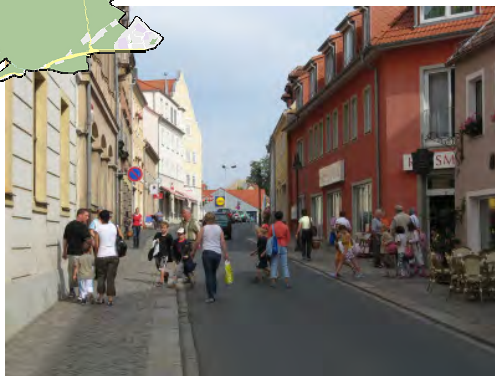




EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Radeberg



Im Auftrag der Stadt Radeberg

Junker und Kruse

Mai 2009

EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Radeberg

Im Auftrag der Stadt Radeberg

Svenja Krämer
Stefan Kruse

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Mai 2009

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhalt

1	Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung	9
2	Methodik der Untersuchung.....	12
2.1	Angebotsanalyse	12
2.2	Nachfrageanalyse	16
2.3	Städtebauliche Analyse	18
2.4	Kommunikationsstruktur	19
3	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung in Ostdeutschland	21
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Radeberg	25
4.1	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung	25
4.2	Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur	27
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil	29
5.1	Gesamtstädtische Struktur	29
5.2	Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur der Stadt Radeberg	32
5.2.1	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Radeberg	32
5.2.2	Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung	38
5.2.3	Großflächiger Einzelhandel	42
5.2.4	Leerstandssituation in der Stadt Radeberg	44
5.3	Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche	47
5.4	Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche	47
5.4.1	Hauptgeschäftsbereich Radeberg	47
5.4.2	Einkaufszentrum „An der Ziegelei“	52
5.4.3	Nahversorgungsstandorte	53
5.4.4	Ortsteil Großerkmannsdorf	57
5.4.5	Ortsteil Liegau-Augustusbad.....	58
5.4.6	Ortsteil Ullesdorf	59
5.5	Fazit Angebotsanalyse.....	60

6	Analyse der Nachfragesituation.....	61
6.1	Einzugsgebiet	61
6.2	Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss	64
6.3	Umsätze und Zentralitäten des Radeberger Einzelhandels.....	75
6.4	Fazit zur Analyse der Nachfrageseite	77
7	Prognose der Verkaufsflächenspielräume	79
8	Entwicklungsperspektiven und –leitlinien	84
8.1	Szenarien der Einzelhandels- und Stadtentwicklung.....	84
8.1.1	Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“	84
8.1.2	Szenario 2: „Bewahrung“	87
8.1.3	Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“	89
8.2	Empfehlung: „Räumlich-funktionale Gliederung“	91
9	Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg.....	93
9.1	Warum ist ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg sinnvoll?	93
9.2	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung	94
9.3	Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg	97
9.4	Räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg	98
10	Radeberger Sortimentsliste.....	102
10.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste.....	102
10.2	Herleitung der Radeberger Sortimentsliste.....	105
11	Entwicklungs- und Tabubereiche	110
11.1	Entwicklungsbereiche und zentraler Versorgungsbereich	110
11.1.1	Entwicklungsbereich: zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich	110
11.1.2	Entwicklungsbereiche: Nahversorgungsstandorte	114
11.1.3	Entwicklungsbereiche: Suchstandorte Nahversorgung.....	116
11.1.4	Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht- zentrenrelevanten Kernsortimenten Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz	117

11.2	Tabubereiche.....	119
12	Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg "Die Radeberger Systematik"	120
12.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	122
12.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	126
12.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	130
13	Analyse der Potenzialflächen.....	132
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	146

1 Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Der nunmehr seit fast 20 Jahren in den neuen Bundesländern stattfindende **Strukturwandel im Einzelhandel** hat, so scheint es zumindest, noch nicht seinen Höhepunkt erreicht. Zu Beginn noch mit einer deutlich höheren Dynamik versehen, hat er sich der westdeutschen Geschwindigkeit in etwa angepasst. Dies zeigt sich einerseits in der anhaltenden Ansiedlungsdynamik, aber auch darin, dass vorhandene Betriebe ständig ihre Situation und die vorhandenen Marktrahmenbedingungen überprüfen, so dass auch innerhalb des vorhandenen Bestandes immer wieder Anträge an die Verwaltung herangetragen werden, sei es im Hinblick auf eine Verlagerung oder auch mit Blick auf Veränderungen am vorhandenen Standort. Begründet werden diese Ansiedlungs-, Erweiterungs- und Verlagerungsanträge häufig u.a. mit den veränderten Rahmenbedingungen der jüngsten Zeit.

Auch wenn dieses Phänomen auf fast alle Branchen und Betriebsformen zutrifft, kommt dem **Lebensmittelsektor**, und hier insbesondere den Lebensmitteldiscountern, eine besondere Bedeutung zu. Lebensmitteldiscounter verfolgen gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten: in der Regel autokundenorientierte Standorte mit einer ausreichenden Anzahl an Stellplätzen, preisaggressiv im Hauptsortiment Lebensmittel bzw. Food sowie gezielte (wöchentlich wechselnde) Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln, die dann nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum erreichen und somit in eine starke Konkurrenz zu anderen örtlichen Anbietern in den betroffenen Hauptbranchen treten. Neben den immer größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes (auch in Richtung Nicht-Lebensmittel) führt zudem die in vielen Regionen dramatisch angestiegene Anzahl der Einzelhandelsbetriebe bei einem nahezu gleichbleibenden (und teilweise sogar rückläufigem) Nachfragepotenzial zu einem verschärften Konkurrenzwettbewerb, der in vielen Fällen bereits „kannibalöse Ausmaße“ annimmt.

Der Druck auf die (auf Expansion ausgerichteten) Konzerne und Betriebe wächst zunehmend, was sich insbesondere in neuen Betriebskonzepten und –strategien ausdrückt, allerdings auch mit erheblichen potenziellen Folgewirkungen für Städte und Gemeinden einhergeht. Diese Neuorientierung ist für die raumbezogene Planung auch mit **neuen Standortanforderungen und –mustern** verbunden: integrierte, in der Regel den Nachfrageschwerpunkten zugeordnete Standorte werden zunehmend in Frage gestellt, während dezentrale Standorte (in Gewerbegebieten, an Hauptverkehrsachsen) verstärkt nachgefragt werden; insbesondere im ländlichen Raum mit einer hohen Mobilitätsbereitschaft. Eine mögliche Folge dieser Entwicklung kann darin bestehen, dass ehemals funktionierende **Nahversorgungsnetze zunehmend grobmaschiger** werden. Zudem erhalten die Standorte in der Regel eine rein autokundenorientierte Ausrichtung, wodurch **insbesondere nicht-pkw-mobile Menschen in ihrer Grund- bzw. Nahversorgungsqualität** und somit auch in ihrer Lebensqualität **eingeschränkt** werden.

Ähnliche Probleme sind bei **Fachmärkten** festzustellen, wenngleich sie auch nicht so aggressiv auftreten. Auch bei diesem Betriebstyp spielen neue Standortmuster und größer werdende Betriebseinheiten ebenso wie sich ändernde Betriebskonzepte eine Rolle, die im

Wesentlichen durch die immer größer werdenden Anteile in den Randsortimenten zum Ausdruck kommen. Die Konsequenzen dieser Entwicklung konzentrieren sich allerdings auf gewachsene bzw. tradierte Versorgungsbereiche, die in Folge potenzieller Kunden- und somit Umsatzverluste deutlich an Prosperität verlieren können, wodurch letztlich der gesamte Standortbereich (Zentrum) gefährdet sein kann. Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender **Leerstand** von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dieses Phänomen bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile auch zum Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen, wie es auch in Radeberg der Fall ist.

Diesen **betrieblichen bzw. konzernimmanenten Entwicklungen** stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- bzw. Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind. So steht auch die Stadt Radeberg vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betreibermotivierten Standortwünschen auf der einen und volkswirtschaftlichen bzw. städtebaulichen und stadtentwicklungspolitisch motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite einen, auf die spezifische Situation in der Stadt ausgerichteten, konstruktiven Umgang mit den beschriebenen Strukturentwicklungen zu finden. In diesem Zusammenhang besteht eine der größten Aufgaben insbesondere darin, die gesamtstädtischen Interessen der Stadt Radeberg über die betriebswirtschaftlichen Belange einzelner zu stellen.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngsten Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“¹ Aber auch für die Steuerung in – bisher – unbeplanten Innenbereichen ist ein solches Einzelhandelskonzept eine bedeutsame Grundlage. Denn nach der neuen Vorschrift des § 9 (2a) BauGB können für „ im Zusammenhang bebauete Ortsteile (§ 34 BauGB) [...] zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind. [...] Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält.“ [...]

¹ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

Trotz der in einigen Regionen festzustellenden Sättigungserscheinungen werden nach wie vor zahlreiche Ansiedlungsanfragen an Kommunen gerichtet oder in der Kommune selbst wird die Entwicklung einzelner Flächen mit i. d. R. großflächigem Einzelhandel ins Spiel gebracht. Für eine gesamtstädtische Betrachtung und Bewertung fehlt jedoch häufig noch immer eine fachlich fundierte Grundlage. So liegen auch der Stadt Radeberg zahlreiche Ansiedlungsanfragen für verschiedene Einzelhandelseinrichtungen vor bzw. wurden in der jüngsten Vergangenheit an sie herangetragen. Unter anderem wird seit einigen Jahren immer wieder die Diskussion um die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes diskutiert. Um eine Diskussions- und Entscheidungsgrundlage für dieses und andere Vorhaben zu erhalten, wurde im November 2007 das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Erstellung eines gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Diese Untersuchung soll, unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen, Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung aufzeigen.

Ziel ist es, insbesondere vor dem Hintergrund der Rechtsgrundlage und der darauf aufbauenden aktuellen Rechtsprechungen, eine sachgerechte und empirisch abgesicherte **Bewertungsgrundlage für aktuell anstehende Bebauungsplanverfahren und/oder Ansiedlungsanfragen** zu liefern als auch **mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten** aufzuzeigen, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik der Stadt in die Lage versetzt werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtische Versorgungsstruktur einschätzen zu können. Gleichzeitig bildet ein solches Konzept auch eine wichtige (Argumentations- und Rechts-) Grundlage für eine Kommune, wenn es um die Abwehr geplanter Vorhaben in Nachbarkommunen geht, die sich ggf. negativ auf die Verwirklichung ihrer eigenen städtebaulichen Zielvorstellungen (z. B. die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich und dessen Entwicklungsmöglichkeiten und die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgungssituation) auswirken können.

2 Methodik der Untersuchung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept stützt sich auf die Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine **Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen** im engeren Sinne², der Leerstände im Radeberger Stadtgebiet sowie **der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich der Innenstadt** durchgeführt. Zudem wurde eine **telefonische Haushaltsbefragung** und eine **Kundenherkunftserhebung** in Radeberg vorgenommen.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) zurückgegriffen, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Stadt Radeberg gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die verschiedenen Kennziffern aus dem Bereich der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG³.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte** vorgenommen, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse ergänzt die quantitativen Bausteine, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einzelhandelsituation in der Stadt Radeberg ergibt.

2.1 Angebotsanalyse

Im April 2008 wurde eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Stadtgebiet und eine Erhebung aller Dienstleistungsbetriebe im Hauptgeschäftsbereich der Stadt Radeberg vorgenommen. Bei der Erhebung des Einzelhandels in der Stadt Radeberg wurde eine Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung des Einzelhandels im engeren Sinne flächendeckend durchgeführt. Bei der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen kartiert und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte (nach Lagen: Hauptgeschäftsbereich, Einkaufszentrum, integrierter Lage, nicht-integrierter Lage) vorgenommen.

² Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei, Konditorei) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoff, Tankstellen und Apotheken werden nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet. Allerdings wurden aufgrund ihrer Einzelhandelsrelevanz Tankstellenshops und der freiverkäufliche Anteil der Apotheken bei der Erhebung berücksichtigt und mit erhoben.

³ Tätigkeitsschwerpunkt der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG ist die Handelsberatung. Tätigkeitsfelder sind die Unterstützung und Durchführung von Organisation, Erfahrungsaustausch, Marktanalysen, Marketing, Existenzgründung und Strategie im Einzelhandelsbereich (vgl. www.bbe.de)

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden zunächst die Gesamtverkaufsflächen und die jeweiligen Hauptwarengruppen (=dominierende Warengruppe in der betrieblichen Angebotsstruktur) der einzelnen Betriebe aufgenommen. Zur **Verkaufsfläche** eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden⁴. Um einen möglichst hohen Genauigkeitsgrad zu erreichen, wurden zur Flächenerfassung lasergestützte Flächenerfassungsgeräte eingesetzt.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist jedoch eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Rand- und Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimente differenziert erfasst (auf der Basis eines etwa 90 Sortimente umfassenden Erfassungsschlüssels) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt, soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber/ Filialleiter zugelassen.

Bedeutende Veränderungen in der Angebotsstruktur des Radeberger Einzelhandels, die sich im Laufe der Bearbeitungszeit des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes ergeben haben, sind, soweit dem Gutachter bekannt, in die Erhebungsdaten mit eingeflossen, um ein möglichst aktuelles Bild der Angebotssituation darzustellen.

In der Auswertung und Analyse wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 (Haupt-)Warengruppen zugeordnet.

⁴ Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs „Verkaufsfläche“ durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und den genehmigten Verkaufsflächen im Rahmen der Baugenehmigung und anderen älteren Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Vorkassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgericht bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005) und ist somit als Grundlage heranzuziehen.

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Radeberg

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:	
1. Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei-/Konditoreiwaren Metzgerei-/Fleischereiwaren Getränke
2. Blumen / Zoo	Blumen, Zoo
3. Gesundheit und Körperpflege	Drogerie, Körperpflegeartikel Parfümeriewaren Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Reform- und Biowaren Apothekenwaren
4. Papier, Bücher, Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften	Bücher Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen/Zeitschriften
Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:	
5. Bekleidung/ Wäsche	Herren-, Damen- und Kinderbekleidung Sonstige Bekleidung und Textilien Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6. Schuhe/ Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
7. Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren	Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8. Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente Hobby- und Bastelbedarf Kinderwagen
9. Sport und Freizeit	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte Campingartikel Fahrräder und Zubehör
Überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
10. Wohnungseinrichtungsbedarf/ Teppiche	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Rahmen Bettwaren, Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche

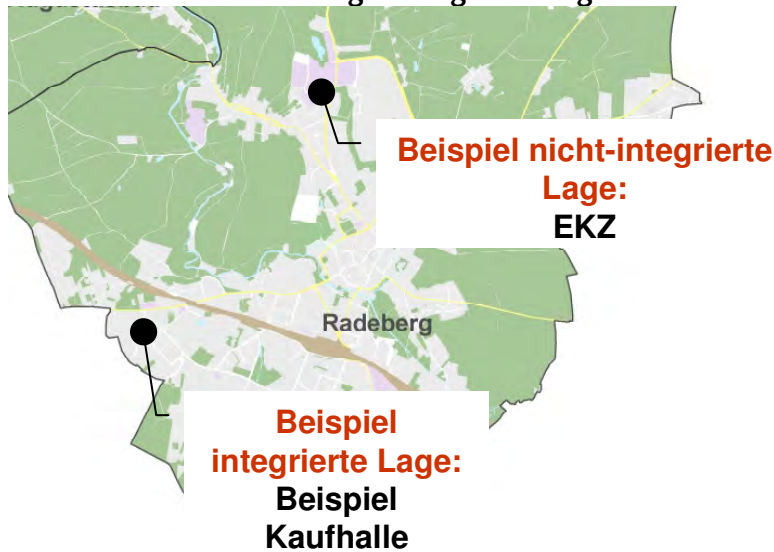
11. Möbel	Badmöbel Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel Möbel allgemein
12. Elektrogeräte/ Leuchten	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten
13. Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger Videokameras und -geräte, Foto Mobiltelefone, Telefone- und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
14. Medizinische und orthopädische Artikel	Augenoptik, Hörgeräte, Sanitätsbedarf
15. Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck
16. Bau- und Gartenmarktsortimente	Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleisen, Installationsbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektrogeräte und Zubehör Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf Kfz-Zubehör
17. Sonstiges	Aktionswaren, Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte Vollerhebung des Radeberger Einzelhandels stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar. Nicht nur durch die räumliche Lage der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Stadtgebietes, sondern auch durch die im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können auch die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. So stellt die Einordnung nach Lagekategorien beispielsweise eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung der Radeberger Sortimentsliste (vgl. dazu Kapitel 10) dar.

Hier wurde bei der Erhebung der Verkaufsflächen zwischen vier verschiedenen Lagekriterien unterschieden. Der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich stellt dabei den zentralen Bereich der Stadt Radeberg dar und zeichnet sich insbesondere durch seine Multifunktionalität (Mischung aus den Funktionen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, Tourismus, Freizeit, Verwaltung etc.) aus.

Davon unterscheidet sich die **integrierte Lage** (vgl. dazu Karte 1), zu der alle Einzelhandelsbetriebe gehören, die sich in städtebaulich und siedlungsräumlich integrierten Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte bzw. Konzentration von Einzelhandelsbetrieben nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Die Betriebe in integrierten Lagen befinden sich somit nicht mehr im Hauptgeschäftsbereich, aber innerhalb des Siedlungsgefüges und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

Karte 1: Definition der Lage: integrierte Lage und nicht-integrierte Lage

Quelle: eigene Darstellung

Die **nicht-integrierte Lage** (vgl. Karte 1) dagegen umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfall- bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten wie es in Radeberg z. B. im Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ der Fall ist.

Zudem wurde in Radeberg aufgrund der besonderen Situation (Einkaufszentrum als quantitativ bedeutsamer Einzelhandelsstandort außerhalb der Innenstadt) innerhalb der nicht-integrierten Lage differenziert, so dass ein quantitativer Vergleich zwischen verschiedenen Standortbereichen möglich ist.

2.2 Nachfrageanalyse

Die zweite wichtige Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfrageseite dar. Sie muss ein ebenso umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und –präferenzen der Bevölkerung der Stadt Radeberg liefern wie Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen.

Haushaltsbefragung

Um diese Ziele zu erreichen, wurde eine über das gesamte Stadtgebiet gewichtete, telefonische Haushaltsbefragung durchgeführt, aus der sich die für Radeberg spezifischen Kaufkraftbindungs- und –abflussquoten, deren Berechnung Voraussetzung für eine Analyse der Nachfrage und somit auch einer Verkaufsflächenpotenzialberechnung sind, ermittelt. Insgesamt wurden etwa 200 Haushaltsbefragungen (auswertbare Interviews) in Radeberg durchgeführt. Neben diesen Kenntnissen dient die Befragung auch der Erschließung von Einkaufsgewohnheiten und –bedürfnissen insbesondere im Bereich der Versor-

gung mit Lebensmitteln in den Radeberger Ortsteilen. Insgesamt bildet eine Haushaltsbefragung somit eine realistische Momentaufnahme des derzeitigen Einkaufsverhaltens im Untersuchungsraum ab.

Die Haushaltsbefragung wurde in der Zeit vom 07. bis 08. Juli (Montag und Dienstag) von dem Marktforschungsinstitut mcs marketing systems GmbH, Erfurt im Auftrag des Planungsbüros Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund durchgeführt. Insgesamt wurden im Stadtgebiet und im Umland 204 Haushalte interviewt (auswertbare Interviews).

Mit Hilfe der eingesetzten computergestützten Fragebogentechnik (Computer-Assisted-Personal-Interviewing, CAPI) ist es möglich, bereits während der Interviewdurchführung eine analoge Datensatzspeicherung vorzunehmen (Eingabe während der Befragung in einer Datenbank). Um dabei sicherzustellen, dass keine Fehler unterlaufen, erfolgt während der Befragung eine regelmäßige Kontrolle der Ergebnisse.

Die Haushalte bzw. Telefonnummern wurden nach einem statistischen Zufallsprinzip nach dem Flächenstichprobenverfahren (sog. area sampling) ausgewählt. Die aus einer Datenbank stammenden Telefondaten unterliegen einer zusätzlichen Kontrolle durch Geocodierung, die auch eine Filterfunktion nach Kommunen und Postleitzahlen zulässt.

