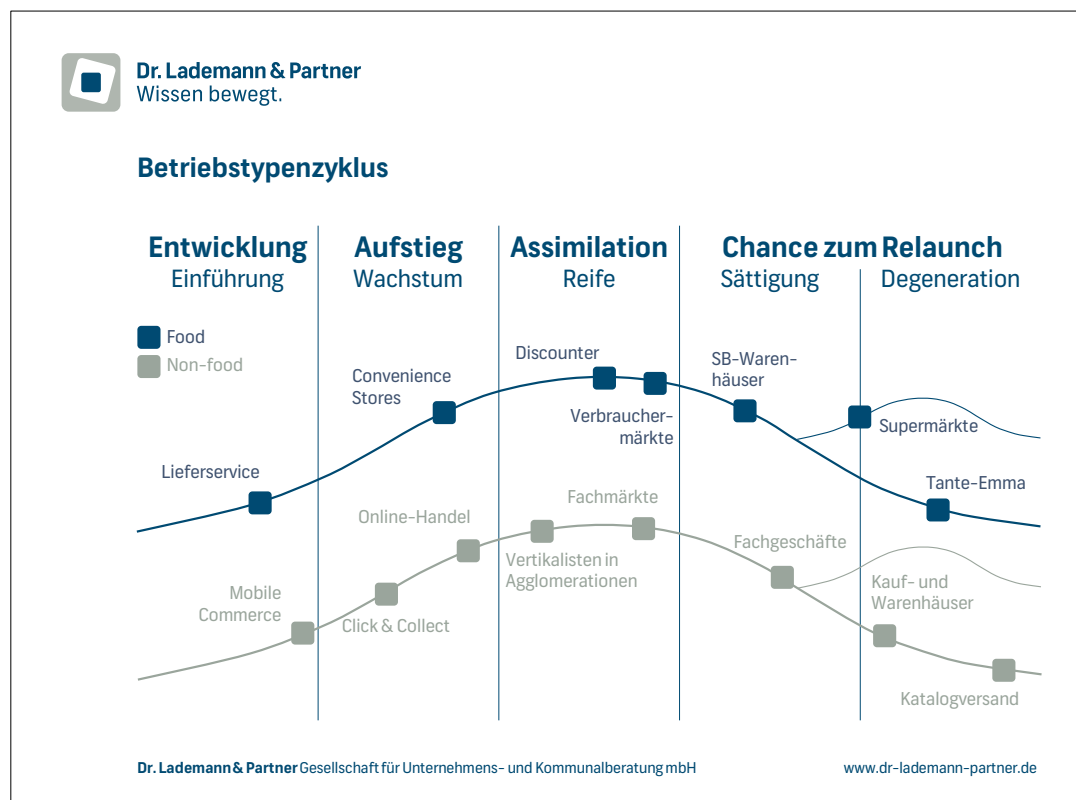


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen

Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung 1). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten, was sich anhand der Insolvenz des KarstadtKaufhof-Konzerns aktuell gut ablesen lässt.

Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen, das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den weiteren Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der **B2C E-Commerce**⁸ sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das **Gewicht hin zu discount- und fachmarktorientierten Konzepten**. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen, wenngleich sich der Trend nicht gleichermaßen fortgesetzt hat und zuletzt gerade im Lebensmittelsegment auch wieder hochwertigere Angebotsformate (Super- und Verbrauchermärkte) auf dem „Vormarsch“ sind.

Darüber hinaus ist an einer Reihe von Standorten eine grundlegende Konzeptumstellung von einstigen SB-Warenhäusern zu erkennen (z.B. Umstellung Real SB-Warenhaus in Markthallen-Konzept, s.u.). Durch die verbesserte Inszenierung der Großfläche, die deutliche Reduzierung von innenstadttypischen Sortimenten sowie durch die Verbindung von Frische, Produktion und Gastronomie können moderne Konzepte gerade auch solche Kunden ansprechen, die Wert auf Qualität, Genuss und Gesundheit legen. Diese „Flaggschiffe“ haben aufgrund ihrer Spezialisierung jedoch die klassische Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere verlassen.

⁸ B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.



Abbildung 2: Markthalle Krefeld (Real) – Profilierung durch hohe Frischekompetenz und Gastronomie

Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden jüngere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzzrückgang, welchem u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von handelsergänzenden und digitalen Angeboten mit dem Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place“). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (gepaart mit Altersnachfolgeproblemen). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere Betriebstypen darstellt.

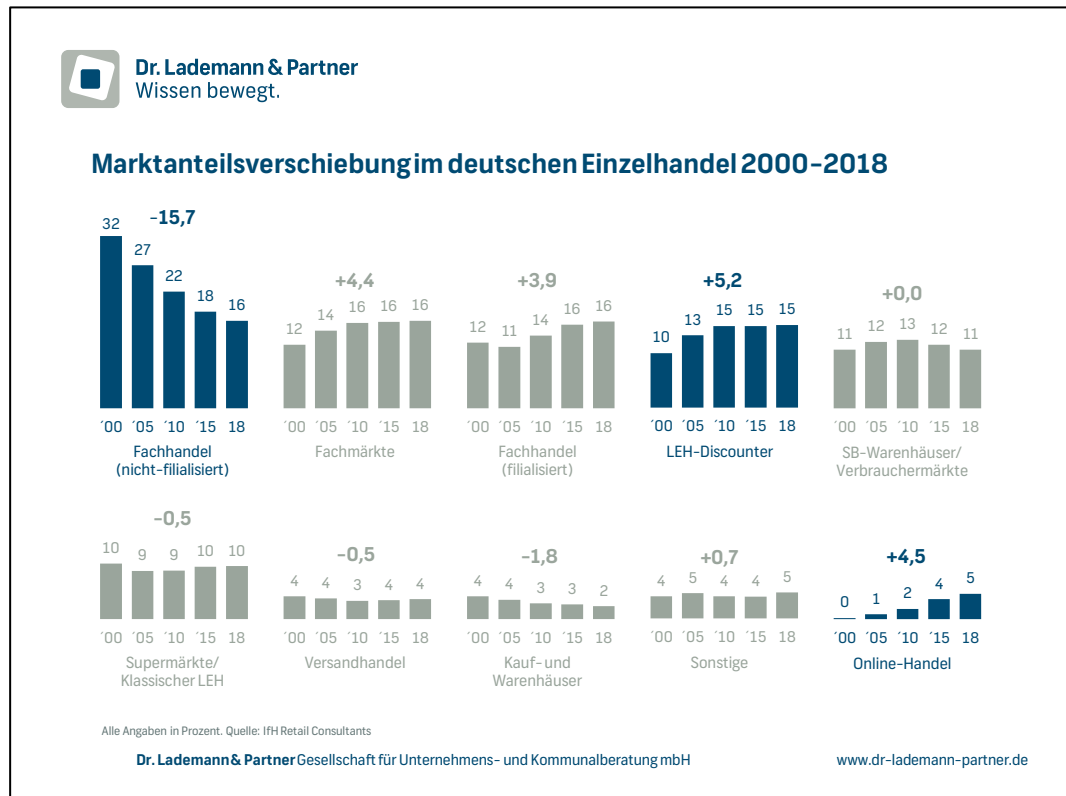


Abbildung 3: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren im Segment des Lebensmitteleinzelhandels anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen **Preiswettbewerb** und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.⁹ Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, wenngleich nach Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner v.a. in den überbesetzten Räumen ein „Gesundshrumpfen“¹⁰ festzustellen ist.

⁹ Vgl. Lademann, Rainer, Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck, 1999.

¹⁰ Sofern ein solches „Gesundshrumpfen“ ausschließlich auf betriebswirtschaftlichen Aspekten fußt („freies Spiel der Kräfte“), kann nicht sichergestellt werden, dass für die Nahversorgung essenzielle Angebotsstandorte, die v.a. auch die Versorgung weniger mobiler Bevölkerungsgruppen sichern, am Markt erhalten bleiben. Insofern ist von administrativer Seite darauf hinzuwirken, dass das marktbedingte „Gesundshrumpfen“ nicht mit dem Abschmelzen wohnortnaher Versorgungsstrukturen und einer Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung einhergeht.

2.3 Digitalisierung und interaktiver Handel

2.3.1 Der Online-Handel erobert die Märkte

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland ist in den letzten zehn Jahren stetig leicht angestiegen. Hierzu hat auch der stationäre Einzelhandel beigetragen, welcher nach einer kurzen Schwächephase zwischen 2008 und 2010 in den letzten Jahren einen kontinuierlichen Umsatzzuwachs verzeichnen konnte. **Allerdings wächst der interaktive Handel – zumindest relativ gesehen – deutlich stärker.** Während der stationäre Einzelhandelsumsatz im Zeitraum von 2010 bis 2019 lediglich um rd. 14 % anstieg, hat sich der Online-Handel im gleichen Zeitraum nahezu verdreifacht und weist eine deutlich dynamischere jährliche Zuwachsrate auf. In absoluten Zahlen gemessen hat das Wachstum des stationären Handels aber immer noch ein hohes Gewicht (zuletzt rd. 8 Mrd. € von 2018 auf 2019). Allerdings wächst der stationäre Handel fast nur noch im Foodsegment, während im stationären Nonfood-Handel z.T. sogar Umsatzrückgänge zu verzeichnen sind.

Festzuhalten bleibt damit, dass der Online-Handel auch künftig kräftig an Bedeutung gewinnen wird, dass das Wachstum des Online-Handels aber nicht vollständig zu Lasten des stationären Einzelhandels geht, sondern auch dieser noch moderate Wachstumszahlen aufweisen wird. Der Vormarsch des Online-Handels führt aber dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Während der Online-Handel im Jahr 2008 lediglich rd. 2,9 % Marktanteil am gesamten Einzelhandelsumsatz verzeichnen konnte, waren es im Jahr 2019 bereits 10,8 %. In einzelnen Nonfood-Branchen (z.B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Unterhaltungselektronik oder Bücher) erreicht der Online-Handel jedoch bereits heute Marktanteile von zum Teil weit über 20 %.

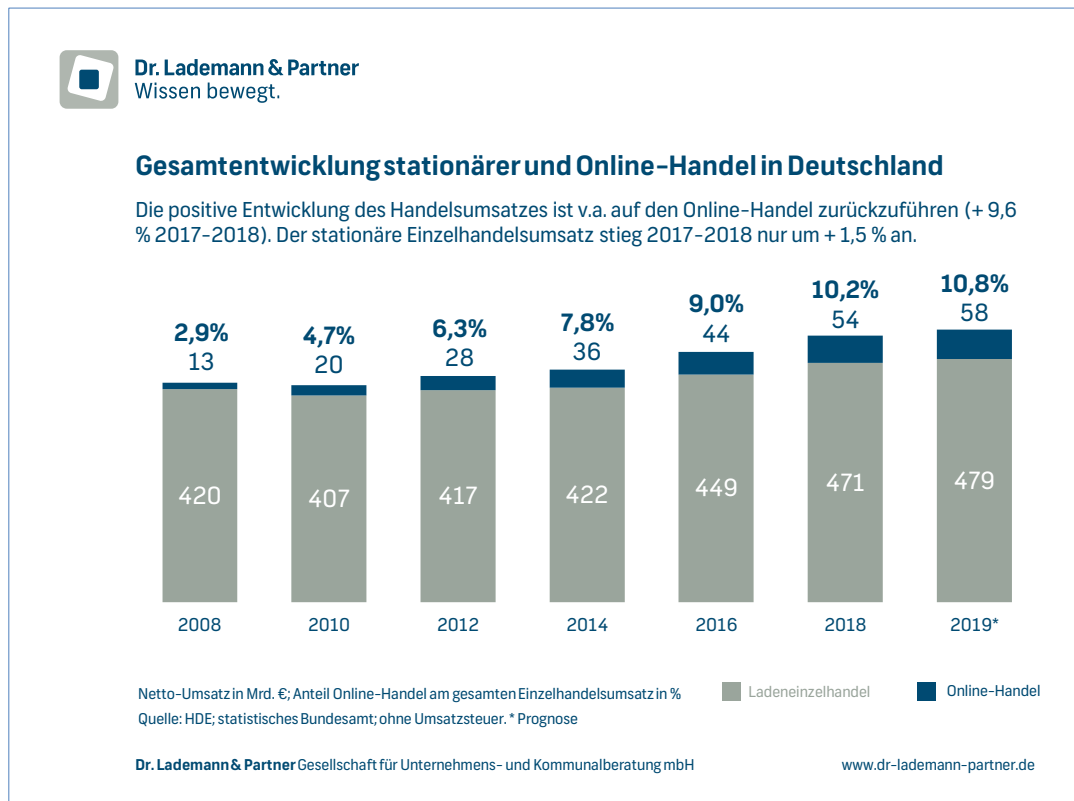


Abbildung 4: Gesamtentwicklung deutscher Versandhandel

Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen gerade zu Lasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat, da innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher oder Elektronik besonders stark vom Online-Handel betroffen sind. Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Handel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen komplett auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buchhandel);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt;
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- wo der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen oder faktischem Platzmangel nicht wachsen kann;
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet).

Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich **verstärktem Strukturwandel in den Zentren** geführt hat. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer“ der Entwicklung kleinere Mittelstädte sowie die Stadtteilzentren von Großstädten sind. Umgekehrt ist für die Metropolen in Deutschland sowie für Mittelstädte mit beachtlichem Einzugsgebiet ein weiteres Wachstum zu erwarten. Kleinstädte haben gute Perspektiven, sofern sie sich auf Grundversorgungsfunktionen konzentrieren und ein leistungsfähiges Angebot im nahversorgungsrelevanten Bedarf vorhalten, der vergleichsweise onlineresistent ist.

Wie bereits angedeutet, schlägt sich das Wachstum des Online-Handels branchenspezifisch in unterschiedlichem Maße nieder. Während das Nonfood-Segment besonders stark vom interaktiven Handel betroffen ist, werden die Umsätze im periodischen Bedarfsbereich auch weiterhin ganz überwiegend im stationären Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel generiert. Die Sortimente des täglichen Bedarfs werden vom Online-Handel derzeit nur geringfügig tangiert. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Umsatzanteile (online vs. stationär) verschiedener Einzelhandelsbranchen im Jahr 2018. Die höchsten Marktanteile erreicht der Online-Handel dabei in den Segmenten Elektronik, Fashion/Accessoires, und Freizeit/Hobby.

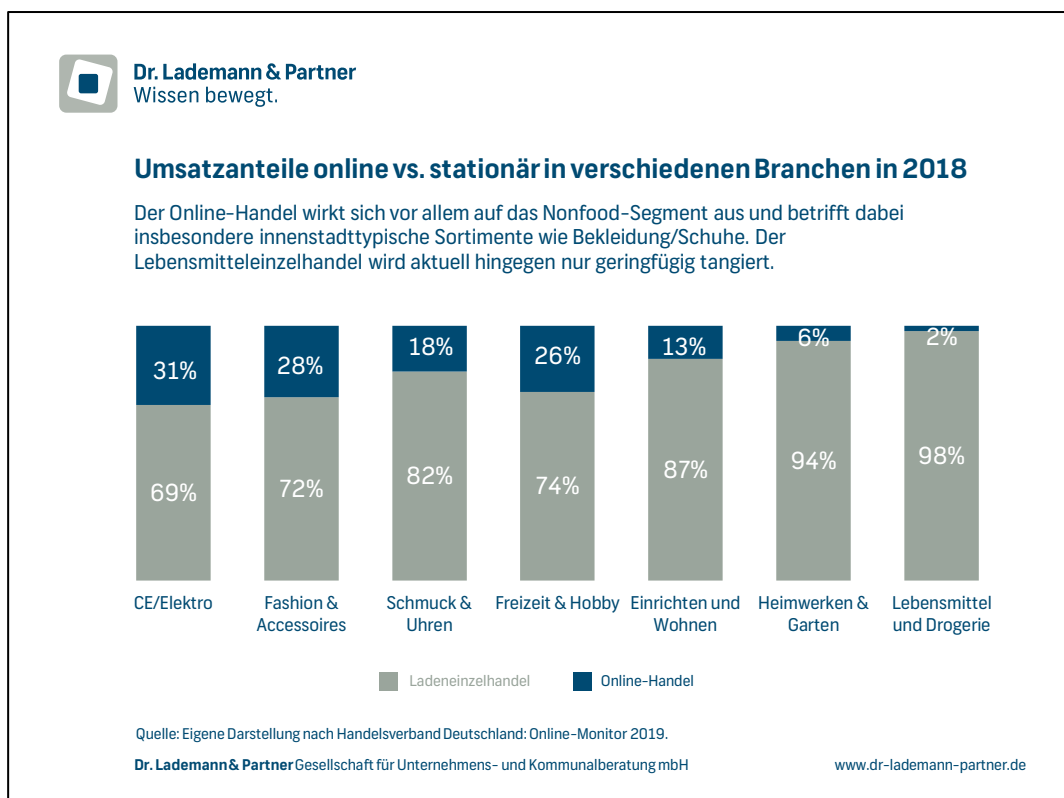


Abbildung 5: Umsatzanteile von stationärem und interaktivem Handel nach Segmenten

Nach den Prognosen¹¹ der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bleibt das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bis zum Jahr 2025 „unterm Strich“ weitgehend stabil, da einerseits von einem weiteren Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann. Andererseits geht die GfK in ihrer Prognose bis 2025 davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von ehemals 9 % im Jahr 2014, jedoch in deutlich abgeschwächter Dynamik, auf künftig etwa 15 % erhöhen wird. Es ist aber damit zu rechnen, dass der Online-Anteil in einzelnen Branchen (v.a. Fashion sowie Sport und Freizeit) bis zum Jahr 2025 auf über 30 % ansteigen wird.

Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass in einzelnen Sortimenten bereits erste Sättigungstendenzen festzustellen sind. Blickt man z.B. auf das Segment Bekleidung, zeigt sich für die jüngere Vergangenheit, dass die jährlichen Zuwachsraten auf +2 %- bis +5 %-Punkte abgesunken sind. Bei Büchern/Schreibwaren konnten zuletzt überhaupt keine nennenswerten Zuwächse mehr festgestellt werden. Insofern sind bei den onlineaffinen Segmenten die Grenzen des Wachstums allmählich erreicht. Der stationäre Handel wird somit auch künftig eine bedeutende Rolle einnehmen. Die Verknüpfung der Kanäle¹² trägt zudem zur Stabilisierung des stationären Handels bei. Sortimente, die eine komplexe Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) aufweisen, waren bislang weniger durch den Online-Handel tangiert. Hier liegen noch wesentliche Wachstumspotenziale, wenngleich davon auszugehen ist, dass der Lebensmitteleinzelhandel auch zukünftig primär stationär abgewickelt werden wird.

Folgende Abbildung stellt die für das Jahr 2025 prognostizierten Marktanteile des Online-Handels, differenziert nach Branchen dar. Die höchsten Marktanteile wird der Online-Handel auch künftig in den Branchen Fashion/Accessoires, CE/Elektro, Büro/Schreibwaren und Freizeit/Hobby erzielen. Hier ist mit Marktanteilen zwischen 38 und 40 % zu rechnen.

¹¹ Vgl. ECOMMERCE: WACHSTUM OHNE GRENZEN? - Online-Anteile der Sortimente – heute und morgen - White Paper, Juli 2015.

¹² D.h., dass bisher rein stationär aktive Einzelhändler (z.B. mit einem Laden in der Innenstadt) neue Vertriebswege erschließen und z.B. durch die Einrichtung eines eigenen Online-Shops den Online-Handel stärker in den Verkaufsprozess einbinden. Hiermit können potenzielle Kunden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle erreicht und zum Kauf angeregt werden. Mit einer Verknüpfung von Offline- und Online-Aktivitäten können sich Einzelhändler breiter aufstellen und die Vorteile des stationären Handels mit den Vorteilen des interaktiven Handels verknüpfen.

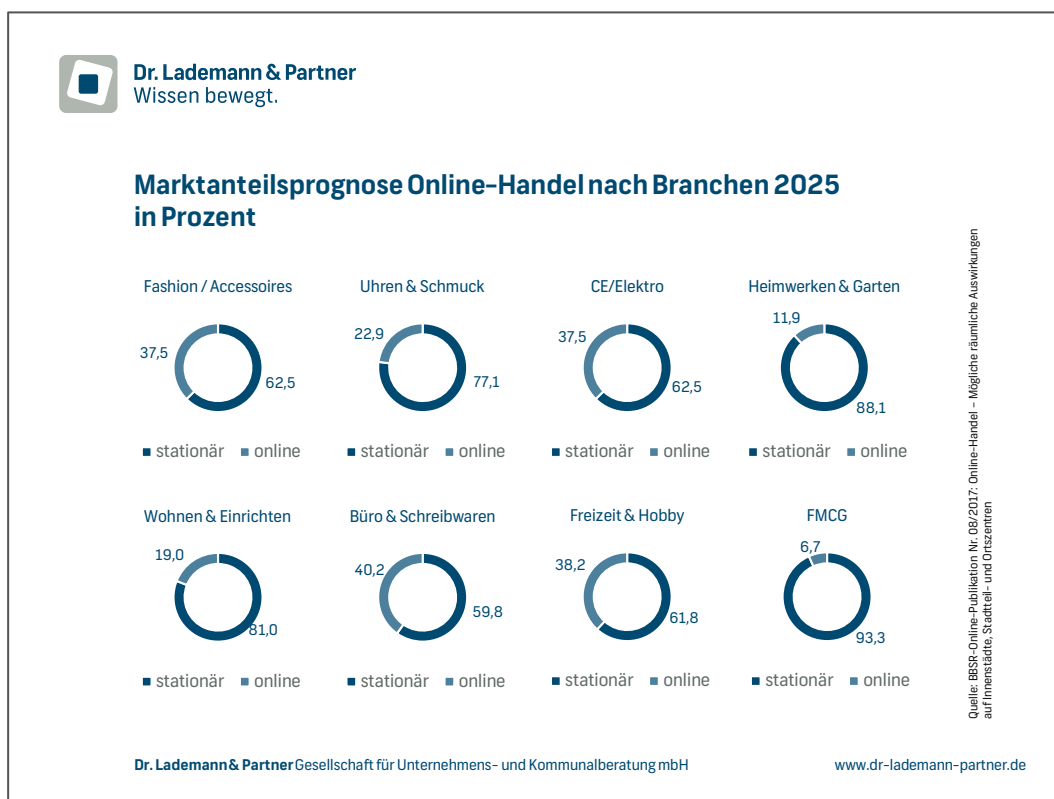


Abbildung 6: Marktanteilsprognose des Online-Handels nach Branchen

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht mehr möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen diese Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Faktisch muss auch auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierte Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit für stationäre Händler, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen.

Insgesamt betrachtet wird der stationäre Handel durch den weiterhin starke Wachstumstendenzen aufweisenden Onlinehandel aber weiter unter Druck gesetzt werden und durch Verkaufsflächenrückgänge gekennzeichnet sein. Tendenziell kann man davon ausgehen, dass die „Großstädter“ zwar onlineaffiner sind, die Kaufkraftabwanderungen ins Netz können attraktive Großstädte aber durch Kaufkraftzuflüsse aus den ländlichen Regionen und durch Touristen weitgehend auffangen. So ist derzeit nicht zu beobachten, dass die ländliche Bevölkerung massenweise ins Netz abwandert, wenn die Angebotsvielfalt vor Ort zurückgeht. Vielmehr hat Shopping als Freizeitattraktion zunehmend an Bedeutung gewonnen und treibt die Verbraucher in Richtung der

großen Einkaufsdestinationen in den Großstädten. Dieser Effekt fällt umso höher aus, je stärker sich das Angebot für die Verbraucher vor Ort verknappt und je attraktiver die konkurrierende Einkaufsdestination (wie z.B. Dresden) im Hinblick auf Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität ist.

2.3.2 Der Online-Handel im ländlichen Raum

Seit vielen Jahren hat sich der Trend des Rückzugs von Versorgungseinrichtungen für Güter des täglichen Bedarfs in ländlichen Räumen verstetigt. Hierzu tragen vor allem die bereits beschriebenen nachfrageseitig veränderten Rahmenbedingungen (demografischer Wandel, Ausdifferenzierung von Konsummustern, erhöhte Mobilität) bei. Auf diese Entwicklungen haben die Anbieter entsprechend mit Anpassungen reagiert, die vor allem von Konzentrationsprozessen, einer sinkenden Anzahl von Verkaufsstellen, größeren Verkaufsflächen und höheren Mindesteinwohnerzahlen in Einzugsbereichen gekennzeichnet sind und mit neuen Standortanforderungen einhergehen. In diesem Zusammenhang kam es in den vergangenen Jahrzehnten zu einer signifikanten Ausdünnung der stationären Einzelhandelsangebote im ländlichen Raum. Hiervon sind vor allem Gebiete und Kommunen betroffen, welche unterdurchschnittliche Bevölkerungsdichten und Kaufkraftniveaus aufweisen und von Bevölkerungsrückgängen betroffen sind.

Insgesamt hat sich die Lage der stationären Nahversorgung im dünn besiedelten ländlichen Raum wesentlich verschlechtert. Dies wiederum hat dazu geführt, dass der Online-Handel vor allem in ländlichen Räumen mit einer unterdurchschnittlichen Versorgungslage stark an Bedeutung gewonnen hat. Dies gilt aber im Wesentlichen für onlineaffine Sortimente (z.B. Elektroartikel, Bücher, Bekleidung) und weniger für nahversorgungsrelevante Sortimente wie Lebensmittel und Drogeriewaren. Denn der Online-Handel mit Lebensmitteln, insbesondere mit verderblichen Waren, stellt sehr hohe Ansprüche an die Logistik, die häufig nur durch hohe Preisaufschläge zu bewerkstelligen ist. Je ländlicher der Raum, desto stärker steigen dabei die Logistikkosten. Gerade preissensible Kunden in Deutschland sind i.d.R. jedoch nicht bereit, entsprechend hohe Aufschläge zu bezahlen. So werden Lebensmittel derzeit vor allem dort online vertrieben, wo das Standortnetz eigentlich dicht genug ist (in Städten) und eben nicht dort, wo es Lücken in der Versorgungsstruktur gibt (auf dem Land).

Vor diesem Hintergrund sind in den letzten Jahren digitale Nahversorgungskonzepte in den Fokus gerückt, die als Chance für ländliche Räume gesehen werden können, gleichzeitig aber einen erheblichen Entwicklungsaufwand mit sich bringen. Einen nicht gänzlich neuen Ansatz bilden Online-Marktplätze, die vornehmlich dazu dienen, den lokalen stationären Händlern einen weiteren Vertriebskanal zu erschließen und damit sinkenden stationären Umsätzen durch die Frequenzverluste im ländlichen Raum entgegenzuwirken. Dies kann die Präsenz vor Ort mittelfristig durch online getätigte

Zusatzumsätze sichern. Da erfolgreicher Online-Handel immer mit einer stabilen Präsenz im Internet verbunden ist, ist der zeitliche, personelle und monetäre Aufwand für viele kleine Händler aber oftmals zu hoch. Hierbei lohnt es sich eher auf bereits bestehende, bekannte Strukturen (wie z.B. eBay) zurückzugreifen, die den Einrichtungsaufwand für kleine Händler begrenzen können.

Ein gutes Beispiel für die Vernetzung von lokalen Händlern und Kunden über einen Online-Marktplatz stellt die niedersächsische Stadt Diepholz mit ihrem Projekt „Digitale Innenstadt Diepholz“¹³ dar. Über den Online-Marktplatz eBay erhielten alle Händler aus Diepholz die Chance, ihre Waren auf einer speziell eingerichteten Website anzubieten und so erste Erfahrungen im Online-Handel zu sammeln. Gleichzeitig bekamen die Kunden die Möglichkeit, bevorzugte Waren nicht nur im stationären Geschäft, sondern auch online einzukaufen und sich die entsprechende Ware entweder liefern zu lassen oder diese direkt im Geschäft abzuholen. Die ersten Projektmonate verliefen durchaus erfolgreich und bescherten den teilnehmenden Einzelhändlern Zusatzumsätze im Online-Handel von insgesamt rd. 175.000 Euro. Die Projekterfolge zeigten überdies eine mögliche Übertragbarkeit in ländliche Räume, welche jedoch nur auf der Basis einer engen Kooperation von Händlern, Stadt/Region und Online-Marktplatz langfristig funktionsfähig sein kann.

2.4 Entwicklungen im periodischen Bedarfsbereich

Durch die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung haben sich die ursprünglichen Funktionen des Einzelhandels als Verteiler von Waren stark gewandelt. Es ist ein Netz der Filialisierung und Massendistribution mit **ganz unterschiedlichen Betriebsformen** entstanden. Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter¹⁴ (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)

¹³ Die Stadt Diepholz siegte im Jahr 2016 mit einem überzeugenden Konzept im bundesweiten Städtewettbewerb „Die digitale Innenstadt“. Seither hat die Stadt in Kooperation mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Online-Handelsunternehmen eBay das Projekt „Diepholz bei eBay“ stetig vorangetrieben.

¹⁴ Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.

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

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel;
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie medizinischen und pharmazeutischen Angeboten
- Tiernahrung als gängiges Randsortiment von Lebensmittel- und Drogeriemärkten.

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

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

Die Erosion integrierter Nahversorgungslagen wird jedoch keineswegs nur durch den Angebotsausbau an peripheren Standorten und der damit verbundenen Verschiebung der Nachfrageströme zu Lasten bestehender, wohngebietsintegrierter Nahversorgungsbereiche ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. So werden vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren verstärkt an verkehrsgünstig und unmittelbar auf dem Arbeitsweg gelegenen Standorten nachgefragt. Daraus ergibt sich die Gefahr, dass die eigentlich am Wohnort verfügbare Kaufkraft zunehmend bereits am Arbeitsstandort abgeschöpft wird. Hieraus wiederum resultieren Umsatzrückgänge bei wohngebietsintegrierten Nahversorgungsbetrieben. Dies betrifft vor allem Gemeinden, die beispielsweise aufgrund der Nähe zu einem attraktiven Oberzentrum, über stark negative Pendlersalden verfügen. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die

teils zu einer Präferenzverschiebung¹⁵ der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

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

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das **Vordringen der Lebensmitteldiscounter** mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder der Entstehung von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial (z.B. in Form von Erweiterungsbestrebungen) zur Attraktivitätssteigerung und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik **mindestoptimaler Ladengrößen** mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die **ausufernde Sortimentsentwicklung** infolge der von den Herstellern betriebenen **Produktdifferenzierung** forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation (Wunsch nach breiteren Gängen und niedrigeren Regalen; Erhöhung der Übersichtlichkeit) sowie an die Sortimentsauswahl (Frische, Regionalität, Bio, Fair Trade) angewachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (z.B. SB-Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte);
- steigende Angebotsvielfalt und Wertigkeit der Lebensmitteldiscounter, die die Nachfrage des täglichen Bedarfs abdecken; hierdurch wird Druck auf die Vollsortimenter ausgelöst, die sich durch die weitere Ausweitung von Service, Frische, Produktion und Gastronomie abzusetzen; dies induziert veränderte Flächenbedarfe;

¹⁵ Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.

- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu
 - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 7.000 qm); dabei vor allem Reduzierung des Nonfood-Angebots
 - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (oftmals 2.000 qm bis 3.000 qm);
 - größeren Verkaufsflächen bei Discounter (von 700 qm bis 800 qm auf 1.000 bis 1.300 qm);
 - einem Relaunch der Supermärkte (bis 800 qm) und kleinen Verbrauchermärkte in hochverdichteten Lagen von Großstadtregionen sowie an Frequenzstandorten (z.B. Bahnhöfe, Fußgängerzonen etc.).

2.5 Exkurs: Corona-Pandemie

Durch die Corona-Pandemie und dessen ökonomische und soziale Folgeeffekte hat sich die Situation im Einzelhandel im ersten Halbjahr 2020 schlagartig verändert. Durch die angeordneten Geschäftsschließungen und auf Teilflächen begrenzten Verkäufe im Zuge des „Shutdowns“ ist der stationäre Nonfood-Einzelhandel unmittelbar betroffen gewesen und musste in dieser Zeit einen kompletten Umsatzausfall verkraften. Auch nach der Wiedereröffnung der Läden erholt sich der Umsatz nur langsam, was auch in den geringen Passantenfrequenzen in den ersten Wochen nach der Wiedereröffnung abzulesen war, die z.T. deutlich unter 50 % des Vorjahresniveaus lagen. Ursächlich hierfür ist die massiv eingebrochene Konsumlaune der Verbraucher, die zum einen durch Arbeitsplatz- und Einkommensverluste negativ beeinflusst wird und zum anderen durch die Einschränkungen des Einkaufskomforts in Folge von Maskenpflicht, Abstandsregelungen und Zugangsbeschränkungen. Hinzukommt, dass insbesondere die Risikogruppen aus Angst vor einer Infektion den stationären Einkauf meiden.

Sicherlich kann der Online-Handel durch die Folgen der Corona-Pandemie einen zusätzlichen nachhaltigen Wachstumsschub erfahren. Viele Verbraucher, die während des „Shutdowns“ zwangsläufig und erstmals online einkauften, könnten sich auch dauerhaft auf den Online-Handel umorientieren. Zwar war auch der Online-Handel aufgrund der allgemeinen Kaufzurückhaltung während des „Shutdowns“ in einigen Branchen (z.B. Mode) stark betroffen, insgesamt dürfte der Online-Handel aber in dieser Zeit überproportional zugelegt haben. Inwieweit dieser Effekt von Dauer ist, kann zum jetzigen Zeitpunkt jedoch noch nicht abschließend bewertet werden.

Zwar scheint sich die Situation für den stationären Einzelhandel aufgrund des in Deutschland vergleichsweise günstigen Pandemieverlaufs und den daraus resultierenden Lockerungen etwas zu entspannen. **Kurz- bis mittelfristig muss aber für den stationären Nonfood-Einzelhandel auch weiterhin von einer sehr angespannten**

Situation ausgegangen werden, die sich bereits in zahlreichen Unternehmensinsolvenzen bemerkbar gemacht hat und langanhaltende Umsatzrückgänge mit sich bringen wird. Auch für die nächsten Monate muss damit gerechnet werden, dass weitere Anbieter aus dem Markt ausscheiden werden. Dies werden aber vor allem solche Unternehmen sein, die schon vor der Coronakrise erhebliche strukturelle Probleme hatten und für dessen Niedergang die Coronakrise lediglich als Katalysator für eine Marktbereinigung wirkte.

Langfristig kann allerdings von einer weitgehenden Erholung der Einzelhandelsumsätze ausgegangen werden. So ist zum einen zu erwarten, dass es in absehbarer Zeit einen Impfstoff geben wird, der erneute pandemische Corona-Ausbrüche verhindern wird. Zum anderen lassen die Prognosen von Wirtschaftsinstituten u.ä. erwarten, dass auch die ökonomischen Folgewirkungen mit entsprechenden Effekten auf Arbeitsplätze und Einkommen bis Mitte der 20er-Jahre ausgeglichen sein sollten und sich damit auch das Marktumfeld für den Einzelhandel wieder verbessern wird.¹⁶

¹⁶ Bulwiengesa gehen in einer aktuellen Studie aus April 2020 davon aus, dass im Modischen Bedarf (je nach Szenario) bereits zum Ende des Jahres 2021 wieder zwischen 89 und 95 % des Umsatzniveaus von 2019 im stationären Einzelhandel erreicht wird. Bei Technik wird sogar von einem Umsatzniveau zwischen 92 und 98 % bis Ende 2021 ausgegangen und im Periodischen Bedarf wird das Umsatzniveau gegenüber 2019 laut den Prognosen von bulwiengesa stabil bleiben. (Quelle: bulwiengesa AG: Auswirkungen des Shutdown auf die Einzelhandelsmieten; April 2020)

3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bischofswerda

3.1 Lage im Raum

Die **Große Kreisstadt Bischofswerda** ist im Osten des Bundeslands Sachsen verortet und dem Landkreis Bautzen zugeordnet. Bischofswerda liegt zwischen den beiden Städten Dresden (etwa 35 km westlich) und Bautzen (rd. 20 km nordöstlich) und grenzt im Norden unmittelbar an den benachbarten Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge. Zudem verlaufen die Staatsgrenzen zu den Nachbarländern Polen und Tschechien lediglich rd. 60 km östlich von Bischofswerda.

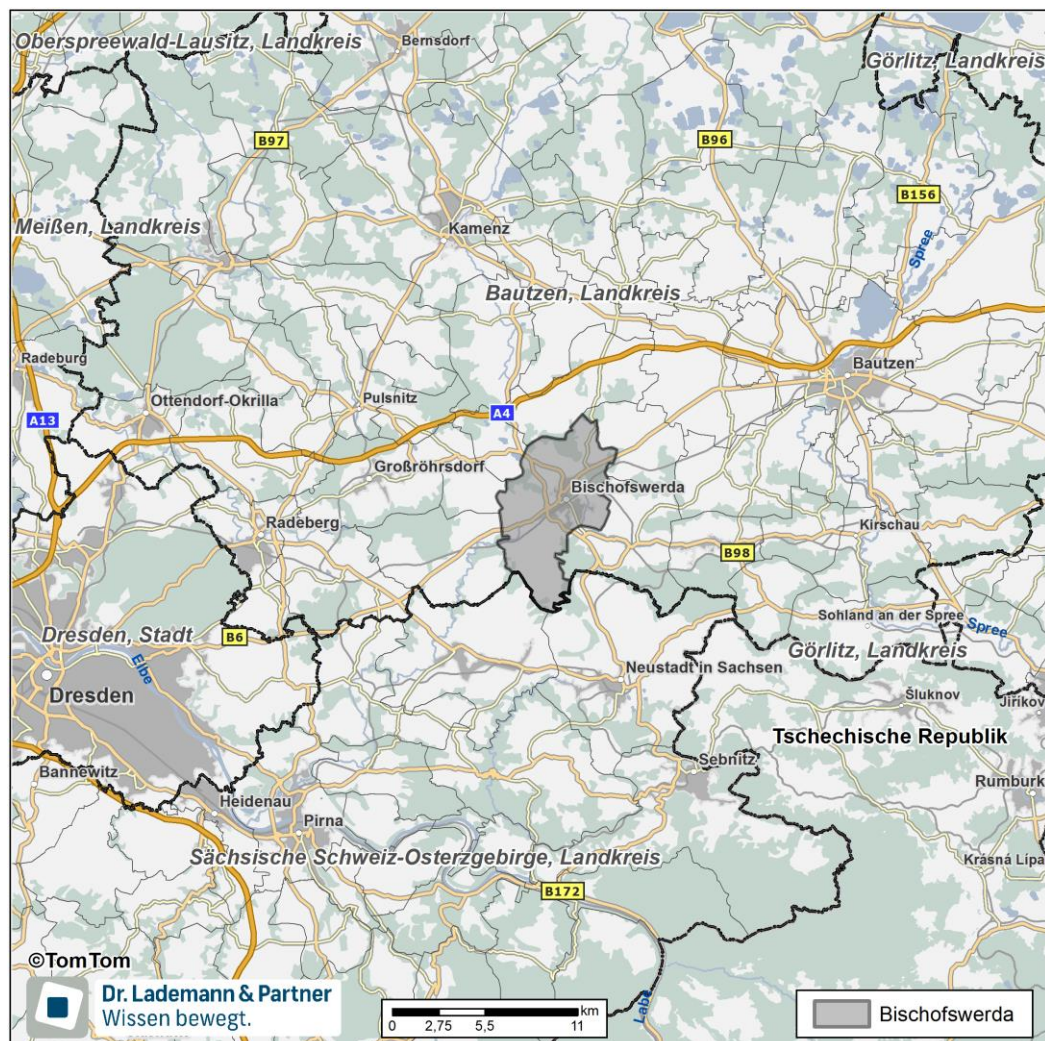


Abbildung 7: Lage im Raum

Durch ihre Lage am westlichen Rand der sächsischen Oberlausitz wird die Stadt Bischofswerda auch als „Tor zur Oberlausitz“ bezeichnet. Naturräumlich ist Bischofswerda in das Nordwestlausitzer Hügelland eingebettet. Während sich im Nordosten das Oberlausitzer Gefilde erstreckt, grenzt im Südosten das Lausitzer Bergland an. Mit der Wesenitz verläuft zudem ein Nebenfluss der Elbe durch das Bischofswerdaer Stadtgebiet.

Die Große Kreisstadt Bischofswerda zählt zu den bevölkerungsreichsten Kommunen im überwiegend ländlich geprägten Landkreis Bautzen. Bischofswerda ist Teil und auch Sitz der Verwaltungsgemeinschaft Bischofswerda, welcher auch die Nachbargemeinde Rammenau angehört. Zwischen 1951 und 1996 wurden zahlreiche, ehemals selbstständige Orte nach Bischofswerda eingemeindet. Diese Ortsteile sind heute dispers um die Kernstadt verteilt, relativ dünn besiedelt und vorwiegend dörflich geprägt. Neben der Kernstadt umfasst das Stadtgebiet von Bischofswerda die weiteren Ortsteile Belmsdorf, Geißmannsdorf (mit Pickau), Schönbrunn, Neu-Schönbrunn, Kynitzsch, Großdrebnitz, Goldbach und Weickersdorf.

Die Anbindung an das **regionale Straßennetz** erfolgt im Wesentlichen über die Bundesstraßen 6 und 98. Dabei treffen die beiden Bundesstraßen unmittelbar westlich der Kernstadt aufeinander. Die Bundesstraße 6 verläuft in Ost-West-Richtung durch das westliche Stadtgebiet von Bischofswerda und mündet am Verkehrsknoten B 6/B 98 in die Dresdener Straße. Die Dresdener Straße zählt zu den wichtigsten innerörtlichen Verkehrsverbindungen und schließt das westliche Stadtgebiet unmittelbar an das Stadtzentrum von Bischofswerda an, wo sie in den Altstadtring übergeht. Nordöstlich des Altstadtrings wird diese Verkehrsachse wieder aufgenommen und gewährleistet als Bautzener Straße bzw. S 111 eine Anbindung an die Stadt Bautzen. In Richtung Osten führt die B 6, weitgehend parallel zur BAB 4, durch überwiegend ländlich geprägte Teile Ostsachsens und stellt eine direkte Verbindung zum Oberzentrum Dresden her.

Die B 98 durchquert das Stadtgebiet von Bischofswerda als Nord-Süd-Achse und umgeht in ihrem heutigen Verlauf die Kernstadt. Erst in jüngerer Vergangenheit wurde die B 98 als Ortsumgehung von Bischofswerda neu gebaut. Ursprünglich führte die B 98 direkt durch das Kernstadtgebiet von Bischofswerda. Um den Durchgangsverkehr und die damit verbundenen Lärm- und Schadstoffemissionen im Stadtzentrum zu reduzieren, wurde die B 98 auf einem mehr als sechs Kilometer langen Abschnitt zwischen Putzkau und Rammenau als Ortsumfahrung neu trassiert. Die neue Ortsumfahrung wurde im Jahr 2011 für den Verkehr freigegeben und hat erheblich dazu beigetragen die Verkehrsbelastung im Bischofswerdaer Stadtkern zu verringern.

Die B 98 fungiert jedoch nicht nur als Ortsumgehung, sondern bindet Bischofswerda auch an ihr nördliches sowie östliches Umland an. Während sie in östlicher Richtung die Orte Schmölln-Putzkau und Neukirch/Lausitz unmittelbar an Bischofswerda anbindet und bei Oppach in die B 96 (Bautzen-Zittau) übergeht, stellt sie in nördlicher Richtung an der Anschlussstelle „Burkau“ eine Anbindung an die Bundesautobahn 4 her. Die

BAB 4 zählt zu den wichtigsten Verkehrsachsen in Sachsen und gewährleistet eine schnelle Anbindung sowohl nach Dresden als auch nach Bautzen. **Damit verfügt die Stadt Bischofswerda auch über eine sehr gute überregionale verkehrliche Anbindung.**

Von besonderer **inner- und z.T. überörtlicher Bedeutung** sind zusätzlich die Neustädter Straße, die Geißmannsdorfer Straße und der Schmöllner Weg. Während die Geißmannsdorfer Straße die ehemalige Trasse der B 98 darstellt, durch den namensgebenden Bischofswerdaer Ortsteil Geißmannsdorf führt und im nördlichen Stadtgebiet eine zusätzliche Anbindung an die B 98 herstellt, fungiert der Schmöllner Weg als wichtige Verkehrsverbindung zu den direkt westlich angrenzenden Gemeinden Schmölln-Putzkau und Demitz-Thumitz. Die Neustädter Straße bildet hingegen die wichtigste Erschließungsachse des südlichen Bischofswerdaer Stadtgebiets und wird außerhalb von Bischofswerda als Staatsstraße 156 bis nach Neustadt in Sachsen weitergeführt.

Die Große Kreisstadt Bischofswerda verfügt über einen **regional bedeutsamen Bahnhof**. Hier verkehren in regelmäßigen Abständen Züge der Länderbahn, unter dem Markennamen „trilex“, auf der Bahnstrecke zwischen Dresden und Görlitz (Linien RE 1 und RB 60). Des Weiteren wird der Bischofswerdaer Bahnhof von der Regionalbahnlinie 61 (ebenfalls durch „Die Länderbahn“ betrieben), welche zwischen Dresden und Zittau pendelt, angefahren. Damit verfügt Bischofswerda über eine gute Anbindung an das Schienennetz der Deutschen Bahn und eine unmittelbare ÖPNV-Anbindung an die Städte Dresden, Bautzen, Görlitz und Zittau. Einzelne Verbindungen gehen sogar über Zittau und Görlitz hinaus bis ins polnische Zgorzelec und ins tschechische Liberec. Ergänzt wird das örtliche ÖPNV-Angebot durch den Stadtbusverkehr, der unter Federführung des Zweckverbandes Verkehrsverbund Oberlausitz-Niederschlesien erfolgt. Dabei binden zahlreiche inner- und überörtlich verkehrende Buslinien sowohl die peripheren Bischofswerdaer Ortsteile als auch die Umlandgemeinden an die Kernstadt an.

Begünstigt durch die sehr gute regionale sowie überregionale verkehrliche Anbindung und die verhältnismäßig kurze Entfernung zu den Nachbarländern Polen und Tschechien, mit denen Deutschland am Dreiländereck bei Zittau aufeinandertrifft, haben sich in Bischofswerda in der Vergangenheit **umfangreiche gewerbliche Strukturen** entwickelt. So sind in Bischofswerda renommierte Unternehmen verschiedener Wirtschaftszweige ansässig (u.a. Umwelttechnik, Werkzeug- und Maschinenbau). Dies schlägt sich nicht nur in einer vergleichsweise hohen Arbeitsplatzdichte, sondern auch im Stadtbild nieder. Von besonderer stadträumlicher Prägung sind das Industriegebiet Bischofswerda-Nord sowie der Industrie- und Gewerbepark „Am Drebnitzer Weg“.