Um die Geduld der befragten Haushaltsmitglieder nicht zu stark zu strapazieren und die Verweigerungsquote möglichst zu reduzieren (auf fünf Interviews entfallen in der Regel vier Verweigerungen), ist der Fragebogen bewusst kurz gehalten worden. Adressat der Befragung ist jeweils das für den Einkauf verantwortliche Haushaltsmitglied.

Kundenherkunftserhebung

Ergänzt wird die Analyse der Nachfrageseite durch eine Kundenherkunftserhebung, welche in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Radeberg durchgeführt wurde. Hierzu wurden im Zeitraum von einer Woche (30. Juni bis 05. Juli 2008) Listen in ausgewählten Geschäften im Hauptgeschäftsbereich, im Einkaufszentrum und an verschiedenen weiteren Standorten ausgelegt, in denen die für den Zahlvorgang zuständigen Personen jeweils den Wohnort der bezahlenden Kunden eintragen sollten. Hierdurch ergibt sich ein realistisches Bild über das derzeitige Einzugsgebiet der Stadt Radeberg.

In der Verknüpfung der beiden Nachfragebausteine ergibt sich ein umfassendes und für die weiteren Bearbeitungsschritte notwendiges und wichtiges Grundlagenmaterial.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und –analysen zählt zu den Schritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird u.a. auf Werte der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor. Für das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde auf die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern zurückgegriffen, die einen Teilbereich der Kaufkraftkennziffern darstellen.

Ergänzend zu den beschriebenen primärstatistischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

2.3 Städtebauliche Analyse

Ergänzt werden die in erster Linie einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageseite durch eine auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete städtebauliche Analyse. Dabei werden im Einzelnen die einzelhandelsrelevanten Funktionsbereiche des gesamten Stadtraums, also das innerstädtische Hauptgeschäftszentrum sowie die für die Zentrenstruktur relevanten Einzelhandelsvorhaben bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Funktionen der Teilbereiche und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteil der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadtgebiet
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes/Eingangssituation
- Einkaufsatmosphäre
- Nutzungsmischung mit Tourismus-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen

Zudem werden die im Zentrum vorhandenen Einzelhandelsdichten bestimmt. Die Einzelhandelsdichte beschreibt den Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radeberg. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen insbesondere für die Versorgungszentren der Stadt. Gleichzeitig ist die städtebauliche Analyse der Zentren ein unbedingt notwendiger Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches i. S. d. §§ 2(2) und 34(3) BauGB und des § 11(3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Kommunikationsstruktur

Ein begleitender fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und stößt einen Diskussionsprozess – auch nach Ablauf der begleitenden Untersuchung – an. Nur wenn dieser Dialog bereits während der Strukturuntersuchung beginnt und die Akteure Einfluss auf die Fragestellungen nehmen können, ist die Basis für eine konstruktive Fortsetzung – nach Abschluss der Untersuchung – gegeben.

Wenn aus einer Beteiligung eine Mitwirkung geworden ist, kann auch mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden. Aus diesem Grund wurde die Erarbeitung durch einen Arbeitskreis (Sitzungen am 14. Oktober 2008, 24. November 2008, 24. Februar 2009 und 07. April) begleitet, der die Ergebnisse diskutierte. Hier wurden neben der Verwaltung und der örtlichen Politik auch der örtliche Gewerbeverein beteiligt. Am 28. April 2009 wurden die wesentlichen Ergebnisse in einer Informationsveranstaltung vorgestellt und diskutiert.

Parallel dazu fand im Zeitraum vom 08. April bis 08. Mai 2009 ebenfalls eine Beteiligung der Träger öffentlicher Belange statt. Die im Rahmen der Stellungnahmen eingegangenen Anmerkungen sind sowohl von der Stadtverwaltung als auch vom Gutachter abgewogen und bei der Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes mit berücksichtigt worden.

Im Anschluss wurden dem Technischen Ausschuss der Stadt Radeberg die Ergebnisse am 19. Mai 2009 präsentiert.

Durch diesen breit angelegten Kommunikationsprozess wurde insbesondere der lokale Sachverstand in den Prozess eingebracht und dies führte somit nicht zuletzt zu einer größeren Transparenz der Ergebnisse und ihrer Transformation in die entsprechenden Stellen, Institutionen, Gremien und Akteure.

Nachfolgend sind die Personen/ Institutionen aufgeführt, die an den verschiedenen Arbeitskreissitzungen teilgenommen haben und denen für ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich gedankt wird.

Tabelle 2: Teilnehmer des Arbeitskreises

Name, Vorname	Institution
Adler, Herr	SPD Fraktionsvorsitzender, Ortsvorsteher OT Liegau-Augustusbad
Dauphin, Herr	Freie Wähler – Fraktionsvorsitzender, Gewerbevereinsvorsitzender
Engemann, Herr	Gewerbeverein
Hänsel, Prof. Dr.	CDU
Hauck, Herr	Freie Wähler, Ortsvorsteher OT Großerkmannsdorf
Heinze, Frau	PDS
Hennig, Herr	PDS- Fraktionsvorsitzender
Heß, Frau Dr.	SPD
Krämer, Frau	Junker und Kruse, Dortmund
Kruse, Herr	Junker und Kruse, Dortmund
Lemm, Herr	Oberbürgermeister
Rußig, Herr	Gewerbeverein
Schellhorn, Frau	Bauamtsleiterin
Scheller, Herr	Gewerbeverein
Tiebel, Herr	Gewerbeverein
Vogel, Frau	SGL Baupl./ Bauordnung
Wieth, Herr	CDU Fraktionsvorsitzender, Ortsvorsteher OT Ullersdorf

3 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung in Ostdeutschland

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigen sich derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Gerade der Osten Deutschlands ist durch diesen „Wandel im Einzelhandel“ sichtbar geprägt. Nach der Wiedervereinigung konzentrierte sich der Einzelhandel auf die Entwicklung großmaßstäblicher Einrichtungen in vielfach städtebaulich nicht- integrierten Lagen, was die Innenstädte bzw. Zentren der Städte und Gemeinden heute z. T. vor immense Probleme stellt, wie es auch in Radeberg u. a. durch die Entwicklung des Einkaufszentrums „An der Ziegelei“ in dezentraler Lage geschehen ist. Verantwortlich für diese Entwicklung sind angebots- und nachfrageseitige Trends, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen.

Auf der **Angebotsseite** zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende Unternehmenskonzentration.
- Damit eng verbunden ein anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei sinkenden Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m² Verkaufsfläche) und Rentabilitäten.
- Eine sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein Wandel der Betriebsformen und Konzepte bei zunehmender Großflächigkeit und Discountorientierung bei gleichzeitig steigendem Druck in Folge der Konzernstrategien auf inhabergeführte Geschäfte.
- Ein Wandel der Standortpräferenzen.
- Eine zunehmende Konkurrenz zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme neuer Vertriebs- und Absatzschienen.

Im Osten Deutschlands ist eine deutlich „verschärfte“ Entwicklung der beschriebenen Trends zu erkennen, sowohl zeitlich gesehen als auch in ihrer Ausprägung. So fand beispielsweise eine Verdreifachung der Gesamtverkaufsfläche in den 1990er Jahren von etwa sechs Millionen Quadratmetern im Jahr 1990 auf rund 18 Millionen Quadratmeter im Jahr 2000 statt. In den folgenden Jahren stagnierte das Wachstum jedoch weitgehend⁵. Im Jahr 2004 entfielen auf jeden ostdeutschen Einwohner knapp 1,6 m² Verkaufsfläche (im Vergleich Westdeutschland 1,3 m²)⁶. Dabei konzentrierte sich die Verkaufsflächenentwicklung auch im Vergleich zu Westdeutschland auf nicht-integrierte Standorte auf der „Grünen Wiese“, so dass heute rund 45 % der Verkaufsflächen auf dieses „sekundäre“ Ver-

⁵ Euro Handelsinstitut (Hrsg.): Handel aktuell 2005/06

⁶ IKB Branchenbericht 2002; BBE (Betriebsberatung Einzelhandel) Unternehmensberatung 2005

sorgungsnetz entfallen. Dies verdeutlicht die enorme Geschwindigkeit des Einzelhandelsstrukturwandels in den neuen Bundesländern, mit dessen Auswirkungen die Kommunen konfrontiert werden.

Aus Sicht der **Nachfrageseite** sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Eine tendenziell in den nächsten Jahren sinkende Bevölkerungsanzahl mit erheblichen regionalen Unterschieden, überlagert durch eine steigende Mobilitätsbereitschaft.
- Voraussichtlich weiter anhaltende Wanderungsprozesse von den neuen in die alten Bundesländer sowie Stadt-Umland-Wanderungen.

Hier stellen insbesondere der in vielen Regionen stattfindende Bevölkerungsrückgang und das geringe Kaufkraftniveau ein spezifisches ostdeutsches Problem dar. Bei nur moderat ansteigenden einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf ist in der Summe ein Rückgang der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden Kaufkraft zu verzeichnen. So nahm das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen in Ostdeutschland allein von 2003 bis 2005 um knapp 800 Mio. Euro ab⁷.

Auch wenn die Stadt Radeberg aktuell eine konstante bzw. nur leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu verzeichnen hat (hier profitiert Radeberg als attraktiver Wohnstandort von der unmittelbaren Nähe zu Dresden), muss in den nächsten Jahren mit insgesamt abnehmenden Einwohnerzahlen gerechnet werden, die sich, wie oben beschrieben, negativ auf die zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft auswirken.

Eine nicht speziell auf die neuen Bundesländer zutreffende Entwicklung ist das **Einkaufsverhalten der Konsumenten**:

- Eine Aufspaltung des Einkaufs in die Segmente „Erlebniskauf“ und „Versorgungskauf“.
- Ein zunehmendes Preisbewusstsein (Stichwort: Schnäppcheneinkauf), wovon insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.

Die aufgeführten Umstrukturierungen und Tendenzen in der Einzelhandelslandschaft haben - im Falle einer „ungezügelter bzw. ungesteuerter Entwicklung“ - aus Sicht der Kommunen zum Teil schwerwiegende **Konsequenzen** für die Versorgung, die städtebaulich-funktionale Struktur sowie die wirtschaftliche und ökologische Situation:

- Eine bedeutsame innerkommunale Standortkonkurrenz führt nach wie vor zu fehlender Chancengleichheit von (vielen) innerstädtischen Zentren im Vergleich zu städtebaulich nicht- integrierten Standorten aufgrund von Standortnachteilen (kleinere Flächen, höhere Grundstücks-/ Mietpreise, schlechtere verkehrliche Erreichbarkeit, begrenzte Parkmöglichkeiten etc.) innerstädtischer Standorte. Diese Standortnachteile manifestieren sich häufig in Form einer nach wie vor geringen Angebotsbreite des

⁷ BBE Handelsforschung Köln, 2003 und 2005

kernstädtischen Einzelhandels und einem geringen Niveau im innerstädtischen Angebot durch uniforme, kurzlebige Geschäftstypen und sind mit einer Ausweitung zentrenrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht-integrierten Standorten (z. B. Einkaufszentrum „An der Ziegelei“) verbunden. Die Situation wird durch die anhaltende Nachfrage nach Standorten außerhalb des Innenstadtkontextes weiter verschärft, wie es in Radeberg durch den nach wie vor anhaltenden Ansiedlungsdruck von insbesondere Lebensmitteldiscountern an den Ausfallstraßen der Stadt auch weiterhin zu beobachten ist. Dabei sind es speziell die Einzelhandelsvorhaben mit zentren- aber insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten als Frequenzbringer, die für die Funktionsfähigkeit des Radeberger Hauptgeschäftsbereiches Beeinträchtigungen mit sich bringen könnten. Durch diese Tendenz ist sowohl die Gefahr einer möglichen Schwächung der Grundversorgungsfunktion des Hauptgeschäftsbereiches als auch der mittelzentralen Leitbranchen deutlich zu erkennen.

- Zunehmende Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen, die nicht in vorhandene Siedlungsstrukturen passen. Die Stadt Radeberg ist durch den historisch gewachsenen Hauptgeschäftsbereich geprägt. Durch die größtenteils kleinteiligen Bebauungsstrukturen ist der Hauptgeschäftsbereich besonders von diesem Problem betroffen. In den gewachsenen Siedlungsstrukturen können die Flächenansprüche heutiger Betreiber nur bedingt erfüllt werden. Perspektivisch wird der Vergrößerungsdruck der dort vorhandenen Anbieter weiter zunehmen.
- Weitere Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes im Wohnumfeld (z.B. Südvorstadt und Ortsteile) und die damit verbundene Gefahr der abnehmenden wohnungsnahen Versorgung (Magnet Lebensmittelanbieter „zieht es nach draußen“). Auch die Möglichkeit, dass sich das Nahversorgungsnetz, also speziell das Netz der Lebensmittelanbieter, insgesamt räumlich weiter ausdünnen könnte, kann letztlich für Radeberg nicht ausgeschlossen werden. Durch weitere Nahversorgungsangebote an städtebaulich nicht geeigneten, nicht integrierten Standorten bzw. durch eine Überschreitung der (sehr geringen) absatzwirtschaftlichen Spielräume können sich auch Gefährdungen für bestehende, gewachsene Versorgungsbereiche ergeben, mit der Folge eines insgesamt grobmaschigeren Versorgungsnetzes.

Die aus den räumlich-strukturellen Veränderungen im Einzelhandelssektor erwachsenden Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen haben insbesondere im Osten Deutschlands zu veränderten Standortpräferenzen geführt, die sich aus betrieblicher Perspektive in zunehmendem Maße von städtischen Zentren abkoppelten, ein sekundäres Versorgungsnetz entwickelten und eigene Zentralitäten ausgebildet haben. Diese Einzelhandelseinrichtungen bedürfen nur in geringerem Umfang eines innerstädtischen Standortes. Letztendlich resultiert aus diesen Rahmenbedingungen eine – im Vergleich zu Zentren in Westdeutschland – erheblich schwierigere Ausgangslage für viele Zentren in Ostdeutschland. Dies trifft auch auf die Stadt Radeberg zu, da Mitte der 1990er Jahre das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ deutlich außerhalb des historisch gewachsenen Hauptgeschäftsbereiches entstanden ist, das ein zweites, vollständiges innerstädtisches Einzelhandelsangebot umfasst und zudem eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit für den motorisierten Indi-

vidualverkehr sowie ausreichende Flächen bereitstellt. Dieser Standort weist keinerlei Verbindung zum gewachsenen Hauptgeschäftsbereich auf und hat, aufgrund seines umfassenden Angebotes, einen deutlich größeren Einzugsbereich als der Hauptgeschäftsbereich. Gleichzeitig nimmt dieser Standort sowohl dem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich als auch weiteren Nahversorgungsstandorten durch das umfassende Angebot in allen Bedarfsstufen quantitative Entwicklungsspielräume und verschärft die innerkommunale Konkurrenzsituation.

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Radeberg

Um zu einer grundsätzlichen Einordnung der Stadt Radeberg hinsichtlich der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation zu gelangen, wird im Folgenden eine Übersicht über die allgemeinen Rahmenbedingungen dargestellt, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch Prosperität des Einzelhandelsstandortes Radeberg auswirken können.

4.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Radeberg entstand in ihrer heutigen Form durch die Eingemeindung der Ortsteile Liegau-Augustusbad (1995) sowie Großerkmannsdorf und Ullersdorf (1999) und besteht damit heute aus vier, räumlich voneinander getrennten Ortsteilen.

Die Stadt Radeberg ist mit rund 18.400 Einwohnern⁸ eine der Großen Kreisstädte des Landkreises Bautzen, zu denen, neben Radeberg, auch Bautzen, Bischofswerda, Kamenz und Hoyerswerda gehören. Der Landkreis ist in seiner heutigen Form erst am 01. August 2008 entstanden, als die Landkreise Bautzen und Kamenz und die bis dahin kreisfreie Stadt Hoyerswerda im Rahmen der Kreisreform Sachsen 2008 zusammengelegt wurden. Insgesamt leben im Kreis Bautzen rund 330.000 Einwohner in 63 Gemeinden.

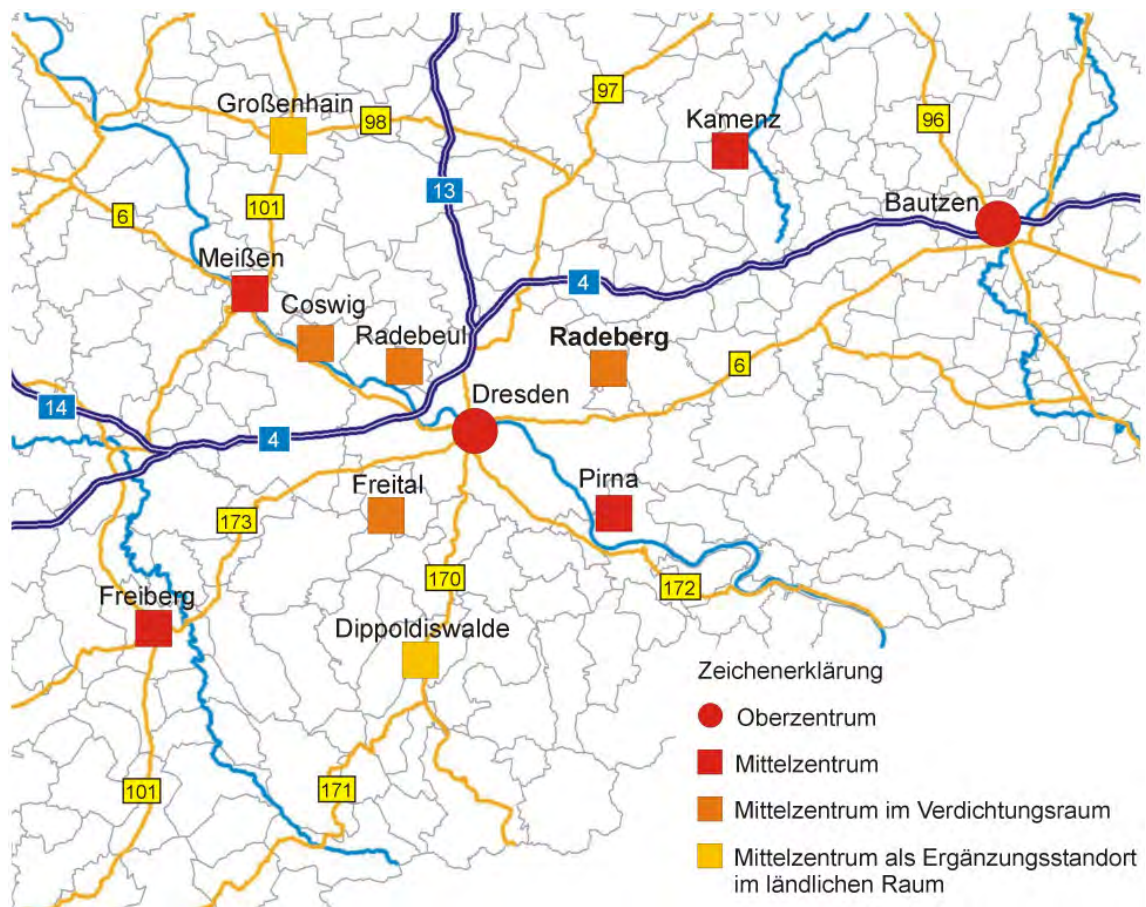
Durch die Nähe zur Autobahn A 4 verfügt die Stadt Radeberg über eine gute Verkehrsanbindung sowohl in Richtung Dresden bzw. Bautzen und Görlitz.

Im Bereich des öffentlichen Personennahverkehrs ist die Stadt durch den Bahnhof Radeberg, südlich der Innenstadt gelegen, sowie durch verschiedene Busverbindungen an das Oberzentrum Dresden, aber auch in östlicher Richtung (Görlitz, Kamenz, Zittau) gut angebunden. Zudem verbinden örtliche Buslinien die kleineren Ortsteile mit der Kernstadt Radeberg. Insgesamt bestehen für alle genannten Verkehrsarten gute Verbindungen ins Umland.

Die Stadt Radeberg übernimmt, gemäß der landesplanerischen Einordnung, die Funktion eines Mittelzentrums im Verdichtungsraum. Laut Landesentwicklungsplan Sachsen (2003) sollen sich die Mittelzentren im Verdichtungsraum in ihrer Versorgungs- und Wirtschaftsfunktion unter Berücksichtigung ihrer räumlichen Verflechtungen so entwickeln, dass die Funktionsfähigkeit der Oberzentren nicht beeinträchtigt wird.

Gleichzeitig setzt das Oberzentrum Dresden dem Mittelzentrum Radeberg enge Grenzen bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten, da Dresden als attraktiver und sehr gut erreichbarer Einzelhandelsstandort eine sehr große Ausstrahlungskraft in die Region aufweist.

⁸ Quelle: Stadt Radeberg, Stand 15.06.2008

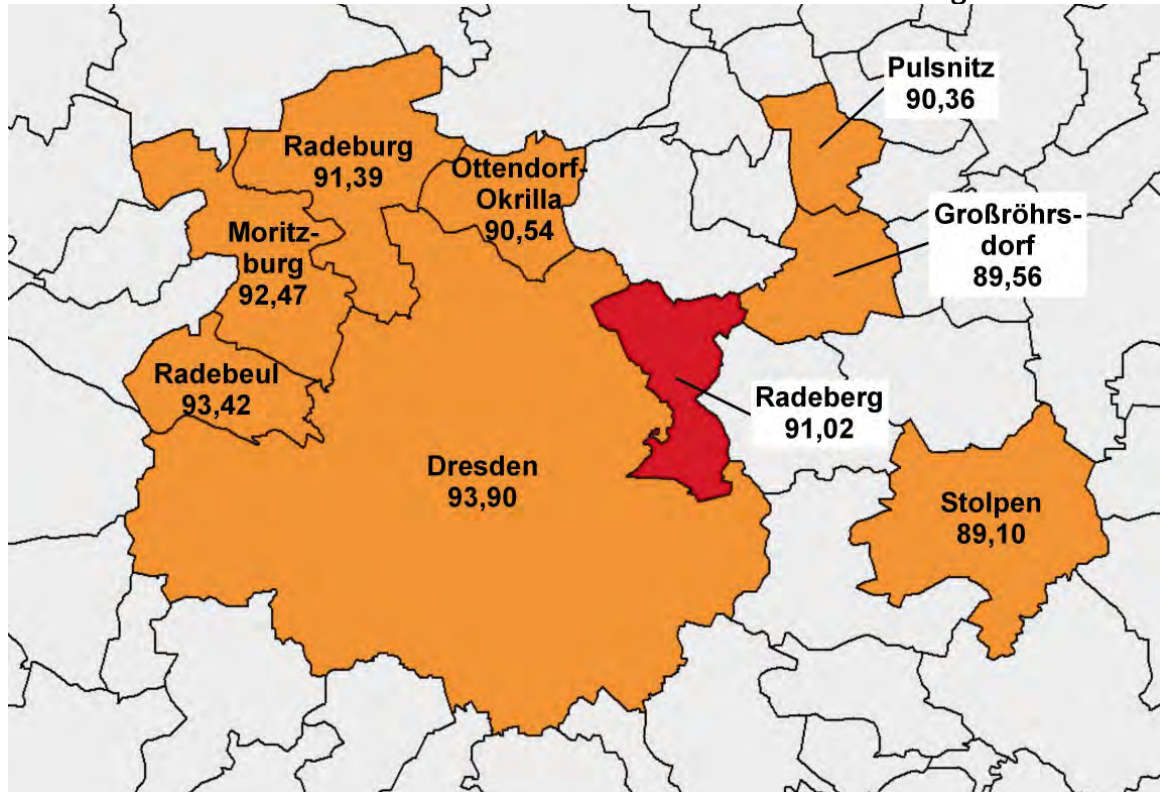
Karte 2: Lage im Raum

Quelle: eigene Darstellung

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick darüber, wie sich die Stadt Radeberg aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu ihren Nachbargemeinden darstellt. In Abhängigkeit von der landesplanerischen Funktion, Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer⁹ von 91 bewegt sich Radeberg im Durchschnitt der Nachbarkommunen. Allerdings ist das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Radeberg rund 9 % geringer als der bundesdeutsche Durchschnittswert.

⁹ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG ermittelt diesen Schätzwert für unterschiedliche räumliche Einheiten in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen. Da die BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern erst ab einer Gemeindegröße von 5.000 Einwohnern ausweist, sind einige Kaufkraftkennziffern von Gemeinden, die direkt an Radeberg angrenzen, nicht verfügbar. Es kann allerdings davon ausgegangen werden, dass sich diese Kaufkraftkennziffern aufgrund der vergleichbaren Siedlungs-, Wirtschafts- und Bevölkerungsstruktur nicht wesentlich von den Kaufkraftkennziffern in der Region unterscheiden.

Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008



Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, 2008, eigene Darstellung

4.2 Bevölkerungverteilung und Siedlungsstruktur

Zur Zeit leben ca. 18.400 Einwohner¹⁰ in der Stadt Radeberg, die sich auf einer Fläche von rund 30 km² erstreckt.

Die Stadt Radeberg besteht aus den Ortsteilen Radeberg (ca. 13.200 Einwohner), Liegau-Augustusbad (ca. 1.900 Einwohner), Großerkmannsdorf (ca. 1.600 Einwohner) und Ullersdorf (ca. 1.600 Einwohner).

Mit rund 13.200 Einwohnern ist der Kernort Radeberg eindeutig der Siedlungs- bzw. Bevölkerungsschwerpunkt der Stadt. Alle weiteren Ortsteile befinden sich in disperser Lage und weisen eher dörfliche Strukturen mit vergleichsweise geringen Einwohnerzahlen auf. Zudem sind sie aufgrund ihrer räumlichen Lage auch in Richtung Nachbargemeinden orientiert, was insbesondere auf den Ortsteil Ullersdorf zutrifft, dessen Einwohner sehr stark auf das Oberzentrum Dresden ausgerichtet sind.

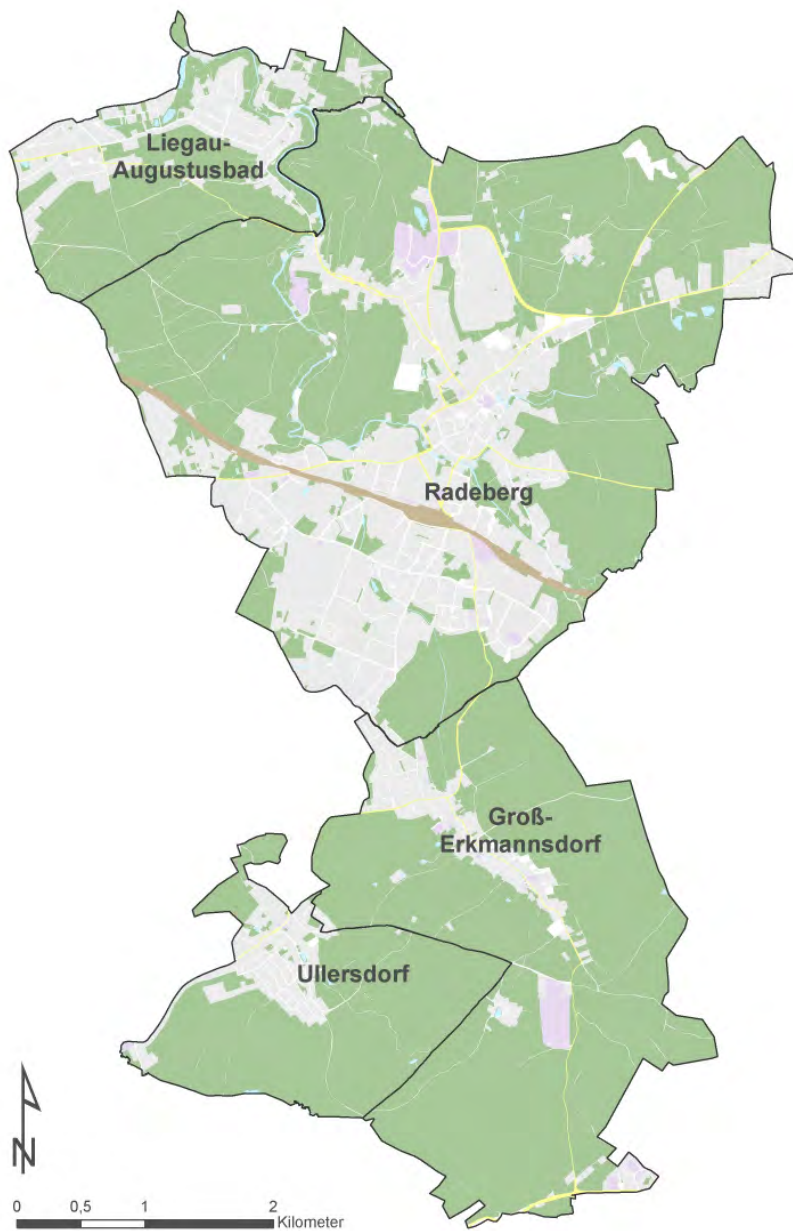
Der Kernort Radeberg weist eine längliche Siedlungsstruktur auf und setzt sich aus einem zentral gelegenen, historisch gewachsenem Ortskern mit Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten und ihn umgebenden gewachsenen Wohngebieten zusammen. Im Be-

¹⁰ Quelle: Stadt Radeberg, Stand: 10.06.2008, nur Hauptwohnsitze

reich zwischen Innenstadt und Bahnlinie befinden sich verschiedene gewerbliche Nutzungen (z.B. Brauerei) oder ehemals gewerbliche Nutzungen (z.B. Eschebachwerke). Im nördlichen Siedlungsbereich der Kernstadt befindet sich das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“.

Die disperse Siedlungsstruktur der Stadt Radeberg erschwert die Austauschbeziehungen zwischen den einzelnen Ortsteilen. Für Einwohner aus den Ortsteilen sind Standorte in den Nachbarkommunen, insbesondere dem Oberzentrum Dresden, häufig besser bzw. schneller zu erreichen als Standorte in Radeberg, so dass hier zwangsläufig eine Orientierung in Richtung Nachbarkommunen stattfindet.

Karte 4: Siedlungsstruktur der Stadt Radeberg



Quelle: eigene Darstellung

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstrukturen in Radeberg unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der im April 2008 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung sowie der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und –bereiche werden die Angebots- und Nachfrageseite des Radeberger Einzelhandels analysiert. Dabei wird die Analyse jeweils differenziert für die Gesamtstadt sowie für den zentralen Bereich Hauptgeschäftsbereich, das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und weitere Versorgungsbereiche bzw. –standorte vorgenommen.

5.1 Gesamtstädtische Struktur

Die wesentlichen Einzelhandelskennwerte zum Zeitpunkt der Untersuchung (April 2008¹¹) für die Stadt Radeberg stellen sich folgendermaßen dar.

- Es existieren etwa **170 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 32.000 m²**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb beträgt etwa 200 m²** und deutet somit bereits in einer ersten Einschätzung auf eine – gesamtstädtisch gesehen – unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße pro Betrieb hin. In diesem Zusammenhang sind allerdings die sehr unterschiedlichen Betriebsgrößen im kleinteilig strukturierten Hauptgeschäftsbereich und die großen bzw. großflächigen Verkaufsflächen insbesondere im Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ (vgl. dazu auch Kapitel 5.3) zu nennen.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,8 m²** pro Einwohner und liegt damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – marginal über dem Durchschnittswert in vergleichbaren Kommunen¹² von etwa 1,7 m² pro Einwohner. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in den einzelnen Hauptwarengruppen sehr unterschiedlich ausfällt und ein Großteil der Verkaufsfläche auf den Verkaufsflächenbestand am im Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ zurückzuführen ist.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotsituation des Radeberger Einzelhandels, untergliedert in verschiedene Hauptwarengruppen, wie folgt dar:

¹¹ Inkl. Teilaktualisierungen. Veränderungen in der Angebotsstruktur (z.B. Neuansiedlung des Lebensmittel-discounters Netto an der Dresdner Straße) des Radeberger Einzelhandels sind, soweit dem Gutachter bekannt, mit in die Datenbank eingeflossen.

¹² Quelle: Datenbank Junker und Kruse, Grundgesamtheit= 64 Kommunen

Tabelle 3: Angebotssituation des Radeberger Einzelhandels¹³

Hauptwarengruppe	VKF in m ² *	Anteil an der GVKF in %	Einwohnerbezogene Verkaufsflächen-ausstattung in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	8.300	25,8	0,45
Blumen/Zoo	800	2,5	0,04
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1.430	4,4	0,08
PBS ¹⁴ / Zeitungen/ Zeitschriften	720	2,2	0,04
überwiegend kurzfristiger Bedarf	11.240	35,0	0,61
Bekleidung/ Wäsche	1.580	4,9	0,09
Schuhe/ Lederwaren	990	3,1	0,05
GPK ¹⁵ / Haushaltswaren/ Geschenkartikel	1.300	4,0	0,07
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	210	0,7	0,01
Sport und Freizeit	790	2,5	0,04
überwiegend mittelfristiger Bedarf	4.860	15,1	0,26
Wohneinrichtungsbedarf	600	1,9	0,03
Möbel	4.810	15,0	0,26
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	870	2,7	0,05
Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video /IT / Kommunikation	820	2,6	0,04
Medizinische und orthopädische Artikel	160	0,5	0,01
Uhren/ Schmuck	120	0,4	0,01
Baummarktsortimente	5.780	18,0	0,31
Gartenmarktsortimente	2.730	8,5	0,15
überwiegend langfristiger Bedarf	15.900	49,5	0,86
Sonstiges	150	0,5	0,01
Gesamt	32.140	100,0	1,75

Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008

* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

¹³ VKF= Verkaufsfläche, GVKF= Gesamtverkaufsfläche

¹⁴ PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren

¹⁵ GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Unter rein **quantitativen Gesichtspunkten** zeigt der Radeberger Einzelhandel insgesamt folgendes Bild:

- Mit rund 16.000 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 50 % an der Gesamtverkaufsfläche nehmen die **Hauptwarengruppen der langfristigen Bedarfsstufe eindeutig** den quantitativ wichtigsten Stellenwert ein. Hier fällt insbesondere die Hauptwarengruppe Baumarktsortimente (ca. 5.800 m² VKF; rund 18 %) auf, was in erster Linie auf den Baumarkt Obi im Einkaufszentrum „An der Zieglelei“ zurückzuführen ist. Zudem nehmen die Warengruppen Möbel (ca. 4.800 m² VKF; rd. 15 %) und Gartenmarktsortimente (ca. 2.700 m² VKF; ca. 9 %) in der langfristigen Bedarfsstufe eine bedeutende quantitative Rolle ein.
- Mit etwa 11.200 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 35 % an der gesamten Verkaufsfläche entfällt ein weiterer quantitativer Angebotsschwerpunkt auf die **Hauptwarengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**, d. h. auf Güter des täglichen Bedarfs, die einen hohen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben ausmachen. Der größte Teil davon ist mit etwa 8.300 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 26 % in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel vorhanden. Hier ist gleichzeitig mit rund 60 Betrieben der Großteil der Einzelhandelsbetriebe zu finden, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen. Die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel liegt – gesamtstädtisch betrachtet – bei 0,45 m² und damit über dem Durchschnitt vergleichbarer Kommunen und deutet somit (gesamtstädtisch gesehen) auf eine sehr gute Versorgungssituation und gleichzeitig auf eine angespannte Wettbewerbssituation hin. Bei einer qualitativen Betrachtung des Angebotes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, d. h. insbesondere bei einer Analyse der Betriebstypenmischung, ist eine Discountlastigkeit festzustellen, was mittlerweile in vielen Städten der Fall ist.
- Im Bereich **des mittelfristigen Bedarfs** liegen die quantitativen Angebotsschwerpunkte mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche (ca. 5 % der Gesamtverkaufsfläche) in der Warengruppe Bekleidung/Wäsche, sowie mit rund 1.300 m² und einem Anteil von etwa 4 % im Bereich GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel, was insbesondere auf das Randsortiment des Möbelanbieters an der Pulsnitzer Straße zurückzuführen ist. In der mittelfristigen Bedarfsstufe sind insgesamt rund 4.900 m² Verkaufsfläche vorhanden, was einem Anteil von etwa 15 % an der Gesamtverkaufsfläche entspricht.

5.2 Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur der Stadt Radeberg

Die konkrete räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe auf das Radeberger Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von großer Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf die einzelnen Ortsteile sowie die Lage der Betriebe in Bezug auf ihre städtebauliche und siedlungsräumliche Integration (zentraler Bereich Hauptgeschäftsbereich, Einkaufszentrum „An der Ziegelei“, integrierte Lage, sonstige nicht-integrierte Streulage) betrachtet.

Im Anschluss wird diese Analyse detaillierter für einzelne funktional zusammenhängende Standortbereiche, insbesondere den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich, vorgenommen.

5.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Radeberg

Zum Zeitpunkt der Erhebung stellt sich die **Verteilung der Verkaufsfläche auf die einzelnen Ortsteile** wie folgt dar (vgl. dazu Tabelle 4):

- Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt befindet sich mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 31.500 m² deutlich in der **Kernstadt Radeberg**. Neben dem Hauptgeschäftsbereich mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 6.200 m² nimmt der Standort des Einkaufszentrums „An der Ziegelei“ am nördlichen Siedlungsrand mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 13.000 m² eine prägende Rolle ein. Neben größeren Verkaufsflächen in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sind an diesem Standort auch größere Anteile im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente wie Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren und Unterhaltungselektronik vorhanden, so dass das Einkaufszentrum einen bedeutenden Konkurrenzstandort zum innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich darstellt.
- In den kleineren **Ortsteilen Großberkmannsdorf, Liegau-Augustusbad und Ullersdorf** sind nur sehr geringe Verkaufsfläche zwischen 130 und 280 m² vorhanden, so dass die Ortsteile als Einzelhandelsstandorte innerhalb der Radeberger Einzelhandelsstruktur keine bedeutende Rolle einnehmen.

Tabelle 4: Verkaufsflächen in m² nach Ortsteilen

Hauptwarengruppe	Großerk- mannsdorf	Liegau- Augustusbad	Radeberg	Ullersdorf	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	210	100	7.960	20	8.300
Blumen/Zoo	10	10	780	0	800
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	10	10	1.410	0	1.430
PBS/Zeitungen/Zeitschriften	10	0	700	10	720
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	230	120	10.860	30	11.240
Bekleidung/Wäsche	20	0	1.560	0	1.580
Schuhe/Lederwaren	0	0	990	0	990
GPK/Haushaltswaren/Geschenkartikel	0	0	1.250	40	1.300
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	0	0	200	10	210
Sport und Freizeit	0	30	770	0	790
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	20	30	4.760	50	4.860
Wohneinrichtungsbedarf	0	0	560	50	600
Möbel	0	0	4.810	0	4.810
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	0	0	870	0	870
Unterhaltungselektronik/Musik/Video/IT	0	0	820	0	820
Medizinische und orthopädische Artikel	0	0	160	0	160
Uhren/Schmuck	0	0	120	0	120

Hauptwarengruppe	Großerk- mannsdorf	Liegau- Augustusbad	Radeberg	Ullersdorf	Gesamt
Baummarktsortimente	0	0	5.780	0	5.780
Gartenmarktsortimente	40	130	2.570	0	2.730
Überwiegend langfristiger Bedarf	40	130	15.690	50	15.900
Sonstiges	0	0	150	0	150
Gesamt *	290	280	31.450	130	32.140

Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008

* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern. Geringe Verkaufsflächen in einzelnen Branchen ergeben sich durch Randsortimente einzelner Einzelhandelsbetriebe.

Die nachfolgende Tabelle 5 verdeutlicht die räumliche **Verteilung der Verkaufsflächen** der einzelnen Hauptwarengruppen in der Stadt Radeberg **nach Lagen**, differenziert nach Hauptgeschäftsbereich, Einkaufszentrum „An der Ziegelei“, integrierte Lage und übrige städtebaulich nicht-integrierte Streulagen.