3.2 Zentralörtliche Funktion und regionale Wettbewerbssituation

Von Seiten der Regionalplanung¹⁷ ist Bischofswerda die Funktion eines **Grundzent-rums** zugewiesen. Die ausgewiesenen Grundzentren ergänzen das von der Landesplanung festgelegte Netz der höherrangigen zentralen Orte (Mittel- und Oberzentren) und sollen als übergemeindliche Zentren über Versorgungseinrichtungen des allgemeinen und täglichen Bedarfs und der sozialen und medizinischen Grundversorgung verfügen. Alle in der Planungsregion Oberlausitz-Niederschlesien definierten Grundzentren bzw. grundzentralen Verbünde verfügen über einen zugewiesenen, übergemeindlichen Verflechtungsbereich¹⁸. Für diesen Verflechtungsbereich (Nahbereich) sollen die Grundzentren dieselben grundzentralen Versorgungsaufgaben wahrnehmen, wie für das eigene Stadt- bzw. Gemeindegebiet. Zum grundzentralen Verflechtungsbereich der Stadt Bischofswerda zählen die folgenden Gemeinden im Umland:

- Burkau
- Frankenthal
- Rammenau
- Schmölln-Putzkau
- Demitz-Thumitz und
- Großharthau

Die konkrete Ausdehnung des grundzentralen Verflechtungsbereichs hängt stark mit den Siedlungsstrukturen innerhalb der Planungsregion zusammen. Aufgrund der ausgeprägten ländlichen Strukturen im Umland von Bischofswerda verfügt die Stadt über einen relativ weiträumigen Nahbereich. Es kommt zudem zu keiner Überlagerung des Nahbereichs mit dem Nahbereich eines anderen Grundzentrums. Die nächstgelegenen Grundzentren, mit denen Bischofswerda in einem **interkommunalen Wettbewerb** steht, sind Großröhrsdorf (rd. 10 km westlich), Stolpen (rd. 10 km südwestlich), Neustadt in Sachsen (rd. 10 km südlich) sowie Pulsnitz (rd. 15 km nordwestlich). In östlicher Richtung befindet sich zudem ein grundzentraler Verbund, bestehend aus den Gemeinden Neukirch/Lausitz, Wilthen, Schirigswalde-Kirschau und Sohland a.d. Spree. Die nächstgelegenen Zentralen Orte mit höherrangiger Funktion sind die Mittelzentren Kamenz (rd. 15 km nördlich) und Radeberg (rd. 20 km westlich) sowie das rd. 20 km nordöstlich von Bischofswerda gelegene Oberzentrum Bautzen (als Teil eines

¹⁷ Regionalplan für die Region Oberlausitz-Niederschlesien 2010 sowie Entwurfsfassung zur Zweiten Gesamtfortschreibung 2020.

¹⁸ Bei der Definition der Grundzentren wurde von Seiten der Regionalplanung u.a. darauf geachtet, dass die entsprechenden Zentralen Orte auch grundzentrale Versorgungsaufgaben für die umgebenden Gemeinden übernehmen können. Dort wo die nötige „Tiefenwirkung“ in den ländlichen Raum nicht gegeben war, wurde auf eine Ausweisung von Grundzentren verzichtet. Dies betrifft v.a. das Umland höherrangiger Zentraler Orte. Mit Ausnahme von Großröhrsdorf existiert in der Planungsregion Oberlausitz-Niederschlesien demnach auch kein Grundzentrum, welches ausschließlich das eigene Stadt- bzw. Gemeindegebiet versorgt.

oberzentralen Städteverbunds mit Görlitz und Hoyerswerda) und das rd. 40 km entfernte Oberzentrum Dresden.

Auf der nachfolgenden Karte sind die regionalen Wettbewerbsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel, welchem hinsichtlich der grundzentralen Versorgung der Bischofswerdaer Bevölkerung die größte Bedeutung beizumessen ist, dargestellt. Die Wettbewerbssituation bestimmt nicht nur die räumliche Ausdehnung des grundzentralen Verflechtungsbereichs, sondern auch die Ausprägung des Bischofswerdaer Marktgebiets, welches im Rahmen von Kapitel 4 noch näher definiert wird.

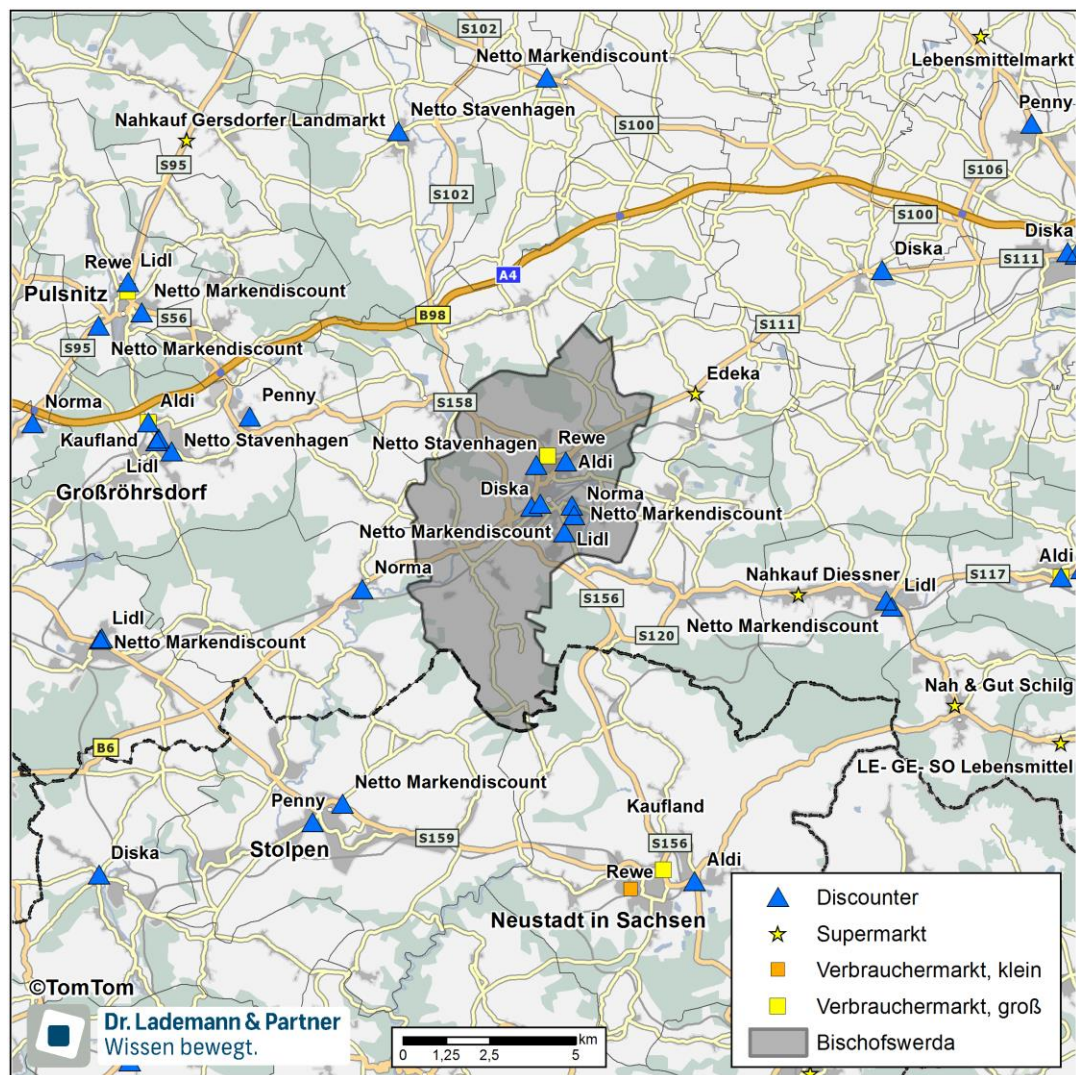


Abbildung 8: Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum

Wie die Karte zeigt, verfügt die Stadt Bischofswerda über zahlreiche strukturprägende Lebensmittelanbieter, welche in erster Linie zwar auf die Nahversorgung der lokalen Bevölkerung im Stadtgebiet ausgerichtet sind, jedoch auch die Grundversorgung in den umliegenden Gemeinden unterstützen. In diesen z.T. stark dörflich geprägten Kommunen bestehen nur vereinzelte Nahversorgungsangebote (z.B. EDEKA-

Supermarkt in Demitz-Thumitz), sodass, auch aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Anbindung an Bischofswerda, von einer relativ starken Einkaufsorientierung der dort lebenden Verbraucher auf die Einzelhandels- bzw. Nahversorgungsangebote in Bischofswerda ausgegangen werden kann. Wie bereits beschrieben, trägt diesem Umstand auch die Regionalplanung Rechnung, indem zahlreiche >Umlandkommunen dem grundzentralen Verflechtungsbereich von Bischofswerda zugeordnet sind.

Wie der Karte weiter entnommen werden kann, nimmt die Angebotsdichte im Lebensmittel Einzelhandel in den umliegenden Grundzentren funktionsgerecht deutlich zu. Dabei sind insbesondere die Grundzentren Neustadt in Sachsen und Großröhrsdorf hervorzuheben, wo sowohl discountorientierte als auch vollsortimentierte Angebote angesiedelt sind. Allerdings sind beide Grundzentren und die dort ansässigen Nahversorgungsbetriebe räumlich bereits relativ weit von Bischofswerda entfernt (rd. 20 Fahrminuten bis nach Großröhrsdorf und rd. 15 Fahrminuten bis zur Kernstadt von Neustadt in Sachsen). Angesichts der Distanzsensibilität der Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren ist im periodischen Bedarf somit nicht von signifikanten, wechselseitigen Nachfrageverflechtungen zwischen Großröhrsdorf und Bischofswerda bzw. Neustadt und Bischofswerda auszugehen. Ohnehin erreichen die dort ansässigen Lebensmittelmärkte, mit Ausnahme der beiden Kaufland-Märkte in Neustadt und Großröhrsdorf, keine nennenswerte überörtliche Ausstrahlung.

Wenngleich die in den umliegenden Grundzentren befindlichen Grundversorgungsangebote die räumliche Ausstrahlung des Bischofswerdaer Marktgebiets limitieren, ist für den periodischen Bedarf insgesamt von einer **moderaten interkommunalen Wettbewerbssituation** auszugehen. Damit ergibt sich für Bischofswerda die Chance, die lokal vorhandene Kaufkraft zu großen Teilen selbst zu binden und Kaufkraftabflüsse an Versorgungsstandorte außerhalb Bischofswerdas zu minimieren. Gleichzeitig ist es jedoch umso wichtiger, dass die Stadt Bischofswerda ihrer grundzentralen Versorgungsaufgabe vollständig nachkommt, um für die lokal ansässige Bevölkerung (und die Bevölkerung im grundzentralen Verflechtungsbereich) eine sowohl unter quantitativen als auch nach qualitativen Gesichtspunkten hochwertige Grundversorgung sicherzustellen.

Als wichtigste Einkaufsstandorte für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs fungieren die Oberzentren Bautzen und Dresden. Beide Städte offerieren Einzelhandelsangebote, welche in Bischofswerda nicht oder nur sehr eingeschränkt vorhanden sind. Wenngleich die Stadt Bischofswerda dem Mittelbereich¹⁹ von Bautzen zugeordnet ist, ist aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung und der Vielzahl sogkräftiger Handelsstandorte (v.a. Innenstadt, ElbePark) davon auszugehen, dass vor allem auch die Landeshauptstadt Dresden Kaufkraft aus Bischofswerda abschöpfen kann. Für die mittel-

¹⁹ Aufgrund großräumiger Überschneidungen werden im Landesentwicklungsplan 2013 Sachsen keine Oberbereiche (Verflechtungsbereiche der Oberzentren) dargestellt.

und langfristigen Güter sind von Seiten der Raumordnung aber auch gewisse Einkaufsorientierungen der Bischofswerdaer Bevölkerung auf die höherrangigen Zentren in der Umgebung vorgesehen.

3.3 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Der offiziellen Einwohnerstatistik der Stadt Bischofswerda²⁰ zufolge verlief die **Bevölkerungsentwicklung in Bischofswerda seit 2016** mit einem jährlichen Rückgang von rd. -1,2 % p.a. deutlich negativ. Dabei folgt die Stadt dem allgemeinen Trend in der Region, die im Vergleichszeitraum, mit Ausnahme von Großröhrsdorf, ebenfalls von Bevölkerungsverlusten betroffen war. Neben Bischofswerda verlieren vor allem auch Bautzen und Neustadt in Sachsen deutlich an Einwohnern. Verglichen mit der Entwicklung im Landkreis Bautzen insgesamt sowie mit dem Schnitt des Bundeslands Sachsen²¹ fällt der Einwohnerrückgang in Bischofswerda überdurchschnittlich stark aus.

Einwohnerentwicklung in der Stadt Bischofswerda im Vergleich

Stadt, Kreis, Land	2016	2020	abs.	+/- 16/20 in %	Veränderung p.a. in %
Bischofswerda	11.714	11.144	-570	-4,9	-1,2
Großröhrsdorf	9.545	9.615	70	0,7	0,2
Neustadt in Sachsen	12.516	12.097	-419	-3,3	-0,8
Pulsnitz	7.488	7.468	-20	-0,3	-0,1
Bautzen	39.845	38.425	-1.420	-3,6	-0,9
Landkreis Bautzen	306.273	299.758	-6.515	-2,1	-0,5
Sachsen	4.084.851	4.071.971	-12.880	-0,3	-0,1

Quellen: Einwohnerstatistik der Stadt Bischofswerda; Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Bischofswerda im Vergleich

Wie der offiziellen Einwohnerstatistik der Stadt Bischofswerda für das Jahr 2019 entnommen werden kann, ist die Bevölkerung im Laufe des vergangenen Jahres nochmals leicht gesunken auf insgesamt

rd. 11.140 Einwohner.

²⁰ Die Stadt Bischofswerda veröffentlicht einmal jährlich eine offizielle Einwohnerstatistik, die über den Internetauftritt der Stadt abgerufen werden kann.

²¹ Dabei konnte die negative Bevölkerungsentwicklung in den ländlich geprägten Teilen von Sachsen durch die z.T. erheblichen Einwohnerzuwächse in den Ballungsräumen Dresden und Leipzig zu großen Teilen kompensiert werden.

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Bischofswerda kann in Anlehnung an die 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2035²² unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren weiterhin rückläufig sein werden. Im Jahr 2030 ist in Bischofswerda mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 9.980 Einwohnern (-0,9 % p.a.).

Auch für das Umland der Stadt Bischofswerda ist mit anhaltenden und nahezu flächen-deckenden, signifikanten Bevölkerungsrückgängen zu rechnen.

Die **Altersstruktur** der Bevölkerung in Bischofswerda entspricht dem Trend des demografischen Wandels. Wie die untenstehende Tabelle veranschaulicht, waren die Bevölkerungsgruppen im Erwerbsalter im Zeitraum zwischen 2016 und 2020 von Schrumpfung und Alterung betroffen. Der Anteil der Altersgruppe ab 65 Jahren an der Gesamtbevölkerung ist im gleichen Zeitraum hingegen deutlich gestiegen. Im Jahr 2020 waren ca. 31 % der Bischofswerdaer Bevölkerung 65 Jahre und älter²³. Zum Vergleich: Im Landkreis Bautzen lag der Anteil lediglich bei rd. 28 %, im Land Sachsen hingegen sogar nur bei rd. 26 %. Damit zeigt sich, dass der Anteil Hochbetagter (65 +) in Bischofswerda bzw. im Landkreis Bautzen höher ist als im Land Sachsen insgesamt. Mit Blick auf die unterstehende Tabelle fällt jedoch weiterhin auch auf, dass die jungen Altersgruppen (unter 15 Jahre sowie 15 bis unter 25 Jahre) im Zeitraum zwischen 2016 und 2020 gewachsen bzw. auf einem annähernd stabilen Niveau geblieben sind.

Altersstruktur in Bischofswerda in %

Altersgruppen	2016	2020
unter 15 Jahre	12,5%	12,9%
15 bis unter 25 Jahre	6,7%	6,6%
25 bis unter 50 Jahre	27,9%	25,5%
50 bis unter 65 Jahre	25,6%	23,8%
ab 65 Jahre	27,3%	31,2%

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Tabelle 2: Altersstruktur der Stadt Bischofswerda 2015 und 2019

²² Die 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2035, die im Mai 2020 veröffentlicht wurde, basiert weitgehend auf der Analyse der Bevölkerungsentwicklung der Jahre 2014 bis 2018. Dabei stellt der 31.12.2018 den letzten offiziellen Bevölkerungsstand und somit die Prognosebasis dar. Um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Bevölkerung in Bischofswerda zwischen Ende 2018 und Ende 2019 weniger stark zurückgegangen ist als es die Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung prognostiziert hat, wurde hinsichtlich der Bevölkerungsprognose für die Stadt Bischofswerda die Variante 1 der Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung herangezogen. Diese geht, verglichen mit der negativeren Variante 2, davon aus, dass der Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2035 insgesamt etwas milder ausfallen wird.

²³ Vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen. Die aktuellsten Daten mit einer Untergliederung der Bevölkerung nach Altersgruppen liegen für den 31.12.2018 vor.

Auch perspektivisch ist eine weitere **Verschiebung der Altersstruktur** zu erwarten. Der 7. Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2035 folgend²⁴, wird der Anteil der ab 65-jährigen in Bischofswerda im Jahr 2030 bei rd. 38 % liegen. Dabei wird dieser Trend stärker ausgeprägt sein als im Bundesland Sachsen allgemein. Im Freistaat wird der Anteil der ab 65-jährigen im Jahr 2030 voraussichtlich bei lediglich rd. 29 % liegen.

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen künftig ein noch höherer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches Angebot mit besonderem Fokus auf Senioren einstellen, um auf Verschiebungen im Einkaufsverhalten reagieren zu können (z.B. höhere Serviceaffinität).

Die **Beschäftigungssituation** im Landkreis Bautzen hat sich zwischen 2014 und 2018 deutlich verbessert. Die Arbeitslosenquote ist in diesem Zeitraum um rd. 3,2 %-Punkte gesunken und lag im Jahr 2018 bei rd. 5,6 %. Damit ist die Arbeitslosenquote im Vergleichszeitraum noch stärker zurückgegangen als im Land Sachsen (-2,8 %-Punkte) und dem östlichen Bundesgebiet (-2,9 %-Punkte). Darüber hinaus bewegt sich die Arbeitslosenquote im Landkreis Bautzen auf einem niedrigeren Niveau als im Bundesland Sachsen (6,0 %) sowie dem östlichen Bundesgebiet insgesamt (6,9 %). Dies wirkt sich positiv auf die Nachfragesituation im Einzelhandel aus.

Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		± 14/18 %-Punkte
	2014	2018	
Landkreis Bautzen	8,8	5,6	-3,2
Sachsen	8,8	6,0	-2,8
Bundesgebiet (Ost)	9,8	6,9	-2,9

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2014-18 / Jahreszahlen, Nürnberg.

Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Bischofswerda mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die **Aus- und Einpendlerströme**. Die Stadt Bischofswerda verfügte im Jahr 2019 über einen positiven Pendlersaldo von knapp 1.470 Personen. Im Vergleich zum Jahr 2015 hat sich die Pendlerbilanz dabei nochmals erheblich verbessert. Während die Zahl der Auspendler in diesem Zeitraum leicht gesunken ist, hat sich die Zahl der Einpendler beträchtlich erhöht. Damit zählt die Stadt Bischofswerda zu den wenigen Kommunen im Landkreis Bautzen, die über einen positiven Pendlersaldo

²⁴ Hierbei wurde ebenfalls auf die Variante 1 abgestellt, welche eine insgesamt positivere Entwicklung der Bevölkerung voraussagt.

verfügen. Gemäß der Bundesagentur für Arbeit stellte die Stadt Bischofswerda zum 30.06.2019 für alle sozialversicherungspflichtig Beschäftigten aus den dem Nahbereich raumordnerisch zugeordneten Gemeinden (mit Ausnahme von Großharthau) den Hauptauspendlerort dar. Dies verdeutlicht, dass Bischofswerda eine wichtige Rolle als Arbeitsstandort für das ländlich geprägte Umland einnimmt und in der jüngeren Vergangenheit weiter an Bedeutung gewinnen konnte.

Ein- und Auspendler in der Stadt Bischofswerda im Vergleich

Stadt, Kreis	Auspendler		Einpender		Saldo	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Bischofswerda	2.481	2.365	3.464	3.833	983	1.468
Neustadt in Sachsen	2.671	2.619	2.118	2.676	-553	57
Bautzen	6.479	6.844	18.055	17.875	11.576	11.031
Landkreis Bautzen	35.653	35.824	25.961	29.256	-9.692	-6.568

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2015/19. (Stand jeweils 30.06.)

Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich

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

Während das Bundesland Sachsen und der Landkreis Bautzen in den vergangenen Jahren ein gestiegenes Tourismusaufkommen vorweisen konnten, hat sich sowohl die Zahl der Gästeankünfte als auch die Zahl der Übernachtungen in Bischofswerda seit 2016 leicht reduziert. Dies verdeutlicht die nachfolgende Tabelle.

Tourismusentwicklung in der Stadt Bischofswerda zwischen 2016 und 2019

Gästeankünfte

Stadt, Kreis, Land	2016	2019	abs.	+/- 16/19	Veränderung
				in %	p.a. in %
Bischofswerda	9.379	8.788	-591	-6,3	-2,1
Neustadt in Sachsen	10.000	9.496	-504	-5,0	-1,7
Landkreis Bautzen	261.295	300.736	39.441	15,1	4,8
Sachsen	7.492.260	8.484.173	991.913	13,2	4,2

Übernachtungen

Stadt, Kreis, Land	2016	2019	abs.	+/- 16/19	Veränderung
				in %	p.a. in %
Bischofswerda	15.279	14.822	-457	-3,0	-1,0
Neustadt in Sachsen	27.285	26.824	-461	-1,7	-0,6
Landkreis Bautzen	710.056	805.093	95.037	13,4	4,3
Sachsen	18.750.390	20.750.560	2.000.170	10,7	3,4

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen. Stand jeweils 01.01.

Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als sieben Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach etwas größer einzuschätzen, wobei der Tourismus für den Einzelhandel in Bischofswerda insgesamt ohnehin eine eher untergeordnete Rolle spielt.

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**²⁵. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in der Stadt Bischofswerda bewegt sich mit 83,7 auf einem relativ niedrigen Niveau und liegt damit unter dem Schnitt des Landkreises Bautzen (89,0) und auch unterhalb des Landesschnitts (89,3). Dies wirkt sich restriktiv auf das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial aus.

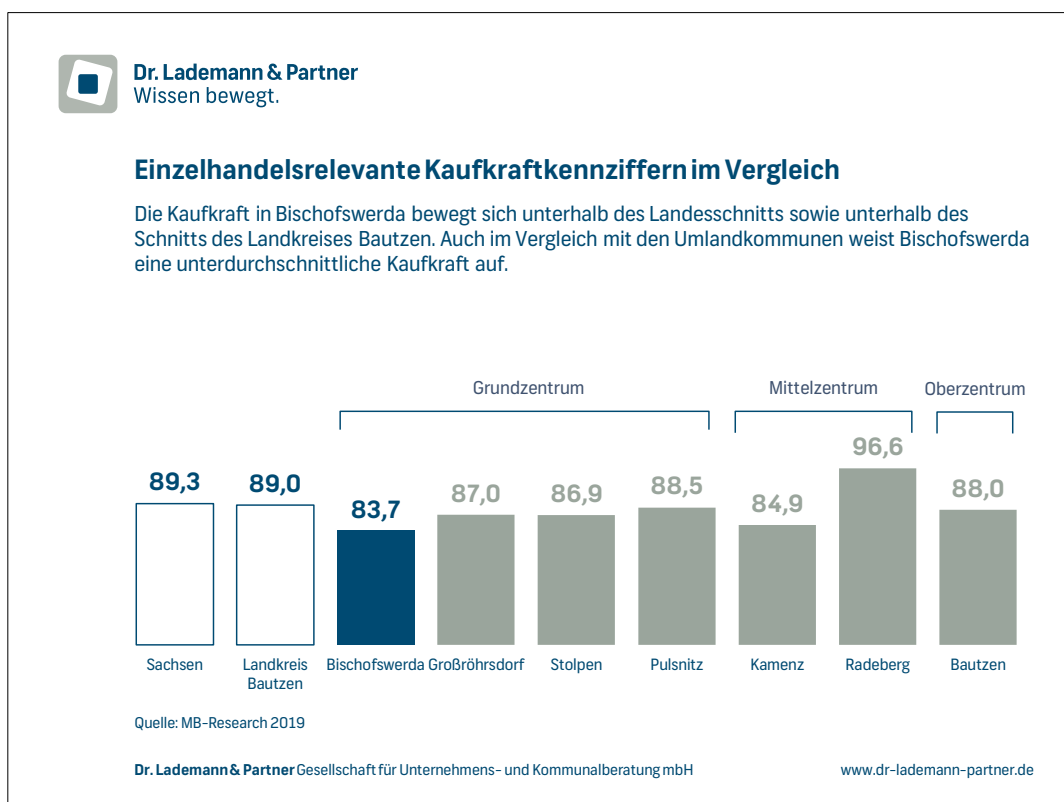


Abbildung 9: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

²⁵ Vgl. MB-Research 2020, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

3.4 Raumordnerische Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen wird in Kapitel 2.3.2 (Handel) des [Landesentwicklungsplans Sachsen 2013](#) geregelt. Die folgenden additiv verknüpften Ziele und Grundsätze sind bei entsprechenden Vorhaben im Geltungsbereich qualifizierter Bebauungspläne zu beachten und beeinflussen auch die Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts:²⁶

2.2.3.2.1 (Konzentrationsgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichnenden großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Factory-Outlet-Centern ist nur in Oberzentren zulässig.

2.2.3.2.2 (Konzentrationsgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.

2.2.3.2.3 (Integrationsgebot)

Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

2.2.3.2.4 (Kongruenzgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Orts wesentlich überschreitet.

2.2.3.2.5 (Beeinträchtungsverbot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen

²⁶ Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Ziele der Raumordnung (Z) bei der Bauleitplanung zwingend zu beachten sind (§ 1 Abs. 4 BauGB), während die Grundsätze der Raumordnung (G) der Abwägung zugänglich sind.

Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Orts sowie der benachbarten Zentralen Orten substanziell beeinträchtigen.

G 2.3.2.6 (ÖPNV)

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.

Z 2.3.2.7 (Agglomerationsverbot)

Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gelten entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.

Im geltenden **Regionalplan für die Region Oberlausitz-Niederschlesien** aus dem Jahr 2010 wurden die Ziele und Grundsätze des damals gültigen LEP Sachsen 2003 nicht weiter konkretisiert. In Absatz 5.2 (Handel und Dienstleistungen) werden lediglich einige grundsätzliche Aussagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung getroffen, die v.a. auf eine Stärkung der Innenstädte des oberzentralen Städteverbunds (Bautzen – Hoyerswerda – Görlitz) und der Mittelzentren im Planungsraum abzielen. Explizite Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung in den Grundzentren sind im Planwerk hingegen nicht enthalten.

Der Regionalplan für die Region Oberlausitz-Niederschlesien wird derzeit fortgeschrieben und befindet sich aktuell im Beteiligungsverfahren. In die in diesem Zusammenhang vorliegende Entwurfsfassung wurden mit Verweis auf die bestehende, erhebliche Regelungsdichte des gültigen LEP 2013, keine vertiefenden Regelungen hinsichtlich der Einzelhandelssteuerung in der Planungsregion aufgenommen. Das einzige im Absatz 3.3 (Handel und Dienstleistungen) verankerte Ziel bezieht sich ausschließlich auf den oberzentralen Städteverbund und die Mittelzentren und ist für die weitere Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda somit nicht von Relevanz. Dem ebenfalls in diesem Absatz angeführten Grundsatz 3.3.2, welcher den Zentralen Orten im Planungsraum die Erarbeitung von Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepten nahelegt, wird mit der vorliegenden Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Bischofswerda bereits Rechnung getragen.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Bischofswerda sind differenziert zu bewerten: Während sich die seit Jahren anhaltende rückläufige Einwohnerentwicklung und die unterdurchschnittlichen Kaufkraftverhältnisse einschränkend auf die Entwicklungsperspektiven im Einzelhandel auswirken, kommen die hohe Arbeitsplatzzentralität sowie der damit verbundene sehr positive Pendlersaldo dem Einzelhandelsstandort Bischofswerda zu Gute.

Bischofswerda ist die raumordnerische Funktion eines Grundzentrums zugewiesen und somit dazu angehalten die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs sowohl für die eigene Bevölkerung als auch die Bevölkerung im zugewiesenen grundzentralen Verflechtungsbereich sicherzustellen. Entsprechend hat Bischofswerda einen klaren, von der Raumordnung ausgewiesenen, überörtlichen Versorgungsauftrag für einen sehr ländlich geprägten Raum, was bei der Verkaufsflächenausstattung zu berücksichtigen ist.

4 Nachfragesituation in Bischofswerda

4.1 Marktgebiet der Stadt Bischofswerda

Das Marktgebiet einer Stadt bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Einwohner dieses Marktgebiets alle ihre Einkäufe in dieser Stadt tätigen, sondern sie weisen lediglich eine deutliche Orientierung auf den lokalen Einzelhandel auf.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Struktur der Region. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Zudem wurden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung beachtet. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei in der Regel immer gegeben.

Das Marktgebiet des Bischofswerdaer Einzelhandels ist in zwei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Dabei stellt das Bischofswerdaer Stadtgebiet die Zone 1 dar. Hier ist, insbesondere aufgrund der räumlichen Nähe zwischen den Wohnstandorten und den örtlichen Einzelhandelsangeboten, mit der größten Marktdurchdringung bzw. Nachfragebindung zu rechnen.

Da Bischofswerda verkehrlich sehr gut an das stark ländlich und durch überwiegend diffuse Siedlungsstrukturen geprägte Umland angebunden ist, verfügt die Stadt über einen relativ weiträumigen Naheinzugsbereich (= Zone 2). Dieser setzt sich aus den Gemeinden Burkau, Rammenau, Frankenthal, Großharthau, Demitz-Thumitz und Schmölln-Putzkau zusammen³³ und deckt sich damit mit dem raumordnerisch

³³ Das im Rahmen der letzten Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Bischofswerda (2016) definierte Marktgebiet erstreckte sich darüber hinaus auch über die Gemeinde Neukirch/Lausitz. Da die Gemeinde Neukirch/Lausitz selbst Bestandteil eines grundzentralen Verbunds (mit Wilthen, Schirgiswalde-Kirschau und Sohland a.d. Spree) ist und damit grundzentralen Versorgungsaufgaben nachkommen muss, erhöht sich die Angebotsdichte im Lebensmitteleinzelhandel sowohl in Neukirch/Lausitz selbst als auch in den weiteren zum grundzentralen Verbund gehörigen Kommunen funktionsgerecht deutlich. Es ist folglich nicht davon auszugehen, dass starke Einkaufsorientierungen der in Neukirch lebenden Verbraucher auf die Nahversorgungsangebote in Bischofswerda bestehen. Aus diesem Grund haben Dr. Lademann & Partner die Gemeinde Neukirch/Lausitz nicht mehr dem Marktgebiet des Bischofswerdaer Einzelhandels zugeordnet. Es wäre auch nicht sachgerecht und nicht im Sinne der Raumordnung, wenn für die spätere Ableitung von Entwicklungspotenzialen auf Nachfragepotenziale eines umliegenden Grundzentrums abgestellt wird. Da in Bischofswerda allerdings auch in beachtlichem Maße aperiodische Angebote vorgehalten werden, ist in diesen Segmenten, unterstützt durch die gute Verkehrsverbindung zwischen Bischofswerda und Neukirch/Lausitz, durchaus von gewissen, wenn auch überschaubaren Kaufkraftverflechtungen auszugehen. Dies haben die Gutachter bei der Bezifferung des Streukundenanteils berücksichtigt.

zugewiesenen überörtlichen, grundzentralen Verflechtungsbereich. Wenngleich die Nachfrageabschöpfung in diesem Bereich weniger stark ausgeprägt sein wird als in der Zone 1, ist u.a. aufgrund des rudimentären Angebotsbestands im Bischofswerdaer Umland und der relativ großen räumlichen Distanz zu anderen Grundzentren mit ähnlicher Angebotsausstattung, dennoch davon auszugehen, dass hier signifikante Einkaufsorientierungen auf die Einzelhandelsangebote in Bischofswerda bestehen. Dies gilt insbesondere auch für den periodischen Bedarf.

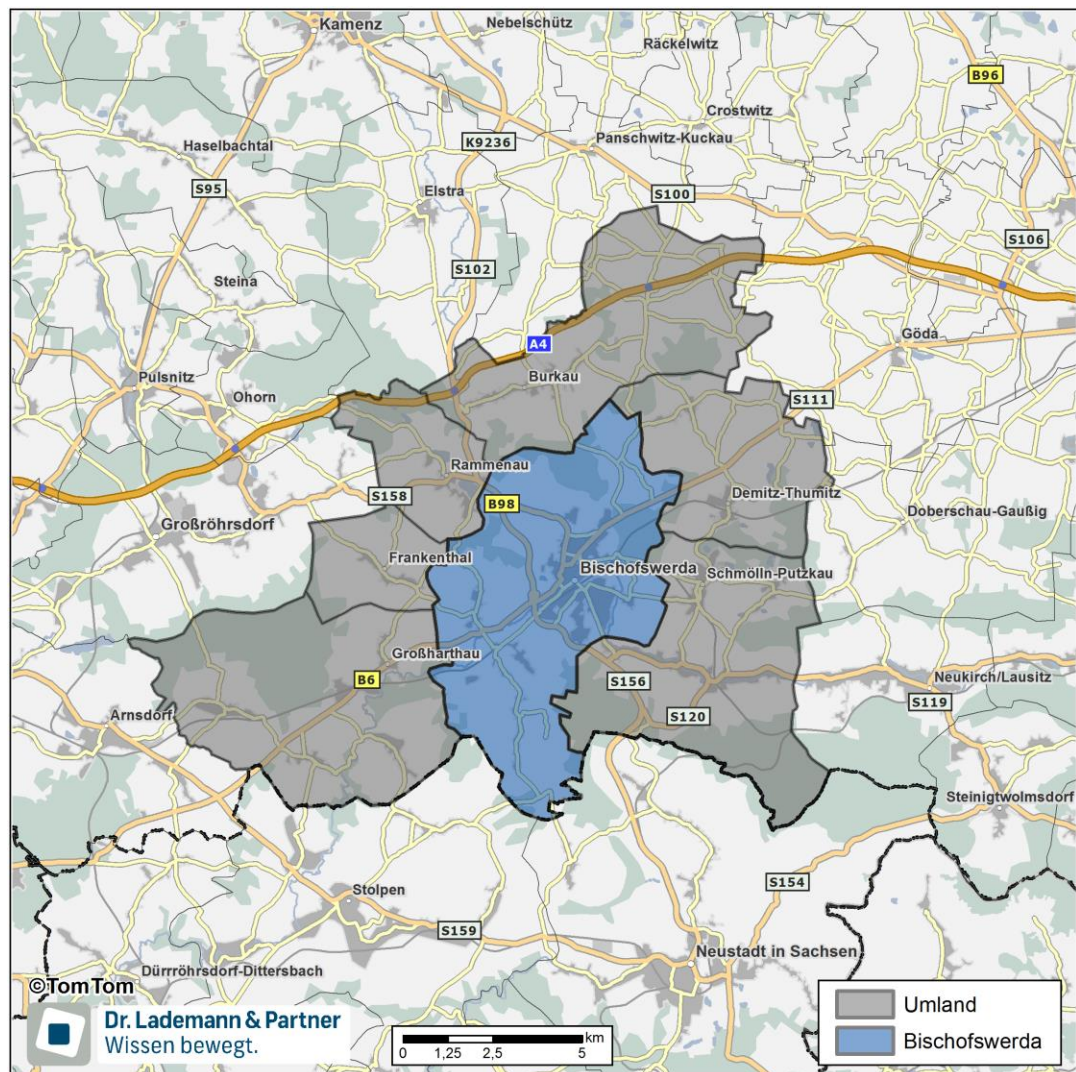


Abbildung 10: Marktgebiet des Bischofswerdaer Einzelhandels

In dem Marktgebiet leben derzeit **rd. 24.400 Personen**, wobei die Bevölkerung zu ähnlichen Teilen auf die Stadt Bischofswerda selbst und auf das Bischofswerdaer Umland entfällt. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognose³⁴ ist von einem erheblichen Rückgang des Einwohnerpotenzials bis 2030 auf **rd. 22.400 Einwohner** auszugehen.

Marktgebiet des Einzelhandels in Bischofswerda

Bereich	Zonen	2020	2030
Bischofswerda	Zone 1	11.144	9.980
Umland	Zone 2	13.299	12.430
Einzugsgebiet	Gesamt	24.443	22.410

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels

Darüber hinaus ist noch mit Streukunden zu rechnen. Diese Streukunden setzen sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Touristen, Durchreisenden, Zufallskunden und Pendlern zusammen, sowie aus Verbrauchern, die nur gelegentlich in Bischofswerda einkaufen (z.B. aus Neukirch). Dabei ist insbesondere die relativ hohe Arbeitsplatzdichte in Bischofswerda und der damit verbundene sehr positive Pendler-saldo herauszustellen. In diesem Zusammenhang kann der örtliche Einzelhandel von zusätzlichen Umsatzpotenzialen durch Kunden profitieren, die zwar außerhalb des Bischofswerdaer Marktgebiets leben, die Stadt aber dennoch regelmäßig aufsuchen und ihren Versorgungseinkauf regelmäßig oder gelegentlich mit dem Arbeitsweg koppeln.

4.2 Nachfragepotenzial der Stadt Bischofswerda

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des aktuellen Pro-Kopf-Ausgabesatzes³⁶ errechnet sich für 2020 ein **einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial** über alle Sortimente innerhalb des Marktgebiets von

rd. 150,3 Mio. €.

Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Bischofswerda jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Bischofswerda selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen (z.B. Online-Handel).

³⁴ Auch für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in den Umlandgemeinden von Bischofswerda, welche der Zone 2 des Marktgebiets angehören, wurde, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Einwohnerentwicklung in den vergangenen Jahren, auf die moderatere Variante 1 der 7. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2035 abgestellt.

³⁶ Pro-Kopf-Ausgabesatz gemäß MB Research (2018) = 7.086 €.

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Bischofswerda für den Prognosehorizont 2030 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

rd. 137,9 Mio. € (- rd. 12,4 Mio. €).

Hinzu kommt noch das Potenzial der nur sporadisch auf Bischofswerda orientierten Streukunden, welches die Gutachter auf eine Größenordnung in Höhe von etwa 10 % vom Gesamtumsatz in der Stadt Bischofswerda ansetzen.³⁷



Abbildung 11: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Bischofswerda

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) – wenn auch abgeschwächt – weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich 11 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht-stationären Handel. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. So fließen beispielsweise im Bundesschnitt im Segment Elektrobedarf etwa 31 % der Nachfrage in den Online-Handel ab. Das Segment des periodischen Bedarfs ist dahingegen aktuell (noch) weitgehend onlineresistent.

³⁷ An dieser Stelle sei nochmals darauf hingewiesen, dass Bischofswerda, bedingt durch eine Vielzahl bedeutender Arbeitgeber, über einen deutlich positiven Pendlersaldo verfügt. Dabei hat sich die Zahl der Einpendler in den letzten Jahren weiter stetig erhöht, sodass die Bedeutung der Pendler als zusätzliches Nachfragepotenzial eine signifikante Rolle einnimmt.

Hier fließen aktuell lediglich rd. 2 % der Nachfrage ab. Nicht das gesamte Nachfragevolumen steht also dem stationären Einzelhandel zur Verfügung.

Das Marktgebiet der Stadt Bischofswerda umfasst neben dem eigenen Stadtgebiet auch die zum grundzentralen Verflechtungsbereich gehörenden Gemeinden im unmittelbaren Umland. Im Marktgebiet leben derzeit rd. 24.400 Personen. Angesichts der abnehmenden Einwohnerzahl (rd. 22.400 Personen im Jahr 2030) wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2030 auf rd. 138 Mio. € absinken. Vor diesem Hintergrund wird es zukünftig vor allem darauf ankommen, die bestehenden Angebote vor Ort zu stärken, nachhaltig abzusichern und zielgerichtet zu ergänzen, um über eine moderate Erhöhung der Nachfragebindung das Kaufkraftvolumen in der Stadt zu stabilisieren. Dem Bischofswerda zugewiesenen grundzentralen Versorgungsauftrag entsprechend, ist der Fokus dabei auf eine weitere, bedarfsgerechte Qualifizierung des Grundversorgungsangebots zu lenken.

5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Bischofswerda

5.1 Verkaufsflächenentwicklung und Branchenstruktur

Im Februar 2020 verfügte die Stadt Bischofswerda in 109 Ladenschäften über eine aktiv betriebene³⁸ **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

rd.32.800 qm.

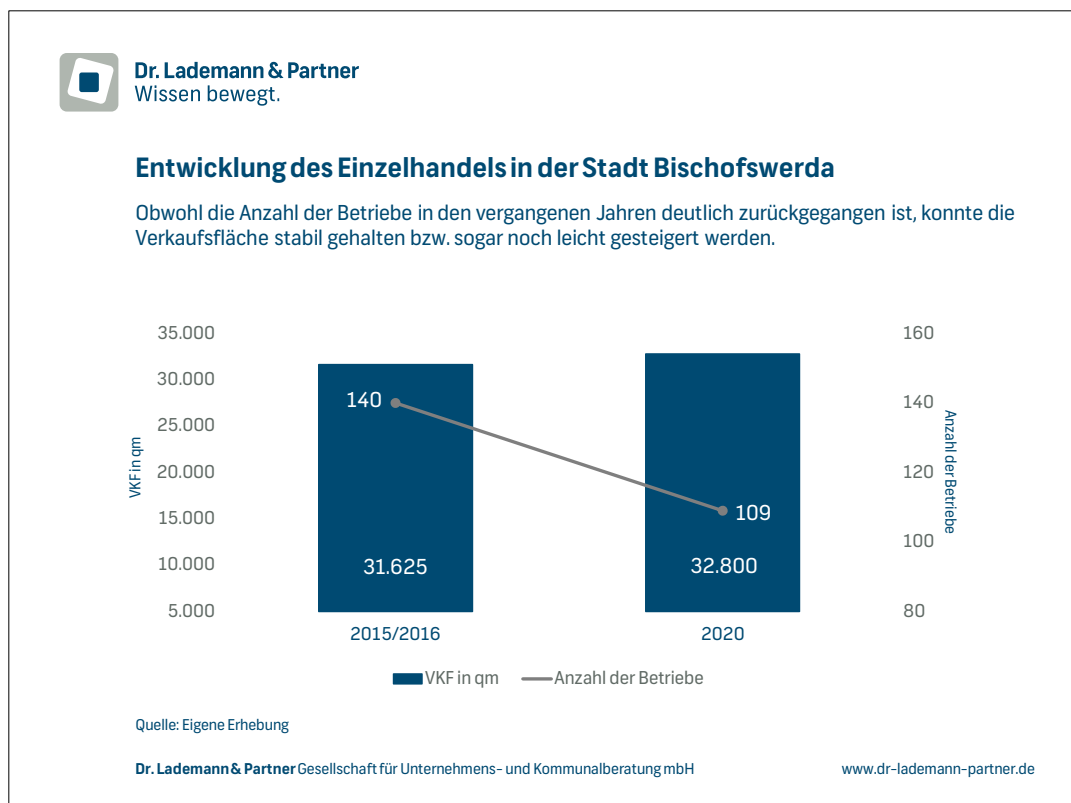


Abbildung 12: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Bischofswerda seit 2015/2016

Im zeitlichen Vergleich zur Situation Ende 2015/Anfang 2016³⁹ zeigt sich eine deutliche Abnahme der Ladenlokale von 140 auf 109. Im gleichen Zeitraum ist die Verkaufsfläche gleichwohl stabil geblieben bzw. sogar noch leicht angestiegen. Dem bundesdeutschen Trend folgend, kann somit auch für Bischofswerda konstatiert

³⁸ Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

³⁹ Zu diesem Zeitpunkt wurde vom Gutachterbüro CIMA Beratung + Management GmbH aus Leipzig eine vollständige Einzelhandelsbestandsaufnahme im Stadtgebiet von Bischofswerda durchgeführt. Diese Bestandsdaten wurden dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bischofswerda aus dem Jahr 2016 zu Grunde gelegt.

werden, dass die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Ladeneinheit stetig zugenommen haben. Dieser Betriebsformenwandel resultiert daraus, dass vorwiegend kleine Geschäfte aus dem Markt ausscheiden und neben Neueröffnungen (z.B. Thomas Philipps in der Schiebock-Passage sowie Diska an der Stolpener Straße) auch Bestandsbetriebe in den letzten Jahren Flächenerweiterungen durchgeführt haben (z.B. Rossmann).

Ein erheblicher Teil des Verkaufsflächenzuwachses zwischen 2015/2016 und 2020 entfällt erfreulicherweise auf die Bischofswerdaer Innenstadt. Damit konnte das Hauptzentrum zuletzt merklich gestärkt werden, wenngleich eine prägende Rolle im Einzelhandelsgefüge der Stadt Bischofswerda noch nicht erreicht werden konnte.

Bei der Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeichnet sich folgendes Bild:

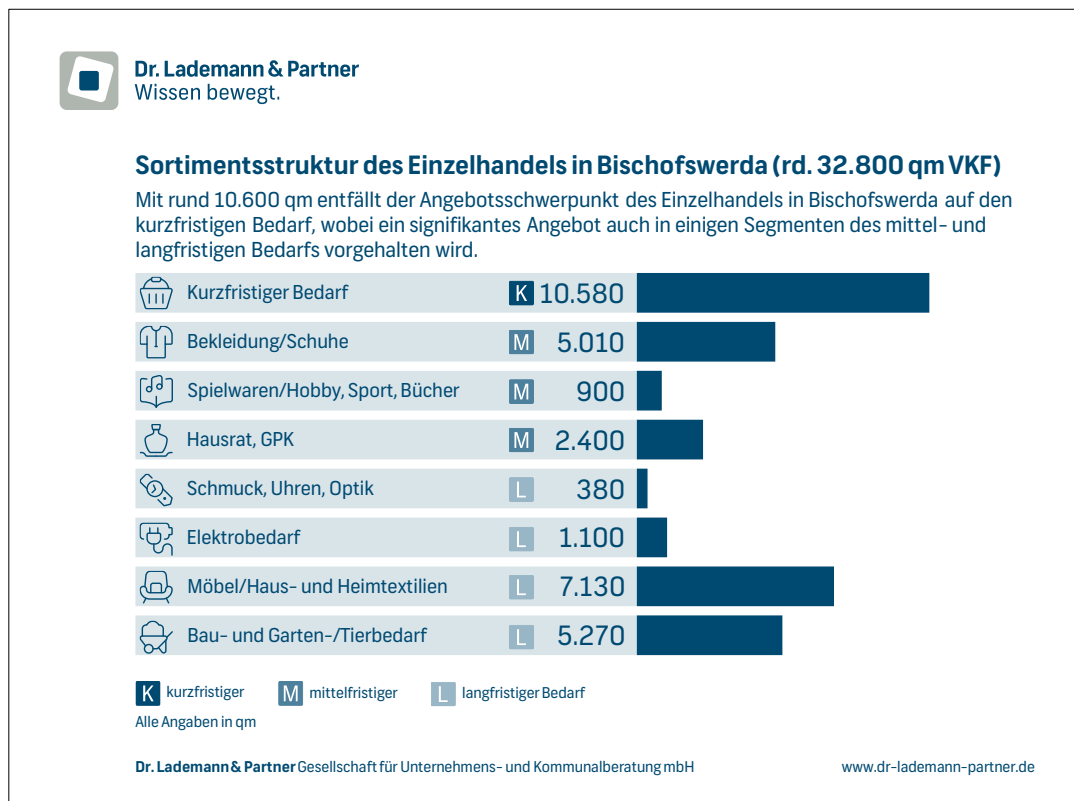


Abbildung 13: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda

Die Differenzierung nach Branchengruppen zeigt, dass ein wesentlicher Sortimentschwerpunkt, wie für Grundzentren üblich und funktionsgerecht, auf den kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf entfällt. Der Abbildung 12 kann jedoch weiterhin entnommen werden, dass ein erheblicher Teil des bestehenden Gesamteinzelhandelsangebots auch durch Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs gebildet wird. Dabei stehen insbesondere die Segmente Bekleidung/Schuhe, Möbel/Haus- und Heimtextilien sowie Bau- und Gartenbedarf hervor. Insgesamt lässt sich festhalten, dass

Bischofswerda über ein vergleichsweise sehr breit aufgestelltes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarf verfügt, was für Grundzentren eher untypisch ist.

Insgesamt gesehen weist der Bischofswerdaer Einzelhandel eine **Branchenstruktur** auf, die tendenziell stärker durch Verkaufsflächen des kurzfristigen sowie des langfristigen Bedarfs geprägt ist:

- Mit rd. 10.600 qm entfallen rd. 32 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 45 %. Damit bedient fast die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe in Bischofswerda den kurzfristigen Bedarfsbereich.
- Mit rd. 8.300 qm entfallen rd. 25 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 32 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 13.900 qm) und stellt damit die stärkste Branchengruppe in der Einzelhandelsstruktur von Bischofswerda dar. Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die eher flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

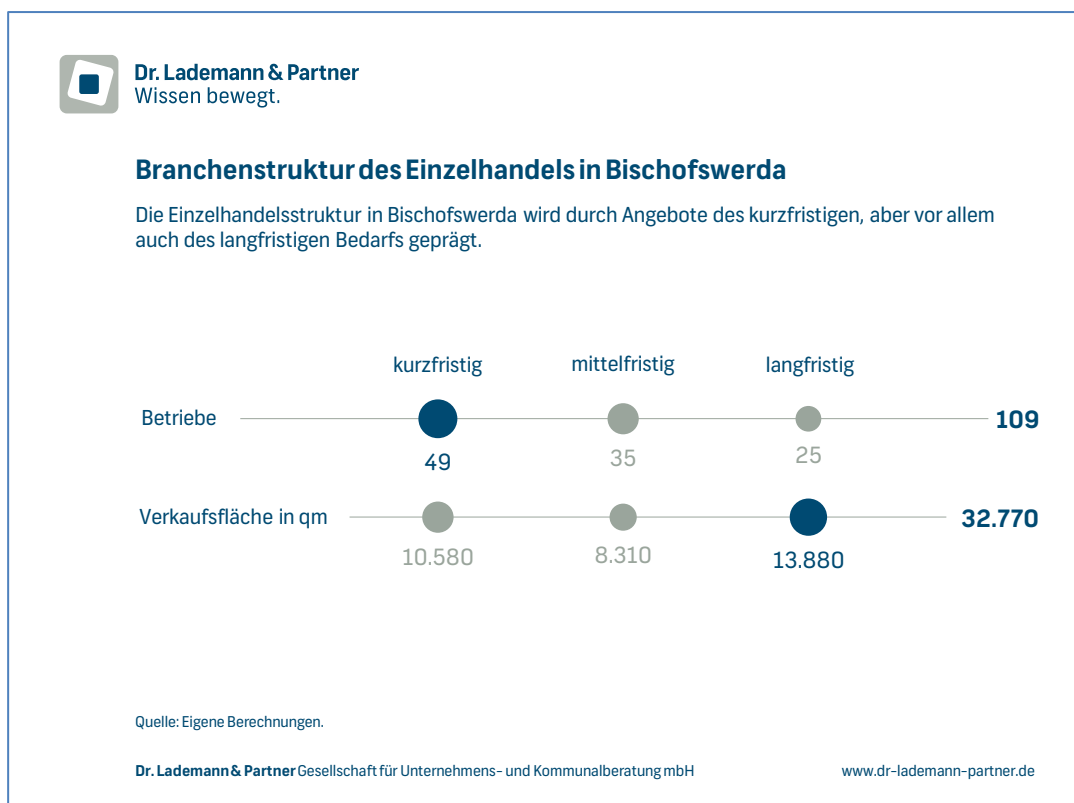


Abbildung 14: Branchenstruktur des Einzelhandels

Mit Blick auf die Branchenstruktur des örtlichen Einzelhandels lässt sich zusammenfassend feststellen, dass Bischofswerda über ein differenziertes Angebotsspektrum verfügt, welches aufgrund des breiten Angebots im aperiodischen Bedarf z.T. deutlich über die Grundversorgung hinausreicht und sich üblicherweise eher in Mittelzentren als in Grundzentren vorfinden lässt. Dies spricht für eine **hohe Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Bischofswerda**.

5.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Folgenden wird die Verkaufsflächenstruktur nach Standortlagen differenziert dargestellt. Maßgeblich ist dabei die Standorttypisierung gemäß des aktuellen Einzelhandelskonzepts. Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

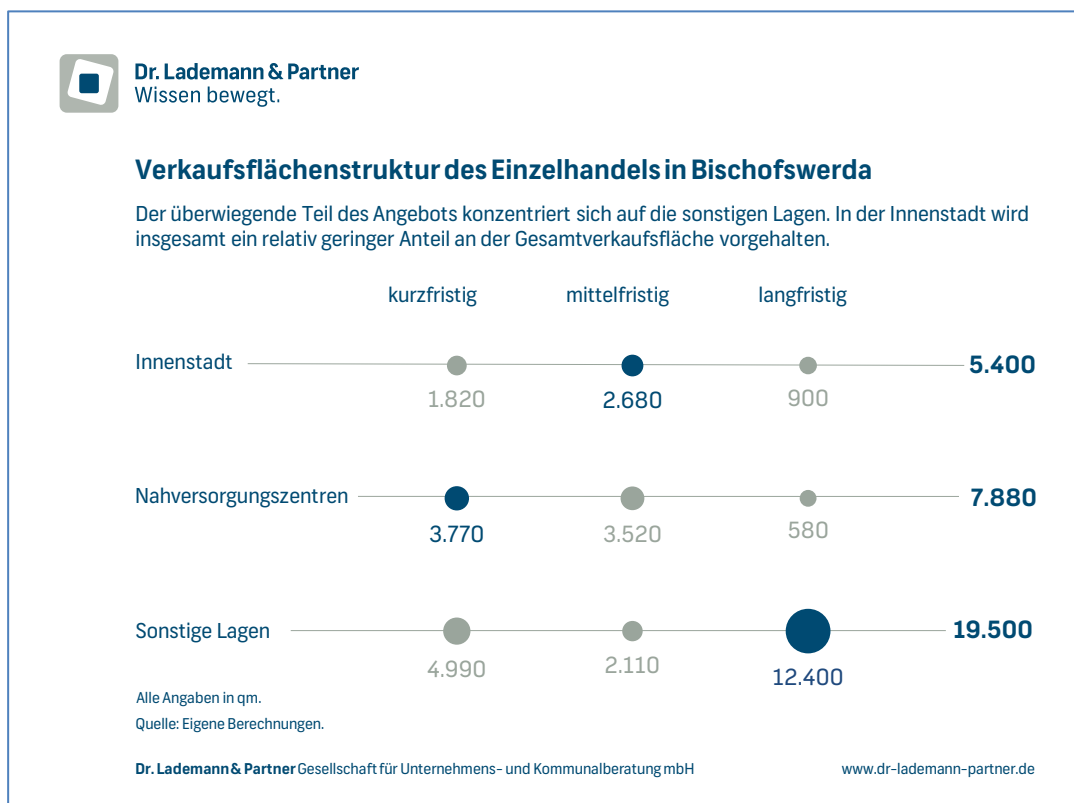


Abbildung 15: Räumlich-funktionale Struktur des Bischofswerdaer Einzelhandels

Lediglich rd. 16 % der Gesamtverkaufsfläche in Bischofswerda werden in der **Innenstadt** vorgehalten. Die innerstädtischen Einzelhandelsangebote sind dabei überwiegend kleinteilig strukturiert, was sich auch am Anteil der Betriebe zeigt, der mit rd. 52 % an der Gesamtanzahl bedeutend höher ausfällt. Etwa die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche in der Innenstadt entfällt auf die Segmente des mittelfristigen Bedarfs, wobei sich der innerstädtische Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in

dieser Branchengruppe auf rd. 32 % beläuft. Mit einem Anteil von rd. 34 % an der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt nimmt auch der kurzfristige Bedarf eine gewichtige Rolle ein. Dieser wird v.a. von den Anbietern Diska und Rossmann repräsentiert.

Auf die beiden im kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2016 ausgewiesenen Nahversorgungszentren Schiebock-Passage und Carl-Maria-von-Weber-Straße⁴⁰ entfallen rd. 24 % der Gesamtverkaufsfläche von Bischofswerda. Den Angebotsschwerpunkt bildet hier funktionsgerecht der kurzfristige Bedarf. Allerdings entfällt auch ein bedeutender Anteil des gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestands im mittelfristigen Bedarf auf diese Standortbereiche, wobei der mittelfristige Bedarf im NVZ Carl-Maria-von-Weber-Straße sogar den verkaufsflächenseitigen Angebotsschwerpunkt innerhalb der Stadt darstellt, was im Hinblick auf die Rolle der Innenstadt nicht funktionsgerecht ist.

Unter den Sonstigen Lagen werden die übrigen Angebotsbereiche erfasst. Dabei handelt es sich vor allem um solitäre Lagen, die über das Stadtgebiet verteilt sind. Auf diese entfällt mit rd. 60 % der größte Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von Bischofswerda. Angesichts ihres hohen Flächenbedarfs befinden sich Anbieter des langfristigen Bedarfs (wie z.B. Bau- und Gartenmärkte sowie Möbelhäuser) typischerweise in diesen Streulagen und damit außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Zudem entfällt auch ein signifikanter Anteil des kurzfristigen Bedarfs auf die sonstigen Lagen. Die dort vertreteten strukturprägenden Lebensmittelmärkte leisten z.T. einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung der lokalen Bevölkerung.

⁴⁰ Eine umfassende städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der beiden Nahversorgungszentren erfolgt im Konzeptteil ab Kapitel 7. Dabei wird auch der Frage nachgegangen, ob es sich bei diesen beiden Standorten auch tatsächlich um Nahversorgungszentren handelt und diese somit auch weiterhin als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche einzustufen sind.

5.3 Betriebsgrößenstruktur

Die **durchschnittliche Betriebsgröße** der Bischofswerdaer Einzelhandelsbetriebe liegt aktuell bei rd. 300 qm Verkaufsfläche. Gegenüber der Situation in 2015/2016 (rd. 225 qm) ist dieser Wert damit deutlich angestiegen, was ebenfalls aus vermehrten Marktaustritten kleinerer Fachgeschäfte und der Ansiedlung bzw. Erweiterung größerer Märkte resultiert. Diese Entwicklung entspricht dem bundesdeutschen Trend, wonach die Verkaufsfläche der Ladengeschäfte in den letzten Jahren stetig gewachsen ist.

Naturgemäß erreichen die Anbieter langfristiger Sortimente aufgrund der flächenextensiven Strukturen (z.B. Möbelhäuser) mit rd. 560 qm eine größere durchschnittliche Verkaufsfläche als die kurz- und mittelfristigen Angebote, die durch eine größere Zahl kleinerer Spezialanbieter wie Bäcker/Fleischer und kleinerer Fachgeschäfte geprägt sind.

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda nach Standortbereichen

Branche	Innenstadt Bischofswerda		Nahversorgungszentren		Streulage		Gesamt	
	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe
kurzfristig	18	101	7	539	24	208	49	216
mittelfristig	24	112	6	587	5	422	35	237
langfristig	15	60	1	580	9	1.378	25	555
Summe	57	95	14	562	38	513	109	301

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda nach Standortbereichen

Differenziert nach Standortlagen⁴¹ zeigt sich erwartungsgemäß, dass die Innenstadt von Bischofswerda durch eine sehr kleinteilige Betriebsgrößenstruktur geprägt ist, was auf die sehr kleinteiligen Bebauungs- und Ladenstrukturen der Altstadt zurückzuführen ist. In den Nahversorgungszentren und Streulagen bewegt sich die durchschnittliche Betriebsgröße hingegen auf einem deutlich höheren Niveau. Hier zählen strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) und Fachmarktformate zu den dominanten Betriebsformen.

In Bischofswerda entfallen insgesamt **rd. 60 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 10 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm)**.

Die Mehrzahl dieser Betriebe befindet sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und ist dem langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen. Es sei darauf hingewiesen, dass die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben des mittel- und langfristigen Bedarfs nach den in Sachsen aktuell gültigen Zielen der Raumordnung gemäß

⁴¹ Die jeweiligen Standortbereiche entsprechen dem Zentren- und Standortmodell des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aus dem Jahr 2016.

LROP 2013 (Z 2.3.2.1 Konzentrationsgebot) nicht zulässig ist. Sämtliche großflächigen Betriebe in Bischofswerda des mittel- und langfristigen Bedarfs sind somit nach heutigen Gesichtspunkten nicht raumordnungskonform.

In der Innenstadt von Bischofswerda ist derzeit kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb angesiedelt.

Einzelhandelsbetriebe >800 qm VKF in Bischofswerda nach Standortbereichen

Lage	Betrieb	Sortimentskategorie
NVZ Carl-Maria-von-Weber-Straße	Rewe-Verbrauchermarkt	kurzfristig
NVZ Carl-Maria-von-Weber-Straße	Adler-Modemarkt	mittelfristig
NVZ Schiebock-Passage	Norma-Discounter	kurzfristig
NVZ Schiebock-Passage	Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt	mittelfristig
Streulage	Lidl-Discounter	kurzfristig
Streulage	Wohntrend	langfristig
Streulage	Dänisches Bettenlager	langfristig
Streulage	Hagebaumarkt	langfristig
Streulage	Multi Möbel	langfristig
Streulage	Möbel Sachse	langfristig

Quelle: Eigene Erhebung.

Tabelle 7: Großflächige Betriebe in Bischofswerda

Im **kurzfristigen Bedarf** bildet der Rewe-Verbrauchermarkt im Nahversorgungszentrum Carl-Maria-von-Weber-Straße mit Abstand den flächengrößten Anbieter. Zudem überschreiten die Lebensmitteldiscounter Norma (NVZ Schiebock-Passage) und Lidl (Streulage) die Grenze zur Großflächigkeit.

Bei den **mittelfristigen Sortimenten** stellen der Modefachmarkt Adler im Nahversorgungszentrum Carl-Maria-von-Weber-Straße sowie der kürzlich eröffnete Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt (NVZ Schiebock-Passage) die einzigen großflächigen Anbieter dar. Allerdings zählt zu dieser Branchengruppe eine Reihe weiterer Fachmarktanbieter (z.B. Deichmann), die über verhältnismäßig große Verkaufsflächen verfügen, die Grenze der Großflächigkeit aber gleichwohl nicht überschreiten. Die Betriebe des mittelfristigen Bedarfs in der Innenstadt sind überwiegend kleinteilig strukturiert.

Den größten Anbieter im **langfristigen Bedarfsbereich** und zugleich den größten Einzelhandelsbetrieb der Stadt Bischofswerda stellt der Hagebaumarkt an der Carl-Maria-von-Weber-Straße im nördlichen Stadtgebiet dar. Zu den weiteren großflächigen Einzelhandelsbetrieben dieser Branchengruppe zählen auch die beiden Möbelfachmärkte Möbel Sachse und Multi Möbel.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Bischofswerda rd. 32.800 qm. Seit der letzten Vollerhebung im Jahr 2015/2016 hat sich die Anzahl der Betriebe, bei leicht ansteigender Verkaufsfläche, deutlich verringert. Die Stadt Bischofswerda weist insgesamt eine relativ ausgeglichene Branchenstruktur und ein differenziertes Angebotsspektrum auf, was für ein Grundzentrum eher untypisch ist und dem Charakter eines Mittelzentrums entspricht.

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 300 qm Verkaufsfläche, wobei eine deutliche Polarisierung des kleinteiligen Einzelhandels in der Innenstadt und des großflächigen Einzelhandels in den Streulagen (und z.T. auch in den Nahversorgungszentren) zu erkennen ist. Obwohl das Hauptzentrum in den letzten Jahren verkaufsflächenseitig zulegen konnten, besteht hier noch Ausbaupotenzial, was sich insbesondere mit dem Fehlen eines großflächigen und sogkräftigen Einzelhandelsbetriebs begründen lässt.

5.4 Leerstandssituation

Zum Zeitpunkt Februar 2020 standen in der Innenstadt von Bischofswerda **insgesamt 35 Ladengeschäfte** leer. Dabei wurden jedoch nur jene Immobilien berücksichtigt, die in der Vergangenheit augenscheinlich durch Einzelhandel oder einzelhandelsnahe Nutzungen (z.B. Dienstleistungen) belegt waren. Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt die Leerstandsquote in der Innenstadt damit fast 40 %. Die Leerstände verteilen sich über nahezu die gesamte Altstadt, wobei Schwerpunkte in der Bautzener Straße sowie der Bahnhofstraße ausgemacht werden können.



Abbildung 16: Leer stehende Ladeneinheit in der Bahnhofstraße



Abbildung 17: Ehemalige Geschäftsfläche in der Bautzener Straße

Bei den leerstehenden Ladeneinheiten handelt es sich vorwiegend um relativ kleine Flächen von schätzungsweise jeweils 30 bis 50 qm potenzieller Verkaufsfläche. Einziger etwas größerer Leerstand ist das ehemalige Traumpalais Bettenhaus in der Kirchstraße. Erfreulich ist, dass die über mehrere Jahre leerstehende, ebenfalls relativ große Ladenfläche des ehemaligen Penny-Markts an der Stolpener Straße zuletzt durch einen Disca-Markt nachgenutzt werden konnte.

Die Leerstandssituation in der Bischofswerdaer Innenstadt ist insgesamt dennoch als angespannt zu bewerten. Selbst das historische Zentrum der Altstadt, der Altmarkt, ist nicht mehr frei von leerstehenden Ladenlokalen. Die Mehrzahl der Immobilien weist erhebliche baulich-funktionale Mängel und teils ruinöse Strukturen auf. Dies wirkt sich deutlich negativ auf das Erscheinungsbild der Bischofswerdaer Innenstadt und die Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität im Zentrum aus.

Der Leerstandssituation gilt es demnach aktiv zu begegnen und entsprechende Nachnutzungen zu fördern, da Leerstände v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden und zu weiteren Trading-down-Effekten führen können. Allerdings dürfte sich die Nachvermietung als schwierig erweisen, da die leerstehenden Flächen, soweit einsehbar, nur über geringe Verkaufsflächengrößen verfügen und dementsprechend den heutigen Ansprüchen der Betreiber kaum noch genügen. Die Belebung der Innenstadt allein mit attraktiven Einzelhandelsangeboten wird unter Berücksichtigung der aufgezeigten Entwicklungstrends im Einzelhandel und der restriktiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Bischofswerda jedoch zukünftig kaum zu realisieren sein. Deshalb sollte auch auf eine Nachnutzung leerstehender Ladenlokale durch zentrenergänzende Funktionen wie Dienstleistungen, Gastronomie, soziale

Einrichtungen etc.hingearbeitet werden. Aber auch das Thema Innerstädtisches Wohnen sollte an geeigneten Standorten eine stärkere Rolle spielen.

5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels in Bischofswerda

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber sowie der erhobenen Verkaufsflächen geschätzt. Demnach belief sich der **Bruttoumsatz** aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bischofswerda im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2019 auf insgesamt

rd. 80,5 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche **Flächenproduktivität** von etwa 2.400 € je qm Verkaufsfläche und Jahr. Die Flächenleistung wird dabei insbesondere von dem tendenziell umsatzstarken kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfsbereich getrieben. Dämpfend auf die erzielbare durchschnittliche Flächenleistung wirken das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau in der Stadt Bischofswerda sowie die bestehenden und z.T. intensiven innerörtlichen Wettbewerbseffekte, die wiederum auf die relativ hohe Angebotsdichte in einigen Branchen zurückzuführen sind.

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

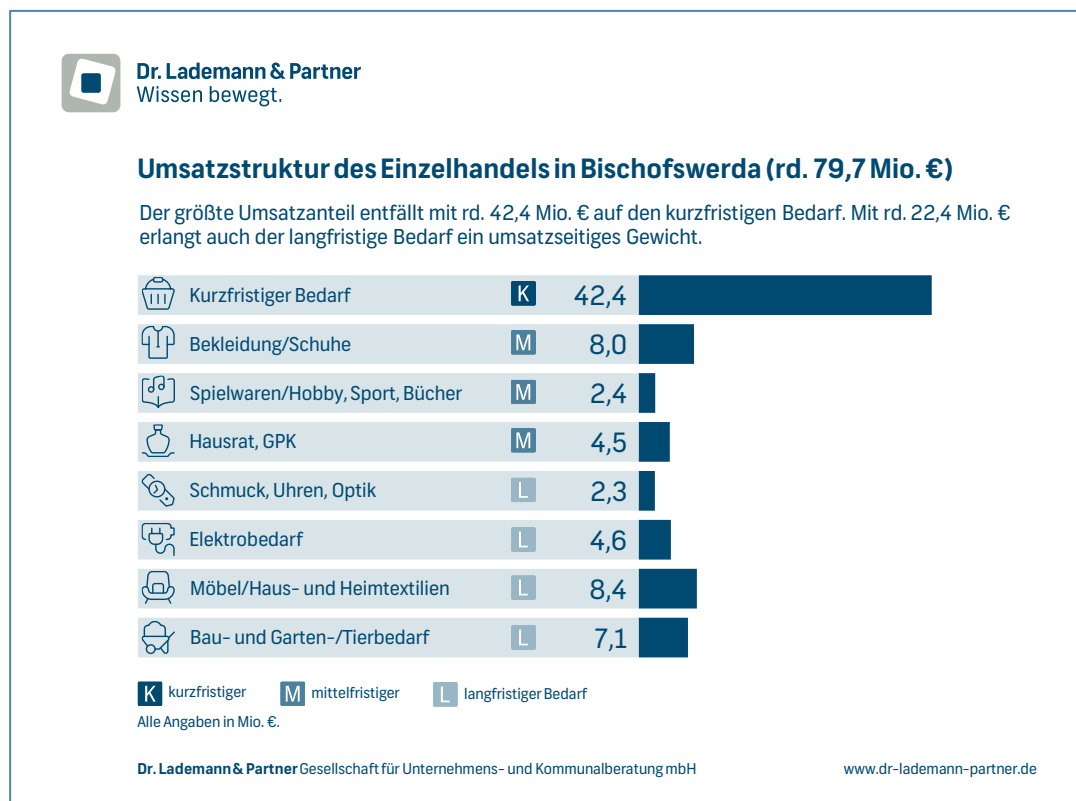


Abbildung 18: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Bischofswerda

Der Umsatzanteil des **kurzfristigen Bedarfs** beträgt rd. 53 % (rd. 42,4 Mio. €) des Gesamtumsatzes. Damit entfällt der Umsatzschwerpunkt im Grundzentrum Bischofswerda funktionsgerecht recht deutlich auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.000 € je qm Verkaufsfläche und fällt damit im Branchenvergleich erwartungsgemäß am höchsten aus und wird dabei vor allem von den umsatzstärkeren Lebensmitteldiscountern getrieben.

Auf den **mittelfristigen Bedarf** entfällt mit rd. 14,9 Mio. € etwa ein Fünftel des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche. Die vergleichsweise niedrige Flächenproduktivität ist vor allem auf den eher discountbasierten Angebotsbestand und die erhöhte Präsenz fachmarktorientierter Anbieter, welche tendenziell geringere Flächenleistungen erzielen, zurückzuführen.

Der Umsatzanteil bei den Sortimenten des **langfristigen Bedarfs** liegt bei, für ein Grundzentrum relativen hohen, etwa 28 % (rd. 23,3 Mio. €), wodurch der langfristige Bedarf auch hinsichtlich der Umsatzstruktur des Bischofswerdaer Einzelhandels eine bedeutende Rolle spielt. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.600 € je qm Verkaufsfläche, die auf die branchentypischen flächenextensiven Angebotsformate zurückzuführen ist.

Nach **Standortlagen** betrachtet, werden von dem gesamten Umsatzvolumen insgesamt rd. 23 % in der Innenstadt von Bischofswerda erwirtschaftet (rd. 18,1 Mio. €). Damit kann die Innenstadt im Einzelhandelsgefüge der Stadt Bischofswerda keine dominante Rolle einnehmen. Vor diesem Hintergrund bestehen in der Bischofswerdaer Innenstadt noch signifikante Ausbaupotenziale. Der kurzfristige Bedarf bildet mit rd. 8,3 Mio. € (= 46 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes der Innenstadt) hier den Umsatzschwerpunkt. Auch der mittelfristige Bedarf trägt mit rd. 35 % einen bedeutenden Teil zum Umsatzvolumen der Innenstadt bei.

Der gleiche Anteil am gesamten Umsatzvolumen entfällt mit rd. 23 % (rd. 18,0 Mio. €) auf die beiden Nahversorgungszentren. Funktionsgerecht stellt der kurzfristige Bedarf hier den Umsatzschwerpunkt dar. Beachtlich ist zudem der relativ hohe Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatz mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs (etwa ein Drittel), was für wohngebietsorientierte Nahversorgungszentren insgesamt eher untypisch und auch nicht funktionsgerecht ist.

Den größten Anteil am Gesamtumsatz (rd. 43,6 Mio. € bzw. rd. 54 %) erwirtschaften die Sonstigen Lagen. Hierzu tragen v.a. die zahlreichen in Streulage befindlichen Lebensmitteldiscounter und die überörtlich ausstrahlenden Fachmärkte (z.B. Hagebaumarkt) bei.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Bischofswerdaer Einzelhandels

Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenpro- duktivität*
Kurzfristiger Bedarf	10.580	42,3	4.000
Nahrungs- und Genussmittel	8.610	33,3	3.870
Gesundheits- und Pflegeartikel	1.710	8,6	5.010
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	1.260	5,2	4.120
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	450	3,4	7.500
Tiernahrung	260	0,5	1.830
Mittelfristiger Bedarf	8.310	14,9	1.790
Bekleidung/Wäsche	3.970	5,8	1.460
Schuhe, Lederwaren	1.040	2,2	2.110
Spielwaren, Hobbybedarf	200	0,4	2.070
Sportbedarf, Camping	290	0,7	2.340
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	410	1,3	3.070
Hausrat, GPK	2.400	4,5	1.880
Langfristiger Bedarf	13.880	22,4	1.620
Optik	260	1,5	5.760
Schmuck, Uhren	120	0,8	6.660
Elektrobedarf	1.100	4,6	4.170
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	1.610	2,4	1.470
Möbel	5.520	6,1	1.100
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	5.270	7,1	1.350
Summe/Mittelwert	32.770	79,7	2.430

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

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Bischofswerdaer Einzelhandels

Umsatzseitig wird der Bischofswerdaer Einzelhandel funktionsgerecht recht deutlich durch den kurzfristigen Bedarf geprägt, auf den etwa 54 % des Gesamtumsatzes entfallen. In Hinblick auf die unterschiedlichen Standortlagen erlangt die Innenstadt mit einem Anteil am gesamtstädtischen Umsatz von lediglich rd. 23 % nicht die gewünschte dominante Rolle. Die Innenstadt steht in einem intensiven Wettbewerb mit den Nahversorgungszentren (insbesondere NVZ Carl-Maria-von-Weber-Straße) und den sonstigen Lagen.

5.6 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben

Für die folgenden einzelhandelsrelevanten Planvorhaben liegen derzeit Anfragen bei der Stadt Bischofswerda vor (einige der Vorhaben verfügen bereits über eine Baugenehmigung und befinden sich z.T. bereits in der Umsetzungsphase bzw. wurden vor Kurzem umgesetzt):

- Infolge eines positiven Bauvorbescheids seitens des Landratsamts Bautzen hat die discountorientierte Einzelhandelskette **Aldi Nord** ihren bisherigen Standort am Güterbahnhof aufgegeben und auf einem Grundstück an der Bautzner Straße einen neuen Lebensmitteldiscounter errichtet. Das Grundstück an der Bautzener Straße wurde in der Vergangenheit von Wohngebäuden belegt, welche aber bereits über einen längeren Zeitraum weitgehend leer standen und z.T. baulich verfallen waren. Somit konnte im Zuge des Aldi-Neubaus ein städtebaulicher Missstand behoben werden. Die Eröffnung des neuen Aldi-Markts erfolgte im Dezember 2020. Wenngleich sich der Altstandort im Eigentum der Firma Aldi befindet und die erteilte Baugenehmigung für den neuen Markt an der Bautzener Straße einen Weiterbetrieb des Altstandorts nicht ausschließt, wird Aldi am Güterbahnhof mit hoher Wahrscheinlichkeit zukünftig keinen weiteren Aldi-Markt betreiben. Das Marktpotenzial in der Stadt Bischofswerda bzw. im überörtlichen Verflechtungsbereich von Bischofswerda reicht nicht aus, um den tragfähigen bzw. wirtschaftlich lukrativen Betrieb zweier Aldi-Märkte zu gewährleisten. Hierfür spricht auch die ohnehin schon hohe Discounterdichte innerhalb des Bischofswerdaer Stadtgebiets (siehe hierzu insbesondere Kapitel 6.3), die den Konkurrenzdruck im Discountsegment wesentlich erhöht und sich restriktiv auf das erzielbare Umsatzvolumen auswirkt. Insofern sprechen marktseitige Aspekte sowohl gegen den Weiterbetrieb des Altstandorts als Aldi-Discounter im Speziellen als auch eines Lebensmitteldiscounters im Allgemeinen. Vielmehr ist damit zu rechnen, dass Aldi das Grundstück an einen anderweitigen Nutzer (z.B. Gewerbebetrieb) vermieten wird.
- Auf einem Grundstück zwischen der Neustädter Straße, dem Drebnitzer Weg und der Süßmilchstraße ist der **Neubau eines Netto-Lebensmitteldiscounters** geplant. In diesem Zusammenhang soll der an der Belmsdorfer Straße bestehende Netto-Markt seinen Betrieb einstellen. Das Landratsamt hat bereits die Baugenehmigung für die Neuerrichtung eines Markts mit einer Verkaufsfläche von maximal 800 qm am Planstandort erteilt, weshalb der Realisierung dieses Vorhabens von baurechtlicher Seite nichts mehr im Wege steht.

In Ergänzung zur Standortverlagerung von Netto plant der Grundstückseigentümer und Projektentwickler jedoch zusätzlich die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe. Neben einem Drogeriemarkt sollen auf dem Planareal an der Neustädter Straße auch verschiedene Nonfood-Fachmärkte (u.a. im Segment Bekleidung/Schuhe) entstehen. Wenngleich der Investor bereits mit dem Abriss von auf

dem Vorhabenareal befindlichen Baukörpern begonnen hat, besteht für das Gesamtvorhaben, die Entwicklung eines Fachmarktzentrums an der Neustädter Straße, derzeit noch kein Baurecht.

Im Falle einer Netto-Ansiedlung auf dem beschriebenen Areal am Drebnitzer Weg ist nicht damit zu rechnen, dass die Firma Netto den Bestandsmarkt an der Belmsdorfer Straße auch weiterhin als Netto-Markt betreiben wird. Wenngleich dies von baurechtlicher Seite nicht ausgeschlossen ist (im Zuge der Baugenehmigung für den neuen Netto-Markt wurde der Weiterbetrieb des bestehenden Netto-Markts nicht untersagt), sprechen wesentliche marktseitige Aspekte dagegen. Der „neue“ Netto-Standort am Drebnitzer Weg ist lediglich rd. 500 Meter vom Bestandsstandort entfernt, sodass es zu wesentlichen Einzugsgebietsüberschneidungen der beiden Märkte und damit verbundenen Kannibalisierungseffekten im eigenen Netto-Standortnetz kommen würde. Die beiden Märkte würden sich ihre Umsätze gegenseitig „wegnehmen“. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass nördlich der Bahntrasse (Standort Dresdener Straße 45) ein weiterer Netto-Markt betrieben wird. Insgesamt drei Netto-Standorte innerhalb der Stadt Bischofswerda sind, auch angesichts zahlreicher weiterer Discountmärkte im Stadtgebiet (u.a. Aldi und Lidl) und trotz des überörtlichen Verflechtungsbereichs der Stadt Bischofswerda, wirtschaftlich nicht tragfähig. Es ist vielmehr damit zu rechnen, dass der Netto-Altstandort einer gewerblichen Nutzung zugeführt werden würde.

- An der Carl-Maria-von-Weber-Straße 1 im nördlichen Bischofswerdaer Stadtgebiet besteht seit vielen Jahren eine Einzelhandelsimmobilie, die im Wesentlichen von dem Verbrauchermarkt Rewe sowie dem Modemarkt Adler genutzt wird. Der Eigentümer des Objekts plant eine **Weiterentwicklung des Handelsstandorts**. Neben der Errichtung einer Bäckerei mit angegliedertem Café auf einem Teil der Stellplatzfläche soll im westlichen Teil des Gebäudes zusätzlich ein Drogeriemarkt mit rd. 850 qm Verkaufsfläche untergebracht werden. Zudem ist eine partielle Anpassung der bestehenden Verkaufsflächen vorgesehen. Um das Vorhaben umsetzen zu können, wäre eine Änderung des für diesen Standort geltenden Vorhaben- und Erschließungsplans notwendig.
- Auf einem innenstadtnahen Areal zwischen der Stolpener Straße und dem Flussverlauf der Wesenitz bzw. dem Freibad Bischofswerda ist die **Neuansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts** mit einer Gesamtverkaufsfläche von bis zu 2.000 qm geplant. Das Projektareal umfasst dabei sowohl die derzeit von einem Diska-Markt belegte Immobilie, die nach der Betriebsaufgabe des ehemals dort ansässigen Penny-Markts zuvor jahrelang leer stand, als auch die östlich hiervon gelegene, relativ weitläufige Parkplatzfläche. Das unmittelbar östlich an den Diska-Markt angrenzende, mehrgeschossige Büro- und Geschäftshaus (u.a. Reno) soll hingegen erhalten bleiben. Die Stadt Bischofswerda hat bereits bauplanungsrechtliche

Schritte⁴³ für dessen Umsetzung eingeleitet, da es zur Stärkung und Belebung der gesamten Bischofswerdaer Innenstadt beitragen könne und dieser eine stärkere Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge verleihen könnte.

Um dieses Ziel erreichen zu können, plant die Stadt Bischofswerda gemeinsam mit dem Vorhabenträger einige flankierende, städtebauliche Maßnahmen, die insbesondere die Kundenaustauschbeziehungen zwischen dem Vorhabenareal und der Bischofswerdaer Altstadt fördern sollen. Mit dem beabsichtigten Neubau einer Fußgängerbrücke über die Wesenitz soll der Standortbereich an der Stolpener Straße in einem ersten Schritt besser an die Bischofswerdaer Altstadt angebunden werden. Weitere Maßnahmen (z.B. Asphaltierung des Parkplatzes an der Hermannstraße) sollen die fußläufigen Wegebeziehungen zwischen den unterschiedlichen innerstädtischen Einkaufslagen weiter aufwerten und die Kundenführung im gesamten Innenstadtbereich zusätzlich verbessern.

⁴³ Es wurde u.a. bereits der Aufstellungsbeschluss für einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gefasst.

6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

6.1 Verkaufsflächendichten in Bischofswerda

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

rd. 2.900 qm je 1.000 Einwohner.⁴⁴

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.800 qm je 1.000 Einwohner (im Freistaat Sachsen bei etwa 1.700 qm je 1.000 Einwohner). Damit liegt die Flächenausstattung in Bischofswerda rein rechnerisch sowohl deutlich über dem Bundesschnitt als auch über dem Landesschnitt des Freistaats Sachsen. Allerdings liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte von Grundzentren – v.a. in Abhängigkeit von der Größe des überörtlichen Verflechtungsbereichs (Nahbereich bzw. Marktgebiet) – oftmals deutlich über den Durchschnittswerten. Dies zeigt auch die von Dr. Lademann & Partner ermittelte Spannbreite für Grundzentren (siehe Tabelle 9), deren oberer Grenzwert bei knapp 2.700 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner liegt.

Aufgrund der relativ großen Entfernung zu den nächstgelegenen Zentralen Orten und dem stark ländlich geprägten Umland wird der Stadt Bischofswerda von Seiten der Raumordnung ein weiträumiger Verflechtungsbereich zugewiesen, welcher sich auch nicht mit den Nahbereichen anderen Grundzentren überlappt. Damit soll Bischofswerda nicht nur die qualifizierte Grundversorgung für die eigene Bevölkerung, sondern auch für die Bevölkerung in ihrem Verflechtungsbereich sicherstellen⁴⁵. Im Bischofswerdaer Umland ist auch nur ein rudimentärer Angebotsbestand vorzufinden, sodass die hier lebenden Verbraucher auf die Einkaufsangebote in Bischofswerda orientiert bzw. auf diese angewiesen sind. Bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich beläuft sich die Verkaufsflächendichte nur auf knapp 1.350 qm je Tausend Einwohner.⁴⁶

⁴⁴ Gegenüber der im Jahr 2016 ermittelten Verkaufsflächendichte (rd. 2.730 qm je 1.000 Einwohner) hat sich der Wert damit nochmals leicht erhöht. Der Anstieg ist darauf zurückzuführen, dass die Einwohnerzahl zwischen 2016 und 2020 gesunken ist, während die Einzelhandelsverkaufsfläche leicht angestiegen ist. Dies deutet somit auch auf eine verringerte Flächenleistung des Bischofswerdaer Einzelhandels hin.

⁴⁵ Wie dem Kapitel 4.1 entnommen werden kann, weist der überörtliche Verflechtungsbereich (= Zone 2 des Marktgebiets) mit derzeit rd. 13.300 Einwohnern eine signifikante Bevölkerungsplattform auf. Dabei übersteigt die Einwohnerzahl im überörtlichen Verflechtungsbereich sogar die Einwohnerzahl in der Stadt Bischofswerda selbst. Daraus ergibt sich für den Bischofswerdaer Einzelhandel ein erhebliches zusätzliches Nachfragepotenzial.

⁴⁶ Hierbei bleiben Verkaufsflächenbestände im Umland jedoch unberücksichtigt, sodass dies nur einen Orientierungswert darstellt. Tatsächlich wird die Verkaufsflächendichte im Verflechtungsbereich etwas höher ausfallen.

Zudem ist der relativ hohe Einpendlerüberschuss zu berücksichtigen, der zusätzliche Kaufkraftpotenziale induziert.

Differenziert nach den unterschiedlichen Einzelhandelsbranchen fällt die Angebotssituation des Bischofswerdaer Einzelhandels insgesamt sehr unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Bischofswerda im Vergleich

Branchen	Flächendichte*		
	Bischofswerda	Spannbreite Grundzentren**	Freistaat Sachsen***
periodischer Bedarf	949	570-1000	530
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	450	130-320	240
Sonstige Hartwaren	330	140-370	220
Elektrobedarf/elektronische Medien	99	20-70	80
Möbel/Haus- und Heimtextilien	640	50-290	280
Bau- und Gartenbedarf	473	90-420	340
Summe	2.941	1.220-2.690	1.690

Quelle: Eigene Berechnungen.

* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

** Vergleichswerte aus anderen Grundzentren von Dr. Lademann & Partner

*** Vergleichswerte aus dem Handelsatlas Sachsen 2015

Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich

Wie die obenstehende Tabelle zeigt, resultiert die insgesamt hohe Verkaufsflächendichte v.a. aus den z.T. sehr hohen Werten bei den aperiodischen Sortimenten. Während die ermittelten Werte für die Segmente Möbel/Haus- und Heimtextilien und Bekleidung/Schuhe/Lederwaren deutlich oberhalb der für Grundzentren typischen, sortimentsspezifischen Spannbreite liegen, bewegt sich der periodische Bedarf noch innerhalb der Spannbreite, wenn auch im oberen Bereich.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Stadt Bischofswerda über eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung verfügt, was v.a. für die Mehrzahl der Segmente des mittel- und langfristigen Bedarfs gilt. In diesen Branchengruppen bestehen somit allenfalls noch geringfügige Ausbaupotenziale, zumal die Versorgung der Bevölkerung mit aperiodischen Sortimenten nicht zu den Kernaufgaben eines Grundzentrums zählt. **Stattdessen sollte der Fokus auf die Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Nah- bzw. Grundversorgung gelegt werden**, um auch weiterhin eine möglichst flächendeckende, verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im grundzentralen Verflechtungsbereich gewährleisten zu können und die Kaufkraftbindung zu erhalten bzw. weiter zu erhöhen.

Die Verkaufsflächendichte in Bischofswerda liegt mit rd. 2.900 qm je 1.000 Einwohner sowohl über dem Bundes- als auch über dem Landesschnitt, ist vor dem Hintergrund der überörtlichen Versorgungsfunktion für das ländliche Umland und dem erheblichen Einpendlerüberschuss aber zu relativieren.

6.2 Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

Zum Zeitpunkt der Erhebungen verfügte die Bischofswerdaer Innenstadt⁴⁷ in insgesamt 57 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von **rd. 5.400 qm**. Der Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt beläuft sich auf **rd. 18,2 Mio. €**.

Branchenseitig zeigt der Einzelhandel in der Bischofswerdaer Innenstadt folgendes Bild:

- Mit rd. 1.820 qm entfallen rd. 34 % der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt auf den **kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 32 %. Prägend sind hier vor allem der Lebensmitteldiscounter Diska sowie der Rossmann-Drogeriemarkt.
- Mit rd. 2.680 qm entfallen rd. 50 % der Innenstadtverkaufsfläche auf **den mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 42 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 17 % an der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt (rd. 900 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil rd. 26 %.

⁴⁷ Die räumliche Abgrenzung der Innenstadt wird in Kapitel 8 vorgenommen.

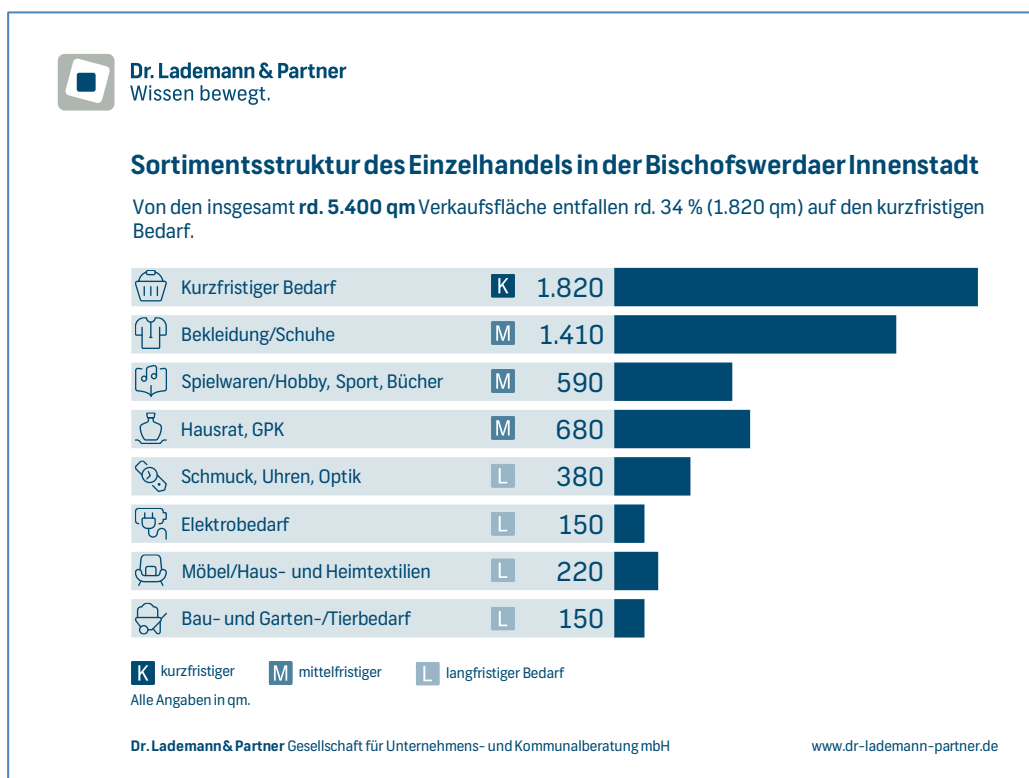


Abbildung 19: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Innenstadt von Bischofswerda

Gegenüber der Einzelhandelserhebung Ende 2015/Anfang 2016 (66 Betriebe) hat sich die Anzahl der Betriebe damit leicht verringert. Dies ist mit dem Ausscheiden einiger Kleinflächen, vorrangig in den vom Altmarkt abzweigenden Straßen/Gassen, zu erklären. Die Verkaufsfläche im Stadtzentrum hat sich im Vergleich zu 2015/2016 (rd. 4.410 qm) hingegen recht deutlich erhöht. Dies ist einerseits auf die erhebliche Verkaufsflächenerweiterung des Rossmann-Drogeriemarkts am Altmarkt sowie andererseits auf die Neuansiedlung eines Disca-Markts an der Stolpener Straße, der in die ehemals von einem Penny-Markt genutzte Immobilie eingezogen ist, zurückzuführen.

Wie bereits dargestellt, ist das Angebot in der Bischofswerdaer Innenstadt überwiegend kleinteilig strukturiert. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei lediglich rd. 95 qm. Darüber hinaus ist darauf zu verweisen, dass einige Ladeneinheiten, neben der ohnehin suboptimalen Verkaufsflächengröße, nicht mehr den Ansprüchen an moderne und leistungsfähige Immobilien entsprechen. Hieraus resultieren in einigen Teilbereichen **erhebliche Vermietungsschwierigkeiten und ein Investitionsstau**.