Zum Zeitpunkt der Erhebung stellt sich der Anteil der Verkaufsfläche in Radeberg auf die einzelnen Lagen in Bezug zur Gesamtverkaufsfläche in Radeberg wie folgt dar:

- Mit einem Anteil von rund 41 % (Gesamtverkaufsfläche am Einkaufszentrum ca. 13.000 m²) entfällt der größte Teil der Verkaufsfläche in Radeberg erwartungsgemäß auf das **Einkaufszentrum**. Hier fallen insbesondere die Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 2.200 m² VKF, ca. 27 %), Schuhe/ Lederwaren (ca. 650 m² VKF; ca. 65 %), Elektro/ Leuchten (ca. 750 m² VKF; ca. 86 %), Unterhaltungselektronik (ca. 650 m² VKF, ca. 79 %) und Baumarktsortimente (ca. 4.600 m² VKF; ca. 80 %) ins Gewicht. Kritisch zu sehen ist am Standort Einkaufszentrum der Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten wie Nahrungs- und Genussmittel, Unterhaltungselektronik, Schuhe oder Bekleidung, die einen unmittelbaren Konkurrenzstandort zum kleinteilig strukturierten Hauptgeschäftsbereich darstellen, da am nicht-integrierten Standort des Einkaufszentrums schnell ein Vielfaches der Verkaufsfläche im Hauptgeschäftsbereich erreicht wird. Zudem besitzt das Einkaufszentrum aufgrund anderer Rahmenbedingungen in Bezug auf Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit, Parkplatzangebot, Mietniveau etc. deutliche Standortvorteile gegenüber den Einzelhandelsangeboten im gewachsenen Zentrum.
- Den städtebaulich **integrierten Lagen** kommt mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 12.200 m² und einem Anteil von rund 38 % an der Gesamtverkaufsfläche ebenfalls eine bedeutende Rolle innerhalb der Radeberger Einzelhandelsstruktur zu. Die größten Anteile entfallen hier mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 4.200 m² und einem Anteil von rund 51 % zum Einen auf die verschiedenen großen oder großflächigen Lebensmittelanbieter, die sich innerhalb der Wohnsiedlungsbereiche befinden und zum Anderen auf die Warengruppe Möbel mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 3.800 m² und einem Anteil von etwa 79 %.
- Mit einem Anteil von etwa 19 % (ca. 6.200 m² VKF) entfällt lediglich der dritthöchste Anteil an Verkaufsflächen auf den **Hauptgeschäftsbereich Radeberg**. Hier sind die größten Anteile in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 1.750 m² VKF; ca. 21 %), Gesundheit und Körperpflege (ca. 620 m² VKF, ca. 43 %), Bekleidung/ Wäsche (ca. 1.100 m² VKF; ca. 70 %) sowie Sport und Freizeit (ca. 580 m² VKF; ca. 73 %) vorhanden.
- Mit einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von ca. 2 % kommt den **nicht-integrierten Streulagen** eine geringe Rolle als Einzelhandelsstandort zu.

Tabelle 5: Verkaufsflächen in m² nach Lagen

Hauptbranche	Zentraler Bereich Hauptgeschäftsbereich		Einkaufszentrum "An der Ziegelei"		Integrierte Lage		Nicht-integrierte Lage		Gesamt	
	VKF in m ²	In %	VKF in m	In %	VKF in m ²	In %	VKF in m ²	In %	VKF in m ²	In %
Nahrungs- und Genussmittel	1.750	21,1	2.190	26,4	4.200	50,7	150	1,8	8.300	100,0
Blumen/Zoo	40	5,3	130	16,8	140	17,6	480	60,4	800	100,0
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	620	43,2	390	27,3	420	29,6	-	-	1.430	100,0
PBS/ Zeitungen/Zeitschriften	220	30,7	40	5,6	450	62,5	10	1,3	720	100,0
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.630	23,4	2.750	24,5	5.210	46,4	640	5,7	11.240	100,0
Bekleidung/Wäsche	1.110	70,3	370	23,6	100	6,0	-	-	1.580	100,0
Schuhe/Lederwaren	340	34,5	640	65,0	10	0,5	-	-	990	100,0
GPK/Haushaltswaren/Geschenkartikel	140	11,0	580	44,9	570	44,1	-	-	1.300	100,0
Spielwaren/ Hobby/Basteln/Musikinstrumente	50	24,5	130	59,9	30	15,6	-	-	210	100,0
Sport und Freizeit	580	72,9	180	23,2	30	3,9	-	-	790	100,0
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.220	45,7	1.910	39,2	740	15,1	-	-	4.860	100,0
Wohneinrichtungsbedarf	210	34,5	180	30,3	210	35,2	-	-	600	100,0
Möbel	450	9,3	580	12,0	3.790	78,7	-	-	4.810	100,0

Hauptbranche	Zentraler Bereich Hauptgeschäftsbereich		Einkaufszentrum "An der Ziegelei"		Integrierte Lage		Nicht-integrierte Lage		Gesamt	
	VKF in m ²	In %	VKF in m	In %	VKF in m ²	In %	VKF in m ²	In %	VKF in m ²	In %
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	70	8,0	750	86,1	50	5,9	-	-	870	100,0
Unterhaltungselektronik/Musik/ Video/IT /Kommunikation	140	16,9	650	79,0	30	4,1	-	-	820	100,0
Medizinische und orthopädische Artikel	110	65,6	-	-	60	34,4	-	-	160	100,0
Uhren/Schmuck	100	77,2	30	22,8	-	0,0	-	-	120	100,0
Baumarktsortimente	190	3,2	4.640	80,2	950	16,4	10	0,2	5.780	100,0
Gartenmarktsortimente	50	1,8	1.640	60,1	1.040	38,1	-	-	2.730	100,0
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.300	8,2	8.460	53,2	6.130	38,5	10	0,1	15.900	100,0
Sonstiges	20	14,3	10	8,8	110	76,9	-	-	150	
Gesamt *	6.170	19,2	13.140	40,9	12.190	37,9	650	2,0	32.140	100,0

Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008

* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

5.2.2 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung

Ein besonderer Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, kommt der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung und dabei vorrangig der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu. **Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.**

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs gehören die Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Schreibwaren/ Papier/ Zeitungen/ Zeitschriften sowie (Schnitt-)Blumen.

Ergänzt werden diese Hauptbranchen bzw. Sortimente häufig durch eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können für die wohnungsnahen Grundversorgung als relevant bezeichnet werden:

Tabelle 6: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung

Mindestausstattung	Nahrungs- und Genussmittel
	Brot und Backwaren
	Fleisch und Wurstwaren
	Getränke
	Drogerie- und Körperpflegeartikel
	Post, Bank
Zusatzausstattung	Ärzte, Friseur
	Apothekerwaren
	Spirituosen, Tabakwaren
	Zeitungen/Zeitschriften
	Bücher/Schreibwaren
	(Schnitt-)Blumen
	Café, Gaststätte
	Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Darstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich.

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der Ausstattung mit Verkaufsfläche im Bereich Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner (vgl. dazu Tabelle 7). Insgesamt ergibt sich für die Stadt Radeberg aufgrund der ermittelten Verkaufsfläche für die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 0,45 m² pro Einwohner. Dieser Wert liegt damit über dem bundesweiten Referenzwertes von etwa 0,35 m² pro Einwohner und weist somit in einer ersten Einschätzung – gesamtstädtisch betrachtet - auf eine sehr gute Versorgung und gleichzeitig auf eine deutlich verschärfte Wettbewerbssituation in diesem Bereich hin.

Tabelle 7: Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in den Ortsteilen Radebergs¹⁶

Ortsteil	Einwohner ¹⁷	VKF in m ²	VKF in m ² pro Einwohner
Großerkmannsdorf	1.644	210	0,13
Liegau-Augustusbad	1.904	100	0,05
Radeberg	13.226	7.960	0,60
Ullersdorf	1.636	20	0,01
gesamt	18.408	8.300	0,45

Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008

Bei einer ortsteilspezifischen Betrachtung wird deutlich, dass im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erhebliche Unterschiede festzustellen sind. Diese sind jedoch im Einzelnen in einen gesamtstädtischen, räumlichen Zusammenhang zu stellen, so dass sich einige Werte relativieren. Denn je nach Lage und Größe können Einzelhandelsbetriebe innerhalb einer Erhebungseinheit durchaus auch eine Versorgungsfunktion für benachbarte Ortsteile, die selbst ein quantitatives oder qualitatives Defizit aufweisen, übernehmen.

So übernehmen beispielsweise die Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Radeberg zusätzlich eine Versorgungsfunktion für die kleineren Ortsteile, die nicht über ein eigenes Versorgungsangebot verfügen.

Grundsätzlich bleibt zur Verkaufsflächenausstattung in den Radeberger Ortsteilen folgendes festzuhalten:

- Erwartungsgemäß nimmt der Siedlungsschwerpunkt **Radeberg** mit einer Verkaufsflächenausstattung von rund 0,6 m² pro Einwohner eine herausragende Position ein. Hier sind insbesondere die Anbieter im Hauptgeschäftsbereich, am Einkaufszentrum und in städtebaulich integrierten Lagen zu nennen. Insgesamt übernimmt die Kernstadt eine Versorgungsfunktion auch für andere Ortsteile, die aufgrund ihrer geringen Einwohnerzahlen keine (oder nur eingeschränkte) Versorgung mit Lebensmitteln aufweisen.

¹⁶ inkl. Neuansiedlung Lebensmitteldiscounter Netto an der Dresdner Straße mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 800 m².

¹⁷ Quelle: Stadt Radeberg, Stand: 10.06.2008, nur Hauptwohnsitze

- In den übrigen kleineren **Ortsteilen** ist die Versorgungssituation mit einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung zwischen 0,01 und 0,13 als deutlich unterdurchschnittlich zu bezeichnen, allerdings muss hier auch die vergleichsweise geringe Mantelbevölkerung von jeweils zwischen 1.600 und 1.900 Einwohnern berücksichtigt werden.¹⁸.

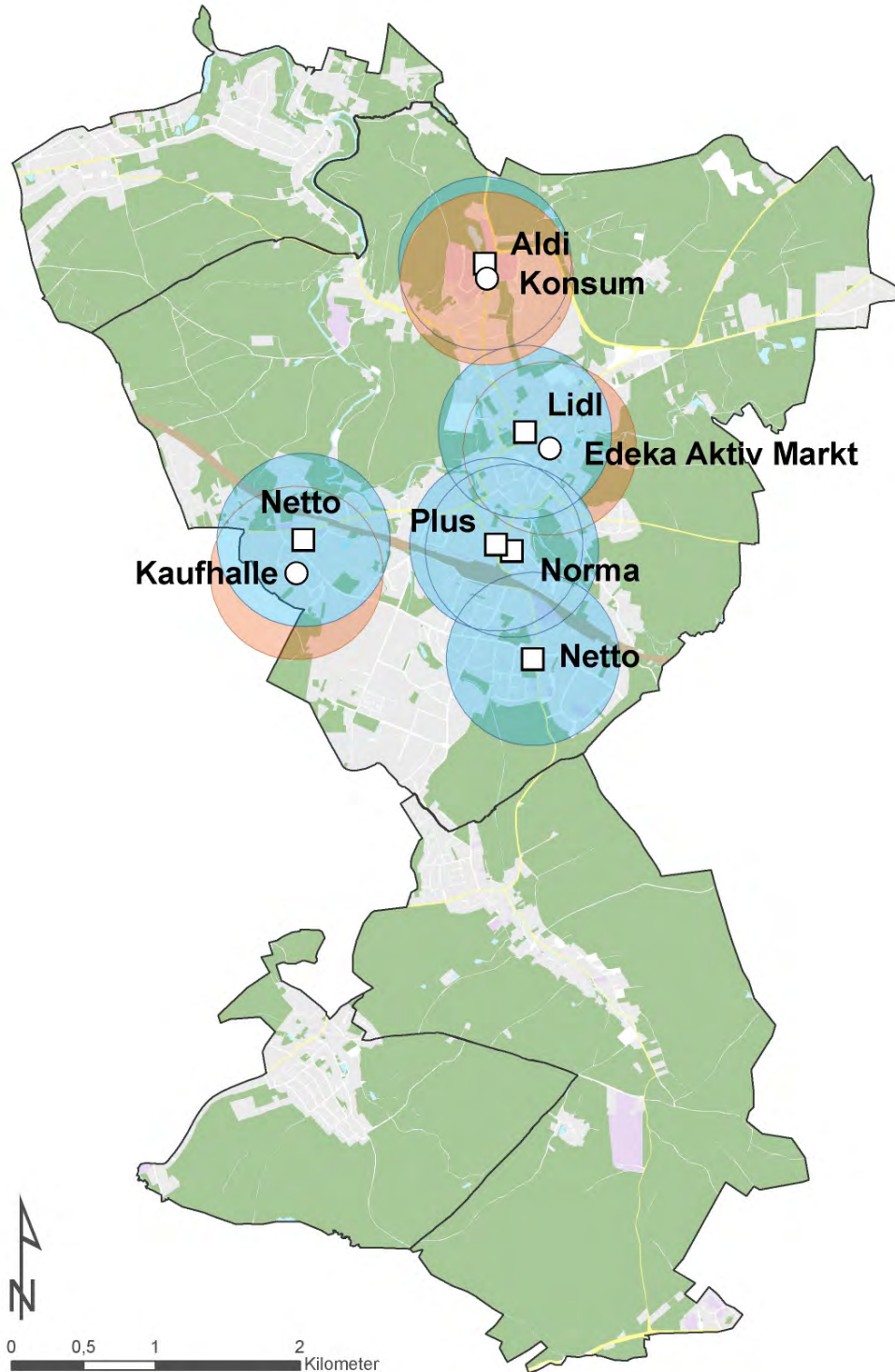
Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wurde eine räumliche Bewertung der Einzelhandelsstandorte vorgenommen. Dabei wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 600 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen¹⁹. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Nahversorgungsangeboten. Im Rahmen dieser Untersuchung wird ein Radius von rund 600 m als Bewertungsmaßstab angesetzt. In der folgenden Karte 5 werden die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 600 m²) im Radeberger Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt.

- Es wird deutlich, dass ein großer Teil des Siedlungsbereiches der **Kernstadt Radeberg** durch die Radien abgedeckt wird, wobei sich einige Radien sogar mehrfach überschneiden, was insbesondere im Bereich des Hauptgeschäftsbereiches, aber auch im südlichen Siedlungsbereich durch die räumliche Nähe einzelner Anbieter der Fall ist. Somit wird deutlich, dass Radeberg im Siedlungsschwerpunkt über ein sehr dichtes Netz von Lebensmittelanbietern verfügt. Räumlich unterversorgte Bereiche sind lediglich im südlichen Siedlungsbereich (Südvorstadt) vorhanden. Angesichts der vergleichsweise hohen Einwohnerdichte in diesem Bereich ist hier ein deutliches Versorgungsdefizit festzustellen.
- In den kleineren Ortsteilen sind, wie bereits beschrieben, aufgrund der vergleichsweise geringen Bevölkerung ebenfalls deutlich unterversorgte Bereiche vorhanden.

¹⁸ Ein Lebensmittelvollsortimenter von rund 1.000 m² Verkaufsfläche und einer maximalen Kaufkraftabschöpfung von etwa 50 % im Marktgebiet benötigt in der Regel etwa eine Mantelbevölkerung von mindestens 5.000 Einwohnern.

¹⁹ Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 Minuten eine Distanz von 900 m zurückgelegt. Vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u.d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW) vom 22.09.2008

Karte 5: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte in Radeberg



Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008, eigene Darstellung; rot= Lebensmittelvollsortimenter; blau= Lebensmitteldiscounter, 600 m Radius

Für die Qualität der Grundversorgung ist auch das strukturelle Angebot, insbesondere der Betriebsformenmix, maßgeblich. Festzuhalten bleibt, dass in Radeberg insgesamt eine gute Bandbreite der Betriebsformen im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln vorhanden ist, allerdings eine Discountlistigkeit festzustellen ist. Sechs Lebensmitteldiscountern stehen drei Lebensmittelvollsortimentern (von denen ein Anbieter mit einer geringen Verkaufsfläche von rund 350 m² kaum die Funktion eines Vollsortimenters übernehmen kann) im Radeberger Stadtgebiet entgegen. Neben den vorhandenen Lebensmitteldiscountern und Lebensmittelvollsortimentern runden kleinere Fachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) das Nahversorgungsangebot ab.

Die Betriebsgrößen stellen sich zum Teil allerdings als gering und nur noch eingeschränkt marktgängig dar. Hiervon betroffen sind insbesondere die Lebensmittelanbieter Kaufhalle an der Waldstraße und der Lebensmitteldiscounter Norma an der Dr.-Albert-Dietze-Straße.

5.2.3 Großflächiger Einzelhandel

Wie die Ausführungen zur quantitativen Verkaufsflächenausstattung bereits gezeigt haben, kommt den großflächigen Einzelhandelsbetrieben eine, je nach Betriebsform oder Branche, prägende Rolle in der Radeberger Einzelhandelsstruktur zu. Rund 16.400 m² Verkaufsfläche und somit ein Anteil von ca. 51 %, entfallen in Radeberg auf großflächige Einzelhandelsbetriebe²⁰. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Zu ihnen zählen u.a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Planungsrechtlich werden Einzelhandelsbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 800 m² (bzw. 1.200 m² BGF – Bruttogeschossfläche) als großflächig i. S. v. § 11 (3) BauNVO eingestuft²¹.

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend wird auch in Radeberg die Einzelhandelsstruktur zunehmend durch großflächige Betriebsformen geprägt. Derzeit werden insbesondere aus der Lebensmittelbranche Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsanfragen an die Kommunen gerichtet.

In der Stadt Radeberg spielt bei den großflächigen Einzelhandelsbetrieben insbesondere der Standort des Einkaufszentrums eine große Rolle und prägt die gesamte Einzelhandelsstruktur der Stadt. Mit rund 9.900 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 60 % ist im Einkaufszentrum eindeutig der räumliche Schwerpunkt der großflächigen Einzelhandelsbetriebe vorhanden.

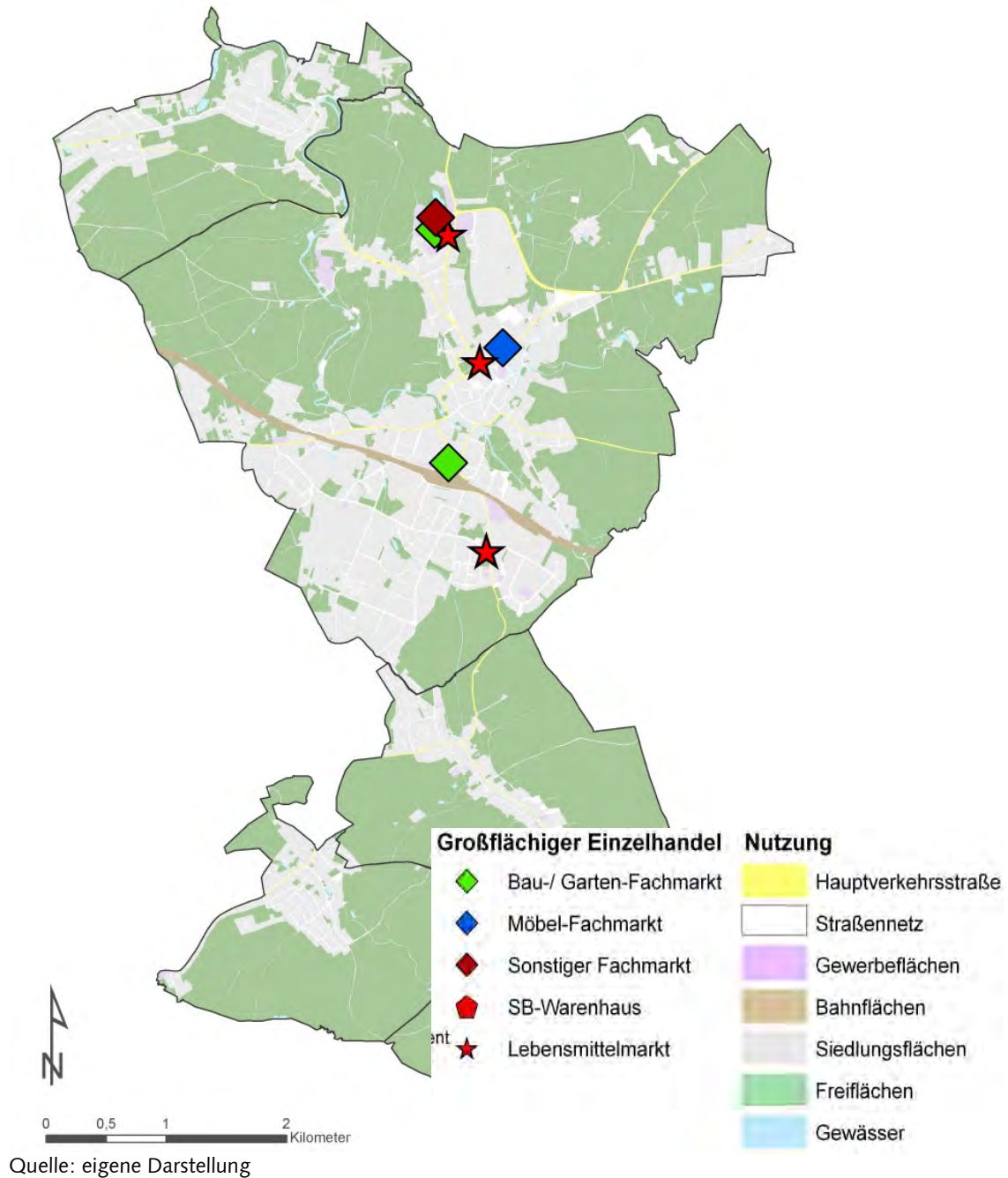
Weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe befinden sich in Streulage innerhalb des Radeberger Stadtgebietes. Als Beispiele sind der Möbelhof Köckritz an der Pulsnitzer Straße oder Landmaxx an der Rathenaustraße zu nennen.