Aufgrund der kleinteiligen Struktur sind in der Bischofswerdaer Innenstadt kaum größere Ladeneinheiten zu finden. Der Rossmann-Drogeriemarkt am Altmarkt verfügt über den größten Verkaufsraum (rd. 700 qm Verkaufsfläche), der jedoch erst durch die Zusammenlegung mehrerer kleiner Ladeneinheiten und relativ umfangreiche Umbaumaßnahmen geschaffen werden konnte. Dieses Beispiel zeigt aber zugleich, dass es

auch in kleinteilig strukturierten Innenstädten gelingen kann, größere Ladeneinheiten zu entwickeln.



Abbildung 20: Rossmann-Drogeriemarkt am Altmarkt als wichtigster Magnetbetrieb der Innenstadt

Weitere größere Ladengeschäfte befinden sich mit Diska und Reno außerhalb der historischen Altstadt. Insgesamt fehlt es der Bischofswerdaer Innenstadt aber an einem großflächigen Magnetbetrieb, der eine hohe Kundenfrequenz erzeugt und der gesamten Innenstadt einen Attraktivitätsschub verleihen könnte.



Abbildung 21: Der Diska-Markt nebst angegliedertem Büro- und Geschäftshaus in der Stolpener Straße

Bei der Betrachtung des **Verkaufsflächenanteils der Innenstadt** an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Bischofswerda zeigt sich mit rd. 16 % ein leichter Anstieg gegenüber 2016 (rd. 14 %). Dennoch spielt die Innenstadt im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge nach wie vor eine eher untergeordnete Rolle. Während im mittelfristigen Bedarf immerhin noch 32 % der Gesamtverkaufsfläche auf die Innenstadt entfallen, sind es im kurzfristigen Bedarf lediglich rd. 17 %. Gerade im Hinblick auf die Nahversorgungsfunktion ist die Innenstadt somit derzeit nicht gut aufgestellt. Gerade der periodische Bedarf weist aber gegenüber dem aperiodischen Bedarf angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen für den stationären Nonfood-Einzelhandel noch langfristig gute Entwicklungspotenziale auf.

Der unterdurchschnittliche innerstädtische Verkaufsflächenanteil resultiert im Wesentlichen aus dem umfangreichen Einzelhandelsbestand in den Sonstigen Lagen. Auf diese solitären Streulagen entfällt der überwiegende Verkaufsflächenanteil im periodischen Bedarf. Dies gewährleistet zwar eine gute räumliche Abdeckung der Nahversorgung (siehe hierzu auch Kapitel 6.3), schränkt allerdings die Sogkraft der Innenstadt ein. Zudem sind außerhalb der Innenstadt (u.a. auch im NVZ Carl-Maria-von-Weber-Straße) zahlreiche Anbieter ansässig, die den kleinteiligen Innenseiteneinzelhandel bei den innenstadttypischen Sortimenten (v.a. Bekleidung/Schuhe) stark unter Druck setzen. Einem weiteren Angebotsausbau bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt sollte daher eher restriktiv begegnet werden, um die Bischofswerdaer Innenstadt nicht weiter zu schwächen und deren Entwicklungsperspektiven nicht noch weiter einzuschränken.

Einzelhandelsstruktur der Bischofswerdaer Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Anteil Innenstadt an der Gesamt-VKF
Kurzfristiger Bedarf	1.820	17%
Nahrungs- und Genussmittel	1.100	13%
Gesundheits- und Pflegeartikel	720	42%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	610	48%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	110	24%
Tiernahrung	0	0%
Mittelfristiger Bedarf	2.680	32%
Bekleidung/Wäsche	970	24%
Schuhe, Lederwaren	440	42%
Spielwaren, Hobbybedarf	40	20%
Sportbedarf, Camping	290	100%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	260	63%
Hausrat, GPK	680	28%
Langfristiger Bedarf	900	6%
Optik	260	100%
Schmuck, Uhren	120	100%
Elektrobedarf	150	14%
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	220	14%
Möbel	0	0%
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	150	3%
Summe/Mittelwert	5.400	16%

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 10: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche Bischofswerdas

Die Innenstadt von Bischofswerda verfügt mit rd. 5.400 qm in 57 Ladengeschäften über einen Anteil von lediglich rd. 16 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot und erlangt damit eine eher geringfügige Bedeutung im Einzelhandelsgefüge von Bischofswerda. Dies gilt insbesondere auch für den kurzfristigen Bedarf. Zudem fehlt es der Innenstadt an einem großflächigen Betrieb mit frequenzerzeugender Magnetwirkung.

6.3 Nahversorgungssituation in Bischofswerda

Eines der zentralen Ziele der Einzelhandels- und Stadtentwicklung ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Für Grundzentren wie Bischofswerda gilt dies in besonderem Maße, da ihnen diese Aufgabe von Seiten der Raumordnung explizit zugewiesen wird.

Im Stadtgebiet von Bischofswerda sind mit Stand Februar 2020 insgesamt acht strukturprägende Lebensmittelbetriebe mit insgesamt rd. 8.000 qm Verkaufsfläche ansässig. Dabei überschreiten mit Rewe, Lidl und Norma drei Anbieter die Schwelle zur Großflächigkeit. Hinzu kommen noch ein Getränkemarkt, ein Drogeriemarkt, zahlreiche Kleinflächen (z.B. Lebensmittelhandwerk) sowie die Randsortimente anderer Anbieter (z.B. Tedi). Inklusive aller Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die Flächen-dichte im kurzfristigen Bedarf bei

ca. 950 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner, bezogen auf das Stadtgebiet.

Damit liegt die stadtgebietsbezogene Verkaufsflächendichte deutlich oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 540 qm je 1.000 Einwohner und weist grundsätzlich auf eine hohe Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf hin. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass der Stadt Bischofswerda von Seiten der Raumordnung ein überörtlicher grundzentraler Verflechtungsbereich zugewiesen wurde, der die angrenzenden und dörflich geprägten Gemeinden umfasst. Für die hier lebende Bevölkerung besitzt Bischofswerda eine große Versorgungsbedeutung.

Bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich beläuft sich die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte auf rd. 430 qm je 1.000 Einwohner. Berücksichtigt man zusätzlich das marginale Grundversorgungsangebot im Umland (Zone 2 des Marktgebiets) wird sich dieser Wert zwar noch geringfügig erhöhen, insgesamt wird der bundesdeutsche Durchschnitt jedoch vermutlich unterschritten werden bzw. jedenfalls nicht deutlich überschritten. Bezieht man die Verkaufsflächendichte im Marktgebiet ausschließlich auf die strukturprägenden Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) und berücksichtigt damit auch den Norma-Discounter in Großharthau sowie den EDEKA-Supermarkt in Demitz-Thumitz⁴⁹ beläuft sich dieser Wert auf rd. 360 qm je 1.000 Einwohner und bewegt sich damit auf dem Niveau des relevanten Bundesschnitts (rd. 360 qm je 1.000 Einwohner). Insgesamt verfügt Bischofswerda damit zwar über eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf, von einem erheblichen Überbesatz an Verkaufsfläche kann gleichwohl aber nicht gesprochen werden. Die quantitative Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt darüber hinaus noch nichts über die **Qualität der Nahversorgung** sowie über die **räumliche Verteilung des Angebots** aus.

⁴⁹ Die Verkaufsflächengrößen dieser beiden Märkte entstammen unserer hauseigenen Bestandsdatenbank für den gesamten Lebensmittel Einzelhandel in Deutschland.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen – Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 600 qm kartiert. Die 500m-Radien um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich 5 bis 10 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

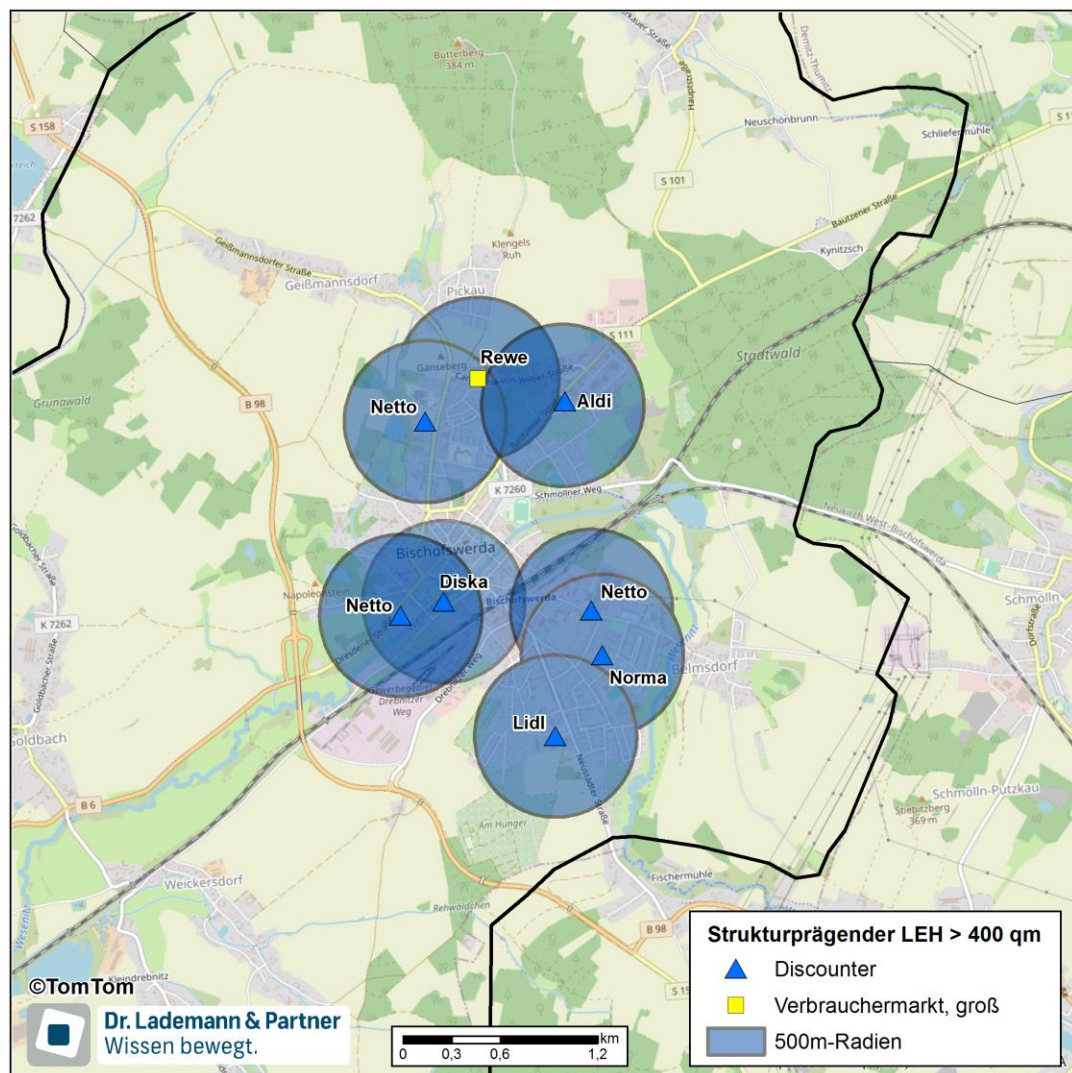


Abbildung 22: Nahversorgungssituation in Bischofswerda

Wie die vorstehende Karte zeigt, ist das Kernstadtgebiet von Bischofswerda **räumlich derzeit weitgehend gut versorgt**. Dabei sind sowohl nördlich als auch südlich der Bahntrasse, die eine deutliche städtebauliche Zäsur darstellt, mehrere Einkaufsalternativen vorhanden, wodurch eine wohngebietsbezogene Versorgung fast flächendeckend gewährleistet wird. Hierzu hat zuletzt auch die Diska-Ansiedlung im nördlichen Kernstadtgebiet beigetragen, wobei zu berücksichtigen ist, dass von der südlich des Diska-Markts verlaufenden Bahntrasse eine erhebliche Barrierewirkung für Fußgänger ausgeht. Eine gewisse räumliche Versorgungslücke, die bis vor Kurzem noch im

nordöstlichen Stadtgebiet zwischen der Bautzener Straße und dem Schmöllner Weg festzustellen war, konnte im Zuge der mittlerweile umgesetzten **Verlagerung des Aldi-Markts an die Bautzener Straße** geschlossen werden, ohne dass sich in diesem Zusammenhang eine neue Versorgungslücke im südlichen Kernstadtgebiet, wo der Aldi-Markt bis zuletzt noch ansässig war, aufgetan hat. Eine flächendeckende Nahversorgung wird dort auch weiterhin von mehreren Anbietern sichergestellt werden.

Ein besonderer Stellenwert bei der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung ist dem **Norma-Markt in der Ernst-Thälmann-Straße** (NVZ Schiebock-Passage) beizumessen, der in die dichter besiedelten Wohnstrukturen des südlichen Bischofswerdaer Stadtgebiets eingebettet ist und fußläufig somit sehr gut zu erreichen ist. Die Bedeutung von Norma als Nahversorger für die umliegende Wohnbevölkerung wird noch weiter zunehmen, wenn die Standortverlagerung von Netto an die Drebnitzer Straße umgesetzt wird.

Darüber hinaus leistet auch der **Diska-Standort** einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung, da er für die Wohnbevölkerung der Bischofswerdaer Innenstadt die nächstgelegene Einkaufsalternative darstellt. Gleichwohl könnte die fußläufige Anbindung dieses Standorts an die verdichtete Altstadt noch verbessert werden.

Im Sinne einer wohnortnahen, flächendeckenden Versorgungsstruktur sollten die genannten wohngebietsintegrierten Nahversorgungsstandorte zukunftsfristig abgesichert werden. Diesen Standorten sollte grundsätzlich die Möglichkeit eingeräumt werden, sich maßvoll weiterzuentwickeln, um sich an die aktuellen Marktanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels anpassen zu können.

Die beiden **Netto-Märkte an der Kamenzer Straße und der Dresdener Straße sowie der neue Aldi-Markt an der Bautzener Straße** sind hingegen jeweils am Siedlungsrand und an Ausfallstraßen gelegen und tragen daher eher dem autokundenorientierten Versorgungseinkauf Rechnung. Dies gilt auch für den **Rewe-Verbrauchermarkt in der Carl-Maria-von-Weber-Straße**, der sich am nördlichen Rand der Kernstadt befindet und nur einen geringfügigen Zusammenhang mit Wohnstrukturen aufweist. Vor diesem Hintergrund muss die bisherige Ausweisung des Rewe-Standorts als Nahversorgungszentrum auch in Frage gestellt werden. Dies untermauert auch ein Blick auf die Tabelle 12, welche u.a. die Einwohner in den jeweiligen 500m-Radien um die strukturprägenden Lebensmittelmärkte darstellt. Wie der Tabelle entnommen werden kann, verfügen die zuletzt genannten Märkte über die geringsten Bevölkerungsplattformen in ihrem fußläufigen Umfeld.



Abbildung 23: Rewe-Verbrauchermarkt als flächengrößter Lebensmittelmarkt in Bischofswerda



Abbildung 24: Netto-Markt an der Kamenzer Straße



Abbildung 23: Netto-Markt in der Dresdener Straße

Es zeigt sich weiterhin, dass in einigen Randgebieten sowie den peripheren Ortsteilen der Stadt Bischofswerda, die sich relativ dispers um die Kernstadt verteilen, Versorgungslücken bestehen. Diese werden angesichts des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials, der z.T. abgelegenen Lage und den teilweise wenig kompakten Siedlungsstrukturen auch künftig kaum zu schließen sein. Hier kommt es darauf an, alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu schaffen (z.B. Nachbarschaftsläden, mobile Händler oder Lieferservice) sowie die örtlichen verkehrlichen Erreichbarkeiten, und dabei insbesondere den ÖPNV, zu sichern und zu stärken.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*

	Anteil Bischofswerda	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	13%	44%	-31%
Discounter	88%	56%	31%
Summe	100%	100%	0%

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*

	Anteil Bischofswerda	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	30%	63%	-33%
Discounter	70%	37%	33%
Summe	100%	100%	0%

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2018. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels

Qualitativ ist der periodische bzw. nahversorgungsrelevante Bedarf durch insgesamt sieben Lebensmitteldiscounter geprägt, welche zusammen genommen rd. 70 % der relevanten nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (exkl. Kleinflächen unter 400 qm VKF, Getränke- und Drogeriemärkte sowie Lebensmittelhandwerk) einnehmen. Im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ist in Bischofswerda somit sowohl gemessen an der Anzahl der Betriebe (+ 31 %) als auch gemessen an der Verkaufsfläche der Betriebe (+ 33 %) ein erheblicher Überhang an discountorientierten Lebensmittelangeboten zu erkennen, der durch die Ansiedlung von Disca zuletzt noch weiter zugenommen hat. Wenngleich dies auch auf das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau in Bischofswerda zurückzuführen ist, ist vor diesem Hintergrund derzeit eine **deutliche Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Angebote** in Bischofswerda erkennbar. Verschärfend kommt hinzu, dass der einzige vollsortimentierte Anbieter (Rewe) am Rand der Kernstadt gelegen ist und somit fußläufig nur für einen sehr geringen Teil der Bischofswerdaer Bevölkerung erreichbar ist. Weite Teile der in Bischofswerda lebenden Verbraucher, insbesondere jene aus den südlichen Siedlungsbereichen sowie aus der Innenstadt, sind deshalb auf ein Auto bzw. den ÖPNV angewiesen, um auf ein vollsortimentiertes Lebensmittelangebot zurückgreifen zu können.

Positiv fällt hingegen auf, dass die Stadt Bischofswerda mit einer Rossmann-Filiale am Altmarkt über einen **leistungsfähigen Drogeriefachmarkt in zentraler Innenstadt-lage** verfügt. Im Zuge umfangreicher Umbauarbeiten konnte der Rossmann-Drogeriefachmarkt seine Verkaufsfläche in jüngerer Vergangenheit verdoppeln und verfügt nunmehr über eine zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierung und einen modernen Marktauftritt. Damit verbunden ist auch dessen Bedeutung als Magnetbetrieb für die Bischofswerdaer Altstadt gewachsen.

Ein Vergleich mit üblichen **Betriebsgrößen** verdeutlicht, dass die Lebensmittelmärkte hinsichtlich ihrer aktuellen Verkaufsflächendimensionierung differenziert zu bewerten sind. Während die Lebensmitteldiscounter Lidl (Friedrich-List-Straße) und Norma (Schiebock-Passage) sowie der Rewe-Verbrauchermarkt in der Carl-Maria-von-Weber-Straße über marktgängige Verkaufsflächen verfügen, sind vor allem die Lebensmitteldiscounter Diska und Netto (Kamenzer Straße) verhältnismäßig klein dimensioniert. Die ebenfalls discountorientierten Anbieter Aldi und Netto (Belmsdorfer Straße) verfügen derzeit ebenfalls nur über bedingt zeitgemäße Größendimensionierungen, werden ihre Verkaufsflächen im Zuge der geplanten Standortverlagerungen⁵⁰ jedoch zumindest auf eine für Discounter typische Mindestgröße (800 qm Verkaufsfläche) ausdehnen können. An diese Größe reicht auch der an der Dresdener Straße gelegene Netto-Markt heran.

Strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) in der Stadt Bischofswerda					
Betrieb	Adresse	Typ	Bewertung Größe	Lagertyp*	Einwohner im 500m-Radius
Aldi Nord	Bautzener Straße 78-92	DC	o	Streulage	802
Netto Markendiscount	Belmsdorfer Straße 29	DC	-	Streulage	2.417
Netto Markendiscount	Dresdener Straße 45	DC	o	Streulage	953
Lidl	Friedrich-List-Straße 2	DC	+	Streulage	1.522
Netto Stavenhagen	Kamenzer Straße 49	DC	-	Streulage	970
Rewe	Carl-Maria-von-Weber-Straße 1	VG	+	NVZ Carl-Maria-von-Weber	1.040
Norma	Ernst-Thälmann-Straße 3	DC	+	NVZ Schiebock-Passage	3.069
Diska	Stolpener Straße 4	DC	-	Innenstadt Bischofswerda	1.664

Quelle: Dr. Lademann & Partner. DC=Discounter, VG = großer Verbrauchermarkt
 + = entsprechend der Betriebsform marktgängig; o = für Betriebsform übliche Verkaufsfläche; - = für Betriebsform unterdurchschnittliche Dimensionierung
 * entsprechend des Zentren- und Standortmodells des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aus 2016

Tabelle 12: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Bischofswerda

⁵⁰ Während der Aldi-Markt an die Bautzener Straße verlagert werden soll, möchte Netto an die Neustädter Straße umziehen. Für beide Vorhaben besteht, unter der Maßgabe einer Verkaufsfläche von nicht mehr als 800 qm, bereits Baurecht.

Rein quantitativ wird in der Stadt Bischofswerda ein sehr umfassendes Nahversorgungsangebot vorgehalten, wobei jedoch stets die überörtliche Versorgungsfunktion des Grundzentrums zu berücksichtigen ist. Das Kernstadtgebiet ist derzeit räumlich weitgehend gut versorgt. Allerdings besteht in Bischofswerda ein deutliches Übergewicht an discountorientierten Anbietern und ein Defizit im Vollsortiment. Hier lässt sich somit noch ein gewisses Ausbaupotenzial ableiten.

6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Bischofswerda

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

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

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

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Bischofswerda eine einzelhandelsrelevante Zentralität von

rd. 121 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt demnach rd. 21 % oberhalb der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dies deutet darauf hin, dass der Bischofswerdaer Einzelhandel dazu in der Lage ist, die im Stadtgebiet vorhandene Nachfrage weitestgehend zu binden und darüber hinaus auch Nachfrage aus den umliegenden Kommunen abzuschöpfen. Häufig korreliert eine hohe Zentralität positiv mit einer geringen Bevölkerungsdichte im Umland und einer recht hohen Verkaufsflächenausstattung im zentralen Ort selbst, wie es für Bischofswerda der Fall ist. Gemäß ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion und dem damit verbundenen, raumordnerisch zugewiesenen grundzentralen Verflechtungsbereich (Nahbereich) kommt der Stadt eine wichtige Bedeutung bei der (Grund-)Versorgung der Bevölkerung im ländlich geprägten und z.T. stark unterversorgten Umland zu. Vor diesem Hintergrund ist es durchaus „gewollt“, dass Nachfrage aus den Umlandkommunen bzw. aus der Zone 2 des Marktgebiets nach Bischofswerda fließt. Hierbei profitiert der Einzelhandelsstandort Bischofswerda auch von der relativ großen räumlichen Distanz zu den nächstgelegenen, angebotsstarken zentralen Orte, sodass die Umlandbevölkerung in ausgeprägtem Maße auf die Grundversorgungsangebote in Bischofswerda orientiert ist. Zugleich wird dadurch die Kaufkraftbindung im eigenen Stadtgebiet erheblich begünstigt.

Wirft man einen Blick auf Abbildung 30 fällt zudem auf, dass Bischofswerda auch bei der Mehrzahl der aperiodischen Sortimente Kaufkraftzuflüsse aufweist, was für Grundzentren eher untypisch ist. Dies ist auf das relativ breite und differenzierte Angebotsspektrum im mittel- und langfristigen Bedarf zurückzuführen, was die lokale Bevölkerung und die Bevölkerung aus dem Umland gleichermaßen anspricht und eher für ein Mittelzentrum charakteristisch ist. Die Angebotsentwicklung bei den aperiodischen

Segmenten wurde dabei ebenfalls von der relativ großen Distanz zu den umliegenden zentralen Orten höherer Hierarchie begünstigt, die dazu führt, dass Verbraucher aus Bischofswerda und dem Bischofswerdaer Umland relativ weite Wege in Kauf nehmen müssen, um ihre Nachfrage nach Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs an anderen Einkaufsorten decken zu können. Gleichwohl lassen sich auch Branchen identifizieren, in denen ein (wesentlicher) Teil der Kaufkraft in umliegende Mittel- und Oberzentren sowie den Online-Handel abfließt.

Die vor Ort vorhandene Nachfrage in allen Branchen vollständig zu binden, kann und sollte angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels auch zukünftig kein erklärtes Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda sein. **Vor allem sollte der Fokus auf die grundzentralen Versorgungsaufgaben gelegt und demnach auf eine Sicherung und bedarfsorientierte Weiterentwicklung des Angebots im periodischen Bedarf hingewirkt werden.**

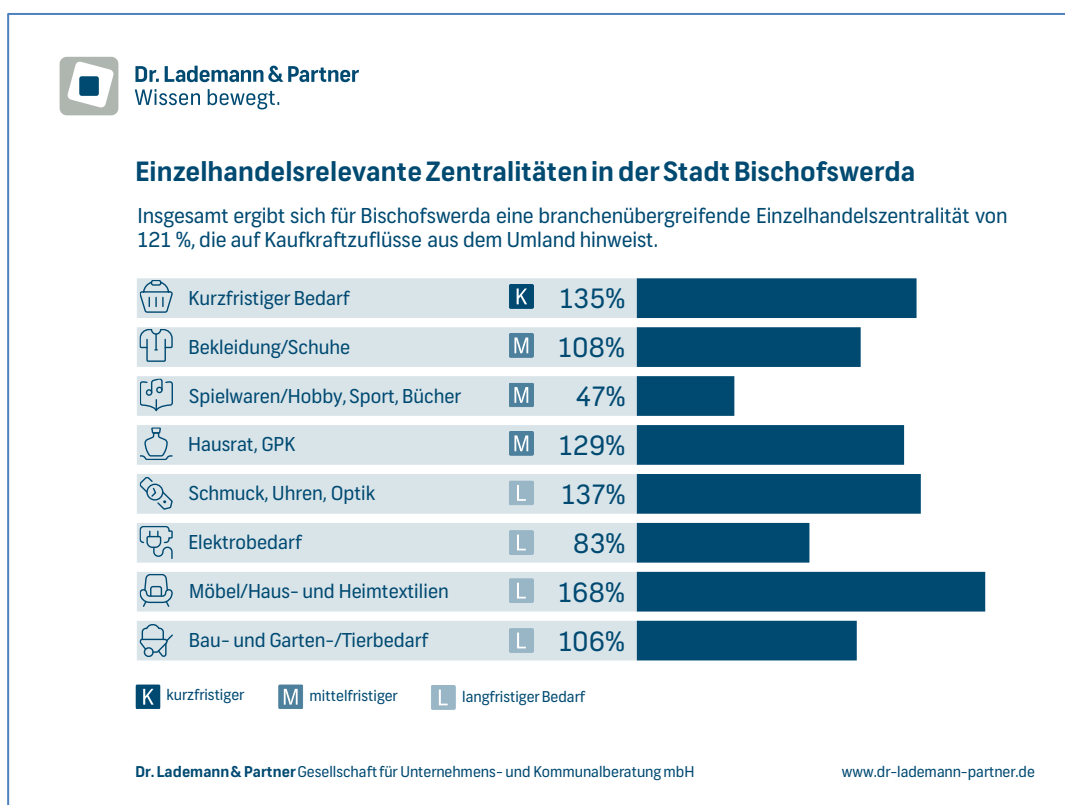


Abbildung 25: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Bischofswerda

Die einzelnen **Branchenzentralitäten** geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Bischofswerda sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation:

- Die Branchenzentralität innerhalb des **kurzfristigen Bedarfs** beträgt derzeit rd. 135 %. Sie stellt damit einen der wesentlichen Treiber der sortimentsübergreifenden Einzelhandelszentralität in Bischofswerda dar und deutet auf erhebliche

Nachfragezuflüsse von außerhalb des Stadtgebiets hin. Wie bereits erwähnt, ist dies vor dem Hintergrund des überörtlichen Grundversorgungsauftrags der Stadt Bischofswerda raumordnerisch nicht zu beanstanden. Die hohe Zentralität resultiert auch daraus, dass in diesem Segment kaum Abflüsse in den Online-Handel bestehen. Eine sehr hohe Einzelhandelszentralität weist Bischofswerda dabei auch im Teilsegment Gesundheits- und Pflegeartikel auf, wo mit dem Rossmann-Drogeriefachmarkt ein leistungsfähiger Anbieter in Bischofswerda angesiedelt ist. Da moderne Drogeriemärkte i.d.R. Einzugsgebiete von etwa 20.000 Personen ansprechen, greift Rossmann auch in wesentlichem Maße auf Kaufkraft aus dem Umland zu.

- Im **mittelfristigen Bedarf** weist die Stadt Bischofswerda eine Einzelhandelszentralität von im Schnitt rd. 93 % auf. Während die Zentralitätswerte bei den angebotsstarken Segmenten Bekleidung/Schuhe/Lederwaren (rd. 108 %) und Hausrat/GPK (rd. 129 %) auf Kaufkraftzuflüsse hinweisen, bestehen bei den weiteren Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs (z.B. Sportbedarf) z.T. erhebliche Nachfrageabflüsse. Hier fließt in wesentlichem Maße Kaufkraft in umliegende Oberzentren (z.B. Bautzen, Dresden) ab. Zudem ist auf die wachsende Bedeutung des Online-Handels zu verweisen, von welchem vor allem die innenstadttypischen Sortimente besonders stark betroffen sind. Es wird somit zukünftig, auch für Mittel- und Oberzentren, zunehmend schwerer werden, die gesamte vor Ort vorhandene Nachfrage nach Gütern des mittelfristigen Bedarfs im stationären Einzelhandel der jeweiligen Stadt zu binden. Vor dem Hintergrund der für ein Grundzentrum bereits hohen Zentralität im mittelfristigen Bedarf, lassen sich in dieser Branchengruppe allenfalls geringfügige Zentralitätsspielräume ableiten, welche v.a. der Belebung des kleinteiligen Innenstadteinzelhandels zu Gute kommen sollten.
- Der **langfristige Bedarfsbereich** verfügt mit rd. 119 % über eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität. Dies ist v.a. auf den insgesamt großen Angebotsbestand in den Teilsegmenten Möbel/Haus- und Heimtextilien und Bau-/Gartenbedarf zurückzuführen. Die ansässigen Anbieter (z.B. Hagebaumarkt) verfügen zum Teil über großräumige Einzugsgebiete, was Kaufkraftzuflüsse nach sich zieht und die relativ hohen Einzelhandelszentralitäten erklärt. Weitere signifikante Potenziale zur Zentralitätserhöhung können nicht abgeleitet werden.

Die Zentralität des Bischofswerdaer Einzelhandels liegt aktuell bei rd. 121 %, was insgesamt auf signifikante Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hindeutet und die überörtliche Versorgungsbedeutung des Grundzentrums Bischofswerda belegt. Dabei werden sowohl im periodischen als auch in einigen Sortimenten des aperiodischen Bedarfs überdurchschnittliche Zentralitätswerte erreicht. Angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels bestehen daher vor allem im aperiodischen Bedarf kaum noch Ausbaupotenziale.

6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

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

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Bischofswerda (eigene Bevölkerung) über alle Sortimente bei ca. 75 %, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 17 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein **Brutto-Zufluss** von insgesamt etwa 30 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus dem Nachfragezufluss aus dem Nahbereich nach Bischofswerda in Höhe von rd. 22 Mio. € zuzüglich dem Streukundenpotenzial von etwa 10 % (rd. 8 Mio. €), welches sich aus Gelegenheitskunden, Pendlern und sonstigen Kunden von außerhalb des Bischofswerdaer Stadtgebiets zusammensetzt. Hier spielen vor allem Kunden aus dem unmittelbaren Umland außerhalb des Nahbereichs, aber auch die Beschäftigten in den Bischofswerdaer Betrieben, die nach Bischofswerda einpendeln, eine Rolle.

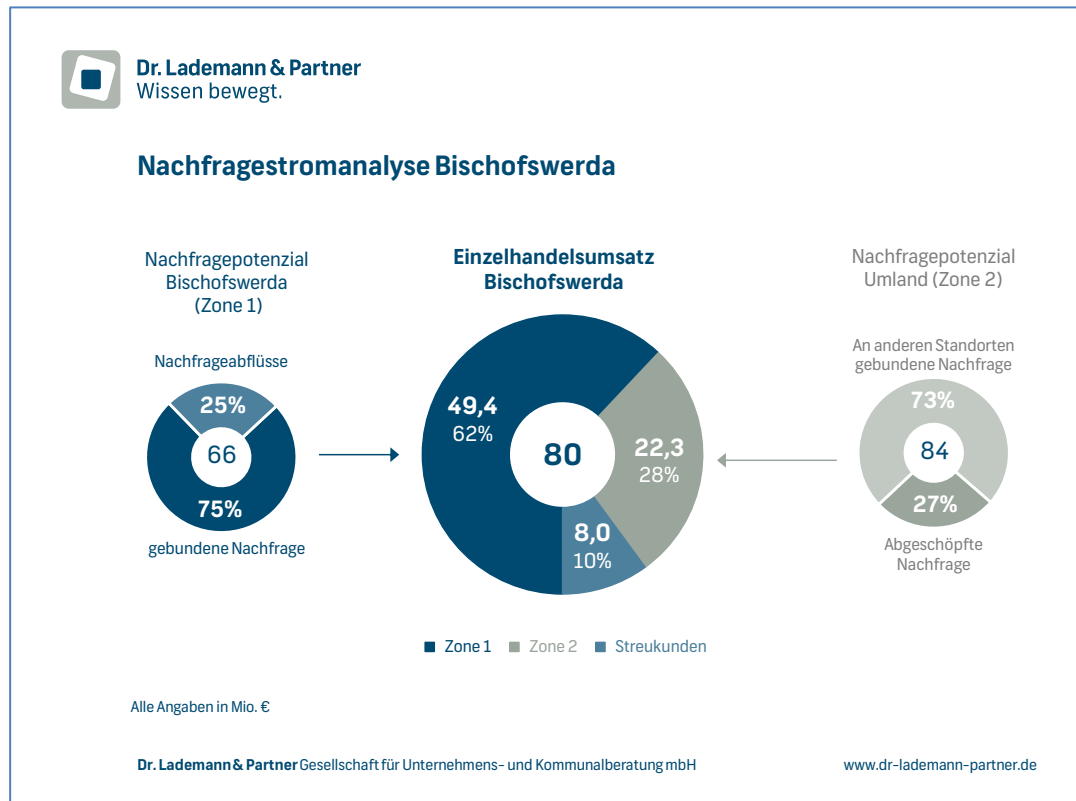


Abbildung 26: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Bischofswerda

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (kurzfristiger Bedarf) die Nachfragebindung in Bischofswerda mit rd. 90 % am höchsten, da nahversorgungsrelevante Einkäufe in der Regel wohnortnah getätigt werden und die Stadt Bischofswerda über ein umfangreiches und attraktives Nahversorgungsangebot verfügt. Bei den mittelfristigen (rd. 56 %) und langfristigen Hauptwarengruppen (rd. 66 %) liegt die Nachfragebindung zwar deutlich niedriger, erreicht aber gleichwohl ein für ein Grundzentrum relativ hohes Niveau. Dennoch schöpfen auch umliegende, attraktive Einzelhandelsstandorte (z.B. das Oberzentrum Dresden) größere Teil des Kaufkraftvolumens in diesen Bedarfssegmenten ab. Darüber hinaus sind die Segmente des mittel- und langfristigen Bedarfs deutlich onlineaffiner, weshalb damit zu rechnen ist, dass ein bedeutender Teil der Nachfrage in den interaktiven Handel abfließt.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 75 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 30 Mio. € von außen zu (Nachfrageabschöpfung aus dem Verflechtungsbereich und Streukundenpotenzial von etwa 10 %).

6.6 Zusammenfassende Stärken- und Schwächen-Analyse zum Einzelhandelsstandort Bischofswerda

Die wichtigsten **Stärken** des Einzelhandelsstandorts Bischofswerda lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Angesichts der **vergleichsweise solitären Lage der Stadt Bischofswerda im Raum** und der relativ großen räumlichen Distanzen zu den zentralen Orten gleicher oder höherer Hierarchie, wird die Einkaufsorientierung der Stadt- und Umlandbewohner auch zukünftig überwiegend auf Bischofswerda ausgerichtet sein.
- Damit verbunden wird der Stadt Bischofswerda von Seiten der Raumordnung ein **relativ weiträumiger, überörtlicher Verflechtungsbereich** (Nahbereich) zugewiesen, der sich nicht mit den Nahbereichen anderer Grundzentren überlappt. Somit kann Bischofswerda auf ein relativ großes, zusätzliches Nachfragepotenzial im Umland zurückgreifen, was Verkaufsflächenentwicklungen bereits in der Vergangenheit begünstigt hat.
- Die hohe Arbeitsplatzzentralität und der deutliche Einpendlerüberschuss, der in den vergangenen Jahren weiter zugenommen hat, verdeutlichen die **hohe Bedeutung Bischofswerdas als Arbeitsplatzstandort**. Hiervon kann auch der lokale Einzelhandel profitieren, da insbesondere im periodischen Bedarf eine häufige Koppelung von Arbeitsweg und Versorgungseinkauf stattfindet.
- Die **Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote Bischofswerdas** kann als sehr gut bewertet werden. Über die beiden Bundesstraßen 6 und 98 ist die Stadt bestens mit ihrem Umland verknüpft. Zudem sind sowohl die peripheren Ortsteile von Bischofswerda als auch die Umlandgemeinden über mehrere inner- sowie überörtliche Buslinien an die Kernstadt von Bischofswerda angebunden. Die regionale sowie überregionale Anbindung wird über einen unmittelbaren Anschluss an das Autobahnnetz (BAB 4) sowie das Schienennetz der Deutschen Bahn gewährleistet.
- Insgesamt gesehen wird Bischofswerda der **grundzentralen Versorgungsfunktion umfassend gerecht**. Über ein breites und attraktives Nahversorgungsangebot wird die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung sowie der Bevölkerung im grundzentralen Verflechtungsbereich sichergestellt.
- Mit zahlreichen Lebensmitteldiscountern, einem vollsortimentierten Verbrauchermarkt und einem leistungsfähigen Drogeriefachmarkt verfügt Bischofswerda grundsätzlich über ein **umfassendes Nahversorgungsangebot**.
- Die **ausgewogene räumliche Verteilung des Nahversorgungsangebots** ermöglicht im Kernstadtgebiet zudem eine fast flächendeckende wohnortbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Für den überwiegenden Teil der Einwohner im Kernstadtgebiet ist der nächstgelegene Nahversorger zu Fuß oder mit dem

Rad gut zu erreichen. Signifikante räumliche Versorgungslücken lassen sich in den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen der Kernstadt nicht ausmachen bzw. können durch bereits in Umsetzung befindliche Vorhaben geschlossen werden.

- Ein ebenfalls **breites und differenziertes Angebotsspektrum bei den mittel- und langfristigen Hauptwarengruppen** trägt zusätzlich zur Attraktivität und Sogkraft des Einzelhandelsstandorts Bischofswerda bei. Damit werden in Bischofswerda schon heute umfassende, über die Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs hinausgehende Angebote offeriert.
- Bischofswerda verfügt über eine **gut erhaltene historische Altstadt**, die eine städtebauliche Qualität bietet und sich grundsätzlich positiv auf die Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre im Stadtkern auswirkt. Ein den Einzelhandel flankierendes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot steigert zudem die Multifunktionalität des Stadtzentrums.
- In den vergangenen Jahren ist es gelungen, den **Verkaufsflächenanteil der Innenstadt am Gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestand** etwas zu erhöhen. Mit der Neueröffnung des Rossmann-Drogeriemarkts, welcher nunmehr über eine zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierung und einen modernen Marktauftritt verfügt, und der Nachnutzung der ehemals von Penny genutzten Immobilie an der Stolpener Straße (durch einen Disca-Lebensmittelmarkt) konnten wichtige Magnetbetriebe etabliert werden, die die Sogkraft der Innenstadt erhöht haben.
- Den strukturprägenden Lebensmittelbetrieben sind großzügige Stellplatzanlagen vorgelagert, sodass dem städtischen Einzelhandel insgesamt ein **ausreichendes Parkplatzangebot** zur Verfügung steht. Zudem ist straßenbegleitendes Parken weitgehend möglich.

Die wesentlichen **Schwächen** des Einzelhandels in der Stadt Bischofswerda lassen sich aus unserer Sicht wie folgt zusammenfassen:

- Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** des Einzelhandels in Bischofswerda (v.a. prognostizierter Bevölkerungsrückgang, demografischer Wandel, niedriges Kaufkraftniveau) wirken sich restriktiv auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels aus.
- Der **Verkaufsflächenanteil der Innenstadt** an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Bischofswerda erreicht mit lediglich rd. 16 % noch immer ein sehr niedriges Niveau. Um die bestehenden Einzelhändler im Stadtzentrum zu halten und die Attraktivität und Sogkraft zu steigern, sollten Verkaufsflächenentwicklungen zukünftig gezielt auf die Innenstadt gelenkt werden. Einem Angebotsausbau in (nicht-integrierten) Streulagen sollte hingegen restriktiv begegnet werden.
- Die Nahversorgungsstruktur der Stadt Bischofswerda ist aktuell durch eine **erhebliche Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Anbieter** gekennzeichnet. Insgesamt sieben Lebensmitteldiscountern steht nur ein Vollversorger gegenüber. Da

dieser Anbieter (Rewe) zudem am Siedlungsrand gelegen ist, können nur wenige Verbraucher in Bischofswerda auf ein vollsortimentiertes Angebot im fußläufigen Umfeld zurückgreifen.

- **Strukturelle Defizite** sind in teilweise nicht mehr marktgerechten Betriebsgrößen der strukturprägenden Lebensmittelmärkte vorzufinden. Innerhalb der Stadt Bischofswerda weisen aktuell mehrere Lebensmittelmärkte Verkaufsflächen von unter 800 qm (Schwelle zur Großflächigkeit) auf. Diese Defizite können mit anstehenden nahversorgungsrelevanten Planvorhaben perspektivisch aber z.T. behoben werden.
- Die traditionelle **Innenstadt von Bischofswerda ist sehr kleinteilig strukturiert**, weshalb viele Ladeneinheiten suboptimale Verkaufsflächengrößen aufweisen und den Anforderungen an marktgerechte Immobilien nicht mehr gerecht werden können. Hieraus resultieren erhebliche Vermietungsschwierigkeiten und ein Investitionsstau. Eine Ansiedlung großflächiger, moderner Handelsformate wird in der historischen Altstadt deshalb auch perspektivisch kaum möglich sein. Hierfür könnte jedoch auf innenstadtnahe Potenzialflächen zurückgegriffen werden.
- In der historischen Altstadt von Bischofswerda konzentrieren sich **zahlreiche kleinteilige Ladenleerstände**, die das stadträumliche Erscheinungsbild erheblich trüben. Zudem weisen einige Gebäude teils erheblichen Renovierungsbedarf auf. Um die Ausbreitung städtebaulicher Missstände einzudämmen und weiteren Trading-down-Effekten vorzubeugen, gilt es die leerstehenden Ladeneinheiten mit zentrentypischen Nutzungen wieder zu beleben.

Folgende **Chancen** eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Durch eine gezielte Sicherung, Weiterentwicklung und Qualifizierung des Einzelhandelsangebots könnte die Stadt Bischofswerda noch stärker in den Fokus der Umlandkunden rücken. Damit kann die **Nachfrageabschöpfung im Umland** erhöht und gleichzeitig die derzeit abfließende Kaufkraft noch stärker gebunden werden.
- Im Stadtgebiet von Bischofswerda und insbesondere im Innenstadtbereich lassen sich **Potenzialflächen** identifizieren, die sich für die Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels eignen. Hier ist auch die Ansiedlung großflächiger Formate möglich. Hervorzuheben ist dabei das Areal an der Stolpener Straße, welches derzeit anteilig von einem Disca-Markt sowie einer Parkplatzfläche genutzt wird. Die gezielte Aktivierung dieses Flächenpotenzials kann zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Bischofswerda führen und gleichzeitig die Attraktivität und Sogkraft der Innenstadt erhöhen. Die weiteren Flächenpotenziale (z.B. an der Bautzener Straße) können dazu dienen, räumliche Versorgungslücken zu schließen und nicht mehr zeitgemäß aufgestellten Lebensmittelmärkten eine Anpassung an markttypische Verkaufsflächengrößen zu ermöglichen. Darüber hinausgehende

Entwicklungen sollte zum Schutz der gewachsenen Einzelhandelszentren (v.a. Innenstadt und Nahversorgungszentren) jedoch restriktiv begegnet werden.

- Im Zusammenhang mit der Aktivierung der Potenzialfläche an der Stolpener Straße ergibt sich die Chance, dieses Areal besser an die historische Altstadt anzubinden und die **Wegebeziehungen und Kundenführung im gesamten Innenstadtbereich zu verbessern**. Dabei hat die Stadt bereits Maßnahmen ins Auge gefasst (z.B. Neubau einer Fußgängerbrücke über die Wesenitz), die den Kundenaustauschbeziehungen im Innenstadtbereich erheblich zu Gute kommen könnten. Somit könnten auch die Einzelhändler in der historischen Altstadt von einer Neuentwicklung an der Stolpener Straße profitieren.
- Die Profilierung eines aktiven **Citymanagements** könnte die Vermarktung der Innenstadt verbessern und u.a. helfen, mehr Events in der Innenstadt zu initiieren, welche Aufmerksamkeit erzeugen und mehr potenzielle Kunden in die Innenstadt locken.
- Als mögliche weitere „Stellschraube“, um zusätzliche Potenziale für den Einzelhandel zu generieren, ist die **Attraktivierung des Wohnungsangebots** zu nennen – insbesondere im Hinblick auf junge Familien, die aufgrund hoher Wohnkosten in Dresden nach günstigeren Wohnstandorten im Umland suchen.

Dennoch bestehen auch **Risiken**, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Die **restriktiven Rahmenbedingungen** (v.a. rückläufige Einwohnerentwicklung) schränken die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels auch zukünftig stark ein. Da die Bevölkerungsplattform in den kommenden Jahren weiter schrumpfen wird, werden sich die Umsatzpotenziale für die Anbieter vor Ort verringern. Damit verbunden wird sich der Wettbewerbsdruck weiter erhöhen, was die bestehenden Einzelhandelsbetriebe auf Markteintritte neuer Anbieter deutlich sensibler reagieren lassen wird.
- In diesem Zusammenhang besteht die Gefahr, dass Potenziale überschätzt oder an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch der **Verdrängungswettbewerb** zu Lasten des Bestandseinzelhandels weiter verschärft werden könnte. Ansiedlungsbegehren sollten daher fundiert (z.B. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht die Sicherung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Nahversorgung im Vordergrund.
- Eine weitere **Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges**, insbesondere hervorgerufen durch großflächigen Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Innenstadt, sollte verhindert werden. Das oberste Ziel sollte die Schaffung einer kompakten Einzelhandelsstruktur in Bischofswerda sein. Dabei stehen die Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt an vorderster Stelle. Zudem ist eine zielkonforme und adäquate

Erhaltung bzw. Weiterentwicklung der für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtigen Standorte geboten. Einem Angebotsausbau an peripheren Standorten ist mit den Mitteln der Bauleitplanung entgegenzuwirken.

- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Bischofswerda der wachsende **Online-Handel** eine große Herausforderung dar, sofern sich der Bischofswerdaer Einzelhandel nicht entsprechend darauf einstellt. Für die lokale Bevölkerung wird der Online-Handel, vor allem mit innenstadttypischen Sortimenten, eine immer stärker werdende Alternative darstellen. Die örtliche Nachfrage wird damit auch zukünftig nicht vollständig in Bischofswerda gebunden werden können. Anbieter mit nicht online auffindbaren und/oder nicht interessant gestalteten Internet-Präsenzen werden für zunehmende Teile der Bevölkerung zudem nicht wahrnehmbar sein.

7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Bischofswerda

7.1 Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2030

7.1.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

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

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

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

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

- Die **Einwohnerzahlen** in Bischofswerda und der Region werden perspektivisch weiter rückläufig sein und einen Rückgang des Nachfragepotenzials bewirken, was sich wiederum restriktiv auf die künftige Einzelhandelsentwicklung auswirken wird. Zudem bewirkt die **demografische Entwicklung** zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der **Kaufkraftentwicklung** bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Steigende Pro-Kopf-Ausgaben werden die Bevölkerungsrückgänge nicht (über-)kompensieren können. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der dem stationären Handel (mit Ausnahme des kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfs) weiter Kaufkraft entziehen wird.
- Die **Betriebstypendynamik** schlägt sich auch in der Stadt Bischofswerda nieder: So ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu

Gunsten der Großflächen⁵¹ v.a. bei den nahversorgungsrelevanten Anbietern zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale entstehen. Die Bestandsentwicklung der letzten Jahre zeigt zudem nach wie vor eine ansteigende durchschnittliche Verkaufsfläche je Betriebseinheit. Die Betriebstypendynamik zeigt sich als stetiger Prozess.

- Die **Flächenausstattung** liegt in Bischofswerda, verglichen mit der Flächenausstattung im Freistaat Sachsen, auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Im Vergleich mit anderen Grundzentren weist die Stadt Bischofswerda aktuell ebenfalls eine überdurchschnittliche Flächenausstattung auf. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Stadt Bischofswerda einen relativ weiträumigen, überörtlichen Verflechtungsbereich anspricht, der der Stadt von Seiten der Raumordnung zugewiesen wird. Der Verflechtungsbereich ist stark ländlich geprägt und verfügt über relativ disperse Siedlungsstrukturen, was u.a. dazu führt, dass hier nur wenige leistungsfähige Versorgungsangebote bestehen. Entsprechend muss Bischofswerda auch die (Grund-)Versorgung der im Umland lebenden Verbraucher sicherstellen. Bezogen auf das Marktgebiet ergibt sich für Bischofswerda eine Verkaufsflächendichte, die in etwa im bundesdeutschen Durchschnitt liegt. Insgesamt lassen sich somit noch leichte Entwicklungsspielräume ableiten, die jedoch in einen Kontext mit dem grundzentralen Versorgungsauftrag Bischofswerdas zu setzen sind.
- Die **Einzelhandelszentralität** bewegt sich mit rd. 121 % auf einem insgesamt relativ hohen Niveau. Dabei weist auch die Mehrzahl der Branchen des mittel- und langfristigen Bedarf Zentralitätswerte auf, die auf z.T. erhebliche Kaufkraftzuflüsse hindeuten. Dies ist auf ein breites Angebotsspektrum in diesen Hauptwarengruppen zurückzuführen und für Grundzentren eher untypisch. Vor diesem Hintergrund bestehen im aperiodischen Bedarf kaum Zentralitätsdefizite und allenfalls noch geringfügige Steigerungspotenziale. Eine Zentralität im kurzfristigen Bedarf von mehr als 100 % ist für Grundzentren hingegen nicht ungewöhnlich und von raumordnerischer Seite auch legitimiert. Dies gilt insbesondere dann, wenn auch auf Kaufkraft aus einem raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich, der für Bischofswerda vergleichsweise groß ausfällt, zugegriffen werden kann. Wenngleich sich keine offensichtlichen Zentralitätsdefizite erkennen lassen, sind noch leichte Steigerungspotenziale im periodischen Bedarf ableitbar, wobei eine stärkere Nachfrageabschöpfung im Umland vor allem als Reaktion auf eine qualitative Aufwertung der Nahversorgungsstruktur plausibel erscheint.

Darüber hinaus sind **strukturelle Defizite** in Bischofswerda feststellbar, die zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale generieren:

- Der **Verkaufsflächenanteil der Innenstadt** am gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestand von aktuell rd. 16 % weist darauf hin, dass der Innenstadt derzeit eine eher untergeordnete Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge

⁵¹ Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) v.a. im kurzfristigen Bedarfsbereich um etwa 0,3 % p.a. steigen wird.

zukommt. Die Bischofswerdaer Altstadt ist in weiten Teilen sehr kleinteilig strukturiert und **ist in Teilen nur noch als bedingt funktionierender Einzelhandelsstandort anzusehen**. Im traditionellen Stadtkern hat sich der Einzelhandelsbesatz in den vergangenen Jahren weiter ausgedünnt und ist mit Leerständen und Mindernutzungen durchsetzt. Um einem vollständigen Funktionsverlust der Innenstadt vorzubeugen, sollte der derzeitige Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt gesichert und wenn möglich ausgebaut werden. In jedem Fall wäre eine Steigerung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt am Gesamtverkaufsflächenbestand wünschenswert (notfalls auch zu Lasten der Streulagen). Dabei ist v.a. auch die mögliche Aktivierung innenstadtnaher Potenzialflächen in den Blick zu nehmen, um eine Ansiedlung moderner Handelsformate zu ermöglichen, die sich nicht in die kleinteilige Altstadt integrieren lassen.

- Derzeit besteht in der Nahversorgungsstruktur von Bischofswerda sowohl gemessen an der Anzahl der Betriebe als auch gemessen an der Verkaufsfläche der Betriebe eine **erhebliche Schieflage** zu Lasten vollsortimentierter Anbieter. Während das Discountsegment mit sieben Anbietern sehr gut abgedeckt ist, besteht mit dem Rewe-Verbrauchermarkt derzeit nur ein Vollversorger, der zudem am Siedlungsrand gelegen und somit nur eingeschränkt fußläufig erreichbar ist. Im Lebensmittelvollsortiment besteht somit grundsätzlich noch Ausbaupotenzial, wobei dieses idealerweise in zentraler Lage im Stadtgebiet bzw. in der Innenstadt genutzt werden sollte, um die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt zu stärken und zugleich einen Frequenzbringer in die Innenstadt zu holen.
- Zum Teil sind **räumliche Versorgungslücken** in der Nahversorgung, v.a. in den dörflich geprägten Ortsteilen, gegeben. Diese werden aufgrund fehlender Tragfähigkeitspotenziale jedoch voraussichtlich nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch nochmal darauf hinzuweisen, dass im Zuge des demographischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt und somit zumindest eine adäquate ÖPNV-Anbindung der nicht fußläufig versorgten Ortsteile zu sichern ist.

Über diesen weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen hinaus ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die Berücksichtigung einer verträglichen Umsatzumverteilung. Denn letztlich wird und kann ein Ansiedlungsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zu Lasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Umsatzumverteilung). Dabei setzen Dr. Lademann & Partner in einer vorsichtigen Betrachtung⁵² mit rd. 7 % eine Umsatzumverteilungsquote unter dem in der Rechtsprechung gängigen Schwellenwert von rd. 10 % an. Gleichwohl sollte bei

⁵² Wie sich gezeigt hat, lässt sich in Bischofswerda in nahezu allen Einzelhandelsbranchen eine hohe Angebotsdichte ausmachen, was die Flächenleistungen und erzielbaren Umsätze der einzelnen Betriebe schmälert. Somit werden die Bestandsanbieter gegenüber neuen Markteintritten weniger „robust“ reagieren, was letztlich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass es bereits bei Umsatzrückgängen von weniger als 10 % zu Marktaustritten kommen könnte. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, setzen die Gutachter eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % an.

konkreten Vorhaben noch eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erfolgen, um negative Auswirkungen auch sicher ausschließen zu können.

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

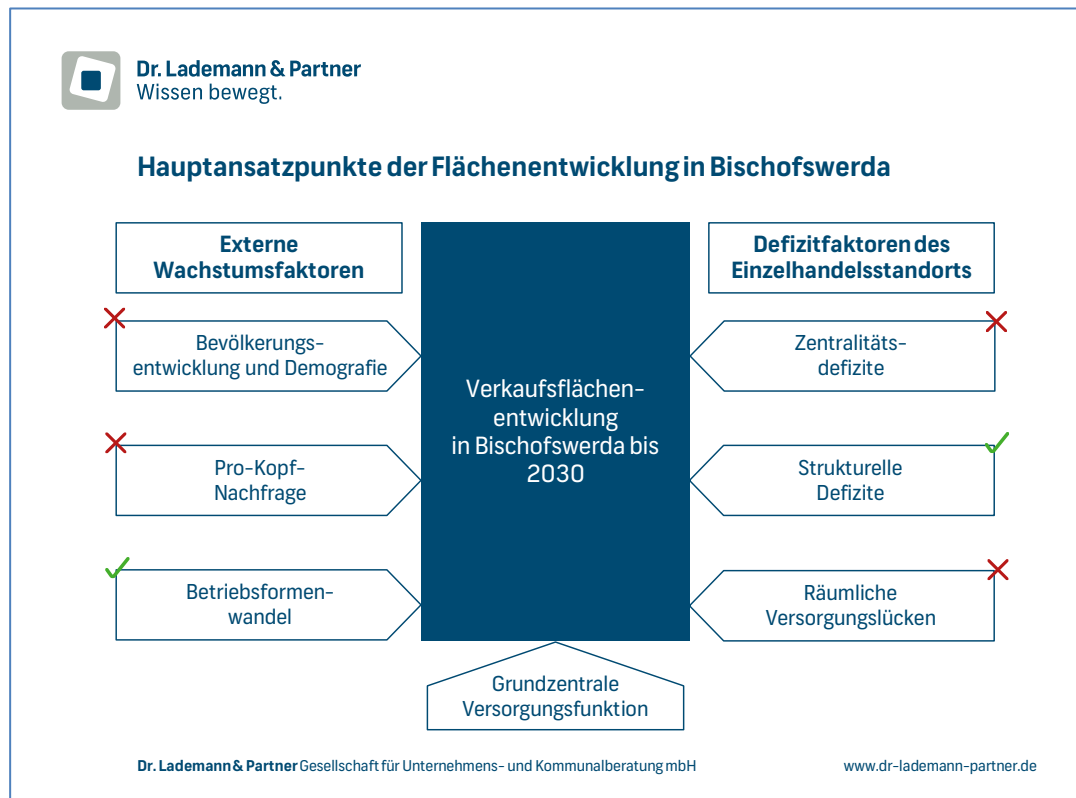


Abbildung 27: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Bischofswerda

7.1.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2030

Der **Entwicklungsrahmen des Bischofswerdaer Einzelhandels** ergibt sich zum einen aus der Annahme, dass die Nachfragebindung und -abschöpfung im Stadtgebiet sowie aus dem Umland infolge einer (qualitativen) Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots und einer damit verbundenen stärkeren Sogkraft des örtlichen Einzelhandels noch leicht gesteigert werden kann. Dies impliziert, dass den stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten (Innenstadt, Nahversorgungszentren) die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Städtebauliche Aufwertungen, arrondierende Nutzungen und weitere städtebauliche Maßnahmen (z.B. Verbesserung von Wege- und Kundenaustauschbeziehungen) können darüber hinaus zu einer Erhöhung der Nachfragebindung bzw. -abschöpfung beitragen.

Derzeit liegt die Nachfragebindung in Bischofswerda über alle Sortimente bei bereits relativ hohen rd. 75 %. Durch eine Stärkung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen und

einer damit verbundenen besseren Positionierung des stationären Einzelhandels im interkommunalen Wettbewerb sowie im Wettbewerb mit dem Online-Handel gehen Dr. Lademann & Partner davon aus, dass die Nachfragebindung in Bischofswerda nur noch leicht um maximal rd. 3 %-Punkte auf dann rd. 78 % gesteigert werden kann. Die Gesamtsteigerung wird dabei v.a. durch eine nennenswerte Steigerung der Nachfragebindung im periodischen Bedarf möglich sein. Zwar liegt die derzeitige Nachfragebindung im kurzfristigen Bedarf bei rd. 90 % und damit bereits auf einem relativ hohen Niveau, jedoch weist diese vor dem Hintergrund sehr geringfügiger Abflüsse in den Online-Handel⁵³ durchaus noch Steigerungspotenzial auf. Bei den meisten mittel- und langfristigen Segmenten werden bereits heute hohe Nachfragebindungen erreicht, die angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels in diesen Segmenten kaum noch steigerbar sind. Folglich sind für diese Hauptwarengruppen nur noch geringfügige Steigerungspotenziale ableitbar.

Der Bischofswerdaer Einzelhandel kann derzeit rd. 27 % der Nachfrage aus dem Umland (Zone 2 des Marktgebiets bzw. grundzentraler Verflechtungsbereich) abschöpfen. Wenn es dem Bischofswerdaer Einzelhandel gelingt seine Ausstrahlungskraft weiter zu erhöhen und damit eine stärkere Marktdurchdringung im Umland zu erreichen, gehen die Gutachter davon aus, dass die Nachfrageabschöpfung im überörtlichen Einzugsgebiet um rd. 6 %-Punkte auf dann rd. 33 % gesteigert werden könnte. Dabei kommen dem Bischofswerdaer Einzelhandel die relativ großen räumlichen Distanzen zu den nächstgelegenen Grundzentren und ein damit verbundener überlappungsfreier Nahbereich zu Gute. Vor diesem Hintergrund ist von starken Einkaufsorientierungen der Umlandbewohner auf Bischofswerda auszugehen, die mit einer weiteren Attraktivierung des (Grund-) Versorgungsangebots noch verstärkt werden könnte. Unter Beachtung des grundzentralen Versorgungsauftrags von Bischofswerda lassen sich somit v.a. für den periodischen Bedarf noch Steigerungspotenziale ableiten. Wenngleich auch im aperiodischen Bedarf eine gewisse Steigerung (v.a. im Kontext mit der Stärkung der Innenstadt) möglich sein wird, wird der überwiegende Teil auch zukünftig den umliegenden Mittel- und Oberzentren (und auch dem Online-Handel) zufließen.

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für Bischofswerda damit ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2030 von insgesamt


rd. 1.000 bis rd. 3.300 qm Verkaufsfläche⁵⁴.

⁵³ Gemäß den aktuellsten Daten des Handelsverbands Deutschland (Online-Monitor 2020) beläuft sich der Online-Anteil am Gesamtmarkt bei den kurzfristigen Bedarfsgütern (insbesondere Lebensmittel), trotz überdurchschnittlicher Zuwachsraten in den vergangenen Jahren, auf lediglich rd. 2,5 %. Mit anderen Worten: Mehr als 97 % des Umsatzes mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden noch immer im stationären Einzelhandel erwirtschaftet. Insofern ist davon auszugehen, dass auch in der Stadt Bischofswerda nur geringfügige Kaufkraftabflüsse in den Online-Handel bestehen und der ganz überwiegende Teil der Nachfrage den stationären Einzelhändlern zur Verfügung steht. Wenn es gelingt, dass städtische Grundversorgungsangebot weiter zu qualifizieren und Vertriebslinien in der Stadt zu etablieren, die es derzeit noch nicht in Bischofswerda gibt, kann die Nachfragebindung im periodischen Bedarf durchaus noch weiter gesteigert werden. Dabei profitiert der Bischofswerdaer Einzelhandel auch von den relativ großen räumlichen Distanzen zu den nächstgelegenen zentralen Orten mit einer höheren Angebotsdichte.

⁵⁴ Die kleinere Zahl der Spannbreite entspricht dabei einem weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen. Nimmt man bis zu rd. 7 % Umsatzumverteilung in Kauf, sind Flächenentwicklungen bis zum oberen Bereich der Spannbreite rechnerisch möglich.

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass Flächenbedarfsprognosen und/oder Rechenmodelle zur Bestimmung künftiger Verkaufsflächenzuwächse nach einem Urteil des EuGHs aus 2018 nicht mehr zulässig sind. Zwar verstoßen solche Prognosen allein noch nicht gegen Art. 14 Nr. 5 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie⁵⁵ (das EuGH hat klargestellt, dass Einzelhandel eine Dienstleistung ist und damit unter die Europäische Dienstleistungsrichtlinie fällt), da ein Einzelhandelskonzept keine rechtliche Verbindlichkeit entfaltet. Stützt sich jedoch ein Bebauungsplan auf die abgeleiteten Entwicklungskorridore, werden diese in die verbindliche Bauleitplanung überführt und unterliegen damit der Dienstleistungsrichtlinie.

Insofern sollte der ermittelte Expansionsrahmen lediglich als grober Orientierungsrahmen verstanden werden, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile ggf. auch überschritten werden kann. Keinesfalls sollte sich eine Bauleitplanung ausschließlich auf diesen Expansionsrahmen stützen. Vielmehr ist im Rahmen der Bauleitplanung für ein Einzelhandelsvorhaben eine detaillierte, einzelfallbezogene Verträglichkeitsanalyse notwendig. Der Expansionsrahmen für die Stadt Bischofswerda entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Entwicklungsrahmen* für die Weiterentwicklung des Bischofswerdaer Einzelhandels bis zum Jahr 2030

	K kurzfristiger Bedarf	M mittelfristiger Bedarf	L langfristiger Bedarf	Summe
VKF-Bestand	10.600	8.300	13.900	32.800
Verdrängungsneutraler Expansionsrahmen	700	200	100	1.000
Potenziale aus der Umsatzumverteilung von max. 7 %	750	600	950	2.300
Summe 2025	12.050	9.100	14.950	36.100

*Werte gerundet. Alle Angaben in qm

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 28: Expansionsrahmen für Bischofswerda bis 2030

⁵⁵ Art. 14 Nr. 5 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie: Die Mitgliedstaaten dürfen die Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit in ihrem Hoheitsgebiet nicht von einer der folgenden Anforderungen abhängig machen [...] einer wirtschaftlichen Überprüfung im Einzelfall, bei der die Erteilung der Genehmigung vom Nachweis eines wirtschaftlichen Bedarfs oder einer Marktnachfrage abhängig gemacht wird, oder der Beurteilung der tatsächlichen oder möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen der Tätigkeit oder der Bewertung ihrer Eignung für die Verwirklichung wirtschaftlicher, von der zuständigen Behörde festgelegter Programmziele; dieses Verbot betrifft nicht Planungserfordernisse, die keine wirtschaftlichen Ziele verfolgen, sondern zwingenden Gründen des Allgemeininteresses dienen; [...].

Untergliedert in die einzelnen Branchengruppen ist Folgendes festzuhalten:

■ **Kurzfristiger bzw. periodischer Bedarf:**

Für den kurzfristigen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf ergeben sich insgesamt Flächenpotenziale zwischen **rd. 700 und 1.450 qm** Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsrahmen sollte schwerpunktmäßig zur Ansiedlung eines großflächigen Magnetbetriebs im Innenstadtbereich genutzt werden, um deren Attraktivität und Sogkraft zu steigern und eine weitere Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges zu vermeiden. Als potenzielle Ansiedlungsfläche stünde hierfür ein Areal an der Stolpener Straße (Diska-Fläche und benachbarte Parkplatzanlage) zur Verfügung. Um gleichzeitig das starke Übergewicht discountorientierter Anbieter in Bischofswerda abzubauen, sollte dabei primär die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters ins Auge gefasst werden. Das bereits beschriebene Planvorhaben (Ansiedlung eines EDEKA-Markts an der Stolpener Straße) trägt den benannten Zielsetzungen umfassend Rechnung. Da die derzeit von einem Diska-Markt belegte Fläche an der Stolpener Straße in die Neuentwicklung des Gesamtareals einbezogen werden soll, ist gewährleistet, dass der ermittelte Expansionsrahmen auch bei einer zeitgemäßen Verkaufsflächendimensionierung des anzusiedelnden Vollversorgers⁵⁶ nicht überreizt wird.

Darüber hinaus stehen noch geringfügige Spielräume für Bestandserweiterungen zur Verfügung, welche durch zwei bereits sehr konkrete Planvorhaben (Verlagerung von Aldi an die Bautzener Straße und Verlagerung von Netto an die Neustädter Straße sowie damit verbundene, jeweils geringfügige Verkaufsflächenerweiterungen bis 800 qm) ausgenutzt werden können.

■ **Mittelfristiger Bedarf:**

Den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs stehen insgesamt Verkaufsflächen-spielräume zwischen **rd. 200 und 800 qm** zur Verfügung. Diese Potenziale reichen somit nicht aus, um großflächige Einzelhandelsbetriebe neu anzusiedeln, was aber auch ohnehin nicht dem Konzentrationsgebot gemäß Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 entsprechen würde, nach dem großflächige Einzelhandelsbetriebe des aperiodischen Bedarfs nur in Mittel- und Oberzentren zulässig sind. Sollte es gelingen, marktgängige Flächen in der Innenstadt zu schaffen, sollte der Flächenrahmen zur handelsseitigen Stärkung der Innenstadt genutzt werden. Hierbei ist v.a. die Wiederbelegung inaktiver Flächen anzustreben. Einem Angebotsausbau an Standorten außerhalb der Innenstadt sollte hingegen konsequent entgegenge-wirkt werden, um den Innenstadteinzelhandel nicht weiter unter Druck zu setzen und dessen Entwicklungsperspektiven zu erhalten.

⁵⁶ Um die volle Sortimentsbreite und -tiefe und ein umfassendes Frischeangebot offerieren zu können und sich damit entscheidend von den Discounter, deren Flächenbedarf in den vergangenen Jahren ebenfalls erheblich gestiegen ist und den Wettbewerbsdruck auf die Verbrauchermarkte erhöht hat, abzuheben, benötigen leistungsfähige Vollversorger üblicherweise Verkaufsflächen von mindestens 1.500 qm. Damit wird auch den gestiegenen Ansprüchen der Verbraucher und der Generationenfreundlichkeit Rechnung getragen.

■ Langfristiger Bedarf:

Der ermittelte Entwicklungsrahmen für den langfristigen Bedarf bewegt sich in einer Spannbreite zwischen **rd. 100 und 950 qm**. Der Angebotsbestand im langfristigen Bedarf fällt in der Stadt Bischofswerda bereits heute vergleichsweise hoch aus. Mit zwei Möbelhäusern und einem Bau- und Gartenfachmarkt sind schon heute typische Fachmarktformate mit Sortimenten des langfristigen Bedarfs in Bischofswerda ansässig. Größere Expansionsspielräume sind insofern nicht gegeben. Ein nennenswerter Angebotsausbau im langfristigen Bedarf ist vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion Bischofswerdas ohnehin weder vorgesehen noch notwendig. Die ermittelten Potenziale sollten daher zur Arrondierung des bestehenden Angebots (z.B. durch Fachgeschäfte in der Innenstadt) oder zur Schließung von Angebotslücken (z.B. Zoo-/Tierfutterfachmarkt; Sportartikelfachmarkt) sowie für Modernisierungen/Erweiterungen von Bestandsbetrieben genutzt werden.

Der Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Bischofswerda beträgt rd. 1.000 bis 3.300 qm Verkaufsfläche. Der größte Anteil hiervon entfällt auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, der bei der Einzelhandelsentwicklung von Grundzentren besonders im Fokus steht. Die ermittelten Verkaufsflächenspielräume sollten vornehmlich zur weiteren Qualifizierung der lokalen Nahversorgungsstruktur und zur Stärkung der Bischofswerdaer Innenstadt eingesetzt werden.

7.2 Strategische Orientierungsprinzipien

Im Rahmen der Strategiediskussion soll die Bandbreite künftiger Strategieentwürfe dargestellt werden:

Strategieoption „Erhalt des Status quo“:

Mit der Strategieoption „Erhalt des Status quo“ lässt sich ein Konzept abgrenzen, das im Wesentlichen auf die Konservierung der heutigen Einzelhandelsstruktur abzielt. Dies schließt eine konsequente Ablehnung von (großflächigen) Ansiedlungsbegehren sowie umfänglicheren Erweiterungen bestehender Betriebe, insbesondere außerhalb der Innenstadt, ein. Diese Strategie erlaubt lediglich eine geringfügige Arrondierung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt. Weitere Entwicklungen werden nicht forciert (Deckelung des Status quo). Dies würde zwar zum Schutz der bestehenden Anbieter beitragen. Gleichzeitig bestünde jedoch die Gefahr, dass die Stadt Bischofswerda im interkommunalen Wettbewerb zurückfällt und ihre Bedeutung als (grundzentraler) Einzelhandelsstandort mittel- bis langfristig verliert, wenn keine Möglichkeiten eingeräumt werden, die bestehende Strukturen weiterzuentwickeln.

Strategieoption „Spezialisieren bzw. Konzentrieren“:

Die Strategieoption ‚Spezialisieren‘ zielt auf die Vertiefung der räumlich-funktionalen Spezialisierung des Standortnetzes ab und würde die arbeitsteilige Struktur der bestehenden Einzelhandelsstandorte in Bischofswerda mit ihren unterschiedlichen Profilen aufgreifen. Insgesamt wäre so ein konzentriertes und gezieltes Ausnutzen des Entwicklungsrahmens mit dem klaren Ziel einer Stärkung der bestehenden, unterschiedlich profilierten Einzelhandelsstandorte möglich. Der Fokus würde hierbei auf einem standortadäquaten und zielgerichteten Ausbau bzw. einer Qualifizierung des Nahversorgungsangebots liegen. Räumlich gesehen wird der Innenstadt bei künftigen Einzelhandelsentwicklungen die oberste Priorität eingeräumt. Großflächigen Einzelhandelsvorhaben an dezentralen Standorten, die die Entwicklungsmaßnahmen in der Innenstadt konterkarieren oder diese in ihrer Funktionsfähigkeit einschränken, wird restriktiv begegnet.

Strategieoption „Freies Spiel der Kräfte“:

Die Strategieoption ‚Freies Spiel der Kräfte‘ umfasst eine weitgehend dem Markt überlassene (auch hinsichtlich der Sortimentsstruktur), unregulierte Entwicklung aller Vorhaben und Anfragen. Die Position Bischofswerdas im interkommunalen Wettbewerb könnte hierüber sicherlich weiter gestärkt werden. Diese Option wäre jedoch auch mit deutlichen Risiken behaftet: Diese Strategie birgt die Gefahr einer Überschätzung der tatsächlichen Einzelhandelspotenziale und eines nicht mehr maßvollen Flächenzuwachses. Die Folge wäre eine Flächenübersättigung und die Destabilisierung vorhandener und für die Versorgung der Bevölkerung wichtiger Standortbereiche. Dabei könnte die flächendeckende wohnortnahe Versorgung der lokalen Bevölkerung

gefährdet werden, wenn die hierfür notwendigen Anbieter aufgrund unkontrollierter Entwicklungen an dezentralen Standorten wegbrechen. Ein Aktivieren neuer Standorte ginge also u.U. mit der Zersplitterung des Standortnetzes einher. Eine Stärkung der Innenstadt wäre dann kaum noch möglich.

Zudem sei darauf hingewiesen, dass die Einzelhandelsentwicklung auch bei dieser Strategieoption den gesetzlichen und landesplanerischen Bestimmungen unterliegt. Nicht alles, was sich marktseitig realisieren ließe, lässt sich mit den raumordnerischen und landesplanerischen Bestimmungen in Einklang bringen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich der Standorte und der Verkaufsflächendimensionierungen.

Unter Abwägung der Vor- und Nachteile induziert aus Sicht der Gutachter die Strategieoption „Spezialisieren“ im Sinne einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung und einer weiteren Konzentration grundzentraler Angebote auf die Innenstadt die höchsten Attraktivitätspotenziale für das Grundzentrum Bischofswerda.

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

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne **bauleitplanerische Rahmenbedingungen** erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine verträgliche und standortspezifische Verkaufsflächenentwicklung innerhalb des Stadtgebiets sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen am Handelsstandort sicherzustellen.



Abbildung 29: Übergeordnete strategische Orientierungsprinzipien

Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes.

Das **Prinzip der dezentralen Konzentration** lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

Als zentrale Herausforderungen sind der demographische Wandel, der mit rückläufigen Einwohnerzahlen und einer Alterung der Bevölkerung einhergeht, der sich verschärfende interkommunale Wettbewerb zwischen den zentralen Orten sowie die wachsende Bedeutung des Online-Handels anzusehen. **Die zentralörtliche Position der Stadt Bischofswerda gilt es vor diesem Hintergrund abzusichern und moderat zu stärken.**

Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei künftig in erster Linie an einem räumlich fokussierten Angebotsausbau sowie an einer **qualitativen Verbesserung und weniger an einem quantitativen Ausbau** orientiert werden. Bestehende Versorgungsstrukturen gilt es durch moderate Ergänzungen und Modernisierungen zukunftsfähig abzusichern. Insbesondere sollten die Bemühungen darauf abzielen, die Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstandorte als wichtigste grundzentrale Einzelhandels-

standorte abzusichern, ggf. zielorientiert weiterzuentwickeln und damit nachhaltig zu stärken.

Konkret ist somit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche⁵⁷ anzusteuern:



Abbildung 30: Strategieempfehlung „Konzentration auf die Zentren“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie **„Konzentration auf die bestehenden Zentren bzw. Nahversorgungsstandorte“**, hierbei:

- Stärkung der Position der **Bischofswerdaer Innenstadt** im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge und Entwicklung hin zu einem tragenden grundzentralen Einzelhandelsstandort durch die Konzentration nahversorgungs- und zentrenrelevanter Anbieter. Das Hauptaugenmerk sollte hierbei auf die Ansiedlung eines großflächigen Magnetbetriebs und Frequenzbringers gelegt werden, der nicht nur den Verkaufsflächenanteil der Innenstadt am Gesamtverkaufsflächenbestand erhöht, sondern gleichzeitig eine **qualitative Verbesserung der Nahversorgungsfunktion der Innenstadt** induziert. Weiterhin sind vor allem kleinteilige Einzelhandelsnutzungen in der historischen Altstadt zu sichern bzw. auszubauen. Neben Handelsnutzungen steht hier aber künftig auch der Erhalt und Ausbau des Angebots

⁵⁷ Eine detaillierte städtebauliche sowie versorgungsstrukturelle Bewertung der unterschiedlichen Standortbereiche erfolgt im darauffolgenden Kapitel. Dort wird auch herausgearbeitet, weshalb die Gutachter das ehemalige Nahversorgungszentrum Carl-Maria-von-Weber-Straße nicht mehr als solches ansehen und stattdessen als ergänzenden Sonderstandort einordnen. Zudem wird die perspektivische Entwicklung des Sonderstandorts Drebnitzer Weg (wie auch im Kapitel 10.3) thematisiert.

arrondierender Nutzungen und Funktionen (z.B. Gastronomie, Dienstleister, soziale/öffentliche/kulturelle Einrichtungen, Freizeit) im Mittelpunkt. Hierüber kann die Multifunktionalität und Aufenthaltsqualität im Innenstadtbereich weiter erhöht werden.

- Dem **Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage** kommt eine ergänzende, wohngebietsorientierte Nahversorgungsfunktion für die umliegenden, verdichteten Siedlungsstrukturen zu, die das südöstliche Stadtgebiet prägen. Die Entwicklung dieses zentralen Versorgungsbereichs sollte auch künftig primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet werden. Die in jüngerer Vergangenheit erfolgten Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen (u.a. Ansiedlung von Thomas Philipps) haben wesentlich dazu beigetragen, die Funktionsfähigkeit des Standorts zu sichern und die Leerstandsquote innerhalb der Einkaufspassage zu senken. Weitere zentrenrelevante Sortimente sollten zum Schutze der Innenstadtperspektiven jedoch allenfalls ergänzend und nur in begrenztem Umfang angesiedelt werden.
- Der am nördlichen Siedlungsrand und primär autoorientiert gelegene Fachmarktstandort entlang der Carl-Maria-von-Weber-Straße ist faktisch kein Nahversorgungszentrum, sondern erfüllt vielmehr eine Versorgungsfunktion als **zentralitätsbildender Sonderstandort**. So steht hier aufgrund der Randlage im Siedlungsgebiet und der nur teilweise im Umfeld vorhandenen Wohnnutzungen weniger die fußläufige Nahversorgung im Vordergrund als vielmehr die autoorientierte Versorgungsfunktion. Das durch große Fachmärkte geprägte Profil (u.a. Rewe, Adler Modemarkt, Mayers Markenschuhe, Deichmann, Expert, Möbel Sachse, Hagebau Bauzentrum) erzeugt in Verbindung mit der verkehrsorientierten Lage zudem eine überörtliche Ausstrahlung und zielt in besonderem Maße auf die Umlandkundenansprache ab. Da hier auch Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfs in relativ großem Umfang vorgehalten werden, steht dieser allenfalls teilentegrierte Ergänzungsstandort gleichzeitig im Wettbewerb zur Innenstadt. Gleichwohl gilt es diesen Standort als größten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet bestandsorientiert zu sichern, um auch größerflächige Formate, die sich nicht in die kleinteiligen Strukturen der Altstadt integrieren lassen, in Bischofswerda halten zu können. Dies schließt auch typgleiche Nachnutzungen möglicherweise leerfallender Ladenflächen mit ein. Einem flächenmäßigen Ausbau nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an diesem Standort sollte gleichwohl entgegengewirkt werden, um die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt nicht weiter einzuschränken.
- Auf einem unmittelbar südlich der Bahntrasse gelegenen Areal an der Ecke Neustädter Straße/Drebritzer Weg ist im Zusammenhang mit der geplanten und baurechtlich bereits gesicherten Verlagerung des Netto-Markts von der Belmsdorfer Straße an diesen Standort, die **Entwicklung eines weiteren fachmarktgeprägten Sonderstandorts** vorgesehen. Der Standortbereich bietet ausreichende Flächenpotenziale zur Ansiedlung bisher nicht in Bischofswerda ansässiger Formate (z.B.

Tierfutterfachmarkt) sowie zur Schließung bestehender Angebotslücken (z.B. in den Bereichen Tierbedarf oder Sport). Aufgrund seiner Lage zwischen der Bischofswerdaer Innenstadt und dem Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage und der räumlichen Nähe zu diesen beiden zentralen Versorgungsbereichen sehen Dr. Lademann & Partner an dieser Stelle weder die versorgungsstrukturelle Notwendigkeit noch das Potenzial zur Ausweisung eines weiteren zentralen Versorgungsbereichs. Bei dem zu entwickelnden Standortbereich am Drebnitzer Weg handelt es sich somit um einen Sonderstandort, der zwar in Angebotsergänzung zu den benannten zentralen Versorgungsbereichen stehen kann, nicht jedoch in einen unmittelbaren Wettbewerb zu diesen treten sollte. Insofern sollten sich die Entwicklungen am Drebnitzer Weg zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche ausschließlich auf den nicht-zentrenrelevanten Bedarf (Ausnahme: bereits genehmigter Netto-Markt, der in erster Linie die Grundversorgung im südlichen Stadtgebiet absichert und seinen Bestandsstandort lediglich verlagert) beschränken. Einer über die Netto-Verlagerung hinausgehenden Entwicklung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an diesem Standort ist entsprechend restriktiv zu begegnen.

- Die Entwicklung weiterer Einzelhandelspole im Stadtgebiet ist angesichts des begrenzten Flächenrahmens und unter Berücksichtigung der geplanten Entwicklung am Drebnitzer Weg sowie der angestrebten Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt weder möglich noch empfehlenswert. Insofern sollte grundsätzlich eine **restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben (Verlagerungen, Erweiterungen, Neuansiedlungen) in Streulagen** erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden und den Wettbewerbsdruck auf die städtebaulich gewünschten und versorgungsstrukturell zu sichernden Standorte einzudämmen. Lediglich den für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtigen Anbietern sollten etwaige Marktanpassungen (maßvolle Erweiterungen, versorgungsstrukturell sinnvolle Verlagerungen) ermöglicht werden. Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zwar auch außerhalb der Zentren grundsätzlich vorstellbar, werden aufgrund der bereits hohen Angebotsdichte und der sehr begrenzten Expansionsspielräume aber ohnehin nur noch bedingt realisierbar sein. Dies gilt erst recht, wenn das erwähnte Vorhaben an der Ecke Neustädter Straße/Drebnitzer Weg in die Umsetzung gebracht wurde.

8 Zentrenkonzept für die Stadt Bischofswerda

8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Bischofswerda unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt, Nahversorgungszentrum) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Sonderstandorte) sowie ergänzende, solitäre Nahversorgungsstandorte.

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

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

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

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen

Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur⁵⁸ haben dazu eine Reihe von **Kriterien** aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

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

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

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

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegene Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Ebenfalls nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind solitäre Nahversorgungsstandorte des Lebensmitteleinzelhandels, die für die wohnortnahe

⁵⁸ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S. 27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

Grundversorgung eine wichtige Funktion einnehmen und sich in integrierten Lagen befinden. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich im Wesentlichen auf das nahe gelegene Umfeld oder räumlich abgesetzte Ortsteile. Ergänzende Funktionen weisen die Standorte in der Regel nicht auf. Insofern geht von diesen Standorten auch kein Zentrumscharakter aus. Da das Baurecht keinen einzelbetrieblichen Konkurrenzschutz vorsieht, entfaltet sich demnach für solitäre Nahversorgungsstandorte auch nicht der Schutzstatus der zentralen Versorgungsbereiche. Nach Vorstellungen des Städtebaurechts und der Landes- und Regionalplanung handelt es sich bei solchen Standorten gleichwohl um bedeutsame Nahversorgungsstandorte, die zu den Zentren als ergänzendes Rückgrat eine funktionsfähige und verbrauchernahe Nahversorgung sichern. Die im Folgenden näher erläuterten **funktionalen und städtebaulichen Kriterien** ermöglichen neben einer **hierarchischen Einordnung** auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda. Entscheidende Kriterien sind insbesondere:

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

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

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

Innenstadt:

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

Nahversorgungs- und Nebenzentren:

- Kleiner bis mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke und Stadtteile größerer Städte

- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich des kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfs; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs

Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung, die jedoch die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht vollständig erfüllen, sind insbesondere:

solitäre Nahversorgungsstandorte:

- Einzugsbereich: in der Regel direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- Oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- In der Regel keine oder nur eingeschränkte ergänzende Nutzungen
- Kein bis geringer Wettbewerb am Standort

Zentralitätsbildende Sonderstandorte/Ergänzungsstandorte:

- Zumeist überörtlicher Einzugsbereich
- Zumeist flächenextensive Sortimente aller Bedarfsstufen
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich i.d.R. in autokundenorientierter Lage befinden
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

8.2 Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Bischofswerda

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Bischofswerda konkretisiert die Entwicklungsvorstellungen für städtebaulich sinnvolle Standortlagen. Dabei wurden die Einstufung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs auf Basis der o.g. quantitativen als auch qualitativen Kriterien vorgenommen.

In Bischofswerda lassen sich mit dem Innenstadtzentrum und dem Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage zwei Standortbereiche identifizieren, die im Sinne des § 34 BauGB sämtliche Kriterien zur Einstufung eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen. Beide Standortbereiche wurden bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bischofswerda aus dem Jahr 2016 als zentrale Versorgungsbereiche klassifiziert. Die intensiven Begehungen der beiden Zentren haben ergeben, dass eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich für beide Standortbereiche auch unter den heutigen Rahmenbedingungen gerechtfertigt erscheint.

Dies gilt für das im Konzept aus dem Jahr 2016 ausgewiesene Nahversorgungszentrum Carl-Maria-von-Weber-Straße hingegen nicht. Aus Sicht von Dr. Lademann & Partner handelt es sich hierbei nicht um ein Nahversorgungszentrum, sondern um einen Sonderstandort mit fachmarktorientierter Angebotsstruktur, der nicht als zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 BauGB zu verstehen ist. Gleiches gilt für den neu zu entwickelnden Standortbereich am Drebnitzer Weg.

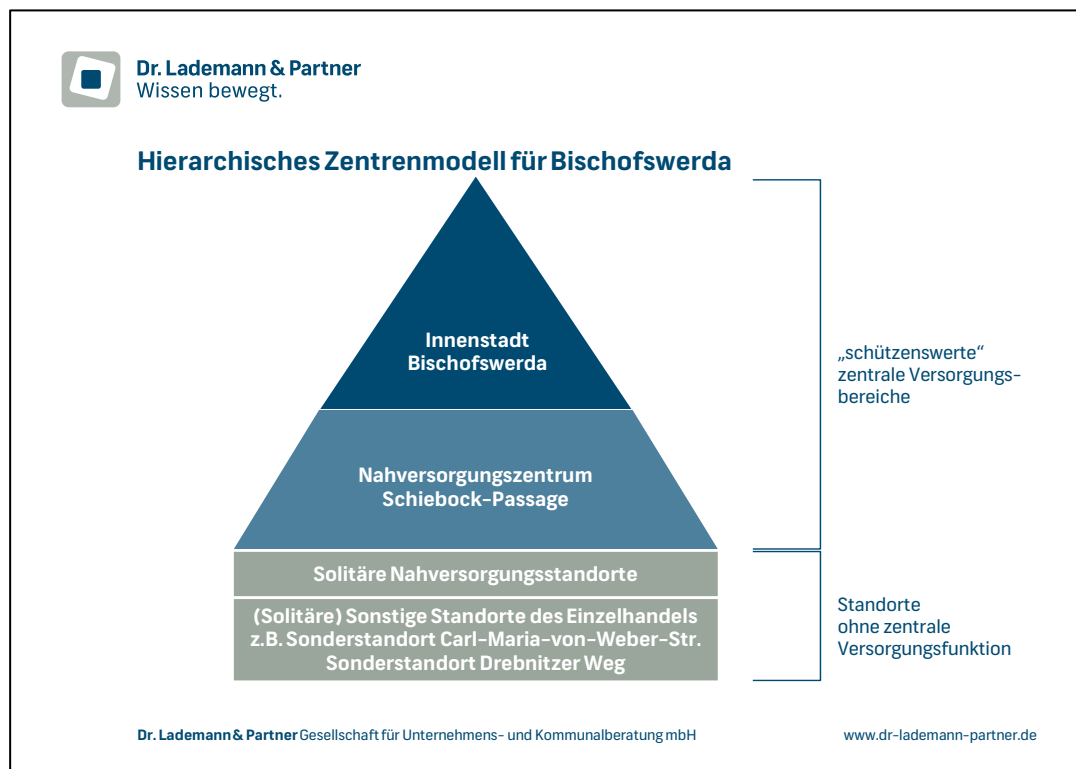


Abbildung 31: Hierarchisches Standortmodell für die Stadt Bischofswerda

Als **besondere, solitäre Nahversorgungsstandorte** außerhalb der Zentren, die für die wohnortnahe Grundversorgung in Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen eine wichtige Rolle spielen, lassen sich ausgehend von der siedlungsintegrierten Lage, dem jeweiligen Wohngebietsbezug und der Einwohnerzahlen im fußläufigen Einzugsgebiet (Tabelle 12) folgende Betriebe identifizieren:

- Aldi (Am Güterbahnhof 2); wird verlagert
- Netto (Belmsdorfer Straße 29); wird verlagert
- Lidl (Friedrich-List-Straße 2)

Der **Lidl-Standort an der Friedrich-List-Straße** befindet sich zwar tendenziell am südlichen Siedlungsrand und direkt an einer bedeutenden Ausfallstraße, verfügt aber dennoch über eine signifikante Bevölkerungsplattform in seinem Nahumfeld (500m-Radius) und deckt zugleich Siedlungsbereiche von Bischofswerda ab (insbesondere die westlich sowie südwestlich an den Lidl-Standort angrenzenden Ein- und Mehrfamilienhausgebiete), die derzeit von keinem anderen Lebensmittelmarkt in der Stadt bedient werden. Insofern ist dem Lidl-Markt eine herausgehobene Bedeutung hinsichtlich der wohnortnahen Grundversorgung beizumessen, die es langfristig abzusichern gilt.

Sowohl der **Aldi-Markt am Güterbahnhof** als auch der **Netto-Markt an der Belmsdorfer Straße** planen eine Standortverlagerung innerhalb des Stadtgebiets. Dabei werden sich diese Standortverlagerungen jedoch nicht negativ auf die

flächendeckende, verbrauchernahe Versorgung in Bischofswerda auswirken. Im Gegenteil: Mit der Verlagerung des Aldi-Markts an die Bautzener Straße kann die bestehende räumliche Versorgungslücke im Bereich zwischen der Bautzener Straße und dem Schmöllner Weg weitgehend geschlossen werden. Zugleich wird die Betriebsaufgabe von Aldi am Güterbahnhof nicht zur Entstehung einer räumlichen Versorgungslücke im unmittelbar südlich der Bahntrasse gelegenen Kernstadtgebiet führen. Diese Siedlungsbereiche werden sowohl durch den zu verlagernden Netto-Markt, der lediglich rd. 200 Meter südwestlich des heutigen Aldi-Standorts neu errichtet werden soll, als auch den Norma-Markt in der Schiebock-Passage abgedeckt. Der derzeit vom Netto-Bestandsstandort (Belmsdorfer Straße) abgedeckte Bereich wird wiederum vom neuen Netto-Standort (Neustädter Straße) sowie dem Norma-Markt auch weiterhin fußläufig versorgt werden.

Die beiden weiteren Netto-Märkte (Dresdener Straße und Kamenzer Straße) spielen aufgrund ihrer randstädtischen Lage an Ausfallstraßen und der relativ geringen Einwohnerzahlen im jeweiligen fußläufigen Einzugsgebiet (weniger als 1.000 Einwohner im 500m-Radius) nur eine untergeordnete Rolle für die Sicherung der Nahversorgung. Das jeweilige Nahumfeld deckt zudem kaum Siedlungsbereiche ab, die nicht ohnehin schon durch die fußläufigen Einzugsgebiete anderer Lebensmittelmärkte abgedeckt werden. Insofern stehen diese Märkte eher in Konkurrenz zu den siedlungsintegrierten und für die verbrauchernahe Versorgung weitaus bedeutenderen Nahversorgungs-lagen, weshalb ihnen auch keine nennenswerten Erweiterungsmöglichkeiten über den heutigen Bestand eingeräumt werden sollten.

Nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der identifizierten Standortbereiche mit besonderer Versorgungsbedeutung im Stadtgebiet:

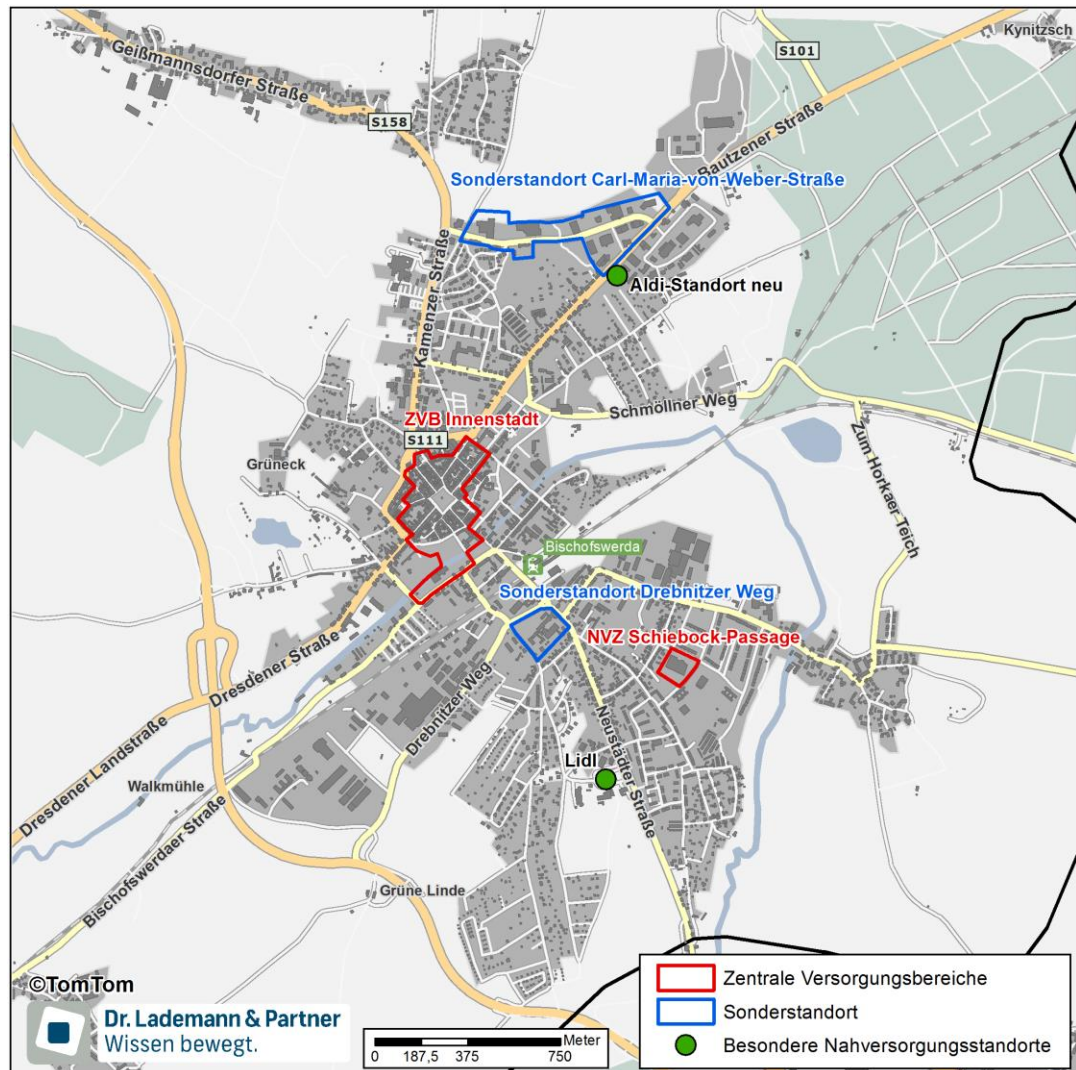


Abbildung 32: Zentren- und Standortstruktur in Bischofswerda

Nachfolgend wird anhand der Zentren- und Standorthierarchie (Innenstadt, Nahversorgungszentrum, Sonderstandorte) die städtebauliche, funktionale und versorgungsstrukturelle Analyse der drei bzw. perspektivisch vier übergeordneten Handelsstandorte vorgenommen. Neben einer kriteriengestützten Beschreibung und Bewertung erfolgt auch eine kartographische Darstellung der räumlichen Abgrenzung dieser Standortbereiche. Dabei wird insbesondere auch herausgestellt, aus welchen Gründen Dr. Lademann & Partner zu dem Entschluss gekommen sind, dass die Handelslage an der Carl-Maria-von-Weber-Straße nicht mehr als Nahversorgungszentrum, sondern als ergänzender Sonderstandort ohne Zentrumsfunktion anzusehen ist.

8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bischofswerda

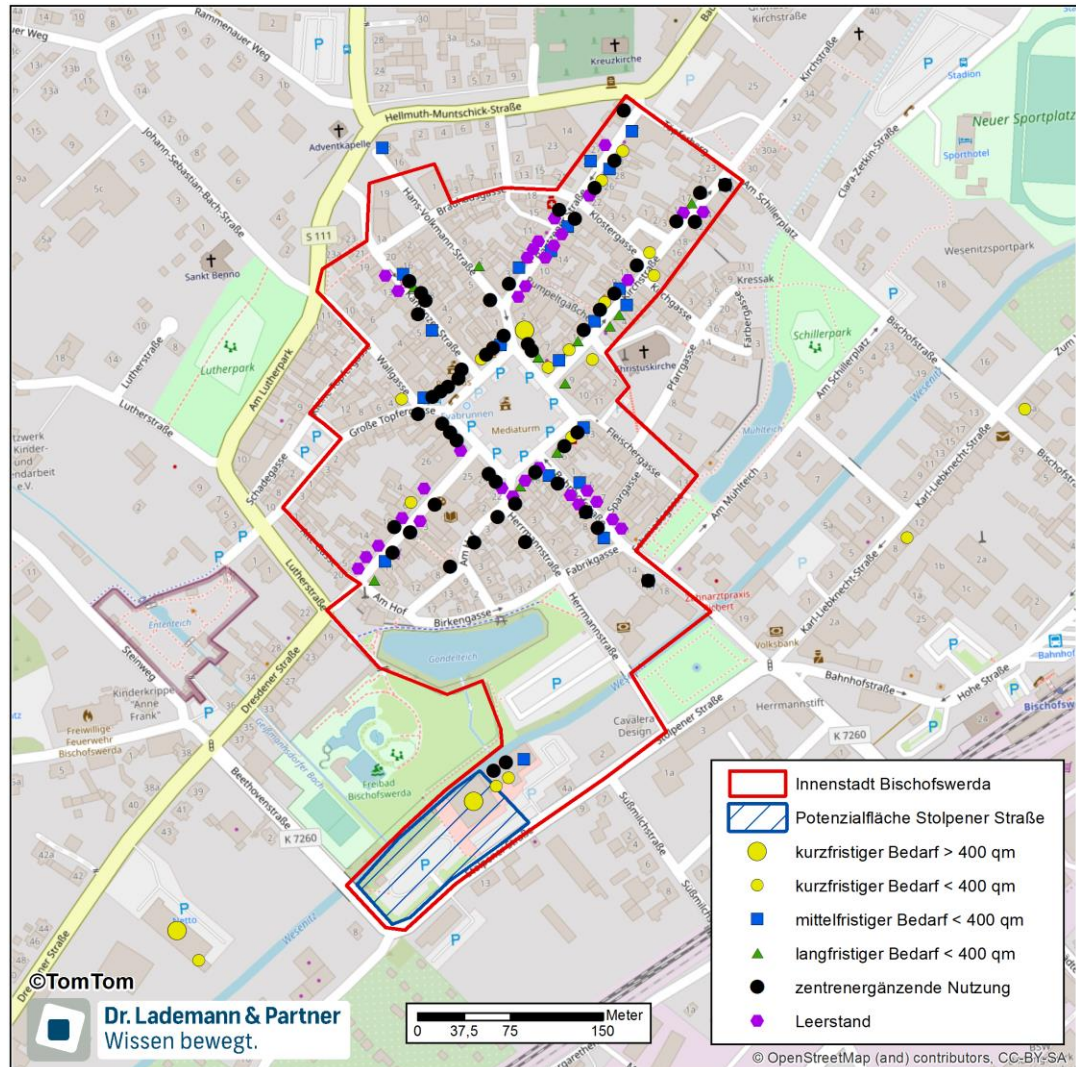


Abbildung 33: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bischofswerda

Die Abgrenzung der Bischofswerdaer Innenstadt orientiert sich grundsätzlich zunächst an der bestehenden Abgrenzung, die im kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2016 vorgenommen wurde. Anhand der heutigen und tatsächlichen örtlichen Verhältnisse, die im Rahmen gründlicher Vor-Ort-Begehungen durch Dr. Lademann & Partner erfasst wurden, wurde diese Abgrenzung überprüft und teilweise angepasst.

Die im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept vorgenommene Abgrenzung umfasst zunächst weite Teile der **historischen Altstadt**, die sich durch verdichtete sowie kleinteilige Bebauungsstrukturen kennzeichnen lässt und rund um den zentralen Altmarkt erstreckt. Der Hauptgeschäftsbereich umfasst neben dem Altmarkt auch die vom Altmarkt abzweigenden Geschäftsstraßen, wobei der Geschäftsbesatz in der Bautzener Straße sowie der Kirchstraße am stärksten ausgeprägt ist. Im Vergleich zur 2016

vorgenommenen Abgrenzung hat sich die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs im Altstadtbereich nahezu nicht verändert. Nach wie vor sind v.a. Randbereiche der Altstadt (z.B. der Neumarkt) nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen, da es hier gänzlich an innenstadttypischen Nutzungen fehlt und hier auch perspektivisch keine Innenstadtnutzungen erwartet werden können.

In Ergänzung zur historischen Altstadt ist auch weiterhin die **Handelslage nördlich der Stolpener Straße** dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen. Hier befindet sich mit Diska, Reno und weiteren, kleineren Anbietern ein weiterer Einzelhandelspol, der durchaus eine frequenzerzeugende Wirkung für die gesamte Innenstadt generiert. Nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich zählt hingegen das südlich der Stolpener Straße gelegene, gewerblich geprägte Areal. Hier war ursprünglich die Ansiedlung eines Kaufland-Verbrauchermarkts geplant. Von diesem Vorhaben hat die Stadt mittlerweile Abstand genommen, so dass eine weitere Zuordnung dieses Areals zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nicht mehr gerechtfertigt ist. Ohnehin ist die räumliche Entfernung dieses Standortbereichs zur Altstadt bereits so groß, dass deutlich anzuzweifeln ist, dass eine Entwicklung dieses Areals zu einer Belebung der Altstadt hätte beitragen können. Aufgrund der Barrierewirkung der Stolpener Straße, die eine durchlässige und attraktive Wegeverbindung zur Altstadt verhindert, würde die Entwicklung dieses Standorts eher in Konkurrenz als in Ergänzung zur Innenstadt stehen.

Als **Potenzialfläche zur Innerstadterweiterung** wird dagegen ein südlich der historischen Altstadt gelegenes Areal zwischen der Stolpener Straße und dem Flussverlauf der Wesenitz in die Abgrenzung mit aufgenommen. Um die grundzentrale Versorgungsfunktion Bischofswerdas und die Attraktivität der Innenstadt gemäß den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts auszubauen, bedarf es der Ansiedlung eines sog. kräftigen Magnetbetriebs im Stadtzentrum. In der historischen Altstadt gibt es hierfür jedoch keine ausreichenden Flächenpotenziale, sodass sich das Ziel der Innenstadterstärkung nur auf an das traditionelle Stadtzentrum angrenzenden Flächen erreichen lässt. Die benannte Potenzialfläche verfügt zum einen über eine ausreichende Größendimensionierung zur Ansiedlung eines leistungsfähigen Magnetbetriebs und befindet sich zum anderen z.T. im Eigentum der Stadt Bischofswerda, weshalb sie einer Entwicklung auch kurzfristig zur Verfügung steht. Da auf dem östlichen Teil des Areals bereits ein Diska-Markt angesiedelt ist und auch im benachbarten Gebäudekomplex weitere Einzelhändler (u.a. Reno) ansässig sind, ist die Potenzialfläche bereits einzelhandelsseitig vorgeprägt. Früher war hier zudem jahrelang ein Penny-Markt aktiv. Entsprechend handelt es sich um einen „gelernten“ Handelsstandort mit Nahversorgungsschwerpunkt, der den Verbrauchern als solcher bestens bekannt ist.

Derzeit ist die Potenzialfläche räumlich-funktional zwar nicht unmittelbar an die historische Altstadt angebunden, die Stadt Bischofswerda beabsichtigt im Kontext mit der auf diesem Areal geplanten Ansiedlung eines Lebensmittelmarkts jedoch die

Umsetzung flankierender, städtebaulicher Maßnahmen. Diese werden auf eine Verbesserung der Wegebeziehungen zwischen dem Planareal und der Altstadt sowie die allgemeine Verbesserung der Kundenführung im gesamten Innenstadtbereich abzielen, sodass zukünftig von einem verstärkten Kundenaustausch zwischen diesen beiden Standortlagen ausgegangen werden kann. Zudem werden die derzeit auf dem östlichen Teil der Potenzialfläche bestehenden Parkplätze nicht ersatzlos wegfallen. Im Zusammenhang mit der Ansiedlung des Lebensmittelmarkts werden, zusätzlich zu den bereits vorhandenen Parkmöglichkeiten vor dem an das Areal angrenzenden Büro- und Geschäftshaus, Stellplatzflächen entstehen, die z.T. auch als Parkplatz für Innenstadtbesucher genutzt werden können. Dies wird die Kopplungsaktivitäten zwischen der Altstadt und diesem Ergänzungsstandort zusätzlich verstärken. Es muss auch festgehalten werden, dass es keine alternative ausreichend groß bemessene Fläche zur Ansiedlung eines Magnetbetriebes gibt, die baulich-funktional besser an die Altstadt angebunden wäre und zugleich verfügbar ist.



Abbildung 34: Der östliche Teil der Potenzialfläche an der Stolpener Straße (aktuell: Diska-Markt)



Abbildung 35: Der westliche Teil der Potenzialfläche an der Stolpener Straße (aktuell: Parkplatzanlage)

ZVB Innenstadt Bischofswerda

Räumliche Analyse

Lagebeschreibung

Der ZVB Innenstadt setzt sich aus weiten Teilen der historischen Altstadt sowie dem Ergänzungsstandort an der Stolpener Straße (inkl. angrenzender Potenzialfläche) zusammen

Versorgungsfunktion

Hauptzentrum mit gesamtstädtischer, aber begrenzter überörtlicher Ausstrahlungskraft

Umfeldnutzungen

Im Innenstadtumfeld sind neben mehreren Parkanlagen überwiegend mischgenutzte Strukturen verortet; neben Wohnnutzungen finden sich hier auch öffentliche Einrichtungen sowie Sport- und Freizeitanlagen (u.a. Tierpark Bischofswerda); in südlicher Richtung verläuft eine Bahntrasse, die das Stadtgebiet von Bischofswerda teilt und eine erhebliche städtebauliche Zäsur darstellt

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Überwiegend kleinteilige Fachgeschäfte im Altstadtkern, wobei eine Ballung rund um den Altmarkt erkennbar ist; geringer Anteil filialisierter Konzepte, die zudem auf einem eher niedrigen Preisniveau agieren; insgesamt zu geringe Sogkraft des Einzelhandelsstandorts

Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt liegt im mittelfristigen Bedarf; vor dem Hintergrund der grundzentralen Versorgungsfunktion ist der Angebotsbestand im kurzfristigen Bedarf noch ausbaufähig

Magnetbetriebe

Rossmann, Disca; es fehlt an einem großflächigen Magnetbetrieb im Innenstadtbereich

Ergänzende Nutzungen

Umfangreicher Bestand an zentrentypischen Ergänzungsnutzungen (u.a. Gastronomie)

Städtebauliche Analyse

Bebauungsstruktur

Gut ablesbarer mittelalterlicher Stadtgrundriss mit weitgehend gut erhaltenen, historischen, aber auch sehr kleinteiligen Bebauungsstrukturen, die v.a. am Altmarkt eine gewisse städtebauliche Qualität bieten; funktionaler Handelsstandort an der Stolpener Straße, der räumlich-funktional nicht optimal mit der Altstadt verknüpft ist

Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute MIV-Anbindung über mehrere Ausfallstraßen sowie ÖPNV-Anbindung über den Bischofswerdaer Bahnhof südöstlich der Altstadt

Fußläufige Erreichbarkeit

Überwiegend gute fußläufige Erreichbarkeit der Angebote, die durch innerstädtische Wohnnutzungen begünstigt wird

Stellplatzangebot

Ausreichendes, aber kostenpflichtiges Stellplatzangebot am Marktplatz; kostenfreie Parkplatzangebote außerhalb der Altstadt

Aufenthaltsqualitäten

Das attraktive städtebauliche Ambiente und der Gastronomiebesatz im Altstadtkern lassen eine gewisse Aufenthaltsqualität entstehen, welche aber durch z.T. auffällige Ladenleerstände und parkende/verkehrende Autos geschmälert wird

Leerstandssituation

Ausgeprägter Geschäftsleerstand im Altstadtkern, der sich auch auf den Hauptgeschäftsbereich (Altmarkt, Bautzener Straße) konzentriert; insgesamt relativ angespannte Leerstandssituation in der Innenstadt

Potenzialflächen und Planvorhaben

Während die kleinteilige Altstadt nur sehr begrenzte Potenzialflächen (in Form von Leerständen) offeriert, besteht eine größere Potenzialfläche an der Stolpener Straße, die durch die Ansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts ausgenutzt werden soll



Abbildung 36: Der Bischofswerdaer Altmarkt und die hiervon abzweigende Kirchstraße



Abbildung 37: Ergänzungsstandort an der Stolpener Straße mit angrenzender Potenzialfläche

Die Bischofswerdaer Innenstadt verfügt mit ihrer gut erhaltenen, historischen Bebauung und dem repräsentativen Marktplatz über eine hohe städtebauliche Qualität, die sich positiv auf die Einkaufsatmosphäre und Verweilqualität im Stadtzentrum auswirkt. Allerdings erlangt die Innenstadt im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge derzeit keine dominante Rolle. Die kleinteiligen Bebauungsstrukturen erschweren eine Ansiedlung von sogkräftigen Magnetbetrieben und die Nachnutzung leerstehender Ladenlokale, deren Anzahl in den vergangenen Jahren weiter zugenommen hat.

Um sich im Wettbewerb mit den Einzelhandelsstandorten außerhalb der Innenstadt behaupten und sich als Haupteinzelhandelsstandort des Grundzentrums profilieren zu können, bedarf es der Ansiedlung eines leistungsfähigen und frequenzbringenden Magnetbetriebs, der die Sogkraft der Innenstadt erhöht. Hierfür steht nördlich der Stolpener Straße eine ausreichend dimensionierte Potenzialfläche zur Verfügung.

Zugleich müssen jedoch städtebauliche Maßnahmen ergriffen werden, die auf eine Verbesserung der räumlich-funktionalen Verknüpfung der Standorte abzielen.

Wenngleich sich die Innenstadt von Bischofswerda noch als weitgehend stabile Einkaufslage bezeichnen lässt, wird deren Funktionsfähigkeit durch die steigende Zahl von Leerständen und dem Mangel frequenzstarker Magnetbetriebe zunehmend bedroht.

8.2.2 Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage

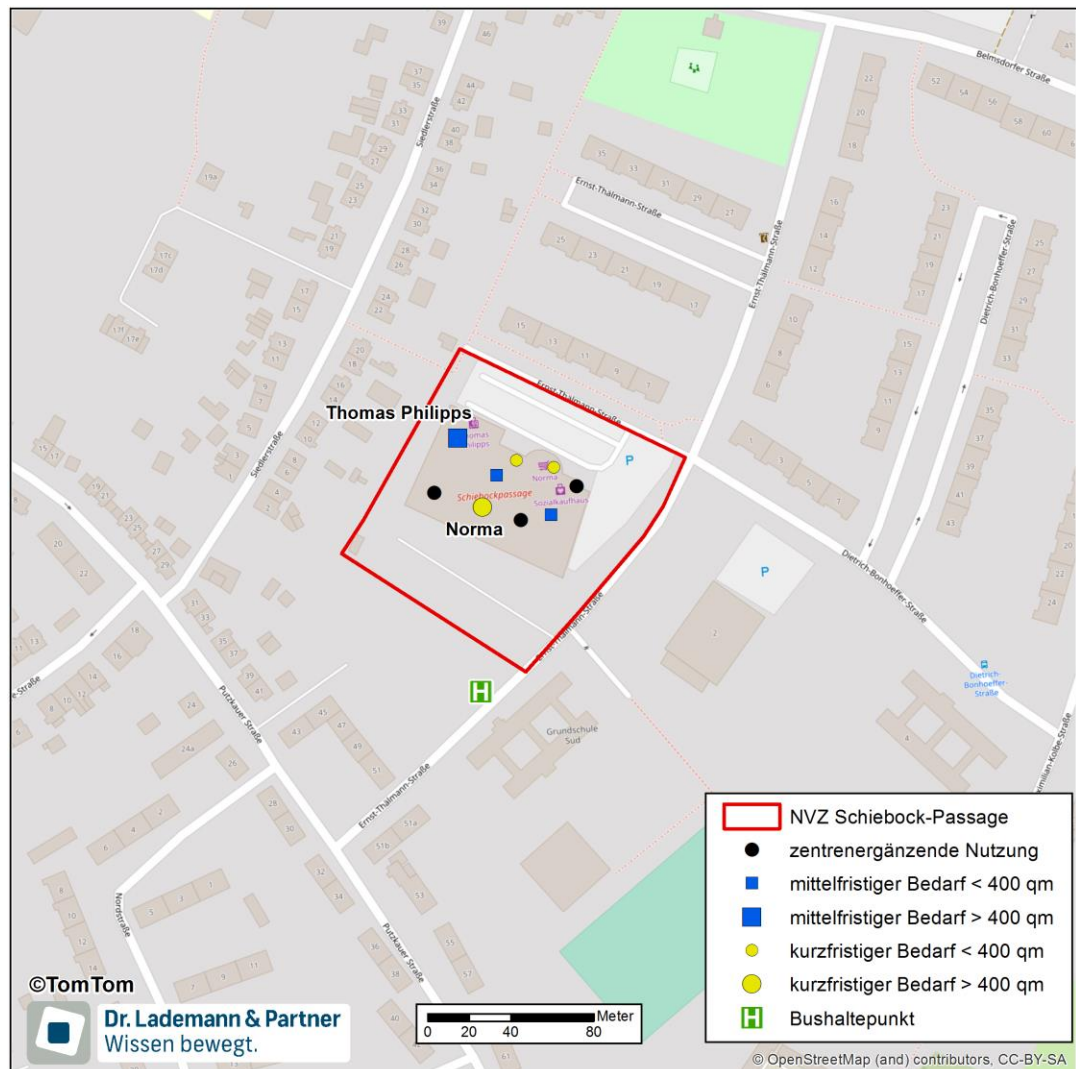


Abbildung 36: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Schiebock-Passage

Die Ausweisung der Schiebock-Passage als Nahversorgungszentrum und somit als zentraler Versorgungsbereich kann von Dr. Lademann & Partner bestätigt werden. Dies

ist insbesondere mit der wohngebietsintegrierten Lage des Standorts und seiner auf die Nahversorgung ausgerichteten Angebotsstruktur zu begründen.

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums wurde gegenüber der Abgrenzung aus dem Konzept von 2016 nicht verändert und umfasst ausschließlich den als Einkaufspassage genutzten, mehrgeschossigen Baukörper sowie die vorgelagerten Stellplatzanlagen. Da im unmittelbaren Standortumfeld keine weiteren zentrentypischen Nutzungen lokalisiert sind, lässt sich eine Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs auch nicht rechtfertigen.

NVZ Schiebock-Passage

Räumliche Analyse

Lagebeschreibung

Das NVZ Schiebock-Passage umfasst lediglich den Baukörper der Einkaufspassage sowie die vorgelagerten Stellplatzanlagen

Versorgungsfunktion

Nahversorgungszentrum mit Versorgungsbedeutung für das unmittelbare Wohnumfeld und eingeschränkter gesamtstädtischer Strahlkraft

Umfeldnutzungen

Im Standortumfeld dominieren dicht besiedelte, zum großen Teil mehrgeschossige Wohnstrukturen, die den am stärksten verdichteten Wohnsiedlungsbereich der Stadt bilden; dies sichert dem NVZ eine signifikante Bevölkerungsplattform im unmittelbaren Nahumfeld; unmittelbar südlich befindet sich zudem eine Grundschule

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Die ehemals große Anzahl kleiner Ladeneinheiten hat sich durch den Umbau und die damit verbundene Ansiedlung von Thomas Philipps deutlich verringert; neben Thomas Philipps ist im Erdgeschoss der Immobilie auch der ebenfalls großflächige Norma-Markt ansässig; im 1. OG befinden sich einige Komplementärnutzungen und ein Sozialkaufhaus

Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt liegt funktionsgerecht im periodischen Bedarf, wobei mit der Ansiedlung von Thomas Philipps auch Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs in nennenswertem Umfang zum Angebotsspektrum hinzugekommen sind

Magnetbetriebe

Norma, Thomas Philipps

Ergänzende Nutzungen

Einige Komplementärnutzungen (v.a. Dienstleistungsbetriebe) finden sich im 1. OG

Städtebauliche Analyse

Bebauungsstruktur

Das NVZ Schiebock-Passage wird durch die gleichnamige, mehrgeschossige Einkaufspassage geprägt, die über eine weitgehend funktionale Architektur verfügt; die kürzlich erfolgten Modernisierungs- und Umbaumaßnahmen haben das Erscheinungsbild der Einkaufspassage deutlich aufgewertet

Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Aufgrund der introvertierten Lage des Zentrums besteht keine unmittelbare Anbindung an eine übergeordnete Verkehrsachse, weshalb die Erreichbarkeit mit dem MIV etwas eingeschränkt ist; eine ÖPNV-Anbindung ist über eine nahegelegene Bushaltestelle gegeben

Fußläufige Erreichbarkeit

Sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten

Stellplatzangebot

Der Passage vorgelagert finden sich etwa 100 Stellplätze, was für ein Einkaufszentrum mit mehr als 4.000 qm Mietfläche eher überschaubar ist, angesichts der guten fußläufigen Erreichbarkeit des Standorts aber als ausreichend bewertet werden kann

Aufenthaltsqualitäten

Angesichts der funktionalen Architektur und der verkehrlichen Überprägung des Außenbereichs entsteht keine besondere Aufenthaltsqualität

Leerstandssituation

Die Leerstandsquote in der Passage hat sich mit der Zusammenlegung zahlreicher, kleiner und z.T. ungenutzter Flächen und dem Einzug von Thomas Philipps deutlich verringert und liegt mittlerweile nur noch im einstelligen Bereich

Potenzialflächen und Planvorhaben

Die in Form von Leerständen bestehenden Potenzialflächen wurden mit der Ansiedlung von Thomas Philipps weitgehend ausgeschöpft



Abbildung 39: Die Schiebock-Passage während der Umbaumaßnahmen



Abbildung 40: Die Schiebock-Passage nach Abschluss der Umbaumaßnahmen

Das NVZ Schiebock-Passage profitiert ganz erheblich von seiner Einbettung in die stark verdichteten Wohnstrukturen der südlichen Kernstadt und der damit verbundenen signifikanten Bevölkerungs- und Nachfrageplattform im Nahumfeld. Für die hier lebenden Verbraucher übernimmt die Schiebock-Passage, und insbesondere der hier ansässige Norma-Markt, wichtige Nahversorgungsfunktionen.

Angesichts der hohen Mieterfluktuation und Leerstandsquote, einem wenig ansprechenden Erscheinungsbild und der daraus resultierenden rückläufigen Kundenfrequenz war der Fortbestand der Schiebock-Passage noch vor einigen Jahren erheblich gefährdet. Die in der jüngeren Vergangenheit durchgeführten Modernisierungs- und Umbaumaßnahmen (u.a. Erneuerung der Gebäudefassade) konnten die Trading-Down-Tendenzen jedoch stoppen und die Attraktivität und Anziehungskraft der Einkaufspassage deutlich erhöhen. Mit der Neuansiedlung des Großflächenmieters

Thomas Philipps konnten zudem zahlreiche, überwiegend kleinteilige und damit schwer vermietbare Leerstandsflächen abgebaut werden.

Die zuletzt realisierten Modernisierungs- und Umbaumaßnahmen sowie die Gewinnung des neuen Mieters Thomas Philipps haben die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums Schiebock-Passage erheblich gestärkt und nachhaltig abgesichert.

8.2.3 Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße

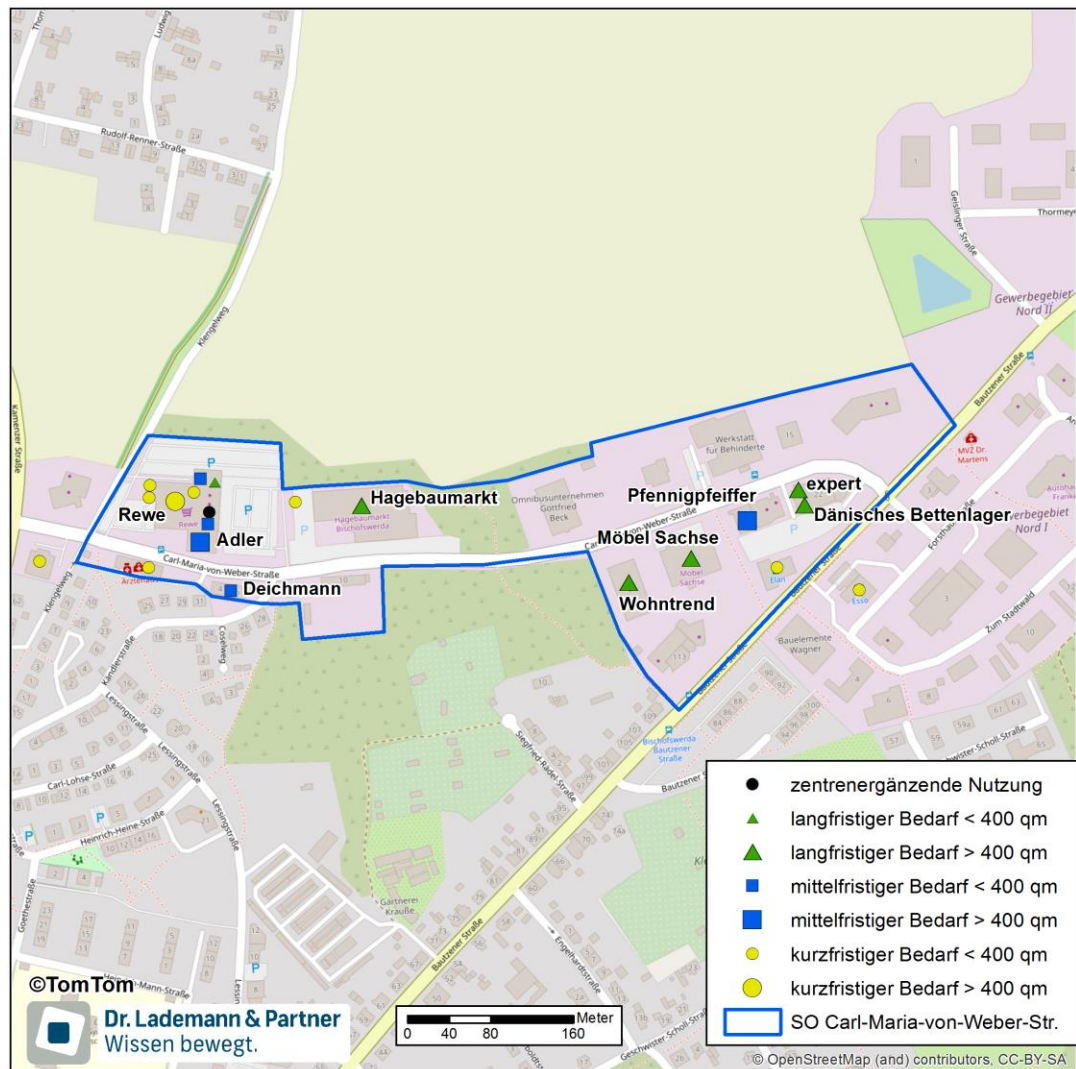


Abbildung 37: Räumliche Abgrenzung des Sonderstandorts Carl-Maria-von-Weber-Straße

Im Gegensatz zum Konzept aus dem Jahr 2016 stufen Dr. Lademann & Partner **die Einzelhandelslage an der Carl-Maria-von-Weber-Straße nicht mehr als Nahversorgungszentrum**, sondern als Sonderstandort für den großflächigen Einzelhandel ein. Damit verbunden ist diese Standortlage auch nicht länger als schützenswerter

zentraler Versorgungsbereich im Sinne des § 34 BauGB zu behandeln. Hierfür lassen sich aus der Sicht der Gutachter die folgenden Gründe anführen:

- Bei dem bislang als Nahversorgungszentrum Carl-Maria-von-Weber-Straße abgegrenzten Standortbereich handelt es sich um eine Einkaufslage am nördlichen Rand der Bischofswerdaer Kernstadt. Entsprechend wird das Standortumfeld z.T. bereits von randstädtischen Strukturen geprägt. Während sich unmittelbar nördlich weitläufige und vollständige unbebaute Grünflächen anschließen, wird das östliche sowie westliche Standortumfeld von gewerblichen Strukturen sowie weiteren und überwiegend großflächigen Einzelhandelsnutzungen dominiert. Einzig in südlicher Richtung sind mäßig verdichtete Wohnstrukturen lokalisiert, wobei diese durch in erster Baureihe befindliche Gebäude und die Carl-Maria-von-Weber-Straße räumlich von der Handelslage separiert werden. Da die Carl-Maria-von-Weber-Straße zudem relativ stark befahren wird, geht von dieser durchaus eine beachtliche trennende Wirkung aus. **Insofern handelt es sich um eine allenfalls teilintegrierte Stadtrandlage**, die nicht in einem unmittelbaren baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen steht.
- Da Wohnstrukturen im unmittelbaren Standortumfeld eine eher untergeordnete Rolle spielen, weist auch der in Abbildung 28 dargestellte 500m-Radius rund um die Einzelhandelslage bzw. den Rewe-Markt mit lediglich etwas mehr als 1.000 Einwohnern eine vergleichsweise geringe Bevölkerungsplattform auf. Entsprechend ist die Standortlage an der Carl-Maria-von-Weber-Straße nur für einen geringen Teil der Bischofswerdaer Bevölkerung fußläufig erreichbar und somit auch nur von eingeschränkter Bedeutung für die wohnortnahe, fußläufige Grundversorgung. Insgesamt ist der **Versorgungsstandort ganz überwiegend auf Autokunden ausgerichtet**, was auch die großzügigen, den Einzelhandelsbetrieben vorgelagerten Stellplatzanlagen verdeutlichen.
- Die für historisch gewachsene Zentren typischen Aufenthalts- und Verweilqualitäten sind am Standortbereich angesichts der funktionalen Architektur der Bestandsgebäude, der z.T. starken verkehrlichen Überprägung der öffentlichen Räume und dem Mangel an gastronomischen Angeboten und Sitzmöglichkeiten kaum vorhanden. Es handelt sich somit um einen **reinen Versorgungsstandort**, welcher nach erfolgtem Einkauf i.d.R. relativ zügig wieder verlassen wird.
- Selbst wenn man ausschließlich auf den Gebäudekomplex an der Carl-Maria-von-Weber-Straße 1 (Rewe) abstellt, zeigt sich ein hoher Anteil innenstadttypischer Sortimente, was für ein Nahversorgungszentrum nicht funktionsgerecht ist. Betrachtet man zusätzlich die im direkten sowie weiteren Standortumfeld befindlichen Einzelhandelsbetriebe **überwiegen die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs sehr deutlich**. Der Branchen- und Betriebstypenmix am Standortbereich spricht somit weniger für ein „klassisches“ Nahversorgungszentrum, als vielmehr für einen fachmarktgeprägten Ergänzungsstandort, an dem sich Formate

angesiedelt haben, die sich aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht oder nur bedingt in die städtisch verdichteten Lagen (z.B. Stadtzentrum) integrieren lassen. Damit steht der Handelsstandort an der Carl-Maria-von-Weber-Straße auch in einem Wettbewerb mit der Bischofswerdaer Innenstadt.

- Der **Anteil an zentrenergänzenden Nutzungen** ist, wie für fachmarktgeprägte Handelsagglomerationen typisch, eher gering. Dies gilt insbesondere auch für das Gastronomieangebot, welches am Standort nur sehr schwach ausgeprägt ist.

Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass der Einzelhandelsstandort an der Carl-Maria-von-Weber-Straße die Kriterien zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbezugs nicht in vollem Umfang erfüllen kann. Zudem kann dem Standortbereich sowohl hinsichtlich der städtebaulichen Integration (sehr begrenzter Wohngebietsbezug und fußläufiger Einzugsbereich) als auch hinsichtlich des Branchenmixes (hoher Anteil aperiodischer Sortimente) ein **allenfalls bedingter Nahversorgungscharakter** attestiert werden. Es handelt sich somit um einen autoorientierten Einkaufsstandort, der zwar eine große Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt sowie das ländlich geprägte Umland aufweist und damit zentralitätsbildend für Bischofswerda wirkt und für die Ausübung der grundzentralen Versorgungsfunktion maßgeblich ist. Für die Sicherung einer wohnortnahen, fußläufigen Grundversorgung spielt der Standort aber eine untergeordnete Rolle und steht zudem in Konkurrenz zu den integrierten Handelsstandorten (insbesondere Innenstadt Bischofswerda).

Hinsichtlich der räumlichen Abgrenzung des Sonderstandorts haben sich Dr. Lademann & Partner deshalb auch weitgehend von der räumlichen Abgrenzung gelöst, die für das im Konzept aus dem Jahr 2016 ausgewiesene Nahversorgungszentrum Carl-Maria-von-Weber-Straße vorgenommen wurde. Während die damalige Abgrenzung ausschließlich die hauptsächlich von Rewe und Adler genutzte Einzelhandelsimmobilie an der Carl-Maria-von-Weber-Straße 1 umfasst hat, erstreckt die sich der von Dr. Lademann & Partner definierte Sonderstandort auch über weitere Gebäudestrukturen entlang der namensgebenden Carl-Maria-von-Weber-Straße. Neben dem direkt benachbarten Hagebaumarkt sowie der gegenüberliegenden Deichmann-Immobilie, sind sowohl die weiteren nördlich der Carl-Maria-von-Weber-Straße befindlichen Baukörper als auch die Einzelhandels- und Gewerbebetriebe (u.a. Möbel Sachse, expert) zwischen der Bautzener Straße sowie der Carl-Maria-von-Weber-Straße Teil des Sonderstandorts.

Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße

Räumliche Analyse

Lagebeschreibung

Am nördlichen Rand der Kernstadt gelegen, erstreckt sich der Standortbereich nördlich und südlich der Carl-Maria-von-Weber-Straße zwischen Kamenzer Straße und Bautzener Straße

Versorgungsfunktion

Sonderstandort für den großflächigen Einzelhandel mit gesamtstädtischer und z.T. überörtlicher Ausstrahlungskraft

Umfeldnutzungen

Während das nördliche Standortumfeld vollständig von randstädtischen Grün- und Freiflächen geprägt wird, finden sich südlich auch einige, weniger dicht besiedelte Wohnstrukturen wieder; südöstlich grenzt das relativ weiträumige Gewerbegebiet Bautzener Straße an

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Bipolare Einzelhandelsstruktur (Rewe/Adler/Hagebaumarkt im Westen sowie FMA rund um Möbel Sachse im Osten); fachmarktgeprägte, überwiegend großflächige Angebotsformen; hoher Filialisierungsgrad; niedriges und mittleres Preisniveau

Branchen-Mix

Am Gesamtstandort finden sich Anbieter aller Bedarfsstufen, die insgesamt ein sehr differenziertes Einzelhandelsangebot offerieren; der verkaufsflächenseitige Angebotsschwerpunkt entfällt auf den langfristigen Bedarf (Hagebaumarkt, Möbel Sachse)

Magnetbetriebe

Rewe-Verbrauchermarkt, Adler-Modemarkt

Ergänzende Nutzungen

Einige, wenige Komplementärnutzungen finden sich in der von Rewe und Adler genutzten Immobilie; kein signifikantes gastronomisches Angebot

Städtebauliche Analyse

Bebauungsstruktur

Starker Gewerbegebietscharakter durch die primär großmaßstäbliche Bebauung, die sich aus zahlreichen, funktionalen Einzelhandels- und Gewerbeimmobilien zusammensetzt, welche i.d.R. eingeschossig angelegt sind; die von Adler und Rewe genutzte Immobilie verfügt hingegen über zwei Geschosse, wobei die Geschäftsflächen über eine kleine Mall erschlossen werden

Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit über die Carl-Maria-von-Weber-Straße, die sowohl von der Bautzener Straße als auch der Kamenzer Straße abzweigt; ÖPNV-Haltepunkte sind entlang der Erschließungsachse eingerichtet

Fußläufige Erreichbarkeit

Insgesamt eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit, die grundsätzlich nur für die Wohngebiete südlich der Carl-Maria-von-Weber-Straße gegeben ist; es handelt sich um einen primär autokundenorientierten Versorgungsstandort

Stellplatzangebot

Sehr großzügige, kostenfreie Stellplatzanlagen sind allen Einzelhandelsbetrieben vorgelagert

Aufenthaltsqualitäten

Besondere Aufenthaltsqualitäten lassen sich vor dem Hintergrund der geringen städtebaulichen Qualität sowie dem Mangel an attraktiven, öffentlichen Räumen sowie gastronomischen Angeboten nicht ableiten

Leerstandssituation

Die bestehenden Handels- und Gewerbeflächen werden zum großen Teil vollständig ausgenutzt

Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine größeren Potenzialflächen ersichtlich, da die nördlich angrenzenden Freiflächen bereits dem Außenbereich zuzuordnen sind; Potenzialflächen ergäben sich nur durch Umstrukturierungen



Abbildung 38: Der Gebäudekomplex mit Rewe und Adler als Ankermieter



Abbildung 43: Weitere Einzelhandelsnutzungen entlang der Carl-Maria-von-Weber-Straße

Der Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße verfügt mit seinen zahlreichen, überwiegend großflächigen Fachmarktformaten über eine große Sogkraft und spricht damit verbunden einen z.T. erheblichen überörtlichen Einzugsbereich an. Aufgrund seiner randstädtischen Lage und dem geringen Wohnanteil im unmittelbaren Umfeld ist der Standort jedoch primär autokundenorientiert positioniert und leistet entsprechend einen eher geringfügigen Beitrag zur Sicherung einer fußläufigen Nahversorgung, obwohl hier mit Rewe der einzige Vollversorger im Stadtgebiet ansässig ist.

Wenngleich am Sonderstandort v.a. solche Formate angesiedelt sind, die sich kaum in die Innenstadt integrieren lassen, ergibt sich angesichts eines relativ hohen Anteils innenstadttypischer Sortimente eine nicht unerhebliche Konkurrenzsituation zur Bischofswerdaer Innenstadt.

Bei dem Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße handelt es sich um eine stabile Einkaufslage, die eine große Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt und das ländlich geprägte Umland besitzt. Vor diesem Hintergrund sollte der Handelsstandort gesichert werden, ohne dabei den Wettbewerbsdruck auf die integrierten Lagen (v.a. Innenstadt) durch einen Angebotsausbau weiter zu erhöhen.

8.2.4 Sonderstandort Drebnitzer Weg

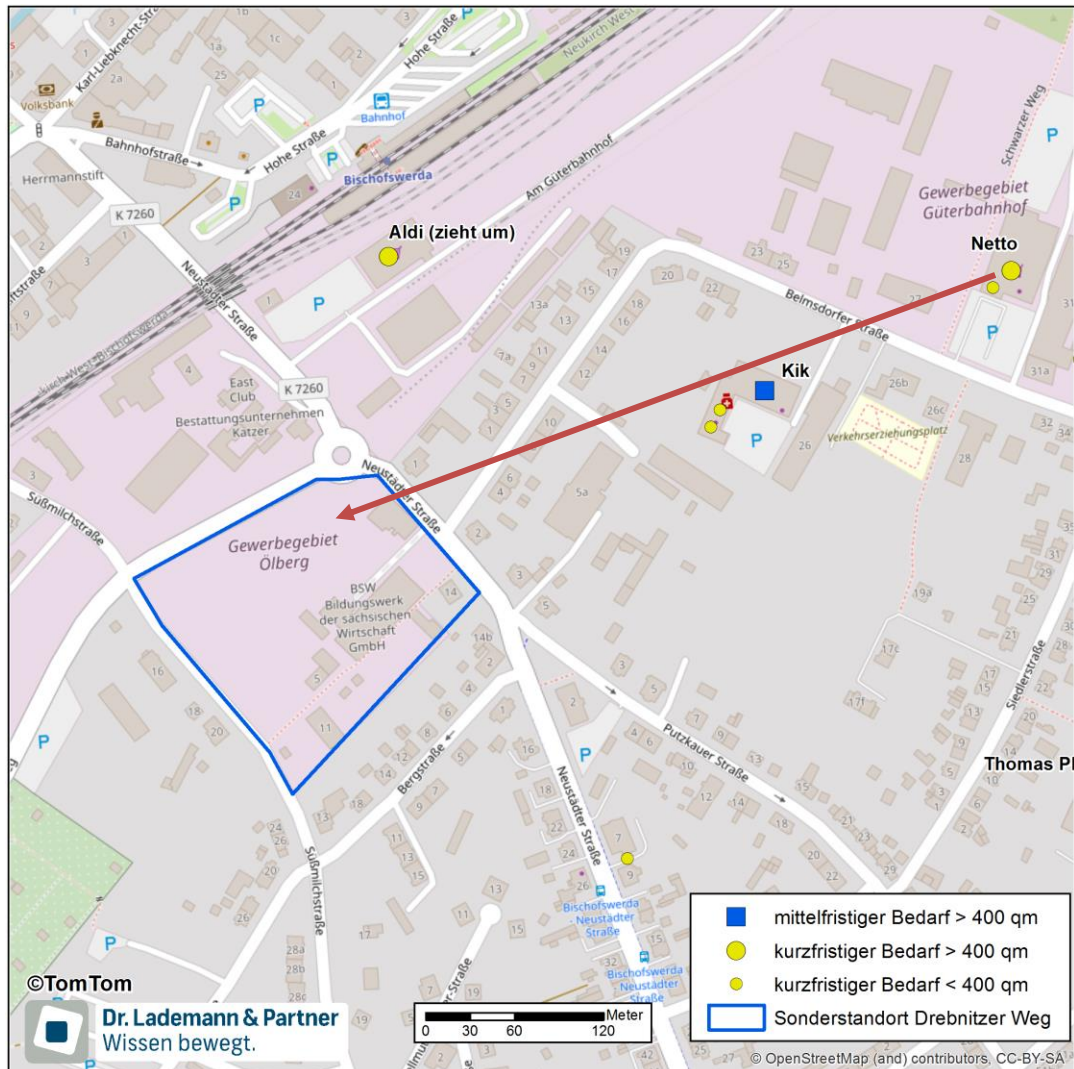


Abbildung 39: Räumliche Abgrenzung des zu entwickelnden Sonderstandorts Drebnitzer Weg

Bei dem Sonderstandort Drebnitzer Weg handelt es sich um einen Standortbereich, der unter Federführung eines Projektentwicklers erst perspektivisch zu einem bedeutenden Einzelhandelsstandort entwickelt werden soll und im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2016 entsprechend auch noch keine Berücksichtigung fand. Die bis zuletzt auf dem Areal befindlichen Gebäude wurden zu großen Teilen bereits abgerissen, während das Bildungswerk erhalten wurde. Für den Standort liegt bereits die Genehmigung zur Errichtung eines Netto-Lebensmitteldiscounters mit einer Verkaufsfläche von max. 800 qm vor. Für darüberhinausgehende Einzelhandelsentwicklungen besteht allerdings noch keine Genehmigungsgrundlage. Auf das Gesamtvorhaben am Drebnitzer Weg wird im Rahmen von Kapitel 10.3 noch detaillierter eingegangen.

An dieser Stelle bleibt festzuhalten, dass der Standortbereich an der Ecke Neustädter Straße/Drebnitzer Weg die **Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich**

i.S. des § 34 BauGB nicht voll umfassend wird erfüllen können. Zwar ist der Standort insgesamt als städtebaulich-integriert zu bewerten und wird, in Verbindung mit der Ansiedlung eines Netto-Discounters, auch zu einer wohnortnahen Grundversorgung für die Bevölkerung in den umliegenden Wohngebieten, welche vom Norma-Discounter in der Schiebock-Passage aber bereits weitgehend gesichert ist, beitragen. Jedoch soll am Drebnitzer Weg ein reiner Versorgungsstandort ohne erhöhte Aufenthalts- und Verweilqualitäten entstehen, der primär von Autokunden aufgesucht werden wird (hierfür spricht auch die großzügig geplante Stellplatzanlage). Der Umfang zentreneergänzender Nutzungen wird sich zudem deutlich in Grenzen halten. Insgesamt handelt es sich also eher um einen fachmarktgeprägten Versorgungsstandort mit gesamt- bzw. z.T. überörtlicher Kundenansprache. Aufgrund der räumlichen Nähe zur Bischofswerdaer Innenstadt sowie zum Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage sehen Dr. Lademann & Partner auch keine versorgungsstrukturelle Notwendigkeit zur Ausweisung eines weiteren zentralen Versorgungsbereichs im südlichen Kernstadtgebiet.

8.3 Zur Zentrenrelevanz der „Bischofswerdaer Liste“

Eine wichtige Bedeutung bei der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der **Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente** zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

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

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Bischofswerdaer Sortimentsliste")

nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Lebensmittel	Bekleidung, Wäsche	Möbel, Küchen
Getränke	Lederwaren, Schuhe	Campingartikel und -möbel
Zeitungen, Zeitschriften	Hausrat/ Haushaltswaren	Sportartikel
pharmazeutischer Bedarf	Glas, Porzellan, Keramik	Bettwaren, Matratzen
Schnittblumen	Geschenkartikel, Wohnaccessoires	Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
	Foto, Film, Optik, Akustik	Bodenbeläge, Teppiche
	Uhren, Schmuck, Silberwaren	Kfz-Zubehör
	Sportbekleidung/Sportschuhe	Bau- und Heimwerkerbedarf
	Bücher	Gartenbedarf, Pflanzen
	Papier, Schreibwaren	Tierbedarf
	Spielwaren	Unterhaltungselektronik, Computer und Telekommunikation
	Baby- und Kinderartikel	Lampen/Leuchten/ Sonstige Elektroartikel
	Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Stoffe	Weißware/Haushaltselektronik
	Musikalien, Musikinstrumente, Tonträger	Fahrräder und Zubehör
	Waffen und Jagdbedarf	Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel
	Sanitätswaren	
	Antiquitäten/Kunst	

Quelle: Dr. Lademann & Partner. * zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant.
Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

Abbildung 40: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Bischofswerdaer Liste“)

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

Im Vergleich zur Sortimentsliste des aktuell gültigen Einzelhandelskonzepts sind einige Warengruppen nunmehr als nicht-zentrenrelevant deklariert worden. Dies betrifft vor allem folgende Sortimente:

- Weiße Ware/Haushaltselektronik
- Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation
- Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
- Tierbedarf
- Sportartikel

Die Warengruppen Weiße Ware/Haushaltselektronik und Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation werden im Wesentlichen von Expert am Standort Carl-Maria-von-Weber-Straße angeboten und damit außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. In der Innenstadt gibt es bis auf Handyshops kein entsprechendes Angebot. Angesichts der hohen Onlineaffinität dieser Sortimente und der sehr stark auf größere Fachmarktkonzepte fokussierten Angebotsform erscheint es nicht realistisch, dass sich in der Innenstadt wieder solche Sortimente in signifikantem Maße ansiedeln werden. Vielmehr sollte Expert als einziger relevanter Anbieter in diesem Segment gesichert werden. Um Expert Weiterentwicklungsmöglichkeiten am Standort oder an einem anderen Standort einräumen zu können, werden diese Sortimente aus der Liste der zentrenrelevanten Sortimente entlassen.

Einen Anbieter für Zoo-/Tierbedarf gibt es in Bischofswerda nicht. Tiernahrung wird i.d.R. als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe angeboten und darüberhinausgehender Zoobedarf in Teilen als Randsortiment bei Bau- und Gartenmärkten. Eine faktische Zentrenrelevanz besteht insofern nicht. Zudem werden diese Warengruppen vermehrt in Fachmärkten angeboten, die in der kleinteiligen Altstadt kaum zu platzieren sein dürften. Um das Warenangebot in diesem Segment durch eine Neuansiedlung zu stärken, kämen insofern allenfalls Standorte außerhalb der Innenstadt in Frage. Da Zoofachmärkte i.d.R. nur eine begrenzte Frequenzwirkung erzeugen, erscheint es daher nicht notwendig, dieses Sortiment auch weiterhin als zentrenrelevant auszuweisen.

Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör werden in der Innenstadt aktuell nicht angeboten. Das Angebot fokussiert sich auf vor allem Randsortimente der Möbeleranbieter (z.B. Dänisches Bettenlager), die allesamt in Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt sind. Faktisch handelt es sich somit um ein nicht-

zentrenrelevantes Sortiment. Die Warengruppe ist dem langfristigen Bedarf zuzuordnen und generiert insofern auch nur eine geringfügige Frequenzwirkung, weshalb dieses Sortiment auch nicht zwangsläufig auf die Innenstadt zu fokussieren ist. Vielmehr gilt es, die bestehenden Angebote in diesem Segment abzusichern, die vor allem fachmarktorientiert sind und daher auch auf entsprechende Fachmarktlagen angewiesen sind.

Mit der Einstufung des Segments **Sportartikel** als nicht-zentrenrelevantes Sortiment wird dem Umstand Rechnung getragen, dass dieses Sortiment derzeit nicht in signifikantem Umfang in den Zentren angeboten wird und somit auch keine faktische Zentrenrelevanz entfaltet. Allgemein werden Sportartikel innerhalb von Bischofswerda derzeit allenfalls als (temporäres) Randsortiment (z.B. bei Lebensmitteldiscountern) angeboten. Da es sich bei Sportartikeln um z.T. großvolumige und stärker spezialisierte Güter handelt, werden diese i.d.R. von Fachhändlern, Nischenanbietern oder größeren Fachmarktformaten angeboten, die sich in die kleinteilige Struktur der Altstadt kaum oder gar nicht integrieren lassen. Um dennoch eine Schließung der in diesem Segment bestehenden Angebotslücke in Bischofswerda zu ermöglichen, muss entsprechend auf Potenzialflächen außerhalb der städtischen Zentren zurückgegriffen werden. Gleichwohl ist zu beachten, dass das Sortiment Sportbekleidung/Sportschuhe sehr wohl als zentrenrelevant einzustufen und außerhalb der Zentren damit allenfalls als deutlich untergeordnetes Randsortiment zulässig ist. Damit ist berücksichtigt, dass die Grenzen zwischen herkömmlicher Mode und sportorientierter Mode fließend sind. Es soll letztlich also verhindert werden, dass sich Bekleidungsfachmärkte mit Berufung auf das Segment Sportbekleidung/Sportschuhe an hierfür nicht vorgesehenen Standorten außerhalb der Zentren ansiedeln.

Exkurs

*Auch das Sortiment **Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikartikel** ist gegenüber dem Vorgängerkonzept nunmehr als nicht-zentrenrelevantes Sortiment deklariert. Dies ist weniger die Empfehlung des Fachgutachters/Bearbeiter des Einzelhandelskonzepts, sondern vielmehr das Ergebnis der Abwägung im Stadtrat, welcher mehrheitlich dafür gestimmt hat, das Sortiment Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikartikel als nicht-zentrenrelevant zu definieren.*

Gleichwohl sei daraufhin gewiesen, dass sich die Zulässigkeit eines Drogeriemarkts an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht allein anhand der Zentrenrelevanz des Kernsortiments bemisst, sondern im Rahmen der Bauleitplanung oder im Rahmen einer Genehmigung auf der Basis von § 34 BauGB auch die Verträglichkeit – insbesondere gegenüber dem Innenstadteinzelhandel – zweifelsfrei nachgewiesen werden muss.

9 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Bischofswerda

9.1 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda

Die folgenden Steuerungsempfehlungen bzw. Ansiedlungsleitsätze zeigen auf, an welchen Standorten im Stadtgebiet Einzelhandelsvorhaben mit welchen Sortimenten und welchen Größenordnungen im Sinne der Ziele des Einzelhandelsentwicklungskonzepts zugelassen werden können. Auf der Grundlage eines einheitlichen Prüfschemas, welches auf den nachfolgend definierten Ansiedlungsleitsätzen basiert bzw. diese zusammenfasst, können künftige einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Bischofswerda hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den Bestimmungen und Zielstellungen des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts nach einem einheitlichen Muster bewertet werden.

Ansiedlungsleitsatz 1: Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente (gemäß der „Bischofswerdaer Liste“)

- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist nur im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Bischofswerda“ uneingeschränkt zulässig.
- b. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist darüber hinaus im Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage – auch über die Grenze der Großflächigkeit von 800 qm Verkaufsfläche hinaus – zulässig. Der Vorhabenträger hat hierfür über ein mit der Stadt abgestimmtes Verträglichkeitsgutachten nachzuweisen, dass davon keine Beeinträchtigung anderer zentraler Versorgungsbereiche im Stadtgebiet von Bischofswerda (Innenstadt Bischofswerda) ausgeht⁵⁹.
- c. Vor dem Hintergrund der Gefahr einer Zersplitterung des Angebots ist großflächiger nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (> 800 qm Verkaufsfläche), mit Verweis auf die Ziele der Raumordnung und insbesondere Z. 2.3.2.3, in den übrigen Lagen des Stadtgebiets auszuschließen. Gemäß dem Strategieprinzip „Konzentration auf die bestehenden Zentren bzw. Nahversorgungsstandorte“ sollte ein Angebotsausbau bzw. eine Weiterentwicklung der bestehenden Anbieter nur in der

⁵⁹ Hierbei sind auch etwaige Vorschädigungen zu beachten.

Innenstadt oder im Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage zugelassen werden. Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit weniger als 800 qm ist grundsätzlich auch in Streulagen zulässig. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass mehrere nicht großflächige Einzelhandelseinrichtungen in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander in ihrer Gesamtheit (Agglomeration) als großflächige Einzelhandelseinrichtung zu behandeln sind, sofern die Gesamtverkaufsfläche der Anbieter am Standort die Schwelle zur Großflächigkeit (800 qm Verkaufsfläche) überschreitet. Voraussetzung ist weiterhin, dass die Ansiedlung des nicht großflächigen Betriebs einer Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung dient (z.B. im Sinne einer Schließung räumlicher Versorgungslücken) und durch ein mit der Stadt abgestimmtes Verträglichkeitsgutachten nachgewiesen werden kann, dass von einem solchen Vorhaben keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht.

- d. Die Ansiedlung, Verlagerung und Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bis zu einer Größe von 60 qm Verkaufsfläche („Nachbarschaftsläden“) ist ohne Einschränkung innerhalb des Stadtgebiets möglich⁶⁰. Gleichwohl sollte zur Stärkung der Zentren (insbesondere der Innenstadt) darauf hingewirkt werden, dass auch solche Betriebe auf die zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden.
- e. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind nahversorgungsrelevante Randsortimente (z.B. bei Sonderpostenmärkten) auf max. 10 % der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche des Betriebs zu begrenzen.

Ansiedlungsleitsatz 2: Zentrenrelevante Hauptsortimente (gemäß der „Bischofswerdaer Liste“)

- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist nur im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Bischofswerda“ uneingeschränkt zulässig. Dieser stellt das Investitionsvorranggebiet dar.
- b. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist darüber hinaus auch im Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage grundsätzlich zulässig. Hier liegt der Fokus allerdings auf dem nahversorgungsrelevanten Bedarf. Zentrenrelevante Sortimente sollten an diesem Standort lediglich ergänzenden Charakter erlangen, weshalb eine Ansiedlung großflächiger Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten nur im begründeten Ausnahmefall zulässig ist. Generell ist nachzuweisen, dass ein Ausbau zentrenrelevanter Sortimente im Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage zu keiner Beeinträchtigung der Bischofswerdaer Innenstadt führt.

⁶⁰ Hierunter fallen z.B. Bäcker, Metzger, Kioske und Apotheken.

- c. Angesichts der aktuell sehr kleinteiligen Struktur der Bischofswerdaer Innenstadt, die sich restriktiv auf die Ansiedlung marktgängiger Handelsformate auswirkt, kommt dem Sonderstandort „Carl-Maria-von-Weber-Straße“ eine wichtige Bedeutung hinsichtlich der Angebotsergänzung, v.a. auch im mittelfristigen Bedarf, zu. Dieser Standort ist in seinem Bestand zu sichern. Eine Belegung der am Standort betriebenen Flächen inkl. einer Neubelegung möglicherweise leerfallender Flächen – auch mit zentrenrelevanten Sortimenten – ist daher in diesem Zusammenhang bis zu einer Größe von 800 qm Verkaufsfläche je Betrieb möglich. Eine über den heutigen Bestand (inkl. Leerstandsflächen) hinausgehende Entwicklung des Sonderstandorts Carl-Maria-von-Weber-Straße mit zentrenrelevanten Sortimenten ist jedoch nicht zulässig, um die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt nicht nachhaltig zu gefährden.
- d. In allen übrigen Bereichen des Stadtgebiets sind Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unzulässig.
- e. Zentrenrelevante Randsortimente (z.B. in einem Baumarkt) sind an dezentralen Standorten möglich, sofern sie lediglich auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche und max. 800 qm Verkaufsfläche angeboten werden.

Ansiedlungsleitsatz 3: Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente (gemäß der „Bischofswerdaer Liste“)

- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist grundsätzlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig. Diese Betriebe müssen jedoch auf mindestens 90 % ihrer Gesamtverkaufsfläche nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste anbieten. Zentrenrelevante Randsortimente sollten einen thematischen Bezug zum jeweiligen Kernsortimente aufweisen und auf nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche und auf nicht mehr als 800 qm Verkaufsfläche angeboten werden.
- b. Die Ansiedlung von Betrieben mit transportsensiblen, nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist möglichst an durch Einzelhandel vorgeprägten Bestandsstandorten (z.B. Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße) und in verkehrlich gut erreichbaren Lagen (v.a. Standort Neustädter Straße/Drebnitzer Weg) zu konzentrieren. Nicht durch Einzelhandel oder sonstige Gewerbebetriebe vorgeprägte Lagen sind möglichst von großflächigem Einzelhandel freizuhalten (Vermeidung einer zu starken Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges).

Ansiedlungsleitsatz 4: Werksverkauf/Annexhandel

Ausgenommen von den Ansiedlungsleitsätzen ist der sogenannte Annexhandel oder Werksverkauf, der auch außerhalb der Innenstadt zulässig ist, sofern er dem produzierenden, reparierenden oder verarbeitenden Gewerbebetrieb deutlich untergeordnet bleibt und eine Verkaufsfläche von 150 qm nicht überschreitet.

Ansiedlungsleitsatz 5: Änderungen im Bestand/Bestandsschutz

Vorrangiges Entwicklungsziel ist die Sicherung bestehender Angebote. Der Bestandsschutz für marktaktive Betriebe kann bei nahversorgungs- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bis zu einer Erweiterung um + 10 % als konform mit den Steuerungsregeln bewertet werden, selbst wenn die Ansiedlungsregeln 1 bis 3 nicht zutreffen.


Ansiedlungsleitsatz 6: Ausnutzung des planungsrechtlichen Instrumentariums

Die Verwaltung hat das planungsrechtliche Instrumentarium zur Steuerung des Einzelhandels bei Ansiedlungs- und Erweiterungsabsichten von Einzelhandelsbetrieben auszuschöpfen, um die formulierten Ziele des Konzepts abzusichern. Dazu gehört neben der Neuaufstellung von B-Plänen auch eine Prüfung, in welchen Fällen bestehende B-Pläne ggf. an die formulierten Ziele und Grundsätze des Zentrenkonzepts anzupassen sind.

Ansiedlungsleitsatz 7: Politischer Beschluss

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bischofswerda wird als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen.

Zusammenfassend empfehlen Dr. Lademann & Partner, künftige Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich nach dem folgenden, einheitlichen Prüfschema zu bewerten:



Dr. Lademann & Partner
 Wissen bewegt.

Steuerungsempfehlungen

	Nahversorgungsrelevante Sortimente		Zentrenrelevante Sortimente		Nicht-zentrenrelevante Sortimente		Anmerkung
	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	
Hauptzentrum/ Innenstadt	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Alle Sortimente und Größen zulässig
Nahversorgungszentrum	✓	✓	○	○	✓	✓	Bestandssicherung und ggf. Weiterentwicklung mit Fokus auf den täglichen Bedarf
Sonderstandorte	✗	○	✗	○	✓	✓	v.a. Bestandssicherung (Aktivierung von Leerständen)
Sonstige Lagen	✗	○	✗	✗	○	○	Möglichst geringfügiger Angebotsausbau

✓ zulässig
 ○ eingeschränkt zulässig
 ✗ unzulässig

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente sind bis maximal 10 % des Gesamtvorhabens zulässig. Agglomerations- und Gemengelagen kleinflächiger Betriebe sind kumuliert zu betrachten

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 41: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die gemeindlichen Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung lediglich den kommunalen Rahmen abstecken. Ferner bedarf es bei großflächigen Vorhaben stets der Einzelfallprüfung, ob eine Konformität mit den Vorgaben Landes- und Regionalplanung erreicht werden kann.

9.2 Allgemeine Empfehlungen zur Umsetzung des Konzepts

Alle zukünftigen Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda sollten darauf hinsteuern, die Bindungswirkung der Stadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Generell sollte eine Reihe allgemeiner Maßnahmen zur Profilierung der Stadt Bischofswerda als attraktiver grundzentraler Einzelhandelsstandort sowohl von den Händlern/Gewerbetreibenden als auch von Seiten der Stadt ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden. Der folgende Maßnahmenkatalog enthält auch Aktivitäten, die schon durchgeführt werden, deren Wichtigkeit aber noch einmal betont werden soll, damit sie nicht aus den Augen verloren werden bzw. damit weiterhin Mittel dafür zur Verfügung stehen. Insgesamt ist es zum einen für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Zum anderen

sind aber auch eine Zusammenarbeit aller Beteiligten bzw. ein aktiver Dialog erforderlich.

Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts z.B. durch einen entsprechenden Stadtratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden und als Begründung für den stadtweiten B-Plan 39 „Einzelhandel“ herangezogen werden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So kann Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Bischofswerdaer Einzelhandel erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelsentwicklungskonzept und die darin festgeschriebenen Entwicklungsziele und die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche erfolversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Stadtratsbeschluss vonseiten der Verwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept – inkl. der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Sortimentsliste sowie der Ziel- und Strategieaussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung – beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und für die strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Um auf die zuletzt weitgehend unregulierten Einzelhandelsentwicklungen im Bischofswerdaer Stadtgebiet reagieren und diese zukünftig stärker reglementieren zu können, hat die Stadt bereits den Aufstellungsbeschluss für einen einzelhandelsbezogenen Bebauungsplan (B-Plan Nr. 39 „Einzelhandel“) gefasst, dessen Geltungsbereich das gesamte dem § 34 BauGB zuzuordnende Stadtgebiet von Bischofswerda umfasst. Ausgenommen sind lediglich der zentrale Versorgungsbereich „Schiebock-Passage“ sowie die dörflich geprägten Ortsteile abseits der Kernstadt. Grundlage für diesen in Aufstellung befindlichen B-Plan sollen die Kernaussagen und Zielsetzungen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts darstellen.

Dr. Lademann & Partner halten diese bauplanungsrechtliche Maßnahme grundsätzlich für geeignet, da diese dem Schutz der gewachsenen Zentren dient und weitere, ungewollte Einzelhandelsentwicklungen im Stadtgebiet unterbindet. Neben dem zentralen

Versorgungsbereich „Schiebock-Passage“ sollte jedoch auch der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Bischofswerda nicht vom Geltungsbereich dieses B-Plans erfasst werden, damit dem Stadtzentrum eine handelsseitige Weiterentwicklung ohne sortimentsseitige und verkaufsflächenbezogene Einschränkungen ermöglicht werden kann. Dies gilt dann natürlich auch für die Potenzialfläche an der Stolpener Straße, da die Ansiedlung eines Magnetbetriebs (EDEKA) hier nur umgesetzt werden kann, wenn die Fläche aus dem Geltungsbereich des Ausschluss-B-Plans (B-Plan Nr. 39) entlassen wird.

Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- **Gewünschte Vorhaben** sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden. **Hierfür sollten bestehende Bebauungspläne entweder überarbeitet oder neue Bebauungspläne aufgestellt werden.** Für die geplante EDEKA-Ansiedlung an der Stolpener Straße im Innenstadtbereich wurde in diesem Zusammenhang bereits der Beschluss zur Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans gefasst und damit die baurechtliche Grundlage zur Umsetzung dieses Planvorhabens gelegt.
- An Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft **nicht mehr in Frage kommen sollen**, gilt es die u.U. bestehenden Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neue Bebauungspläne aufzustellen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen oder zur Sicherung eines zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der jeweilige zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

Umgang mit bestehenden Leerstandsflächen

Angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge und des weiteren Vormarschs des Online-Handels sowie der Nachfolgeproblematik im Fachhandel ist damit zu rechnen, dass vor allem kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte auch zukünftig in ihrer Existenz bedroht sein werden. Vor diesem Hintergrund empfehlen Dr. Lademann & Partner ein Flächen-/Leerstandsmanagement aufzubauen, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können.

Die oberste Priorität sollte einer langfristigen und zukunftsfähigen Nachnutzung der leerstehenden Ladenlokale beigemessen werden. Der Großteil der kleinteilig strukturierten Leerstandsflächen ist für eine einzelhandelsrelevante Nachnutzung jedoch als nicht mehr marktfähig zu bewerten. Hier sollten die Eigentümer auch eine anderweitige Nutzung als die Einzelhandelsnutzung in Betracht ziehen (z.B. gewerbliches Wohnen, Dienstleistungen, Gastronomie). Dies gilt vor allem für die Leerstände, die sich direkt am Altmarkt oder in den vom Altmarkt abzweigenden Geschäftsstraßen konzentrieren, da dieser Bereich als Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt fungiert und entsprechend ein möglichst durchgängiger Nutzungsbesatz anzustreben ist.

Einige der Leerstandsflächen innerhalb der Innenstadt könnten unter Einsatz von Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen jedoch durchaus noch einer potenziellen Einzelhandelsnachnutzung zugeführt werden. Hierbei empfehlen die Gutachter auch eine Prüfung, ob durch Zusammenlegung bzw. immobilienseitige Neugestaltung attraktive und moderne Flächenzuschnitte geschaffen werden können. Dies ist beispielsweise im Zusammenhang mit der Modernisierung und Erweiterung des Rossmann-Drogeriemarkts am Altmarkt gelungen. Wenngleich die Zusammenlegung mehrerer, kleiner Ladenflächen mit umfassenden baulichen Maßnahmen verbunden war, konnte in der Innenstadt damit ein attraktiver und leistungsfähiger Magnetbetrieb geschaffen werden. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten könnte auch der Abriss nicht erhaltungswürdiger Bausubstanz und die Einbeziehung daran angrenzender Nachverdichtungsflächen eine Möglichkeit sein. Um dieser Zielsetzung bei erhaltungswürdigen Gebäuden gerecht werden zu können, muss es sich um ausreichend groß dimensionierte Objekte handeln, die im Einzelfall den Nutzungsanforderungen vollständig gerecht werden.

Gleichwohl erscheint es nicht realistisch, dass die Leerstände kurzfristig und allesamt beseitigt werden können. Um das Erscheinungsbild der Innenstadt jedoch nicht weiter zu belasten, empfiehlt es sich, die entsprechenden Flächen in geeigneter Form zwischenzunutzen. Beispielsweise können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Ort genutzt werden, so wie es z.T. bereits praktiziert wird. Auch erscheinen kleinere Ausstellungen von regionalen Künstlern/Kleinkünstlern geeignet. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren Erscheinungsbild und das der Innenstadt aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen

Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen, um funktionale Lücken zu minimieren und die Bausubstanz zu pflegen. Gebäude mit stark maroder Bausubstanz sollten bei Sanierungsmaßnahmen prioritär behandelt werden, da sie sich stark negativ auf die Wahrnehmung der Innenstadt auswirken.

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leerstehenden Ladeneinheiten. Die Stadt Bischofswerda sollte allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass die Stadt als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Ausstellern/Werbenden fungiert.

Schwerpunktmäßige Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in den prägenden Standortlagen der Stadt Bischofswerda

Um den Einzelhandelsstandort Bischofswerda langfristig zu sichern und zu stärken, haben Dr. Lademann & Partner ein einzelhandelsseitiges Entwicklungspotenzial errechnet, dessen Ausnutzung bis zum Jahre 2030 zu empfehlen ist und welches auf einer verstärkten Bindung der örtlichen Nachfrage sowie einer stärkeren Abschöpfung der Nachfrage aus dem Umland fußt.

Dr. Lademann & Partner empfehlen eine konsequente Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in den definierten zentralen Versorgungsbereichen. Die oberste Priorität bei Ansiedlungsvorhaben sollte dabei der Innenstadt zukommen. Da die historische Altstadt sehr kleinteilig strukturiert ist und keine größeren Flächenpotenziale offenbart, wird dies im Hinblick auf den kurzfristigen Bedarf nur möglich sein, wenn auf bestehende Potenzialflächen im Umfeld der historischen Altstadt zurückgegriffen wird. Kurzfristig erscheint v.a. die Aktivierung der Potenzialfläche an der Stolpener Straße erstrebenswert. Die hier geplante EDEKA-Ansiedlung, für welche bereits bauplanungsrechtliche Schritte eingeleitet wurden, ist insofern zur begrüßen und kann im Zusammenhang mit flankierenden Maßnahmen zur Verbesserung von Wege- und Kundenaustauschbeziehungen zu einer wesentlichen Stärkung des gesamten Stadtzentrums beitragen.

Die im Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage gelegene Einkaufspassage wurde in den vergangenen Jahren bereits umfassend modernisiert und umgebaut. Mit der im Jahr 2019 erfolgten Ansiedlung von Thomas Philipps konnte die Leerstandsquote innerhalb des Zentrums erheblich gesenkt und dessen Funktionsfähigkeit gesteigert und nachhaltig abgesichert werden. Nach Abschluss der Modernisierungsmaßnahmen (z.B. Instandsetzung der Fassade) ergibt sich für dieses Zentrum mittelfristig kein weiterer, wesentlicher Handlungsbedarf.

Um die bestehenden wohngebietsintegrierten Nahversorgungsstandorte abzusichern und diesen ggf. eine maßvolle Weiterentwicklung einzuräumen, sollten keine Neuansiedlungen und Erweiterungen von Betrieben außerhalb der zentralen

Versorgungsbereiche zugelassen werden, wenn diese kein signifikantes fußläufiges Einzugsgebiet aufweisen und keinen eindeutigen Wohngebietsbezug haben. Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der Innenstadt sollte ebenfalls restriktiv behandelt werden. Außerhalb der Zentren sollten grundsätzlich nur nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsvorhaben genehmigt werden. Am ausgewiesenen Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße ist eine bestandsorientierte Entwicklung zu empfehlen. D.h. nahversorgungs- und zentrenrelevante Vorhaben sollten hier nur flächenneutral (z.B. durch die Neubelegung leergefallener, ehemals durch zentrenrelevante Sortimente belegter Ladenlokale) umgesetzt werden. Ein Ausbau bzw. eine Neuentwicklung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente ist zum Schutze der Innenstadt weder am Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße noch am Sonderstandort Drebnitzer Weg zu forcieren.

Um die (begrenzten) Expansionsspielräume der Gesamtstadt für die Innenstadt nutzbar zu machen, sollte der aufgezeigte Entwicklungsrahmen überwiegend von Vorhaben in der Innenstadt ausgenutzt werden. Dies gilt vor allem für nahversorgungsrelevante Sortimente, die hinsichtlich der Absicherung Bischofswerdas als grundzentraler Einzelhandelsstandort von maßgeblicher Bedeutung sind. Sortimentsseitig sehen Dr. Lademann & Partner die größten Entwicklungsspielräume im kurzfristigen Bedarf. Ein erheblicher Ausbau im mittel- und langfristigen Bedarf mit überörtlicher Ausstrahlung ist von raumordnerischer Seite für Bischofswerda auch nicht vorgesehen, zumal das Angebot hier schon relativ groß ist (allerdings v.a. in Streulagen). Die Ansiedlung kleinerer Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere zur einzelhandelsseitigen Aufwertung der Innenstadt und zur Reaktivierung von Leerstandsflächen, ist dennoch zu begrüßen. Hierfür stehen – wenn auch begrenzte – Verkaufsflächen-spielräume zur Verfügung. Dabei ist nochmals auf die Prüfung von Flächenzusammenlegungen hinzuweisen, um attraktivere und zeitgemäße Flächengrößen bzw. -zuschnitte zu schaffen und damit interessierte Einzelhändler in die Innenstadt zu locken oder bereits ansässigen Händlern Erweiterungsmöglichkeiten zu geben.

Bei der Ausdifferenzierung und Attraktivität des Angebots geht es neben einem quantitativen Ausbau durch die Neuansiedlung von mittel- bis großflächigen Magnetbetrieben auch um eine Qualitätssteigerung.

Von Handelsunternehmen werden in der Regel folgende Verkaufsflächengrößen nachgefragt:

- Kleinflächen: 30 bis 100 qm Verkaufsfläche (v.a. lokale und regionale Anbieter, lokale Besonderheiten der Stadt Bischofswerda sind dabei insbesondere hinsichtlich Nischenanbietern auszunutzen);
- Mittelflächen: 100 bis 300 qm Verkaufsfläche (hier spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine Rolle, diese Flächen werden jedoch bereits auch von filialgeführten Unternehmen (z.B. NKD) nachgefragt; die Schaffung solcher Flächen

könnte auch in der Altstadt von Bischofswerda mit überschaubarem Aufwand möglich sein);

- Größere Flächen: 400 bis 600 qm Verkaufsfläche (angesichts der kleinteiligen Struktur der Innenstadt sind diese Flächen äußerst knapp; hier ist zu prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können).
- Die Ansiedlung großflächiger Magnetbetriebe (> 800 qm Verkaufsfläche) wird innerhalb der historischen Altstadt auch zukünftig nicht gelingen. Hierfür muss die Potenzialfläche an der Stolpener Straße aktiviert und in diesem Zusammenhang auch deren Anbindung an die Altstadt verbessert werden.

Aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler

Um das hergeleitete einzelhandelsseitige Entwicklungspotenzial ausschöpfen zu können, ist eine aktive und gezielte Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler notwendig. Auf Basis des vorliegenden Konzepts bzw. dessen zentralen Ergebnissen gilt es, ein Exposé zu verfassen, welches die Stärken und wesentlichen Entwicklungsziele der Stadt Bischofswerda zusammenfassend darstellt. Ein Ausblick auf mögliche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen sollte dabei ebenso enthalten sein wie eine Übersicht leerstehender Ladeneinheiten und potenzieller Flächen für Neubauten bzw. bereits bestehender einzelhandelsrelevanter Planvorhaben.

Mit diesem Exposé gilt es vor allem, Projektentwickler sowie lokale/regionale, aber auch national tätige Filialbetriebe und Franchisenehmer gezielt anzusprechen, von den Standortvorteilen der Stadt Bischofswerda zu überzeugen und Frequenzbringer zu akquirieren. Erfahrungen aus anderen Kommunen haben gezeigt, dass es auch für Mittel- und Kleinstädte bei entsprechendem Einsatz möglich sein kann, attraktive Einzelhandelsanbieter zu gewinnen. Auch stadtinterne Verlagerungsvorhaben (aus der Streulage in die Innenstadt) sind dabei in Betracht zu ziehen. Neben Einzelhändlern erscheint zudem die Ansprache von regional tätigen Gastronomen sinnvoll. Dies kann die Aufenthaltsqualität des Ortskerns verbessern und damit die Verweildauer im Zentrum erhöhen, was wiederum dem lokalen Einzelhandel zu Gute kommt.

Generell erscheint es ratsam, die Bemühungen um neue Einzelhandelsanbieter zwischen der Stadt und den Eigentümern leerstehender Ladeneinheiten bzw. potenzieller Ansiedlungsflächen zu koordinieren und potenzielle Investoren und Einzelhändler gemeinsam anzusprechen.

Weiterhin ist der für ein Grundzentrum spezifische Nahversorgungscharakter zur marktfähigen Positionierung gegenüber den umliegenden zentralen Orten zu stärken (z.B. durch eine qualitative Verbesserung des Angebots, die Ansiedlung sogkräftiger Nahversorgungsformate und die Ansiedlung arrondierender Angebote). Das Grundzentrum Bischofswerda sollte sich dabei hinsichtlich seiner Angebotsausstattung sowie der angebotenen Sortimentsbreite und -tiefe vor allem gegenüber den umliegenden Grundzentren Neustadt i. S., Stolpen und Großröhrsdorf wettbewerbsfähig

aufstellen, um für die Bewohner im ländlich geprägten Umland die präferierte Einkaufsalternative zu bleiben.

Einzelbetriebliche Maßnahmen und Engagement der Gewerbetreibenden

Eine vom breiten Engagement der Gewerbetreibenden getragene Einzelhandels- und Stadtentwicklung wirkt einerseits identitätsstiftend. Andererseits können so Alleinstellungsmerkmale zu anderen Einkaufsorten weiter ausgebaut werden: Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem qualitative Merkmale der Innenstadtangebote, wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale, eine wichtige Rolle. Es können bereits mit einfachen und kurzfristig realisierbaren Maßnahmen, wie mit einem neuen Anstrich der Fassade, positive Wirkungen auf das Umfeld induziert werden.

Die Verbesserung des Marktauftritts und des gesamten Erscheinungsbilds der Einkaufslagen stärken nicht nur die einzelnen Betriebe, sondern auch den Einzelhandelsstandort Bischofswerda insgesamt. Dabei sind folgende Kriterien besonders zu berücksichtigen:

- Das Leistungsspektrum des jeweiligen Betriebs spiegelt sich in der Schaufenstergestaltung wider. Insbesondere im Bereich des Spontankaufs bildet das Schaufenster den attraktivsten und effektivsten Werbeträger eines Unternehmens. Das Schaufenster soll dabei einen Überblick über das angebotene Warenspektrum geben und saison- und anlassgerechte Kaufanregungen geben. Wichtig sind dabei: Ausleuchtung, Attraktivität der Blickfänge, Auszeichnung und Preisschilder, Präsentation der angebotenen Waren und Gesamtwirkung.
- Der Eingangsbereich eines Geschäfts sollte besonders ansprechend gestaltet sein, um den Passanten zum Einkaufen einzuladen und diesen in das Geschäft „hinein zu locken“. Die häufigsten Mängel sind dabei zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung bzw. schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereichs.
- Auch die Innengestaltung eines Ladenlokals hat einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Kunden. Spontane Kaufentscheidungen werden vor allem in einer entspannten Einkaufsatmosphäre angeregt, die durch eine attraktive Warenpräsentation, eine gute Übersichtlichkeit und Kundenführung sowie die optische und funktionale Gliederung der Bereiche geschaffen werden kann. Neben einer ausreichenden Grundausleuchtung wirkt auch die gezielte und akzentuierte Ausleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente stimulierend auf die Verbraucher. In einem Lebensmittelmarkt wirkt sich beispielsweise eine besonders ansprechende Präsentation von frischen Artikeln (wie Obst und Gemüse) äußerst positiv auf das Kaufverhalten der Verbraucher aus.
- Darüber hinaus sollte konsequent an der individuellen Service- und Beratungsqualität gearbeitet werden. Während der Online-Handel vor allem durch den Preisvergleich in Verbindung mit der Bequemlichkeit punktet, wird es zukünftig noch mehr

darum gehen, die Stärken des stationären Handels auszubauen und zu vermarkten (Erlebnis, Haptik, Verfügbarkeit, Service). Wichtig wäre auch die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen).

- Auch lokale Händler können vom Online-Handel profitieren, ohne einen eigenen Online-Shop aufbauen zu müssen. So bietet es sich z.B. an, auf Marktplätzen wie Amazon, Ebay oder real.de Waren anzubieten und damit den potenziellen Kundenkreis zu erweitern. Zwingende Voraussetzung im Zeitalter der Digitalisierung ist aber die Online-Auffindbarkeit (z.B. bei Google/Maps). Um sich bestmöglich zu präsentieren, existiert im besten Fall eine entsprechende Verlinkung auf die unternehmenseigene Homepage.

Allgemeine Handlungsempfehlungen

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Bischofswerdaer Einzelhandels positiv beeinflussen können. Zudem können gezielte Maßnahmen auf eine Stabilisierung der Nachfrageplattform hinwirken:

- Sicherung und Ausbau der Stadt als **Arbeitsplatzstandort**; dabei insbesondere Sicherung der bestehenden Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe sowie zusätzliche Ansiedlung weiterer Betriebe zur Verstetigung des Einpendlerstroms und dem Erhalt bzw. weiteren Ausbau der Arbeitsplatzzentralität; vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so einwohnergängliche Nachfragerückgänge kompensiert werden.
- Profilierung der Stadt als interessanten **Wohnstandort** der Region, um die Einwohnerzahlen in Bischofswerda möglichst zu stabilisieren bzw. deren Rückgang auszu-bremsen. Da in Bischofswerda bereits heute zahlreiche, auch regional bedeutende Arbeitgeber angesiedelt sind, besteht durchaus die Chance, Arbeitnehmer, die täglich nach Bischofswerda einpendeln, von den Wohnqualitäten der Stadt zu überzeugen und dauerhaft im Stadtgebiet zu binden. Dies gilt vor allem im Hinblick auf junge Familien aus Dresden, die durch günstigere Wohnkosten, eine gute Anbindung an Dresden sowie mit dem guten Versorgungsangebot in der Stadt „angelockt“ werden können.
- Kontinuierliche **Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur** (auch ruhender Verkehr und insbesondere ÖPNV), sodass auch Kunden aus den dörflich geprägten Stadtteilen Bischofswerdas die Einzelhandelsangebote in der Kernstadt bequem erreichen können. Damit können Kaufkraftabflüsse an umliegende, derzeit z.T. besser erreichbare Versorgungsstandorte abgeschwächt werden.
- Schaffung/Sicherung eines **investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas**, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung, Warenpräsentation)

regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlungen besteht.

10 Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Mit Stand Juli 2020 liegen in der Stadt Bischofswerda mehrere z.T. sehr konkrete bzw. bereits bauplanungsrechtlich abgesicherte einzelhandelsrelevante Planvorhaben vor. Die geplanten Einzelhandelsentwicklungen sollen zwar primär die Ansiedlung bzw. Verlagerung/Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten umfassen, sehen z.T. aber auch einen weiteren Angebotsausbau im mittel- und langfristigen Bedarf vor. Zudem beziehen sich die Planvorhaben auf unterschiedliche Standortlagen innerhalb des Bischofswerdaer Stadtgebiets. Konkret handelt es sich um die folgenden Vorhaben, die in Kapitel 5.6 bereits näher beschrieben wurden und in der Folge hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bewertet werden sollen.

10.1 Verlagerungsvorhaben von Aldi und Netto

Für den am Güterbahnhof ansässigen Aldi-Discounter ist eine Standortverlagerung an die Bautzener Straße und damit in das nördliche Kernstadtgebiet von Bischofswerda vorgesehen. Da der Bauvorbescheid für die dortige Errichtung eines Aldi-Markts mit einer Verkaufsfläche von maximal 800 qm vom Landratsamt bereits positiv bescheiden wurde und die von der Stadt verhängte Veränderungssperre⁶¹ keine Auswirkungen auf die Umsetzung dieses Planvorhabens hat, steht einem Neubau des Aldi-Markts von baurechtlicher Seite nichts mehr entgegen. Im Zuge der Standortverlagerung wird der Aldi-Markt seine Verkaufsfläche im Vergleich zum Status quo nur geringfügig erweitern, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass mit diesem Vorhaben auch keine wesentlichen Auswirkungen auf die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verbunden sein werden.

Wie bereits in Kapitel 8.2 beschrieben, wird die Standortverlagerung des Aldi-Markts nicht zur Entstehung einer räumlichen Versorgungslücke führen. Mehrere Nahversorger (u.a. Norma in der Schiebock-Passage) werden die flächendeckende, fußläufige Versorgung im südlichen Kernstadtgebiet auch weiterhin gewährleisten. Stattdessen kann mit der Verlagerung des Aldi-Markts eine bestehende, räumliche Versorgungslücke im nördlichen Kernstadtgebiet zwischen der Bautzener Straße und dem Schmöllner Weg geschlossen werden. Das Vorhaben trägt damit insgesamt sogar zur weiteren Verbesserung der flächendeckenden, verbrauchernahen Versorgung im Kern-

⁶¹ Die seit dem 15.06.2019 geltende Veränderungssperre steht im Zusammenhang mit dem Aufstellungsbeschluss für den B-Plan 39 „Einzelhandel“, welcher das gesamte dem § 34 BauGB zuzuordnende Stadtgebiet (mit Ausnahme der Schiebock-Passage und den peripheren Ortsteilen) umfassen soll und dessen Grundlage das aktualisierte Einzelhandels- und Zentrenkonzept darstellen wird. Die Veränderungssperre dient der Vorbeugung weiterer, unregulierter Einzelhandelsentwicklungen und soll perspektivisch durch den rechtskräftigen Beschluss des B-Plans 39 „Einzelhandel“ und dessen Festsetzungen abgelöst werden.

stadtgebiet von Bischofswerda bei, ohne dabei die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsperspektiven der zentralen Versorgungsbereiche einzuschränken. Damit ist dieses Vorhaben mit den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts vereinbar.

Der bestehende Netto-Markt an der Belmsdorfer Straße plant die Verlagerung seines Standorts innerhalb des südlichen Kernstadtgebiets. Die benötigte Genehmigung zur Neuerrichtung eines Netto-Markts mit einer Verkaufsfläche von maximal 800 qm auf einem Grundstück zwischen der Neustädter Straße, dem Drebnitzer Weg und der Süßmilchstraße wurde von Seiten des Landratsamts bereits erteilt. Da es sich auch hierbei um einen Einzelhandelsbetrieb handelt, der die Schwelle zur Großflächigkeit nicht überschreitet, hat die von der Stadt erlassene Veränderungssperre auch in diesem Fall keine Auswirkungen auf die Umsetzung des Vorhabens.

Da sich das Vorhabengrundstück in räumlicher Nähe zum Netto-Bestandsstandort an der Belmsdorfer Straße befindet und die im fußläufigen Einzugsbereich des bestehenden Netto-Markts befindlichen Wohnbereiche auch vom zentral gelegenen Norma-Markt in der Schiebock-Passage abgedeckt werden, wird es auch in Verbindung mit diesem Verlagerungsvorhaben nicht zur Entstehung einer räumlichen Versorgungslücke kommen. Die flächendeckende, verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im südlichen Kernstadtgebiet wird auch weiterhin gewährleistet werden. Da der Netto-Markt seine Verkaufsfläche im Kontext mit der geplanten Standortverlagerung nur marginal erweitern wird, ist zudem nicht davon auszugehen, dass die zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere das Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage) durch das Vorhaben in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt werden. Insofern steht auch dieses Vorhaben im Einklang mit den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.

10.2 Weiterentwicklung des Sonderstandorts Carl-Maria-von-Weber-Straße

Der Eigentümer der Einzelhandelsimmobilie an der Carl-Maria-von-Weber-Straße 1, welche derzeit im Wesentlichen von den beiden großflächigen Einzelhandelsbetrieben Rewe und Adler genutzt wird, plant eine Weiterentwicklung. Die Pläne des Eigentümers sehen vor, eine Bäckerei mit angegliedertem Café auf einem Teil der Stellplatzfläche zu errichten. Weiterhin geht aus den der Stadt vorliegenden Planungsunterlagen⁶² hervor, dass zusätzlich die Neuansiedlung eines Drogeriemarkts mit einer Verkaufsfläche von etwa 850 qm im westlichen Teil des Gebäudes beabsichtigt wird. Darüber hinaus soll eine „partielle Anpassung der Verkaufsflächen an den sich entwickelnden Bedarf“

⁶² Diese wurden im Zusammenhang mit dem gestellten Antrag zur Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplans Nr. 5, in dessen Geltungsbereich sich die betreffenden Grundstücke befinden, bei der Stadt eingereicht und umfassen neben der geplanten Flächenaufstellung auch eine zeichnerische Darstellung der Planungen.

ermöglicht werden. Wenngleich nicht abschließend geklärt wird, was mit dieser „partiellen Anpassung“ gemeint ist, kann der vom Antragsteller bereitgestellten Flächenaufstellung entnommen werden, dass jedenfalls keine signifikante Erweiterung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe vorgesehen ist.

Aus der Sicht der Gutachter ist die geplante Ansiedlung eines Drogeriemarkts an der Carl-Maria-von-Weber-Straße in jedem Fall abzulehnen. Dieser würde in einen unmittelbaren Wettbewerb mit dem Rossmann-Drogeriemarkt in der Bischofswerdaer Altstadt treten. Da moderne Drogeriefachmärkte i.d.R. auf Einzugsgebiete mit etwa 20.000 Einwohnern abzielen, ist das Marktpotenzial⁶³ durch die bestehende Rossmann-Filiale bereits weitgehend ausgeschöpft. Die Ansiedlung eines weiteren Drogeriefachmarkts würde somit unweigerlich zu einem scharfen Verdrängungswettbewerb führen. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage, der nochmals größeren Dimensionierung (geplant sind etwa 850 qm Verkaufsfläche) und den Agglomerationseffekten mit den weiteren, am Standort ansässigen Fachmärkten (z.B. Rewe) würde der neu anzusiedelnde Drogeriemarkt zudem Wettbewerbsvorteile genießen, was den Rossmann-Drogeriemarkt am Altmarkt zusätzlich unter Druck setzen würde. Entsprechend ist mit erheblichen Umsatzumverteilungswirkungen zu Lasten von Rossmann zu rechnen, die möglicherweise eine Bestandsgefährdung dieses Anbieters nach sich ziehen könnten⁶⁴.