²⁰ Hier werden alle Einzelhandelsbetriebe ab einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m² berücksichtigt.

²¹ Vgl. hierzu auch das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 zum Thema „Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben“

Grundsätzlich sind großflächige Betriebe wichtig für eine attraktive und umfassende Branchen- und Betriebs (-formen) Mischung. Zu groß dimensionierte und/ oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch im Hinblick auf die Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe können jedoch zu negativen Auswirkungen auf die Zentrenfunktion des Hauptgeschäftsbereiches bzw. dessen Entwicklungsperspektive führen.

Karte 6: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Radeberg



5.2.4 Leerstandssituation in der Stadt Radeberg

Ladenleerstände sind Ausdruck ökonomischer Veränderungen und werden im Wesentlichen durch sich verändernde Geschäftsbedingungen auf der Angebots- und/ oder Nachfrageseite bedingt, die entweder den Betrieb selber oder den Standort des Betriebes betreffen. Ladenleerstände, verursacht durch zum Teil einzelbetriebliche Entscheidungen, aber auch durch Veränderungen am Mikrostandort, haben in den letzten Jahren deutlich zugenommen und in einigen Städten bereits ein alarmierendes Ausmaß angenommen.

Auch der Radeberger Einzelhandel bleibt von dieser Entwicklung nicht unberührt. Umnutzung von Ladenlokalen zu anderen Nutzungen (Wohnen oder Dienstleister), Standortabwertungen, zunehmende Leerstände in einigen Lagen, die durch diese Entwicklung ihre Bedeutung als Einzelhandelsstandort bzw. –lage verlieren, sind nur einige Phänomene dieser Entwicklungen, die auch in Radeberg zu beobachten sind. Diese Bedeutungsverluste einzelner Lagen sind insbesondere im Hauptgeschäftsbereich Radeberg zu erkennen, wo ehemalige Einzelhandelslagen zunehmend zu Dienstleistungs- und/ oder Wohnstandorten umgenutzt werden oder, im schlimmsten Fall, über längere Zeiträume leer stehen.

Zum Zeitpunkt der Erhebung²² sind in der Stadt Radeberg mindestens ca. 2.200 m² leerstehende Verkaufsfläche²³ in insgesamt etwa 40 Ladenlokalen zu verzeichnen (vgl. dazu Tabelle 8).

Tabelle 8: Leerstände im Radeberger Stadtgebiet

Lage	Anzahl der Leerstände	VKF in m ² (gerundet)	Struktur
Hauptgeschäftsbereich	26	1.500	kleinteilig, 3 x 100 m ² ; 1 x 200 m ²
Integrierte Lage	14	600	kleinteilig bis zu 100 m ²
Nicht-integrierte Lage	1	150	
Gesamt	41 (20 %)	2.250 (7 %)	

Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008; spätere Teilaktualisierungen

Dies bedeutet, dass rund 20 % aller in der Stadt Radeberg vorhandenen Ladenlokale von Leerstand betroffen sind. Somit ist dieser Anteil von leerstehenden Ladenlokalen als nicht unerheblich zu bezeichnen.

²² April 2008; inkl. spätere Teilaktualisierungen

²³ Es konnten lediglich die Flächen erhoben werden, die einsehbar waren bzw. bei denen Angaben zu Flächengrößen vorhanden waren.

Mit rund 2.300 m² und einem Anteil von etwa 7 % ist der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (ca. 34.400 m² VKF inkl. Leerstände) ebenfalls als nicht unerheblich zu bewerten. Hier schlägt sich auch die sehr kleinteilige bauliche Struktur des Hauptgeschäftsbereiches nieder.

Bei einer detaillierten räumlichen Betrachtung der Leerstandssituation im Hauptgeschäftsbereich ist eine räumliche Konzentration von Leerständen im Bereich der Nebenlagen zu erkennen (vgl. dazu Karte 7). Besonders betroffen sind hier die südliche Hauptstraße, die ehemals eine wichtige Einzelhandelslage war und in der heute eine Vielzahl von Leerständen das Stadtbild prägen, sowie die Pirnaer Straße, die als Einzelhandelslage keine Rolle mehr spielt. In der Hauptlage nördliche Hauptstraße, Markt und Oberstraße dagegen sind aktuell nur wenige Leestände vorhanden, was auf eine insgesamt stabile Einzelhandels- und Vermietungssituation hinweist. Insbesondere die Oberstraße hat durch die Ansiedlung bzw. Verlagerung des Lebensmitteldiscounters Lidl eine Aufwertung und Stärkung erfahren.

Karte 7: Räumliche Verteilung der Leerstände im Hauptgeschäftsbereich Radeberg



Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008, eigene Darstellung, rote Punkte= Leerstände

5.3 Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche

5.4 Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche

Im Folgenden werden die für Radeberg prägenden Einzelhandelsagglomerationen einer städtebaulichen Begutachtung unterzogen. Dabei handelt es sich zum einen um den Hauptgeschäftsbereich, das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“, Nahversorgungsstandorte und die Situation in den Ortsteilen.

5.4.1 Hauptgeschäftsbereich Radeberg

Einzelhandelsbestand

Mit 28 % der Verkaufsfläche im zentralen Bereich bildet die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel die flächenmäßig am stärksten vertretene Branche im Hauptgeschäftsbereich. Die Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe stellen mit insgesamt rund 43 % den größten Anteil an der Verkaufsfläche. Die quantitativ zweitstärkste Branche wird mit 18 % von der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche gestellt. Die Waren der mittelfristigen Bedarfsstufe stellen mit insgesamt rund 36 % die zweite prägende Warengruppe der Innenstadt.

Tabelle 9: Verteilung der Verkaufsflächen im zentralen Bereich

Hauptbranche	Zentraler Bereich	Anteil an der VKF der IS in %	Anteil an der GVKF in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.750	28,4	21,1
Blumen/Zoo	40	0,7	5,3
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	620	10,0	43,2
Schreibwaren/Papier/Bücher	220	3,6	30,7
überw. kurzfristiger Bedarf	2.630	42,6	23,4
Bekleidung/Wäsche	1.110	18,0	70,3
Schuhe/Lederwaren	340	5,5	34,5
GPK/Haushaltswaren/Geschenkartikel	140	2,3	11,0
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	50	0,8	24,5
Sportartikel/Fahrräder/Camping	580	9,3	72,9
überw. mittelfristiger Bedarf	2.220	36,0	45,7
Wohneinrichtungsbedarf	210	3,4	34,5
Möbel	450	7,2	9,3
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	70	1,1	8,0
UEL /Musik / Video / IT etc.	140	2,3	16,9
medizinische und orthopädische Artikel	110	1,7	65,6
Uhren/Schmuck	100	1,5	77,2
Baumarktsortimente	190	3,0	3,2
Gartenmarktsortimente	50	0,8	1,8
überw. langfristiger Bedarf	1.300	21,1	8,2
Sonstiges	20	0,3	14,3
Summe	6.170	100,0	19,2

Quelle: Einzelhandelskonzept Radeberg, eigene Darstellung

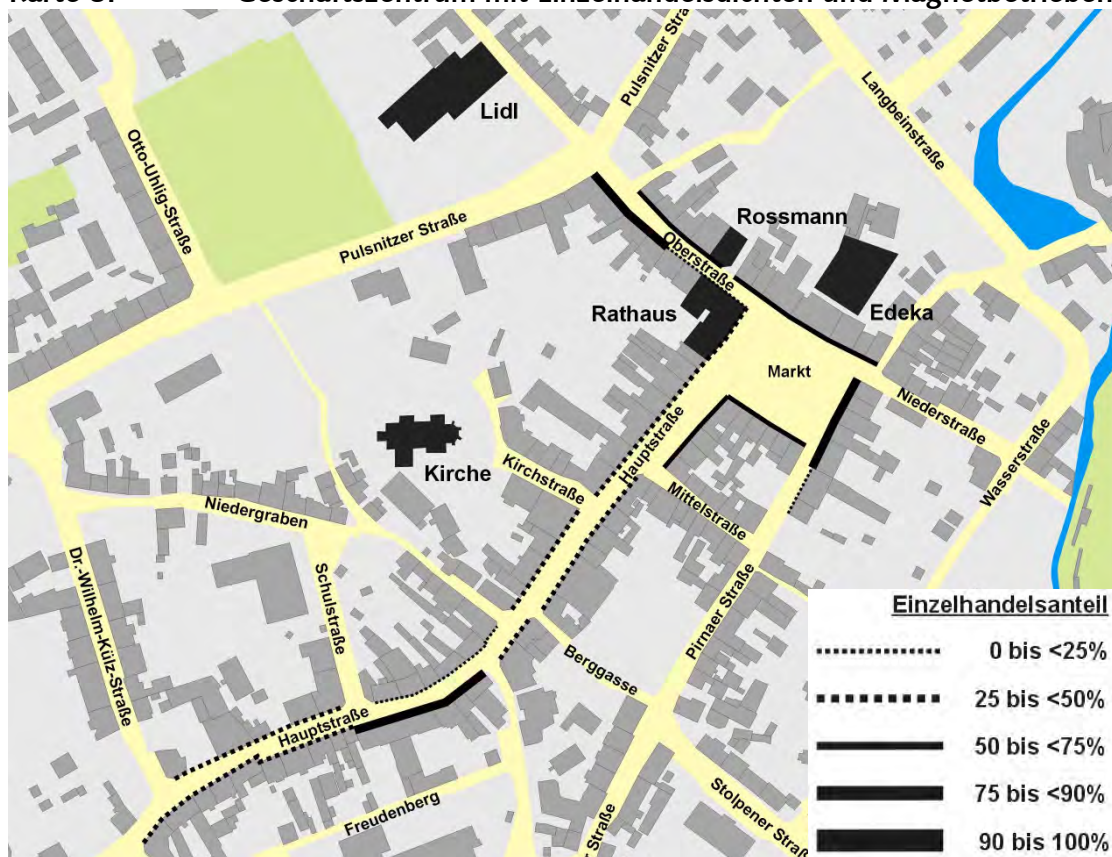
Die Verteilung auf die Warengruppen und die Bedarfsstufen unterstreicht die Bedeutung

des Hauptgeschäftsbereiches von Radeberg für die Grundversorgung. Diese grundversorgungsorientierte Verteilung ist für viele Zentren kleinerer Städte durchaus typisch. Die Geschäftszentren größerer Städte weisen demgegenüber einen deutlich höheren Anteil an Waren der mittelfristigen Bedarfsstufe auf. Dort stellt die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche in der Regel die Leitbranche. Die Situation in Radeberg hängt darüber hinaus auch mit der Nachbarschaft zum Oberzentrum Dresden und dem Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ zusammen, wo ein breites Spektrum an Waren der mittelfristigen Bedarfsstufe vorgehalten wird.

Die räumlich funktionale Struktur

Die Innenstadt von Radeberg weist flächendeckend eine historische Gebäudesubstanz und eine kleinteilige Parzellenstruktur auf. Der Erhaltungszustand der Bebauung ist trotz einiger Leerstände in weiten Teilen gut. Die historische Altstadt, das Schloss/ Museum Klippenstein, die Röder, die Brauerei und die Lage im Raum Dresden machen Radeberg zu einem beliebten Ausflugsziel. Die Bedeutung des Tourismus für die Innenstadt wird auch durch die Vielzahl gastronomischer Betriebe im Zentrum deutlich.

Karte 8: Geschäftszentrum mit Einzelhandelsdichten und Magnetbetrieben



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK 5

In Radeberg gibt es zwei Geschäftsstraßen. Hauptstraße und Oberstraße bilden dabei Einzelhandelsbänder, die am Mittelpunkt der Stadt, am Marktplatz zusammenlaufen. Die Magnetbetriebe befinden sich im Bereich Markt und Oberstraße. Insgesamt prägen eher geringe Einzelhandelsdichten und immer wieder Abschnitte ohne Einzelhandel das Geschäftszentrum. Eine Hauptlage im Sinne einer auf zwei Seiten dicht mit zentrenprägendem Einzelhandel ausgestatteten Geschäftsstraße existiert nicht.

Tabelle 10: Verteilung von Betrieben und Verkaufsflächen

Lagen	Anzahl Einzelhandelsbetriebe	VKF
Hauptstraße	46	2.520
Markt	15	1.480
Oberstraße	13	1.620
Röderstraße	8	800
Pulsnitzer Straße	1	270

Quelle: Einzelhandelskonzept Radeberg, eigene Darstellung

Foto 1: Hauptstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Die Hauptstraße stellt mit 46 Betrieben und ca. 2.500 m² Verkaufsfläche die quantitativ größte Geschäftsstraße. Vielfach prägen inhabergeführte Betriebe, Dienstleister, spezialisierter Einzelhandel und ein einfacher Angebotsstandard die Szenerie. Magnet- und Filialbetriebe fehlen. Durch die weitgehend geringen Einzelhandelsdichten besteht auf weiten Strecken nicht der Eindruck einer Geschäftsstraße - andere Nutzungen überwiegen. Die Straße „lebt“ vielmehr von ihrer reizvollen und gut gepflegten Gebäudesubstanz, die sich in gleicher Qualität auch in den Seitenstraßen fortsetzt.

Foto 2: Markt und Oberstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Der Markt bildet den Mittelpunkt des Zentrums. Neben teilweise hohen Einzelhandelsdichten finden sich auch gastronomische Betriebe und Filialisten am bzw. im unmittelbaren Umfeld des Marktes. Rathaus, zahlreiche Dienstleister und der Wochenmarkt unterstreichen die zentrale Bedeutung des Platzes für die Innenstadt. Ein Lebensmittelsupermarkt und ein Drogeriemarkt fungieren als Frequenzbringer für den Standort. Die beiden Anbieter verfügen über Stellplätze im rückwärtigen Bereich und bilden wichtige Grundversorgungsbausteine des zentralen Bereichs.

Foto 3: Oberstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Die Oberstraße bildet eine kurze und belebt wirkende Geschäftsstraße. Allerdings weist sie einen weitgehend nur einseitigen Geschäftsbesatz auf. Aufgrund der Magnetbetriebe und Filialisten Ernsting's und Rossmann und des auf einer Straßenseite dichten Einzelhandelsbesatzes stellt die Straße aber einen wichtigen Einzelhandelsbaustein im Zentrum. Der Lebensmitteldiscounter Lidl liegt zwar jenseits der Pulsnitzer Straße und damit leicht abgesetzt, ist aber aufgrund der räumlichen Nähe noch dem Zentrum zuzurechnen und unterstreicht die Bedeutung dieses Geschäftsbereichs. Trotz des eher unattraktiven und ver-

kehrbelasteten öffentlichen Raums weist die Straße das größte Potenzial als „Hauptlage“ des Geschäftszentrums auf.

Foto 4: Die Röderstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Die Röderstraße besitzt aus Einzelhandelsicht keine Bedeutung für das Geschäftszentrum. Zum Zeitpunkt der Erhebung prägen zahlreiche leerstehende Ladenlokale die Nutzungen im Erdgeschoss. Von einer Belegung mit Einzelhandelsnutzungen ist aus der Sicht des Gutachters nicht auszugehen. Lediglich aufgrund ihrer städtischen, historischen Baustruktur ist die Straße für die Innenstadt von Bedeutung.

Foto 5: Außendarstellung



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Die Außendarstellungen der Einzelhandelsbetriebe sind qualitativ sehr uneinheitlich. Neben guten Beispielen wirken Schaufenster, Auslagen und Außenwerbung oft einfach oder provisorisch. Ein ansprechendes Eingehen auf die prägende historische Bausubstanz ist eher selten zu finden.

Foto 6: Öffentlicher Raum am Markt



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Der öffentliche Raum im Zentrum ist hochwertig gestaltet und allgemein in einem guten Zustand. Allerdings fallen am Markt, dem „Wohnzimmer“ der Stadt, nachlassende Qualitäten, in Form einfacherer Materialien und „überraschend“ breite Querschnitte für den PKW-Verkehr auf. Die Oberstraße weist aufgrund der Verkehrsbelastung und des teilweise sehr geringen verbleibenden Raums für Fußgänger kaum Aufenthaltsqualitäten auf. Auch die Anbindung des Lebensmitteldiscounters über die Pulsnitzer Straße ist gestalterisch schwach und wird vom fließenden und auch vom ruhenden Verkehr dominiert. In vielen Bereichen der Gehsteige sind Pflanzgefäße zu finden, die zu einem freundlichen Bild der Innenstadt maßgeblich beitragen. Allerdings können die Materialien der Gefäße und die Ausführung nicht überall überzeugen.

5.4.2 Einkaufszentrum „An der Ziegelei“

Neben dem Hauptgeschäftsbereich bildet das Einkaufszentrum, am nördlichen Siedlungsrand der Kernstadt Radeberg gelegen, den quantitativ bedeutendsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Radeberger Einzelhandelsstruktur. Der Sonderstandort befindet sich an der Badstraße, einer der Hauptausfallstraßen Radebergs, und ist somit verkehrlich sehr gut angeschlossen. Zudem stehen den Kunden große Parkplatzflächen zur Verfügung. Der Standort befindet sich – aus städtebaulicher Sicht – in nicht-integrierter Lage und ist somit in erster Linie ein autokundenorientierter Standort.

Foto 7 und Foto 8: Einkaufszentrum „An der Ziegelei“

Quelle: eigene Aufnahmen, Juni 2008

Insgesamt befinden sich an diesem Standort etwa 13.200 m² Verkaufsfläche und 28 Einzelhandelsbetriebe. Damit sind an diesem Standort rund 40 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt Radeberg und doppelt soviel Verkaufsfläche wie im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich vorhanden. Obwohl der quantitative Angebotschwerpunkt im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Baumarkt Obi mit ca. 7.800 m² VKF) liegt, sind an diesem Standort nicht unwesentliche zentrenrelevante Verkaufsflächen vorhanden, so dass dieser Standort einen bedeutenden innerkommunalen Konkurrenzstandort für den Hauptgeschäftsbereich darstellt. In diesem Zusammenhang fallen insbesondere größere Verkaufsflächen in den zentrenprägenden Warengruppen wie Bekleidung/ Wäsche (ca. 400 m² VKF), Schuhe/ Lederwaren (ca. 650 m² VKF) oder Unterhaltungselektronik/ Elektrogeräte (ca. 1.000 m² VKF) ins Gewicht. Einzelne Sortimentsgruppen erreichen somit schnell ein Vielfaches der sortimentspezifischen Verkaufsfläche im Hauptgeschäftsbereich. Zudem besitzt das Einkaufszentrum deutliche Standortvorteile (z.B. sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, Parkplatzangebot, Flächenverfügbarkeit etc.) gegenüber dem historischen Hauptgeschäftsbereich.

Trotz der deutlichen Autokundenorientierung des Einkaufszentrums übernimmt dieser Standort mit einer Verkaufsfläche von rund 2.200 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auch eine Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung im nördlichen Siedlungsbereich.