Sollte das aufgezeigte Szenario eintreten, würde die Altstadt seinen derzeit wichtigsten Frequenzbringer verlieren und in ihrer Funktionsfähigkeit erheblich geschwächt werden. Die erfolgten, großen Bemühungen zur Neuaufstellung des Rossmann-Drogeriemarkts im Zuge von Flächenzusammenlegungen und umfangreichen Umbaumaßnahmen am Altmarkt wären durch das Ansiedlungsvorhaben an der Carl-Maria-von-Weber-Straße konterkariert worden. Da eine typgleiche bzw. typähnliche Nachnutzung der von Rossmann genutzten Geschäftsfläche im periodischen Bedarf (z.B. durch einen Lebensmittelmarkt) angesichts der begrenzten Marktpotenziale kaum realistisch wäre, würde die Bischofswerdaer Innenstadt große Teile ihrer vorhandenen Grundversorgungsfunktion einbüßen, was im Kontext der grundzentralen Versorgungsfunktion Bischofswerdas und der anzustrebenden Stärkung der Innenstadt nicht hinnehmbar wäre. Da auch eine Nachnutzung der Rossmann-Fläche durch einen Anbieter mit aperiodischen Kernsortimenten keinesfalls gesichert wäre, kann auch die Entstehung eines längerfristigen, städtebaulichen Missstandes in Form einer strukturellen und großen Leerstandsfläche nicht ausgeschlossen werden. Dies wiederum

⁶³ Im Marktraum der Stadt Bischofswerda leben derzeit rd. 24.400 Personen (siehe hierzu Kapitel 4). Dies sichert dem Rossmann-Drogeriemarkt derzeit eine stabile und auskömmliche Umsatzplattform. Aufgrund der prognostizierten, deutlichen Bevölkerungsrückgänge innerhalb des Marktgebiets (bis 2030 werden voraussichtlich nur noch rd. 22.400 Personen im Marktgebiet leben) wird das Markt- bzw. Umsatzpotenzial deutlich sinken, was bei gleichbleibender Angebotssituation per se zu Umsatzrückgängen bei den Bestandsanbietern führen wird.

⁶⁴ Dies wäre im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsuntersuchung aber genauer zu untersuchen.

würde die Leerstandsproblematik im Altstadtkern weiter verschärfen und könnte einen negativen Einfluss auf das unmittelbare Umfeld haben⁶⁵.

Selbst wenn Rossmann nicht aufgeben sollte, würde die Innenstadt ihren Alleinstellungscharakter als einziger Einzelhandelsstandort mit Drogeriemarkt verlieren und Rossmann damit in seiner Rolle als Frequenzbringer der Innenstadt eingeschränkt werden. Insofern sollte der Bestandssicherung des Rossmann-Drogeriemarkts im Bischofswerdaer Stadtkern eine hohe Priorität eingeräumt werden.

Mit Blick auf den im Rahmen von Kapitel 7 ermittelten Expansionsrahmen im kurzfristigen Bedarf (maximal rd. 1.450 qm) lässt sich feststellen, dass sich die Ansiedlung eines Drogeriemarkts mit 850 qm Verkaufsfläche bei gleichzeitiger Umsetzung der benannten (und bereits genehmigten) Verlagerungsvorhaben von Aldi und Netto und der priorisierten Neuansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts in der Innenstadt nicht darstellen ließe. Der obere Wert des Expansionsrahmens, der bereits eine Umsatzumverteilung von rd. 7 % berücksichtigt, würde in jedem Fall deutlich überschritten werden, was letztlich erhebliche Umsatzumverteilungswirkungen hervorrufen würde. Dies wiederum würde mit hoher Wahrscheinlichkeit zu Betriebsgefährdungen von Bestandsanbietern führen, was im Rahmen eines einzelfallbezogenen Verträglichkeitsgutachtens zwar noch abschließend bewertet werden müsste, aber angesichts des begrenzten Verkaufsflächenrahmens zu erwarten wäre.

Somit lässt sich zusammenfassend festhalten, dass die Neuansiedlung eines Drogeriemarkts am Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße nicht mit den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts vereinbar wäre.

Diese würde im Gegenteil zu einer Funktionsschwächung des Altstadtkerns führen und dessen Entwicklungsperspektiven erheblich einschränken. Da der Handelsstandort an der Carl-Maria-von-Weber-Straße auch nicht länger als zentraler Versorgungsbereich, sondern als Sonderstandort für den großflächigen Einzelhandel eingestuft wird, würde die geplante Ansiedlung eines großflächigen Drogeriemarkts gegen das städtebauliche Integrationsgebot gemäß LEP 2013 Sachsen verstoßen, wonach eine Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten nur in städtebaulich integrierter Lage bzw. in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig ist.

Die am Standort ebenfalls geplante Errichtung eines Backshops mit angegliedertem Café sehen Dr. Lademann & Partner hingegen unkritisch, da der damit verbundene Verkaufsflächen- und Umsatzzuwachs überschaubar ausfallen und die Einrichtung dieses Angebots eher der Verbesserung des gastronomischen Angebots und der Erhöhung der Verweilqualität am Standort dienen würde. Wenngleich das vom Antragsteller zur

⁶⁵ Leerstand ist durch das äußere Erscheinungsbild der Immobilie in den meisten Fällen unmittelbar erkennbar, was einen direkten Einfluss auf das nachbarschaftliche Umfeld haben kann und zu dessen Abwertung beiträgt. Aufgrund seiner negativen Ausstrahlungseffekte hat Leerstand somit eine sich selbst verstärkende Wirkung, da andere Häuser bzw. Geschäftsflächen „angesteckt“ werden können. Besonders in innerstädtischen Geschäftsbereichen führt struktureller Leerstand zu einer Verminderung von Aufenthaltsqualitäten und der Einkaufsatmosphäre, was wiederum die Kundenfrequenz insgesamt verringert und sich dämpfend auf das Umsatzpotenzial der bestehenden Anbieter auswirkt.

Verfügung gestellte Flächenkonzept keine signifikante Verkaufsflächenausdehnung der Bestandsanbieter (v.a. Rewe und Adler) nahelegt, sollte einer wesentlichen Verkaufsflächenerweiterung im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bedarf an diesem Sonderstandort restriktiv begegnet werden. Bereits heute findet sich hier ein erheblicher Verkaufsflächenbestand im kurz- und mittelfristigen Bedarf, der zum Schutz der städtischen Zentren nicht weiter ausgebaut werden sollte. Da die Magnetbetriebe Adler und Rewe über großzügige und absolut zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierungen verfügen und damit leistungsfähig aufgestellt sind, erscheint eine weitere Verkaufsflächenerweiterung – über geringfügige Anpassungen und Modernisierungen hinaus – auch nicht angezeigt.

Eine Änderung des B-Plans sollte insofern nur dahingehend erfolgen, dass die Ansiedlung eines Cafés sowie eine bestandsorientierte Anpassung des Objekts ermöglicht wird, ohne signifikantem Ausbau der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente.

10.3 Neuentwicklung eines Fachmarktzentrums am Standort Neustädter Straße/Drebnitzer Weg

In Verbindung mit der geplanten Standortverlagerung von Netto an die Neustädter Straße/den Drebnitzer Weg plant der Projektentwickler und Grundstückseigentümer zusätzlich die Entwicklung eines Fachmarktzentrums. Den bei der Stadt Bischofswerda eingereichten Unterlagen kann entnommen werden, dass neben der Standortverlagerung von Netto auch die Neuansiedlung eines Drogeriemarkts sowie die Neuansiedlung mehrerer Fachmärkte mit innenstadttypischen Sortimenten (v.a. Bekleidung/Schuhe) vorgesehen ist.

Während die Netto-Verlagerung allein noch kein großflächiges Einzelhandelsvorhaben darstellt, würde bei der zusätzlichen Ansiedlung weiterer, auch nicht großflächiger Betriebe das Agglomerationsverbot gemäß Z 2.3.2.7 des LEP Sachsen 2013 greifen. Hiernach kann auch eine Ansiedlung mehrerer an sich nicht großflächiger Handelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zueinander, dieselben raumordnerischen Auswirkungen auslösen wie eine einzelne großflächige Einzelhandelseinrichtung und ist somit auch denselben raumordnerischen Zielen unterworfen. Entsprechend hat die Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 39 Einzelhandel bzw. die damit in Verbindung stehende Veränderungssperre auch unmittelbare Auswirkungen auf die Umsetzung des Vorhabens. Ein vom Vorhabenträger gestellter Antrag auf Einleitung eines Bauleitplanverfahrens für den Standort an der Neustädter Straße wurde von Seiten der Stadt mit dem Verweis auf einen Widerspruch zu den Planungszielen des in Aufstellung befindlichen Bebauungsplans Nr. 39 zunächst abgelehnt.

Dr. Lademann & Partner sehen das beschriebene Gesamtvorhaben an einem Standort außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kritisch.

Hierdurch würde ein neuer, sogkräftiger Einzelhandelspol entstehen, der Verbraucher aus Bischofswerda sowie aus dem ländlichen Umland gleichermaßen anspricht. Dies würde zu einer weiteren Zersplitterung der Bischofswerdaer Einzelhandelsstruktur führen. Da am Standort v.a. die Ansiedlung von Fachmarktformaten mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vorgesehen ist, würde dieses Vorhaben auch zu Lasten der Innenstadt gehen und deren Entwicklungsperspektiven einschränken. Gemäß den Zielsetzungen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist die Innenstadt jedoch als Vorrangstandort für die Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente zu behandeln.

Wie bereits ausführlich beschrieben, verfügt die Stadt Bischofswerda schon heute über ein differenziertes und breites Angebot im mittelfristigen Bedarf, was für Grundzentren eher untypisch ist. Die Ansiedlung weiterer Anbieter innenstadttypischer Sortimente kann also nicht zu den prioritären Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Bischofswerda gezählt werden. In diesem Zusammenhang sei auch auf die in Kapitel 7 ermittelten Verkaufsflächen- bzw. Expansionsspielräume hingewiesen. Für den mittelfristigen Bedarf ergibt sich ein überschaubarer Flächenrahmen von 200 bis maximal 800 qm, wobei der obere Wert der Spannbreite bereits eine Umsatzumverteilung unterstellt, die ohnehin kriselnde Anbieter bereits hart treffen könnte. Insofern wäre genaustens abzuwägen, ob die ermittelte Spannbreite vollständig ausgenutzt werden sollte. Für eine Ansiedlung mehrerer Fachmarktformate, wie sie in Bischofswerda bereits an verschiedenen Standorten außerhalb der Innenstadt existieren, reicht der ermittelte Expansionsspielraum im mittelfristigen Bedarf nicht aus. Ohnehin sollten die Verkaufsflächenspielräume im mittelfristigen Bedarf konsequent in der Innenstadt ausgenutzt werden.

Die im vorherigen Unterkapitel 10.2 dargelegten Ausführungen zur Ansiedlung eines weiteren Drogeriefachmarkts im Stadtgebiet von Bischofswerda gelten auch für den Planstandort an der Neustädter Straße. Angesichts der ebenfalls verkehrsgünstigen Lage des Standorts und der Agglomerations- und Kopplungseffekte mit den weiteren am Standort geplanten Fachmärkten (u.a. Netto), hätte ein Drogeriemarkt auch hier Wettbewerbsvorteile gegenüber dem in der Altstadt ansässigen Rossmann-Drogeriemarkt. Die unvermeidbaren Umsatzrückgänge könnten Rossmann in seiner Existenz bedrohen und letztlich zum Marktaustritt dieses Magnetbetriebs der Innenstadt führen. Damit wären eine rückläufige Kundenfrequenz im Altstadtbereich und die erhebliche Schwächung der Innenstadt bis hin zu einem vollständigen Funktionsverlust verbunden.

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass sich nur etwa 600 Meter südöstlich des Planstandorts an der Neustädter Straße das Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage befindet. Während die geplante und baurechtlich abgesicherte Standortverlagerung

von Netto allein voraussichtlich keine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Schiebock-Passage hervorrufen würde, kann dies für die Neuentwicklung eines Fachmarktzentrums nicht pauschal ausgeschlossen werden⁶⁶. Die zusätzliche Neuansiedlung eines Drogeriemarkts würde zu einer deutlichen Erhöhung des Verkaufsflächenumfangs nahversorgungsrelevanter Sortimente am Standort führen, was die Auswirkungen auf umliegende Handelsstandorte erhöht. Zudem würde mit der Etablierung eines neuen, nahversorgungsorientierten Einzelhandelspols eine erhebliche Umlenkung der Nachfrageströme innerhalb des südlichen Kernstadtgebiets einhergehen. Von den Verbundeffekten mit einem Drogeriemarkt und den weiteren am Standort geplanten Fachmarktanbietern würde auch der Netto-Markt profitieren. Dies würde sich positiv auf dessen Attraktivität und Flächenleistung auswirken und den Wettbewerbsdruck auf vergleichbare Anbieter nochmals erhöhen. Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen (Netto und Norma stehen als discountorientierte Märkte in einem unmittelbaren Wettbewerb zueinander) würde v.a. das gerade erst wieder stabilisierte Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage von Umsatzrückgängen betroffen sein.

Die räumliche Entfernung zur Innenstadt sowie die als städtebauliche Barriere wirkende Bahntrasse lassen auch nicht erwarten, dass die Umsetzung dieses Vorhabens der Innenstadt zuträglich wäre. An dieser Stelle – zwischen Innenstadt und Nahversorgungszentrum – noch einen weiteren zentralen Versorgungsbereich auszuweisen wäre weder versorgungsstrukturell notwendig und begründbar noch städtebaulich im Sinne des Zentrenschutzes sinnvoll.

Zusammenfassend lässt sich für das Gesamtvorhaben an der Neustädter Straße in seiner jetzigen Planung festhalten, **dass es aufgrund des erheblichen Gefährdungspotenzials für die zentralen Versorgungsbereiche den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts entgegensteht**. Da die derzeitige Vorhabenkonzeption eine Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von deutlich mehr als 800 qm vorsieht und sich der Standort an der Neustädter Straße außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche befindet, stünde das Gesamtvorhaben außerdem in einem Konflikt zum städtebaulichen Integrationsgebot gemäß LEP Sachsen 2013, welches im Rahmen der Bauleitplanung als Ziel der Raumordnung zwingend zu beachten wäre und nicht „weggewogen“ werden kann.

Wie bereits beschrieben, könnte ein solches Vorhaben auch dazu führen, dass die tradierten Zentren in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt werden. Mit Rossmann am Altmarkt und Norma in der Schiebock-Passage stehen gerade die für die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche so wichtigen Betriebe im unmittelbaren Wettbewerb mit dem skizzierten Vorhaben an der Neustädter Straße. Eine (nicht

⁶⁶ Für diesen Fall müsste der Vorhabenträger zwingend einen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsnachweis erbringen, der negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung in Bischofswerda ausschließt (Beeinträchtigungsgebot).

unwahrscheinliche) vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe würde nicht nur zu einer Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch zu einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung führen. Dies stellt einen weiteren Verstoß gegen die verbindlichen Ziele der Raumordnung (Beeinträchtigungsverbot) dar. **Somit bleibt für dieses Vorhaben auch festzuhalten, dass dessen Umsetzung mit erheblichen genehmigungsrechtlichen Schwierigkeiten verbunden wäre.** Selbst wenn sich die Stadt Bischofswerda dazu entschließen würde, dieses Vorhaben voranzutreiben, wäre keinesfalls gesichert, dass hierfür letztlich die notwendige Genehmigung erteilt wird.

Vorstellbar wäre am Standort hingegen die Ergänzung des Netto-Markts durch einen oder mehrere Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dies wäre auch aus raumordnerischer Perspektive denkbar, sofern diese Fachmärkte über eine für ein Grundzentrum angemessene Größendimensionierung verfügen und am Standort insgesamt nicht mehr als 800 qm Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente vorgehalten werden (ansonsten läge wiederum ein Verstoß gegen das städtebauliche Integrationsgebot vor). Da der anzusiedelnde Netto-Discounter bereits in erheblichem Umfang zentrenrelevante Sortimente vorhält, ist bei der Ansiedlung von Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten besonders auf den Umfang zentrenrelevanter Randsortimente zu achten.

Da die Angebotsausstattung im langfristigen Bedarf, v.a. vor dem Hintergrund des grundzentralen Versorgungsauftrags Bischofswerdas, insgesamt bereits als relativ hoch zu bewerten ist und damit verbunden auch nur noch ein überschaubarer Verkaufsflächenspielraum besteht (siehe Kapitel 7), käme v.a. die Ansiedlung kleinerer Fachmarktformate in Frage, welche in Bischofswerda derzeit noch nicht angesiedelt sind. Zur Schließung bestehender Angebotslücken oder zur Standortoptimierung bereits in Bischofswerda ansässiger Betriebe kämen dabei beispielsweise die folgenden Formate in Frage:

- ein Tierfutterfachmarkt (z.B. Fressnapf);
- ein kleinerer Möbelanbieter (z.B. Dänisches Bettenlager);
- ein kleineres Baumarktformat (z.B. Sonderpreis Baumarkt);
- ein Sport- und Freizeitmarkt (z.B. ein Fahrradfachmarkt oder auf ein auf Sportartikel spezialisierter Fachanbieter).

10.4 Ansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts im Innenstadtbereich

Auf einem Areal zwischen der Stolpener Straße und dem Flussverlauf der Wesenitz bzw. dem Freibad Bischofswerda südwestlich des Altstadt-kerns ist die **Neuansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts** geplant. Das Projektareal umfasst neben der derzeit von einem Diska-Markt belegten Immobilie auch die westlich daran angrenzende Park- platzfläche. Das unmittelbar an den Diska-Markt angrenzende Büro- und Geschäfts- haus (u.a. Reno) soll hingegen erhalten bleiben. Die derzeitigen Planungen sehen für den EDEKA-Markt eine Verkaufsfläche von maximal 2.000 qm samt zugehöriger Stell- platzanlage vor.

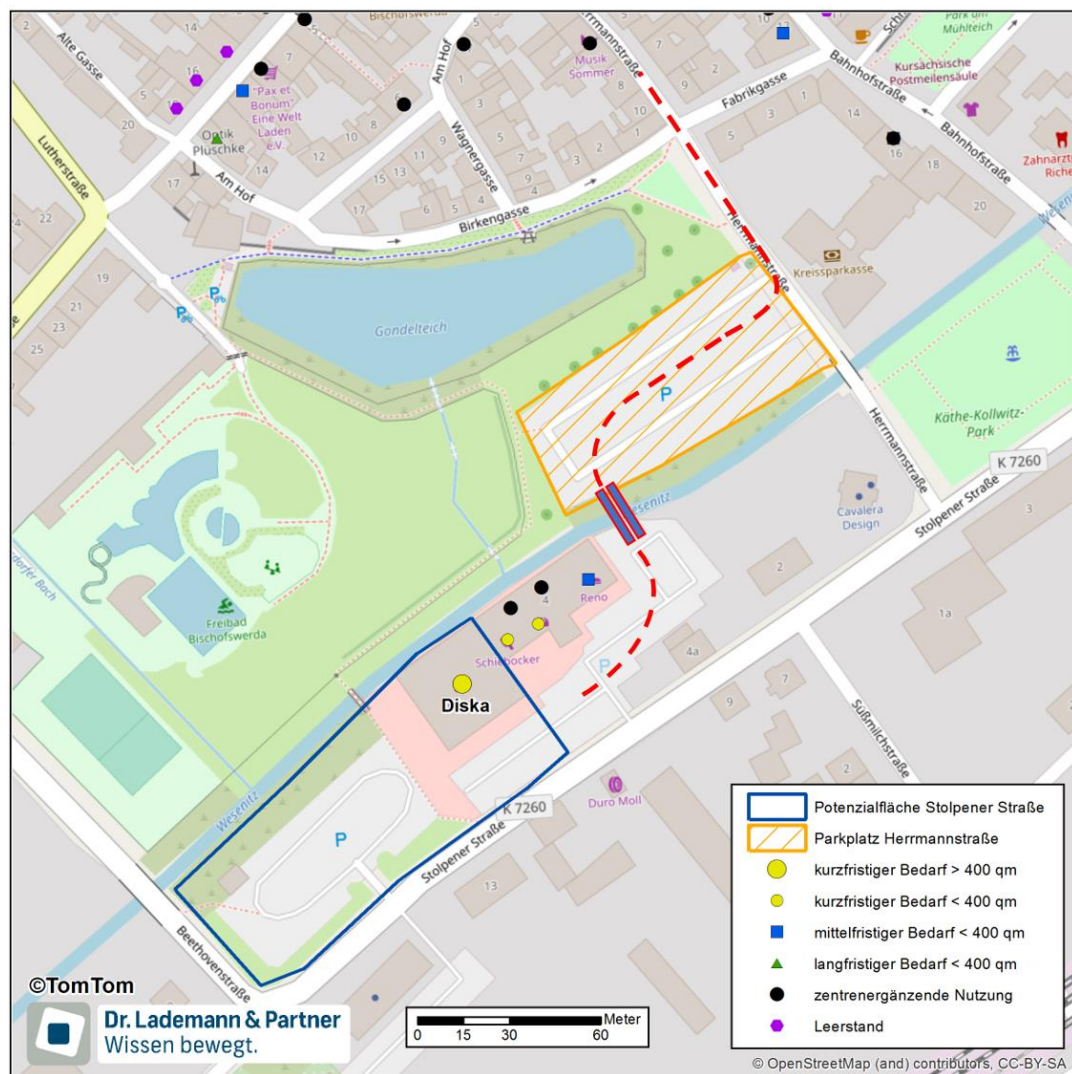


Abbildung 42: Mögliche neue Laufachse nach Umsetzung der städtebaulichen Maßnahmen

Im Zusammenhang mit der geplanten EDEKA-Ansiedlung beabsichtigt die Stadt Bischofswerda die Durchführung flankierender, städtebaulicher Maßnahmen, die in erster Linie auf eine **bessere räumlich-funktionale Verknüpfung des Ergänzungs-**

standorts an der Stolpener Straße mit dem Altstadt kern abzielen sollen. Zunächst soll, parallel zum Neubau des EDEKA-Verbrauchermarkts, eine neue Fußgängerbrücke über die Wesenitz errichtet werden. Diese wird voraussichtlich östlich des Gebäudekomplexes entstehen und somit eine unmittelbare Fußwegeverbindung zwischen dem Areal an der Stolpener Straße und der Herrmannstraße, welche in Richtung Altmarkt führt, herstellen (siehe hierzu Abbildung 44 auf der nachfolgenden Seite). Als weiterführende Maßnahme wird bei der Stadt zudem eine Asphaltierung und Umstrukturierung des Parkplatzes westlich der Herrmannstraße diskutiert. Damit sollen die Wegebeziehungen zwischen dem Areal an der Stolpener Straße und der historischen Altstadt weiter aufgewertet und somit die Kundenführung im gesamten Innenstadtbereich verbessert werden.

Mit der Ansiedlung eines Verbrauchermarkts auf dem benannten Areal wird die Bischofswerdaer Innenstadt einen sogkräftigen, frequenzbringenden und großflächigen Magnetbetrieb hinzugewinnen, welcher der Innenstadt in ihrer jetzigen Struktur fehlt. Durch eine zusätzliche Ertüchtigung der Laufwegebeziehungen kann das Planareal an der Stolpener Straße zudem stärker an die Bischofswerdaer Altstadt angegliedert werden. Von dieser neu entstehenden Laufachse und den Frequenzerhöhungen können weite Teile der Bischofswerdaer Innenstadt (u.a. Bereich Herrmannstraße/Bahnstraße sowie der Altmarkt) profitieren. Insgesamt ist auch eine deutliche Erhöhung der Kopplungseffekte zu erwarten. Verbraucher (insbesondere auch aus dem Bischofswerdaer Umland), die ursächlich den Verbrauchermarkt aufsuchen, könnten aufgrund der Zeit- und Wegekosteneinsparung zu einem Besuch und dem weiteren Einkauf in der Innenstadt animiert werden. Um diese Kopplungseffekte zu fördern, sollten zusätzlich zu den baulichen Maßnahmen auch Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen (z.B. eine verstärkte Ausschilderung) angestoßen werden.

Insgesamt trägt das Vorhaben damit zu einer handelsseitigen bzw. funktionalen wie auch baulich-räumlichen Aufwertung des Innenstadtbereichs bei und steht somit im Einklang mit den zentralen Zielstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.

Die Analyse der Nahversorgungsstruktur im Grundzentrum Bischofswerda hat ergeben, dass in der Stadt derzeit eine erhebliche Schieflage zu Gunsten discountorientierter Anbieter besteht. Derzeit gibt es im gesamten Stadtgebiet nur einen vollsortimentierten Anbieter, während insgesamt sieben Lebensmitteldiscounter am Markt aktiv sind. Hinzukommt, dass der Rewe-Verbrauchermarkt am Siedlungsrand der Kernstadt gelegen ist und damit nur für einen geringen Teil der Bischofswerdaer Bevölkerung fußläufig erreichbar ist. Entsprechend wäre die Ansiedlung eines Vollversorgers in zentraler Lage bzw. im Innenstadtbereich wünschenswert. Das Planvorhaben trägt somit auch zu einer weiteren Qualifizierung der Nahversorgung bei und stärkt somit die grundzentrale Versorgungsfunktion Bischofswerdas, was den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts voll und ganz entspricht. Darüber hinaus

kann der geplante Verbrauchermarkt durch seine Innenstadtlage als Gegenpol zum bestehenden Rewe-Verbrauchermarkt am randstädtischen Standort Carl-Maria-von-Weber-Straße fungieren und damit nicht nur die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt erheblich ausbauen und stärken, sondern auch in der Peripherie gebundene Kaufkraft in die Innenstadt zurückholen.

Wenngleich die bestehende hohe Versorgungsausstattung, die sich in einer überdurchschnittlichen nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächendichte (rd. 950 qm/1.000 Einwohner bezogen auf das Stadtgebiet von Bischofswerda) und einer bereits hohen Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarf (rd. 135 %) ausdrückt, vor dem Hintergrund des weiträumigen überörtlichen Verflechtungsbereichs zu relativieren ist, wird das Planvorhaben auch zu spürbaren Umsatzrückgängen an bestehenden Nahversorgungsstandorten im Bischofswerdaer Stadtgebiet führen. Diese wären jedoch hinnehmbar, solange dadurch keine Betriebsaufgaben von Nahversorgern drohen, die für die wohnortnahe Grundversorgung eine maßgebliche Bedeutung haben (v.a. Lidl in der Friedrich-List-Straße) oder in Zentren angesiedelt sind (Norma in der Schiebock-Passage). Für die abschließende Bewertung, ob das Vorhaben keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung erwarten lässt und mit den Zielen der Raumordnung in Einklang steht, ist daher noch ein auf das konkrete Vorhaben bezogener Verträglichkeitsnachweis erforderlich. Ein solches Gutachten gibt Aufschluss darüber, ob das Planvorhaben genehmigungsfähig ist oder ggf. noch modifiziert werden muss⁶⁷.

Hinsichtlich der Kompatibilität mit den Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sind die bestehenden Planvorhaben differenziert zu bewerten. Während die geplanten (und bereits genehmigten) Standortverlagerungen von Aldi und Netto v.a. die flächendeckende, verbrauchernahe Versorgung absichern bzw. diese nicht gefährden, trägt die geplante Ansiedlung von EDEKA an der Stolpener Straße zur Stärkung der Innenstadt und zur weiteren Qualifizierung der Nahversorgungsstruktur bei. Insgesamt tragen alle drei Vorhaben auch der grundzentralen Versorgungsfunktion Bischofswerdas Rechnung und sind somit zielkonform.

⁶⁷ Da der auf der Potenzialfläche an der Stolpener Straße ansässige Diska-Markt im Zuge der EDEKA-Ansiedlung aufgegeben werden soll, wäre das EDEKA-Vorhaben als Erweiterungsvorhaben und nicht als vollständige Neuansiedlung zu prüfen. Entsprechend wäre auch nur der mit dem Vorhaben verbundene Verkaufsflächenzuwachs gegenüber dem Status Quo prüfungsrelevant, sodass das Vorhaben auch nicht den für den kurzfristigen Bedarf ermittelten Expansionsrahmen übersteigen würde. Dies stellt ein erstes Indiz dafür dar, dass sich das skizzierte EDEKA-Vorhaben verträglich in die bestehenden Einzelhandelsstrukturen einfügen würde.

Die geplanten Entwicklungen am Drebnitzer Weg und der Carl-Maria-von-Weber-Straße sind hingegen kritisch zu sehen, da sie in erheblicher Konkurrenz zu den städtischen Zentren stehen und deren Funktionsfähigkeit beeinträchtigen können. Beide Vorhaben stünden auch in einem Konflikt mit den verbindlichen Zielen der Raumordnung. Am Drebnitzer Weg wäre allerdings eine Ergänzung des Netto-Discounters durch kleinere Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Tierfutterfachmarkt) denkbar, sofern der Umfang zentrenrelevanter Sortimente eine Verkaufsfläche von insgesamt 800 qm am Standort nicht überschreitet.

11 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bischofswerda Folgendes festhalten:

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Bischofswerda sind durch den steigen Bevölkerungsrückgang, die fortschreitende demografische Alterung und ein auch im regionalen Vergleich unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund sind die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Bischofswerda überwiegend restriktiv zu bewerten. Gleichwohl sind in Bischofswerda zahlreiche, z.T. auch regional bedeutsame Unternehmen angesiedelt. Die Arbeitsplatzzentralität erreicht damit verbunden einen relativ hohen Wert, was sich in einem positiven Pendlersaldo widerspiegelt. Hiervon kann auch der lokale Einzelhandel profitieren, sofern ein attraktives Angebot vorgehalten wird.

Von Seiten der Raumordnung wird der Stadt Bischofswerda eine grundzentrale Versorgungsfunktion zugewiesen. Als Grundzentrum soll Bischofswerda die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs sicherstellen. Aufgrund der relativ großen räumlichen Entfernung zu den nächstgelegenen Zentralen Orten wird für Bischofswerda ein relativ weiträumiger, überörtlicher Verflechtungsbereich festgelegt, auf welchen sich der grundzentrale Versorgungsauftrag ebenfalls bezieht. Dies sichert dem Bischofswerdaer Einzelhandel zusätzliche Umsatzpotenziale, stellt die Stadt gleichzeitig aber auch vor die Herausforderung, adäquate Versorgungsstrukturen für eine beachtliche Bevölkerungsplattform bereitzustellen.

Das Marktgebiet des Bischofswerdaer Einzelhandels umfasst, wie es auch die Raumordnung vorgibt, neben dem eigenen Stadtgebiet die dörflich geprägten Umlandgemeinden Burkau, Rammenau, Schmölln-Putzkau, Großharthau, Demitz-Thumitz und Frankenthal. Damit leben im Marktgebiet insgesamt etwa 24.400 Personen, wovon der überwiegende Teil auf das Umland entfällt. Vor dem Hintergrund des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs in der Region wird sich die Bevölkerungsplattform im Marktgebiet perspektivisch weiter verringern. Damit verbunden wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2030 auf rd. 138 Mio. € sinken.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Bischofswerda rd. 32.800 qm. Mit Blick auf die unterschiedlichen Bedarfsgruppen (kurz-, mittel- und langfristig) zeigt sich eine relativ ausgeglichene Verkaufsflächenstruktur, was für ein Grundzentrum untypisch ist und eher dem Charakter eines Mittelzentrums entspricht. Neben dem kurzfristigen Bedarf, der für die Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion maßgeblich ist, ist Bischofswerda insbesondere auch in den Segmenten Bekleidung/Schuhe, Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf stark aufgestellt. Auf die Bischofswerdaer Innenstadt entfallen lediglich rd. 16 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots, was als deutlich ausbaufähig zu bewerten ist. Sowohl im

kurzfristigen- als auch im mittelfristigen Bedarf steht die Innenstadt im Wettbewerb mit dispers im Kernstadtgebiet verteilten Handelsstandorten (z.B. Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße). **Insgesamt weist Bischofswerda eine stark zersplitterte Einzelhandelsstruktur auf.**

Die Bischofswerdaer Innenstadt setzt sich im Wesentlichen aus der überwiegend sehr kleinteilig strukturierten, historischen Altstadt sowie dem ergänzenden Handelsstandort an der Stolpener Straße zusammen. Während die ehemals von Penny genutzte, größere Leerstandsfläche an der Stolpener Straße mittlerweile durch einen Diska-Markt nachgenutzt werden konnte, ist die **Leerstandssituation** in der Altstadt insgesamt als angespannt zu beurteilen. Dabei konzentrieren sich die Ladenleerstände nicht mehr nur auf die Randlagen, sondern sind z.T. bereits am Altmarkt und den direkt daran angrenzenden Bereichen präsent. In Verbindung mit einem vergleichsweise hohen Anteil an Dienstleistungsnutzungen im Innenstadtbereich wird somit deutlich, dass es zunehmend schwieriger wird, innerstädtische Ladenlokale erfolgreich mit Einzelhandelsnutzungen zu belegen.

Verglichen mit anderen Grundzentren weist die **Verkaufsflächendichte** in Bischofswerda größtenteils überdurchschnittliche Werte auf. Dies gilt auch für einige Segmente des mittel- und langfristigen Bedarfs. Hier verfügt die Stadt über eine Angebotsausstattung, die sich üblicherweise eher in Mittelzentren wiederfinden lässt. Entsprechend halten sich die Ausbaupotenziale im aperiodischen Bedarf stark in Grenzen. Die **nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität** bewegt sich mit rd. 135 % ebenfalls auf einem relativ hohen Niveau und deutet auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass Bischofswerda über einen ausgedehnten grundzentralen Verflechtungsbereich verfügt und sich auf raumordnerisch „gewollte“ Kaufkraftzuflüsse im periodischen Bedarf stützen kann. Unter qualitativen Gesichtspunkten lässt sich feststellen, dass die Nahversorgungsstruktur derzeit durch eine erhebliche Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Anbieter gekennzeichnet ist. Insgesamt sieben Lebensmitteldiscountern steht nur ein Vollversorger gegenüber, welcher zudem am Stadtrand gelegen und für weite Teile der lokalen Bevölkerung fußläufig nur schwer zu erreichen ist.

Der **Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Bischofswerda** bis zum Jahr 2030 bewegt sich zwischen 1.000 und 3.300 qm zusätzlicher Verkaufsfläche. Während die Expansionsspielräume im mittel- und langfristigen Bedarf, aufgrund des bereits hohen Angebotsbestands und der dynamischen Entwicklung des Online-Handels in diesen Bedarfsgruppen, stark begrenzt sind, ergibt sich das größte Entwicklungspotenzial im kurzfristigen Bedarf. Dieses sollte dafür eingesetzt werden die grundzentrale Nahversorgungsstruktur qualitativ aufzuwerten, die lokale Nachfrage noch stärker im Stadtgebiet zu binden und die Nachfrageabschöpfung aus dem Umland zu erhöhen. Im Sinne der Strategieoption „Konzentration auf die Zentren“ sind die beiden zentralen Versorgungsbereiche bei Ansiedlungsvorhaben prioritär zu behandeln. Hierbei steht

vor allem die Bischofswerdaer Innenstadt im Vordergrund, welche durch gezielte Angebotsarrondierungen, die Erschließung der städtebaulich sinnvollen Potenzialflächen, eine verbesserte räumlich-funktionale Verknüpfung der wichtigen Handelslagen, die Aufwertung der Laufwegebeziehungen, ein nachhaltiges Leerstandsmanagement sowie eine verbesserten Außendarstellung für Einwohner und Besucher langfristig attraktiv zu halten ist. Für das Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage, welches in jüngerer Vergangenheit stabilisiert werden konnte, geht es vor allem um eine Absicherung der heutigen Nahversorgungsfunktion.

Um eine weitere Zersplitterung der Angebotsstruktur zu vermeiden und die bestehenden Anbieter in den zentralen und wohngebietsorientierten Lagen zu schützen, sollte dem Ausbau nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an dezentralen Standorten entgegengewirkt werden. Hier sollte lediglich die Sicherung und ggf. die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente erfolgen. Die Entstehung neuer Einzelhandelspole sollte im Sinne einer kompakten Standortstruktur des Einzelhandels vermieden werden.

Der für die Ausübung der grundzentralen Versorgungsfunktion maßgebliche Einzelhandelsstandort an der Carl-Maria-von-Weber-Straße wird künftig nicht mehr als Nahversorgungszentrum, sondern als zentralitätsbildender Sonderstandort ausgewiesen, was der faktischen Versorgungsfunktion und städtebaulichen Einordnung eher entspricht. Aufgrund der randstädtischen Lage, des geringfügigen Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umfeld, der autokundenorientierten Positionierung, dem Umfang an Einzelhandelsnutzungen des mittel- und langfristigen Bedarfs und dem Mangel an zentrentypischen Komplementärnutzungen und Aufenthaltsqualitäten kann dieser Standortbereich die von der Rechtsprechung verlangten Voraussetzungen zur Einstufung eines Nahversorgungszentrums nicht erfüllen. Der nahversorgungs- und zentrenrelevante Angebotsbestand sollte an diesem Standort, mit Ausnahme der Reaktivierung möglicher Leerstandsflächen und geringfügiger Anpassungen, auf den Status quo festgeschrieben werden, um die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt nicht noch zusätzlich zu belasten.

Für den neu entstehenden Einzelhandelsstandort am Drebnitzer Weg (Verlagerung Netto) bleibt festzuhalten, dass es sich zwar um einen städtebaulich-integrierten Standort mit Wohngebietsbezug handelt, hier jedoch ein v.a. autokundenorientierter Versorgungsstandort ohne besondere Aufenthalts- und Verweilqualitäten und zentrentypische Komplementärnutzungen entstehen soll. Entsprechend handelt es sich eher um einen ergänzenden Sonderstandort, denn um einen zentralen Versorgungsbereich. Angesichts seiner räumlichen Lage zwischen der Innenstadt und dem Nahversorgungszentrum Schiebock-Passage besteht auch keine versorgungsstrukturelle Notwendigkeit zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs am Drebnitzer Weg. Eine über das Netto-Verlagerungsvorhaben hinausgehende Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten

würde die Anstrengungen zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und Schiebock-Passage konterkarieren und ist entsprechend restriktiv zu begleiten.

Die bestehenden **Planvorhaben** sind hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den formulierten Leitlinien und Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts differenziert zu bewerten:

- Die geplanten und bereits baurechtlich abgesicherten **Standortverlagerungen von Netto (von der Belmsdorfer Straße an die Neustädter Straße) und Aldi (vom Güterbahnhof an die Bautzener Straße)** haben keinen negativen Einfluss auf die flächendeckende, verbrauchernahe Versorgung im Stadtgebiet. Die Verlagerungen werden nicht zur Entstehung räumlicher Versorgungslücken führen. Im Gegenteil: die geplante Aldi-Verlagerung wird eine bestehende räumliche Versorgungslücke im nördlichen Kernstadtgebiet schließen und somit zur Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen. **Insgesamt lassen sich beide Vorhaben in Einklang mit den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bringen.**
- Die in Rede stehende **Ansiedlung eines EDEKA-Verbrauchermarkts** auf einem Areal an der Stolpener Straße ist im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts klar zu begrüßen. Dies gilt erst recht in Verbindung mit flankierenden, städtebaulichen Maßnahmen (z.B. Neubau einer Fußgängerbrücke über die Wesenitz) zur Verbesserung der Laufwege- und Kundenaustauschbeziehungen im gesamten Innenstadtbereich. Die Ansiedlung eines großflächigen Magnetbetriebs wird die Innenstadt handelsseitig aufwerten und deren Position im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge erheblich verbessern. Zudem leistet die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in zentraler Lage einen gewichtigen Beitrag zur weiteren Qualifizierung der Nahversorgungsstruktur sowie zur Stärkung der Nahversorgungsfunktion der Innenstadt und ist somit **eindeutig zielkonform.**
- Die über die Verlagerung des Netto-Markts hinausgehende, **derzeit geplante Projektentwicklung an der Ecke Neustädter Straße/Drebnitzer Weg (u.a. Ansiedlung Drogeriemarkt) steht den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts deutlich entgegen.** Die Entwicklung eines neuen Einzelhandelspols mit überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente würde die Bischofswerdaer Einzelhandelsstruktur weiter zersplittern und erhebliche Kaufkraftverschiebungen im Marktgebiet auslösen. In diesem Zusammenhang wäre mit einer Destabilisierung der zentralen Versorgungsbereiche zu rechnen, deren Funktionsfähigkeit nachhaltig in Frage gestellt werden würde. Damit verbunden wären auch negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung nicht auszuschließen. Ohnehin stünde das Vorhaben im Konflikt mit den Zielen der Raumordnung in Sachsen und somit vor hohen genehmigungsrechtlichen Hürden. Denkbar wäre an diesem Standort hingegen die Ergänzung des Netto-Discounters durch kleinere Fachmarktformate mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dabei ist jedoch

zwingend sicherzustellen, dass der Umfang zentrenrelevanter Sortimente am Standort eine Verkaufsfläche von insgesamt 800 qm nicht übersteigt.

- Der Sonderstandort Carl-Maria-von-Weber-Straße ist im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts in seinem Bestand zu sichern. Einem signifikanten Angebotsausbau im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bedarf ist zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche hingegen restriktiv zu begegnen. Die dort geplante Ansiedlung eines Drogeriemarkts, welcher in direkte Konkurrenz zum bestehenden Rossmann-Drogeriemarkt in der Innenstadt treten und diesen erheblich unter Druck setzen würde, ist deshalb nicht mit den Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts vereinbar.

Vor diesem Hintergrund empfehlen Dr. Lademann & Partner hinsichtlich der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bischofswerda eine klare Fokussierung auf die etablierten Zentren bzw. die Innenstadt. Planvorhaben an Standorten außerhalb der Innenstadt, die die geplante Stärkung der Innenstadt konterkarieren, sollten kritisch bewertet werden. Stattdessen sollte die Aktivierung der Potenzialfläche an der Stolpener Straße weiter forciert werden, um die Ansiedlung eines großflächigen Magnetbetriebs in der Innenstadt zu ermöglichen.

Um die Ziele des Einzelhandelskonzepts baurechtlich zu sichern, möchte die Stadt den B-Plan Nr. 39 „Einzelhandel“ aufstellen, der eine stadtweite Überplanung aller §34er-Flächen vorsieht, um hier Einzelhandelsnutzungen auszuschließen. Das vorliegende Einzelhandelskonzept dient hierfür als städtebauliche Begründung. Aus dem Geltungsbereich sollten jedoch die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche herausgenommen werden, da diese uneingeschränkt für Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung stehen sollten und durch den B-Plan in ihrer Funktionsfähigkeit gesichert werden sollen.

Hamburg/Dresden, 04. Mai 2021

Boris Böhm

Jonas Hopfmann

Dr. Lademann & Partner GmbH

I Glossar⁶⁸

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel

■ Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

■ Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

■ Verbrauchermarkt, klein

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

■ Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „täglicher Bedarf“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

■ SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

■ Vollsortimenter

Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sind im Wesentlichen auf den periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food-Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte

⁶⁸ Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995:
Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handelslexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014

sind regelmäßig als Vollsortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

Nonfood-Einzelhandel

■ Fachgeschäft

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

■ Fachmarkt

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

■ Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.

■ Kaufhaus

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser).

■ Sonderpostenmarkt

Discountorientierter Fachmarkt, der nicht an speziellen Warengruppen oder Bedarfsbereichen ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

■ Fachmarktagglomeration

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

■ Fachmarktzentrum

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

■ Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die – einheitlich geplant und gemanagt – Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

■ Outlet-Center (auch Factory Outlet Center oder Designer Outlet Center)

Eine besondere Form eines Einkaufszentrums, in der in einer Agglomeration vieler Ladeinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage – meist an autoorientierten Standorten – Waren mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % direkt vom Hersteller verkauft werden. Der Schwerpunkt liegt auf Markenartikeln des gehobenen Bedarfs sowie auf dem Premium- und Luxussegment. Das Warenangebot umfasst dabei B-Ware, Überproduktionen, Retouren, Vorsaison-Ware und Produktmuster.

■ Distanzhandel

Bestimmte Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem der Käufer den Anbieter nicht in dessen Geschäft aufsucht, um einen Kauf auszulösen, sondern andere Formate gewählt werden, um die Ware zu präsentieren, die Bestellung vorzunehmen und die Ware zu übergeben. Unter Distanzhandel werden vor allem der Onlinehandel, der Kataloghandel sowie Teleshopping zusammengefasst.

■ Filialbetrieb (Filialist)

Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

Begriffe aus dem Bauplanungsrecht⁶⁹

■ Großflächigkeit

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der 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,

⁶⁹ Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.

sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht widerlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

■ Zentraler Versorgungsbereich

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde zu verstehen, dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

Differenzierung von Standortlagen

■ A-Lage

Standortlage, die innerhalb eines bestimmten Bezugsraums die höchste Passantenfrequenz und Passantenqualität (Passanten mit Kaufabsicht) aufweist. Weitere Merkmale sind ein dichter Geschäftsbesatz, ein hoher Filialisierungsgrad, ein hoher Anteil innenstadttypischer Sortimente sowie vergleichsweise hohe Einzelhandelsmieten.

■ B-Lage

Standortlage, die meistens einen Aus- und Zulauf einer A-Lage oder eine Solitärlage mit fehlender Anbindung an die A-Lage darstellt. Dieser Bereich ist im Wesentlichen durch eine mittlere Frequenz von Passanten innerhalb eines bestimmten Bezugsraums gekennzeichnet. Im Gegensatz zu den A-Lagen sind die B-Lagen keine klassischen Konsumlagen, da Geschäfte hier oftmals gezielt aufgesucht werden und die Laufkundschaft von geringerer Bedeutung ist. Neben innenstadttypischen Sortimenten (mittelfristiger Bedarf) rücken auch Sortimente des kurzfristigen Bedarfs sowie Dienstleistungs- und Gastronomieangebote in den Vordergrund. Der Anteil inhabergeführter Läden ist deutlich höher als in der A-Lage und das Mietniveau ist geringer.

■ C-Lage

Standortlage, die meistens einen Aus- und Zulauf einer B-Lage oder auch kleinere, aus Kundensicht weniger attraktive Seitenstraßen der A-Lage darstellt. Diese Lagen sind durch eine niedrige und unregelmäßige Fußgängerfrequenz gekennzeichnet und zählen nicht zu den Konsumlagen. Der Geschäftsbesatz ist deutlich ausgedünnt – teilweise dominieren Dienstleister und Gastronomiebetriebe. Mitunter zeigen sich auch Mindernutzungen. Die Sortimentsstruktur ist vor allem auf den kurzfristigen Bedarf fokussiert. Das Mietniveau liegt noch unter dem der B-Lagen.

Sonstige Definitionen

■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

■ Ausgabesatz

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentsspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl, lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

■ Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

■ Flächenproduktivität

Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

■ Periodischer Bedarf

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

■ Aperiodischer Bedarf

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

■ Nahversorgung

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 Gehminuten für angemessen erachtet, was ca. 500 bis 800 m Laufweg entspricht.