5.4.3 Nahversorgungsstandorte

Neben den oben beschriebenen Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben wie dem Hauptgeschäftsbereich und dem Einkaufszentrum sind weitere solitär gelegene Einzelhandelsstandorte vorhanden, bei denen insbesondere die Nahversorgungsstandorte eine bedeutende Funktion für die wohnungsnah Grundversorgung der Radeberger Bevölkerung einnehmen.

Nahversorgungsstandort Dresdner Straße (Netto)

Foto 9: Nahversorgungsstandort Dresdner Straße (Netto)



Quelle: eigene Ausnahme, Juni 2008

Am Standort Dresdner Straße, im Westen der Kernstadt Radeberg gelegen, befindet sich seit Sommer 2008 in städtebaulich integrierter Lage der Lebensmitteldiscounter Netto mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 800 m².

Insgesamt übernimmt dieser autokundenorientierte Standort auch eine bedeutende Nahversorgungsfunktion für den westlichen Siedlungsbereich Radebergs, der bisher räumlich unterversorgt war.

Nahversorgungsstandort Waldstraße (Kaufhalle)

Foto 10 Nahversorgungsstandort Waldstraße (Kaufhalle)



Quelle: eigene Ausnahme, Juni 2008

An der Waldstraße, im Westen der Kernstadt in der Nähe des Lebensmitteldiscounters Netto gelegen, befindet sich der Lebensmittelanbieter Kaufhalle mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 350 m². Dieser Standort übernimmt eine bedeutende Nahversorgungsfunktion für den westlichen Siedlungsbereich Radebergs, der eine vergleichsweise

hohe Einwohnerdichte aufweist. Allerdings entspricht eine Verkaufsfläche von rund 350 m² nicht mehr den aktuellen Ansprüchen an einen Lebensmittelvollsortimenter. Zudem weist der Standort deutliche Standortnachteile in Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit und die Parkplatzsituation gegenüber seinen Mitbewerbern auf.

Nahversorgungsstandort Dr.-Albert-Dietze-Straße (Plus und Norma)

Foto 11 und Foto 12: Nahversorgungsstandort Dr.-Albert-Dietze-Straße (Plus und Norma)



Quelle: eigene Ausnahmen, Juni 2008

An der Dr.-Albert-Dietze-Straße, im östlichen Siedlungsbereich der Kernstadt gelegen, befinden sich aktuell die Lebensmitteldiscounter Plus (ca. 740 m² VKF) und Norma (ca. 520 m² VKF) in unmittelbarer räumlicher Nähe zueinander. Der Lebensmitteldiscounter Norma entspricht durch seine geringe Verkaufsflächengröße sowie durch Schwächen in der Innen- und Außendarstellung nicht den aktuellen Anforderungen an einen attraktiven und zukunftsfähigen Lebensmitteldiscounter.

Der Standort ist insgesamt autokundenorientiert; übernimmt aber gleichzeitig auch eine Nahversorgungsfunktion für das östliche Siedlungsgebiet Radebergs.

Nahversorgungsstandort Pillnitzer Straße (Netto)

Foto 13 und Foto 14: Nahversorgungsstandort Pillnitzer Straße (Netto)



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2008

Der Lebensmitteldiscounter Netto befindet sich mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 800 m² an der Pillnitzer Straße in städtebaulich integrierter Lage im süd-östlichen Siedlungsgebiet der Kernstadt. Der Standort ist insgesamt autokundenorientiert; übernimmt aber gleichzeitig auch eine Nahversorgungsfunktion für das süd-östliche Siedlungsgebiet Radebergs.

5.4.4 Ortsteil Großerkmannsdorf

Im Ortsteil Großerkmannsdorf befinden sich insgesamt rund 340 m² Verkaufsfläche. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 200 m² entfällt der größte Anteil auf einen kleinen Lebensmittelanbieter, der als Nahversorger insbesondere für immobile Bevölkerungsgruppen eine bedeutende Rolle übernimmt. Zudem ergänzen eine Bäckerei und ein Getränkemarkt das Angebot im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung.

Karte 9: Angebotssituation in Großerkmannsdorf



Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008, eigene Darstellung

5.4.5 Ortsteil Liegau-Augustusbad

Der Ortsteil Liegau-Augustusbad nimmt als Einzelhandelsstandort, wie bereits aufgezeigt, nur eine marginale Rolle ein. Neben einer Gärtnerei und einem Fahrradgeschäft ist in Liegau-Augustusbad ein kleiner Lebensmittelanbieter mit einer Verkaufsfläche von rund 120 m² vorhanden, der zumindest einen kleinen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung insbesondere der immobilen Bevölkerung leistet.

Insgesamt sind in dem Ortsteil rund 280 m² Verkaufsfläche vorhanden.

Karte 10: Angebotssituation in Liegau-Augustusbad



Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008, eigene Darstellung

5.4.6 Ortsteil Ullesdorf

Der Ortsteil Liegau-Augustusbad nimmt als Einzelhandelsstandort ebenfalls nur eine marginale Rolle ein. Neben einer Bäckerei mit rund 20 m² sind zwei weitere Fachgeschäfte mit Glas/ Porzellan/ Keramik, Büchern und Spielwaren vorhanden.

Insgesamt sind in dem Ortsteil rund 130² Verkaufsfläche vorhanden.

Karte 11: Angebotssituation in Ullersdorf



Quelle: Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008, eigene Darstellung

5.5 Fazit Angebotsanalyse

- Die **Gesamtverkaufsfläche** in Radeberg beträgt zum Zeitpunkt der Erhebung (April 2008) rund **32.000 m²**. Den quantitativ bedeutendsten **räumlichen Schwerpunkt** des Einzelhandelsangebotes stellt - neben dem Hauptgeschäftsbereich - das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ dar. Während im Hauptgeschäftsbereich in Radeberg rund 6.200 m² Verkaufsfläche vorhanden sind, besitzt das Einkaufszentrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 13.000 m² mehr als doppelt soviel Verkaufsfläche und stellt somit insbesondere aufgrund des großen zentrenrelevanten Angebotes an diesem Standort, einen bedeutenden innerkommunalen Konkurrenzstandort für den historisch gewachsenen Hauptgeschäftsbereich dar.
- Aus **städtebaulicher und einzelhandelsrelevanter Sicht** weist das gewachsene Zentrum (Hauptgeschäftsbereich) eine attraktive Angebotssituation auf; wenngleich auch deutliche Schwächen in Bezug auf das Branchenprofil, die Außendarstellung einzelner Einzelhandelsbetriebe und die Einzelhandelsdichte vorhanden sind.
- Auf den **großflächigen Einzelhandel** entfallen ca. 51% der Gesamtverkaufsfläche. Der räumliche Schwerpunkt befindet sich deutlich am Einkaufszentrum.
- **Quantitative Verkaufsflächenschwerpunkte** liegen in den Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Bau- und Gartenmarktsortimente, die durch großflächige Angebotsformen geprägt sind, so dass sie erwartungsgemäß zu den quantitativ bedeutendsten Branchen zählen.
- Die **quantitative Verkaufsflächenausstattung** in Radeberg liegt bei 1,8 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Damit liegt der Wert marginal über dem Bezugswert vergleichbarer Kommunen und weist gesamtstädtisch gesehen auf eine gute Angebotssituation hin.
- Die Ausstattung mit **Lebensmittelverkaufsfläche** liegt gesamtstädtisch bei 0,45 m² pro Einwohner, so dass sich die Verkaufsflächenausstattung über dem Durchschnitt vergleichbarer Kommunen befindet. Somit ist in Radeberg – gesamtstädtisch gesehen – einerseits eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung festzustellen und andererseits bereits eine sehr angespannte Wettbewerbssituation vorhanden. Während in der Kernstadt Radeberg eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner festzustellen ist, sind in den kleineren Ortsteilen dagegen aufgrund der geringen Einwohnerzahlen deutliche Schwächen in der Angebotssituation im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung festzustellen.

6 Analyse der Nachfragesituation

Das nachstehende Kapitel stellt die wesentlichen nachfrageorientierten Rahmenbedingungen des Radeberger Einzelhandels dar. In diesem Zusammenhang wird insbesondere das Einkaufsverhalten der Radeberger Bevölkerung detailliert analysiert. Wesentliche Grundlage für diese Analyse sind die vom 07. bis 08. Juli 2008 durchgeführten Haushaltsbefragungen im Radeberger Stadtgebiet sowie die in der Zeit vom 30. Juni bis 05. Juli 2008 vorgenommene Kundenherkunftserhebung in ausgewählten Einzelhandelsbetrieben im Hauptgeschäftsbereich, im Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ sowie an weiteren solitären Standorten.

6.1 Einzugsgebiet

Vor dem Hintergrund der steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern finden räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten statt. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung wahrgenommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das des einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebes bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Stadt als Einzelhandelsstandort. Auf der anderen Seite ist allerdings auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich das Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Auf der Grundlage der Kundenherkunftserhebung sowie der Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung/ Bewertung von Konkurrenzstandorten /-zentren lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Radeberg folgendermaßen abgrenzen (vgl. dazu Karte 12).

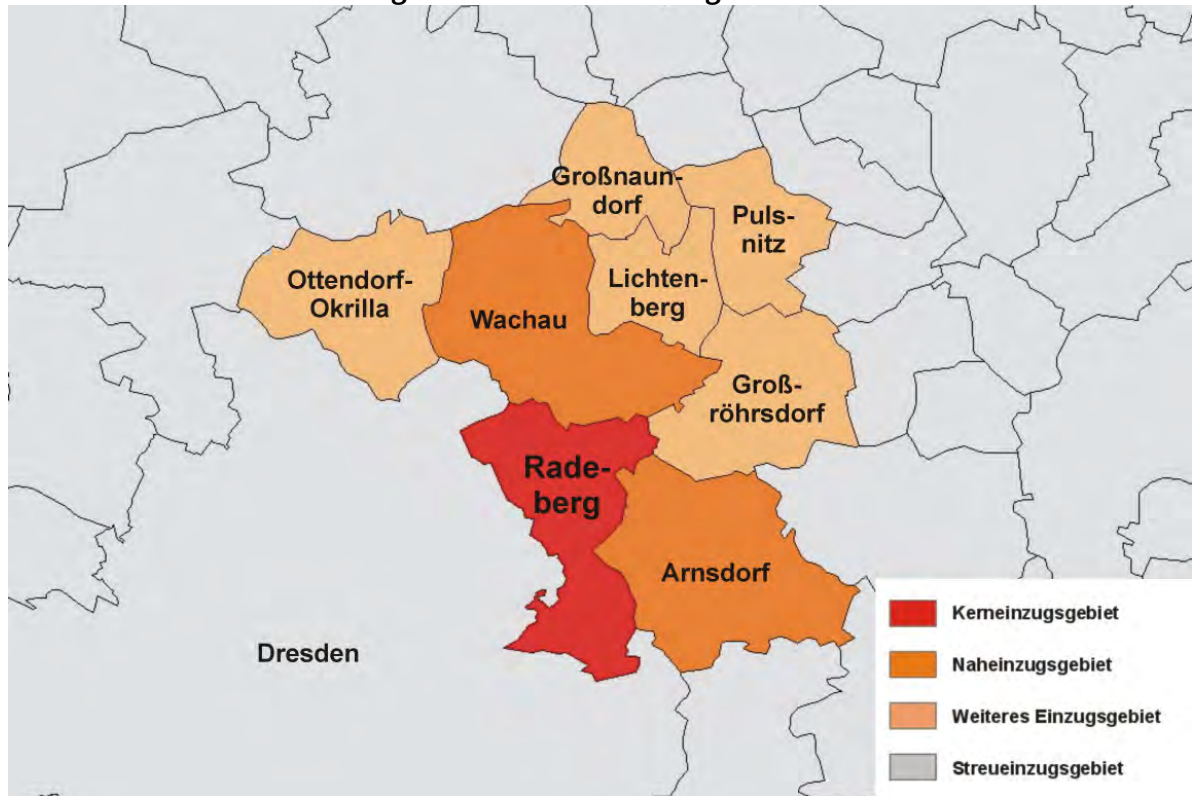
Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Radeberg wird mit einem Kundenpotenzial von rund 18.400 Einwohnern als Kerneinzugsgebiet definiert, da sich der überwiegende Anteil der Kunden des Untersuchungsgebietes (rund 72 % der Kunden aus dem Untersuchungsgebiet) aus diesem Bereich rekrutiert. Dies bedeutet, dass rund 28 % und somit ein vergleichsweise geringer Anteil der Kunden des Radeberger Einzelhandels nicht aus Radeberg stammen, was zum Einen auf die vergleichsweise geringe Verkaufsflächenausstattung und teilweise mangelnde Attraktivität Radebergs in den zentrenprägenden Warengruppen wie Bekleidung/ Wäsche oder Schuhe zurückzuführen ist und zum Anderen auf die unmittelbare zum attraktiven Oberzentrum Dresden, das eine sehr starke Ausstrahlungskraft auf die Region auswirkt. Der Funktion Radebergs als Mittelzentrum im Verdichtungsraum werden somit enge Grenzen gesetzt.

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Radeberg liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von rund 9.300 Einwohnern insgesamt die Nachbarkommunen Arnsdorf und Wachau. Rund 9 % der Radeberger Kunden stammen aus dem näheren Einzugsgebiet.

Karte 12: Verflechtungsbereiche des Radeberger Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung in Radeberg, Juni/ Juli 2008

Weiteres Einzugsgebiet

Das weitere Einzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können. Lediglich etwa 6 % der Radeberger Kunden werden aus diesem Bereich rekrutiert. Das weitere Einzugsgebiet umfasst die Kommunen Ottendorf-Okrilla, Großnaundorf, Lichtenberg, Pulsnitz und Großröhrsdorf mit einem Kundenpotenzial von rund 26.600 Einwohnern.

Streueinzugsgebiet

Als sogenannte „Streumsätze“ des Radeberger Einzelhandels werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet, die in Radeberg durch die touristische Bedeutung der Stadt ein nicht zu unterschätzendes Kriterium darstellen. Allerdings stellt die durchgeführte Kundenherkunftserhebung lediglich eine Momentaufnahme dar.

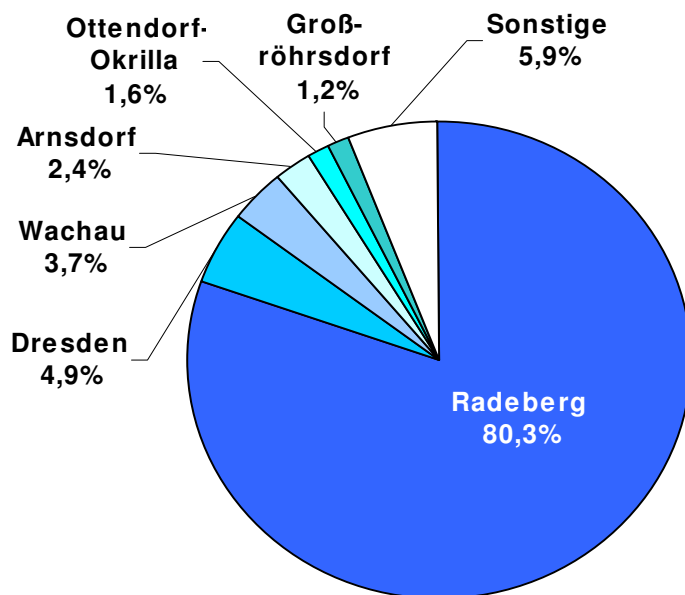
Dieser Kundenkreis stellt (zum Zeitpunkt der Erhebung) etwa 12% des Radeberger Kundenpotenzials.

Insgesamt ergibt sich somit für den Einzelhandel in Radeberg ein Kundenpotenzial von rund 54.000 Einwohnern²⁴, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Radeberger Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Radeberg verringern und die Nachbarkommunen teilweise auf eigenem Stadtgebiet attraktive Einzelhandelsstandorte besitzen, die einen Großteil der eigenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft binden und die Entfernung zum attraktiven Oberzentrum Dresden sehr gering ist.

Eine differenziertere Betrachtung der Einzugsbereiche der verschiedenen Einzelhandelsstandorte in Radeberg zeigt ein unterschiedliches Bild:

- Im Radeberger **Hauptgeschäftsbereich** stammen rund 80 % der Kunden aus Radeberg (vgl. dazu Abbildung 1).
- Größere Anteile auswärtiger Kunden sind aus den Nachbarkommunen Dresden (etwa 5 %), Wachau (etwa 4 %) und Arnsdorf (etwa 2 %) zu verzeichnen.
- Die übrigen Anteile sind sehr gering und verteilen sich auf verschiedene Kommunen in der Region.

Abbildung 1: Einzugsbereich des Radeberger Hauptgeschäftsbereiches

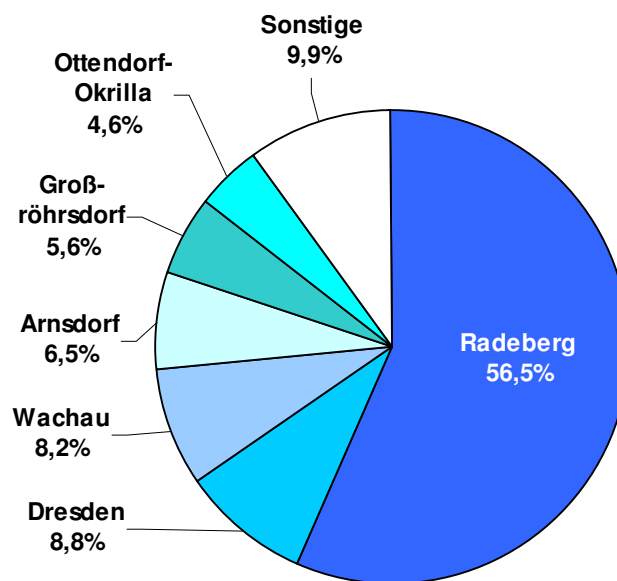


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung in Radeberg, Juni/ Juli 2008

²⁴ Hier wurde das Kundenpotenzial aus dem Streueinzugsgebiet nicht berücksichtigt, da dieses quantitativ nur schwer zu beziffern ist.

- Am **Standort des Einkaufszentrums „An der Ziegelei“** (vgl. dazu Abbildung 2) dagegen ist ein größeres Einzugsgebiet festzustellen und der Anteil der Kunden aus Radeberg liegt um fast 24 Prozentpunkte unter dem Wert des Hauptgeschäftsbereiches.
- Der Anteil der Kunden aus den Nachbarkommunen ist deutlich höher als der Anteil der Kunden im Hauptgeschäftsbereich.
- Größere Kundenanteile stammen überraschenderweise aus dem Oberzentrum Dresden (ca. 9 %), Wachau (ca. 8 %), Arnsdorf (ca. 7 %) und Großröhrsdorf (ca. 6 %).
- Der deutlich höhere Anteil an auswärtigen Kunden an diesem Standort ist neben dem quantitativ bedeutenden Einzelhandelsangebot in erster Linie auf die gute verkehrliche Erreichbarkeit und Parkplatzsituation am Einkaufszentrum zurückzuführen.

Abbildung 2: Einzugsbereich des Einkaufszentrums „An der Ziegelei“



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung in Radeberg, Juni/ Juli 2008

6.2 Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

Zur Bestimmung der Ausstrahlungskraft und Attraktivität eines Einkaufsstandortes ist die Kaufkraftbindung bzw. der Kaufkraftabfluss eine wichtige Größe. Um das räumliche Nachfrageverhalten der Konsumenten zu analysieren, wurden insgesamt 204 Haushalte in Radeberg befragt.

Die Kaufkraftbindungsquote beschreibt den Anteil der lokal vorhandenen Kaufkraft, der in Radeberg verbleibt und durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Im Umkehrschluss wird der Kaufkraftanteil der Radeberger Bevölkerung, der von anderen Einzelhandelsstandorten gebunden wird, zum Kaufkraftabfluss.

Die ermittelten räumlichen Einkaufsorientierungen stellen für zukünftige Planungen und Handlungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung eine hilfreiche Orientierungsgrundlage dar. Sie geben Aufschluss über die relevanten Konkurrenzstandorte des Einzelhandels in Radeberg.

Zur Ermittlung der Kaufkraftbindungsquoten wurden die Radeberger Haushalte befragt, wo sie verschiedene Einkaufsartikel hauptsächlich erwerben. Die Ergebnisse dieser Frage sind in der folgenden Abbildung zusammenfassend dargestellt:

- Erwartungsgemäß weisen die Sortimente des **kurzfristigen Bedarfs** (wie Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheits- und Körperpflegeartikel) mit rund 86 % bzw. 84 % die höchsten Kaufkraftbindungsquoten auf und sind auf die gute Ausstattungssituation zurückzuführen. In diesem Zusammenhang muss allerdings auch erwähnt werden, dass die Haushaltsbefragung vor der Eröffnung des neuen Lebensmitteldiscounters Netto an der Dresdner Straße durchgeführt worden ist. Dementsprechend ist davon auszugehen, dass sich die Kaufkraftbindung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel durch die verbesserte Angebotssituation im Westen der Kernstadt Radeberg um einige Prozentpunkte erhöht hat.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** sind die Bindungsquoten von ca. 30 % bis etwa 63 % als sehr unterschiedlich zu bewerten. Während in den zentrenprägenden Warengruppen wie Bekleidung/Wäsche und Schuhe mit Werten von 30 % bzw. 46 % für ein Mittelzentrum vergleichsweise geringe Werte festzustellen sind, ist die Kaufkraftbindung in den Bereichen GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel mit etwa 63 % als gut zu bewerten.

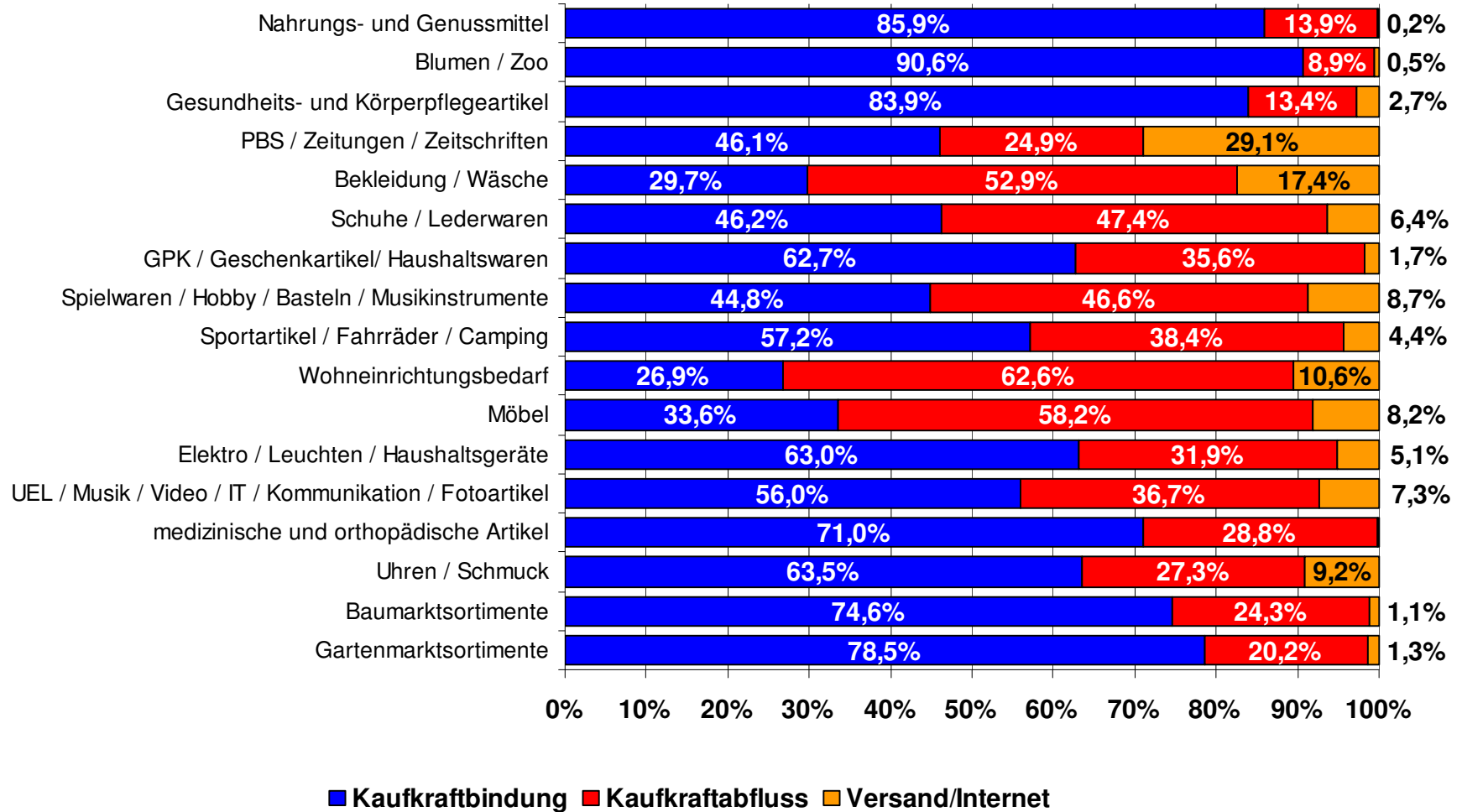
Die vergleichsweise geringe Kaufkraftbindung im Bereich Bekleidung/ Wäsche deutet auf Schwächen in der Angebotsstruktur hin, zum Anderen spielt hier aber auch die Nähe zum Oberzentrum Dresden mit einem sehr attraktiven Einzelhandelsangebot eine große Rolle, das innerhalb kurzer Zeit von Radeberg aus zu erreichen und somit Konkurrenzstandort für den Radeberger Einzelhandel ist.

- Die Kaufkraftbindung im **langfristigen Bedarfsbereich** ist insgesamt als vergleichsweise durchschnittlich zu bewerten.

Das Einkaufsverhalten in den **Hauptwarengruppen Möbel und Wohneinrichtung** hat sich in den letzten Jahren dahingehend verändert, dass die Kunden zu immer größeren Einkaufsdistanzen bereit sind und daher in der Regel, auch bei einem guten bis sehr guten Angebot vor Ort, kaum mehr Bindungsquoten von deutlich über 50 % erzielt werden. Die Bindungsquote von rund 34% im Bereich Möbel ist trotz der Angebotes vor Ort nur als durchschnittlich einzustufen.

Die Bindungsquoten in den **Branchen Bau- und Gartenmarktsortimente** mit ca. 75 bzw. 79 % sind entsprechend des Angebotes als gut zu bewerten.

Abbildung 3: Kaufkraftbindungs- und Abflussquoten in %



Quelle: eigene Darstellung, Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, n= 204, gerundete Werte
 PBS= Papier/ Bücher/ Schreibwaren; GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik; UEL= Unterhaltungselektronik

Für das Mittelzentrum im Verdichtungsraum Radeberg weist die BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 91,02** für das Jahr 2008 aus. Damit liegt dieser Wert rund 9 % unter dem Indexwert von 100 für die Bundesrepublik Deutschland und impliziert ein **durchschnittliches, einzelhandelsrelevantes Ausgabevolumen von rund 4.600 Euro pro Kopf** der Radeberger Bevölkerung pro Jahr.

Anhand der bevölkerungs- und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in Radeberg vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial insgesamt und nach Branchen differenziert darstellen (vgl. dazu Tabelle 11). Die einzelhandelsrelevanten Werte der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG wurden dabei mit den erhobenen Bestandsdaten kompatibel gemacht, da sich in der Zusammenfassung einzelner Warenbereiche zum Teil geringfügige Unterschiede ergeben bzw. auch über den Einzelhandel im engeren Sinne hinausgehende Hauptwarengruppen (insbesondere der rezeptpflichtige Teil der Apotheken) herausgenommen wurden.

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Radeberg

Hauptwarengruppe	Mio. Euro pro Jahr	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	33,4	39,5
Blumen/ Zoo	1,0	1,2
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	4,6	5,4
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	3,1	3,7
überwiegend kurzfristiger Bedarf	42,1	49,8
Bekleidung/ Wäsche	7,4	8,7
Schuhe/ Lederwaren	1,8	2,1
GPK/ Geschenkartikel/ Haushaltswaren	1,1	1,3
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	2,1	2,5
Sport und Freizeit	1,3	1,5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	13,7	16,1
Wohneinrichtungsbedarf	1,9	2,3
Möbel	4,9	5,8
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	2,1	2,4
Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ IT/ / Foto	5,9	6,9
Medizinische und orthopädische Artikel	2,2	2,6
Uhren/Schmuck	0,8	0,9
Baumarktsortimente	8,3	9,8
Gartenmarktsortimente	1,5	1,8
überwiegend langfristiger Bedarf	27,5	32,5
Sonstiges	1,4	1,6
gesamt	84,6	100,0

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, 2008, eigene Berechnungen

- Insgesamt beträgt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für das Jahr 2008 für die Stadt Radeberg etwa 85 Mio. Euro.
- Die Verbrauchsausgaben pro Hauptwarengruppe sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 33 Mio. Euro und ca. 40 % am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial den größten Anteil ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Hauptwarengruppe Baumarktsortimente mit etwa 10 % und Bekleidung/ Wäsche mit ca. 9 %. Weitere monetär bedeutsame Hauptwarengruppen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Unterhaltungselektronik.

Der örtliche Einzelhandel in Radeberg profitiert zumindest in Teilbereichen auch von der **touristischen Ausrichtung** der Stadt. Zur Abschätzung der Bedeutung des Tourismusaufkommens für den Einzelhandel wurden insbesondere sekundärstatistische Quellen (Übernachtungszahlen, Gästezahlen) herangezogen.

Im Jahr 2005 wurden in der Stadt Radeberg rund 35.300 Übernachtungen²⁵ registriert, wobei die Übernachtungszahlen insgesamt eine positive Tendenz aufweisen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1,8 Tage und ist somit als sehr kurz zu bewerten. Über Tagesgäste sind keine Angaben verfügbar; man kann allerdings davon ausgehen, dass rund 100.000 Tagesgäste pro Jahr die Stadt Radeberg besuchen. Davon haben rund 30.000 Besucher pro Jahr die Brauerei besichtigt, die wohl den wichtigsten „Besuchermagnet“ der Stadt Radeberg darstellt. Durch die Tages- und Übernachtungsgäste steht dem Radeberger Einzelhandel pro Jahr ein zusätzliches Kaufkraftpotenzial zur Verfügung.

Allerdings ist in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen, dass diese zusätzliche Nachfrage nach Angeboten des Radeberger Einzelhandels deutlichen saisonalen Schwankungen unterliegt.

Bei der Berechnung der zusätzlichen Kaufkraft durch Touristen und Besucher sind folgende Annahmen mit in die Berechnung eingegangen:

- Im Jahr 2005 wurden rund 35.300 **Übernachtungen** registriert.
- Die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Übernachtungsgäste belaufen sich pro Tag auf etwa fünf bis zehn Euro, was einem zusätzlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von etwa 0,2 bis 0,4 Mio. Euro entspricht.
- Da leider keine Angaben über die Anzahl von **Tagesgästen** verfügbar sind, ist i.d.R. von einem Verhältnis von 3:1 (Tagesgäste/ Übernachtungsgäste) ausgegangen worden. Dies bedeutet, dass etwa 100.000 Tagesgäste pro Jahr nach Radeberg kommen.
- Die durchschnittlichen Ausgaben von Tagesgästen im Einzelhandel betragen etwa 15-20 Euro pro Tag, so dass hier insgesamt ein zusätzliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 1,6 bis 2,1 Mio. Euro pro Jahr nach Radeberg fließen.

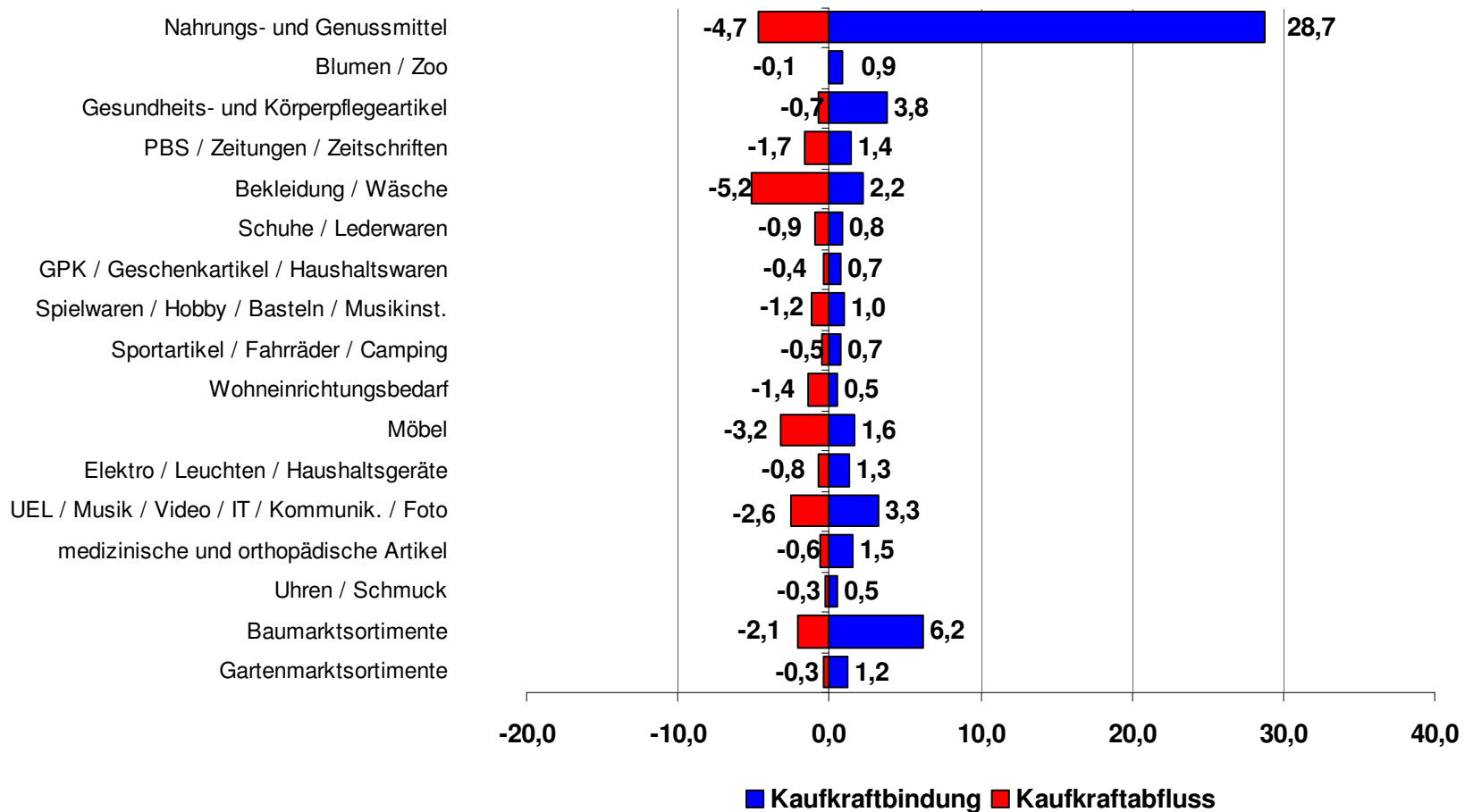
²⁵ Quelle: Stadt Radeberg

- Insgesamt ergibt sich somit ein **zusätzliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial** von rund **1,8 bis 2,5 Mio. Euro** pro Jahr und nimmt somit (bisher) nur eine marginale Rolle ein.

Die folgende Abbildung veranschaulicht die Kaufkraftbindungen und –abflüsse (der Kaufkraft der Radeberger Bevölkerung) unter monetären Aspekten und stellt zudem einen weiteren Baustein der absatzwirtschaftlichen Ausgangslage dar. Insbesondere ist anhand dieser Werte abzulesen, in welchem Umfang die Kaufkraft der Radeberger Bevölkerung vom in Radeberg ansässigen Einzelhandel gebunden werden kann.

- Die höchsten monetären Kaufkraftabflüsse sind in den Hauptwarengruppen Bekleidung/ Wäsche (ca. 5 Mio. Euro), Nahrungs- und Genussmittel (ca. 5 Mio. Euro) sowie Möbel (ca. 3 Mio. Euro) vorhanden, was mit der teilweise schwachen Angebotssituation in diesen Bereichen korrespondiert. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist davon auszugehen, dass sich der Kaufkraftabfluss durch die Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters Netto an der Dresdner Straße reduziert hat.

Abbildung 4: Monetäre Kaufkraftbindungen und –abflüsse in Mio. Euro

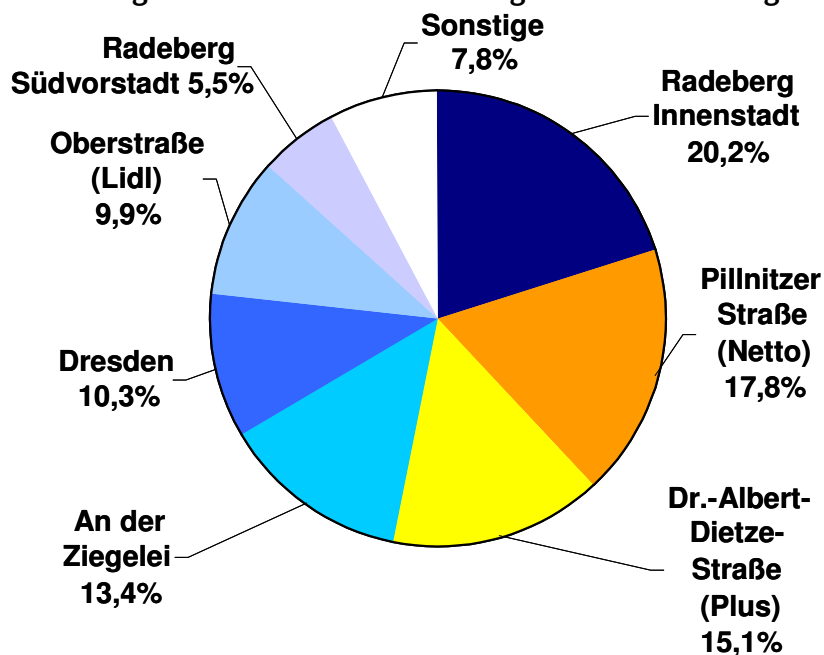


Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Berechnungen

Abbildung 5 verdeutlicht die Einkaufsorientierung der befragten Radeberger im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel**.

- Mit rund 30 % entfällt ein erfreulich hoher Anteil auf den Radeberger Hauptgeschäftsbereich (Edeka und Lidl), der insbesondere durch die Ansiedlung bzw. Verlagerung des Lebensmitteldiscounters Lidl deutlich an Attraktivität gewonnen hat.
- Weitere relevante Standorte für den Lebensmitteleinkauf sind die Pillnitzer Straße (Netto, ca. 18 %), die Dr.-Albert-Dietze-Straße (Plus, Norma; ca. 15 %) und das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ (Aldi, Konsum; ca. 13 %).
- Etwa 10 % der befragten Haushalte orientieren sich in Richtung Dresden.

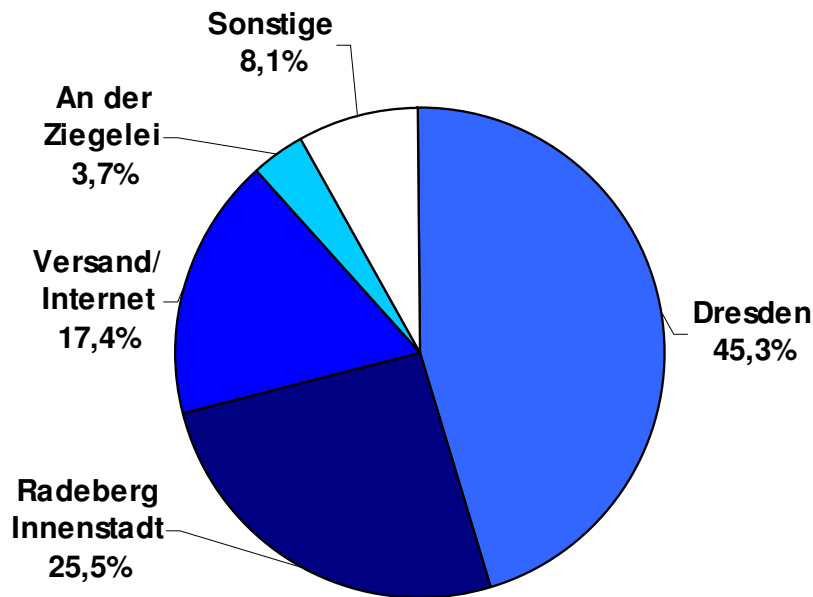
Abbildung 5: Wo werden überwiegend Lebensmittel gekauft?



Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 277

Insbesondere im Bereich **Bekleidung/ Wäsche** (vgl. dazu Abbildung 6) sind, wie bereits beschrieben, deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen. Rund 26 % der befragten Haushalte kaufen Bekleidung/ Wäsche hauptsächlich im Radeberger Hauptgeschäftsbereich. Mit rund 4 % nimmt das Einkaufszentrum eine nur geringe Rolle ein. Etwa 45 % der Befragten geben Dresden als Haupteinkaufsort an. Zudem kommt dem Versand/ Internet mit einem Anteil von etwa 17 % ein ungewöhnlich hoher Wert zu.

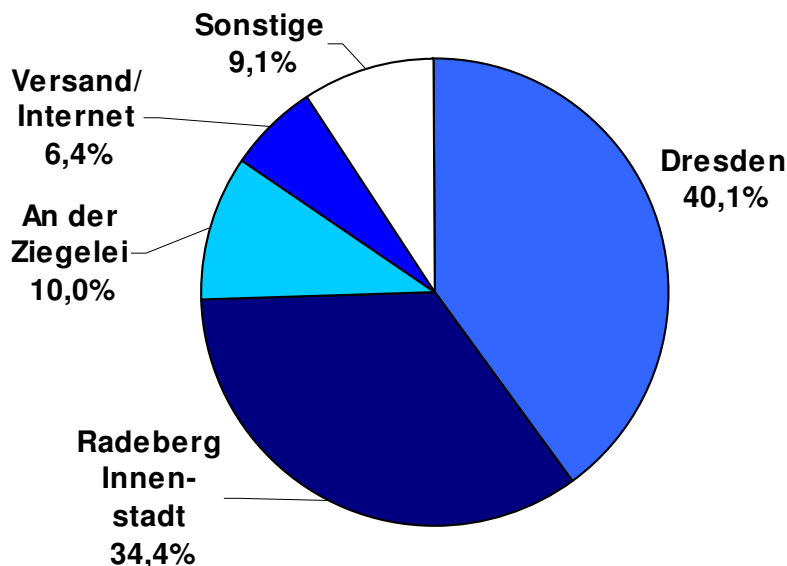
Abbildung 6: Wo wird überwiegend Bekleidung/ Wäsche gekauft?



Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 203

Ein ähnliches Bild zeigt sich im Bereich **Schuhe**, in dem rund 34 % der Kaufkraft im Radeberger Hauptgeschäftsbereich gebunden wird. Allerdings entfällt aufgrund des größeren Verkaufsflächenangebot in dieser Warengruppe auch ein Anteil von 10 % auf das Einkaufszentrum. Allerdings kaufen auch in diesem Bereich etwa 40 % der Befragten Schuhe hauptsächlich im nahe gelegenen Dresden. (vgl. dazu Abbildung 7).

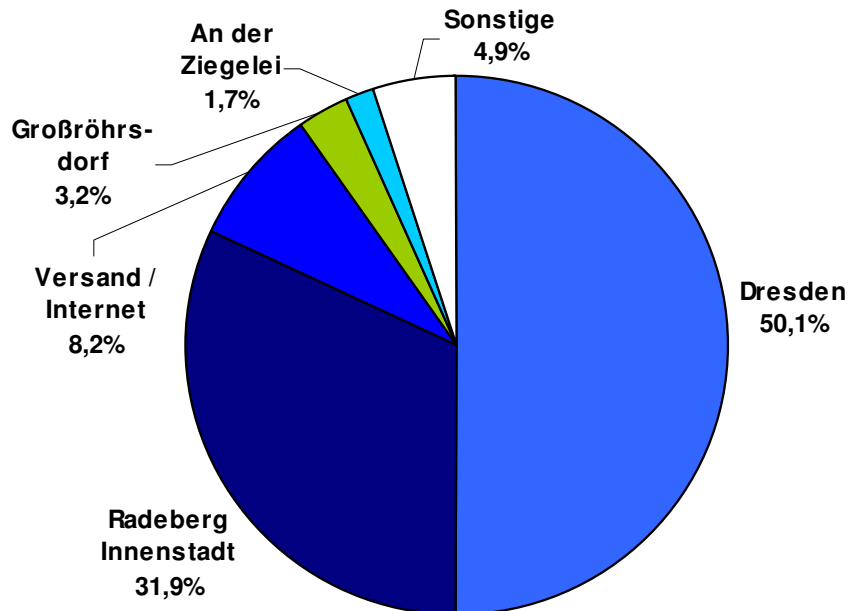
Abbildung 7: Wo werden Schuhe gekauft?



Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 201

Im Bereich Möbel ist eine Kaufkraftbindung von etwa 34 % vorhanden. Rund 32 % der befragten Haushalte kaufen Möbel hauptsächlich in Radeberg. Trotz des quantitativ nicht unbedeutenden Verkaufsflächenangebotes in Radeberg orientiert sich ein großer Teil der befragten (50 %) in Richtung des nächst gelegenen Oberzentrums Dresden, was in dieser Branche nicht unüblich ist.

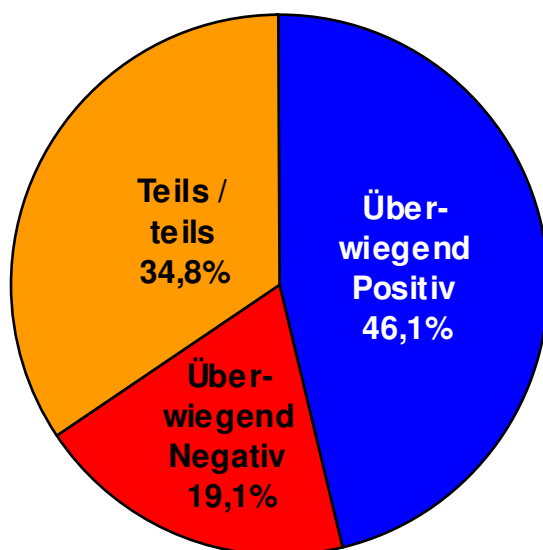
Abbildung 8: Kaufkraftbindung Möbel



Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 162

Zudem wurden die Haushalte nach der Einschätzung der Einkaufssituation in Radeberg gefragt (vgl. dazu Abbildung 9).

Abbildung 9: Wie schätzen Sie die Einkaufssituation in Radeberg ein?



Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 204

Fast die Hälfte der Befragten schätzt die Einkaufssituation in Radeberg positiv ein, während lediglich rund 19 % eine negative Einstellung gegenüber der Einkaufssituation in Radeberg einnehmen. Allerdings beurteilen etwa 35 % der Befragten die Einkaufssituation in der Stadt als teils positiv und teils negativ, was vermutlich auf die sehr unterschiedliche Situation der verschiedenen Standorte (insbesondere Hauptgeschäftsbereich und Einkaufszentrum) und auf die in den Stadtteilen deutlich schwache Angebotssituation zurückgeführt werden kann.

Die Gründe für die jeweils positiven oder negativen Einschätzungen sind in nachstehender Tabelle aufgeführt. Dargestellt sind alle Kriterien, auf die mehr als 10 % der Antworten entfielen:

Tabelle 12: Gründe für die Bewertung der Einkaufssituation

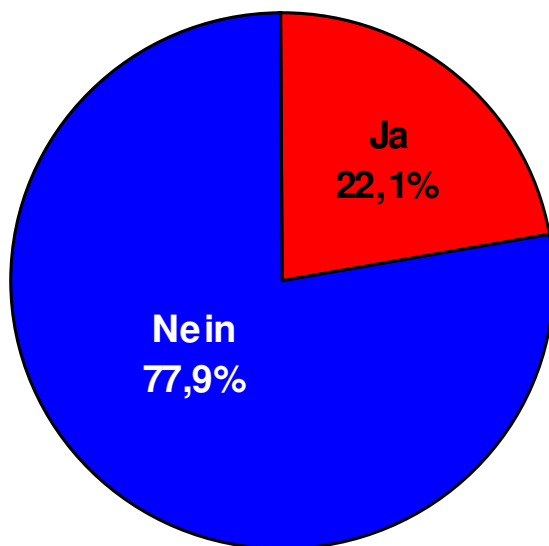
Positive Bewertung (46 %, n= 94)	Negative Bewertung (19 %, n=39)
Große Auswahl (51 %)	Woanders mehr Auswahl (54 %)
Gute Einkaufsatmosphäre (39 %)	Woanders mehr Einkaufsatmosphäre (28 %)
Gut mit dem Pkw zu erreichen (18%)	Anderswo günstiger (15 %)
Gute Qualität des Angebotes (16 %)	Woanders bessere Serviceangebote (15 %)

Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 204

- Auf der **positiven Seite** wird insbesondere die große Auswahl (51 %) und die gute Einkaufsatmosphäre (39 %) in Radeberg genannt.
- Auf der **negativen Seite** nimmt insbesondere der Aspekt, dass an anderen Standorten eine größere Auswahl (54 %) vorhanden ist, eine herausragende Bedeutung ein. Die bessere Einkaufsatmosphäre an anderen Orten wird von rund 28 % der Befragten als negativer Aspekt genannt.
- Bei einer **Gegenüberstellung** der positiven und negativen Bewertungen stehen sich durchaus gleichgerichtete Argumente gegenüber. Dies spiegelt die subjektive Einschätzung bestimmter Kriterien durch unterschiedliche Befragte wider: was die eine Person positiv bewertet, kann die andere durchaus eher negativ oder unzureichend sehen. So sind rund 39 % der befragten Haushalte mit der Einkaufsatmosphäre zufrieden, während (andere) rund 28 % der befragten Haushalte die Einkaufsatmosphäre negativ einschätzen.

Den befragten Haushalten wurde weiterhin die Frage gestellt, welche einzelhandelsrelevanten Angebote bzw. welche Betriebsformen vermisst werden (vgl. dazu Abbildung 10). Insgesamt vermissen erstaunlicherweise nur rund 22 % der Befragten bestimmte Sortimente in Radeberg, während die restlichen 78 % mit dem Angebot zufrieden sind. Als vermisste Angebote bzw. Betriebsformen werden insbesondere Angebote aus dem Bereich Bekleidung/ Textilien (ca. 42 %) genannt, was mit dem Fehlen größerer Anbieter und populärer Filialisten zu erklären ist. Daneben entfallen ca. 24 % der Nennungen auf die Branche Lebensmittel, was insbesondere auf die befragten Haushalte der kleineren Ortsteile zurückzuführen ist.

Abbildung 10: Vermissen Sie bestimmte einzelhandelsrelevante Angebote bzw. Betriebsformen in der Radeberger Innenstadt?



Quelle: Haushaltsbefragung Radeberg, Juli 2008, eigene Darstellung, n = 204

6.3 Umsätze und Zentralitäten des Radeberger Einzelhandels

Durch die Verknüpfung der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen lassen sich Aussagen zur Ausstrahlungskraft des Radeberger Einzelhandels ableiten. Denn bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden nicht nur die Verkaufsflächen pro Hauptbranche und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, vielmehr wird die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dies erfolgt über durchschnittliche Flächenproduktivitäten (Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche) der Vertriebsformen, spezifische Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Radeberg. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Hauptwarengruppen daraus die in nachfolgender Tabelle dargestellten branchenspezifischen Umsätze in Radeberg. Dabei wurden z. T. Agglomerationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG zu erreichen. **Insgesamt setzt der Radeberger Einzelhandel rund 71**

Mio. Euro im Jahr um.

Die Ausstrahlungskraft des Radeberger Einzelhandels in die Nachbarkommunen wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) dargestellt. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen oberhalb des Basiswertes auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Bei einer Gegenüberstellung des ermittelten Radeberger Umsatzes und dem auf der Grundlage der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial (ca. 85 Mio. Euro), ergibt sich ein **Zentralitätswert von 0,83** über alle Hauptwarengruppen, d.h. der Einzelhandel in Radeberg weist insgesamt Schwächen auf und besitzt – über alle Warengruppen betrachtet – keine Ausstrahlungskraft über das Stadtgebiet hinaus, sondern verzeichnet insgesamt Kaufkraftabflüsse.

- Der **gesamstädtische Zentralitätswert** von 0,83 ist für ein Mittelzentrum als sehr gering zu bewerten. Allerdings muss hier auch berücksichtigt werden, dass Radeberg Mittelzentrum im Verdichtungsraum ist, so dass den Entwicklungsperspektiven der Stadt durch die unmittelbare Nähe zum Oberzentrum Dresden enge Grenzen gesetzt sind.
Innerhalb der Hauptwarengruppen zeigen die Zentralitätswerte allerdings ein sehr unterschiedliches Bild:
- Die Zentralität von 0,95 in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** zeigt, dass, gesamstädtisch gesehen, eine gute Angebotsituation vorhanden ist. Dennoch fließt Kaufkraft in andere Kommunen ab, was zum einen mit Pendlerbeziehungen in andere Kommunen (wie Dresden) zu erklären ist und zum Anderen mit dem Einkaufsverhalten der Radeberger. Insbesondere die Einwohner der kleineren Ortsteile erreichen Einzelhandelsstandorte in anderen Kommunen häufig schneller oder besser als Standorte innerhalb Radebergs.
- Im Bereich **Bekleidung/ Wäsche** ist mit 0,5 ein für ein Mittelzentrum sehr geringer Zentralitätswert vorhanden, der die schwache Angebotsituation in der Stadt widerspiegelt. In der Warengruppe **Schuhe/ Lederwaren** dagegen ist ein vergleichsweise hoher Zentralitätswert von 1,2 ermittelt worden, der in erster Linie auf das große Verkaufsflächenangebot im Einkaufszentrum zurückzuführen ist, das eine große Anziehungskraft auf die Region hat (vgl. dazu Kapitel 6.1). Auch in der Warengruppe **GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel** ist mit 1,3 ein hoher Zentralitätswert vorhanden. Dieser ist in erster Linie durch das nicht unerhebliche Randsortiment des Möbelanbieters an der Pulsnitzer Straße zu erklären.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** sind insgesamt für ein Mittelzentrum durchschnittliche Werte festzustellen. Eine Ausstrahlungskraft ins Umland ist lediglich in der Warengruppe Gartenmarktsortiment vorhanden, die in erster Linie auf die großen bzw. großflächigen Angebote der Betriebe OBI und Landmaxx zurückzuführen sind.

Tabelle 13: Branchenspezifische Umsätze und Zentralitäten des Radeberger Einzelhandels

Hauptwarengruppen	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	31,9	33,4	0,95
Blumen/Zoo	0,9	1,0	0,94
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	4,1	4,6	0,90
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	2,0	3,1	0,63
überwiegend kurzfristiger Bedarf	38,9	42,1	0,92
Bekleidung/Wäsche	3,4	7,4	0,47
Schuhe/Lederwaren	2,2	1,8	1,23
GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel	1,4	1,1	1,29
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	0,7	2,1	0,33
Sport und Freizeit	1,3	1,3	1,00
überwiegend mittelfristiger Bedarf	9,0	13,7	0,66
Wohnrichtungsbedarf	0,7	1,9	0,36
Möbel	4,6	4,9	0,95
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	1,8	2,1	0,89
UEL/ Musik/ Video/ IT/ /Foto	4,7	5,9	0,80
Medizinische und orthopädische Artikel	1,0	2,2	0,44
Uhren/Schmuck	0,7	0,8	0,86
Baumarktsortimente	7,0	8,3	0,84
Gartenmarktsortimente	1,9	1,5	1,25
überwiegend langfristiger Bedarf	22,3	27,5	0,81
Sonstiges	0,3	1,4	0,24
gesamt	70,6	84,6	0,83

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, Einzelhandelserhebung Radeberg, April 2008, eigene Berechnungen

6.4 Fazit zur Analyse der Nachfrageseite

- Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** der Stadt Radeberg beträgt **91,02** (2008) und liegt damit rund 9 % unter dem Bundesdurchschnitt (100) und damit im Durchschnitt der Region.
- Die Kaufkraftbindung weist in den einzelnen Hauptbranchen sehr unterschiedliche Werte auf. Insgesamt ist die **Kaufkraftbindung** (für ein Mittelzentrum) als gering zu

bewerten, was zum einen auf schwache Angebotssituation in einigen Warengruppen und zum anderen auf die Lage im Verdichtungsraum und die unmittelbare Nachbarschaft zum Oberzentrum Dresden zurückzuführen ist.

- Der Radeberger Einzelhandel befindet sich mit dem Einzelhandel in den Umlandkommunen in einer **Wettbewerbssituation**. Insbesondere das Einzelhandelsangebot im Oberzentrum Dresden wird von den Radebergern stark nachgefragt. Hinzu kommt die disperse Siedlungsstruktur der Stadt Radeberg, so dass sich beispielsweise die Einwohner der kleineren Ortsteile z. T. in Richtung Nachbarkommunen orientieren, weil sie dortige Einzelhandelsstandorte schneller oder besser erreichen können als Standorte in Radeberg.
- Die Einwohner der Stadt Radeberg verfügen über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 85 Mio. Euro**, welches dem Einzelhandel in Radeberg pro Jahr potenziell zur Verfügung steht. Die Verbrauchsausgaben pro Hauptbranche sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der höchste Einzelanteil mit rund 40 % auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel entfällt.
- Zudem steht dem Radeberger Einzelhandel ein **zusätzliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial durch Touristen und Besucher von bis zu 2,5 Mio. Euro** zur Verfügung. Das zusätzliche Kaufkraftpotenzial durch Touristen und Besucher ist derzeit (noch) als marginal zu bezeichnen.
- Die **Umsätze** des Einzelhandels in Radeberg liegen bei **rund 71 Mio. Euro**, woraus ein **Zentralitätswert über alle Hauptbranchen von 0,8** resultiert. Insgesamt hat der Radeberger Einzelhandel somit keine Ausstrahlungskraft über das Stadtgebiet hinaus, was auf die unmittelbare Nähe zum Oberzentrum Dresden mit attraktiven Einzelhandelsstandorten zurückzuführen ist. Die Zentralitätswerte der Stadt Radeberg weisen in den einzelnen Hauptwarengruppen jedoch erhebliche Unterschiede auf.

7 Prognose der Verkaufsflächenspielräume

Die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale dient grundsätzlich der rechnerischen Orientierung des bis zum Jahr 2018 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs in Radeberg. An dieser Stelle muss betont werden, dass diese Werte lediglich den groben Rahmen des zukünftigen Flächenbedarfs darstellen, so dass Abweichungen nach oben oder unten durchaus sowohl städtebaulich als auch absatzwirtschaftlich verträglich sein können, wenn die räumliche Umsetzung der Potenziale an einem geeigneten Standort stattfindet. Es wird davon ausgegangen, dass in den nächsten Jahren Kaufkraft- und Umsatzveränderungen eintreten werden, die sowohl angebotsseitig als auch nachfrageseitig Auswirkungen auf die erforderliche Verkaufsfläche haben werden.

Auf die Prognose der Verkaufsflächenspielräume wirken eine Reihe von Faktoren, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen werden. Insbesondere werden dabei folgende Kriterien berücksichtigt:

- Aktuelle Angebots- und Nachfragesituation
- Bevölkerungsentwicklung (in Radeberg und in der Region)
- Haushaltseinkommen
- Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern
- Kaufkraftentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern
- (Ziel-) Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtgemeindlich
- Flächenproduktivitäten

Zum allgemeinen Verständnis ist bei der Ermittlung des Verkaufsflächenbedarfs folgendes zu berücksichtigen: Einzelhandelsumsatz und Kaufkraftpotenzial bedingen sich weitestgehend und entwickeln sich damit parallel, woraus folgt, dass bei der Prognose des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs auf eine Verbindung von Status-quo-Werten und Zielgrößen – angebots- wie nachfrageseitig – zurückgegriffen wird.

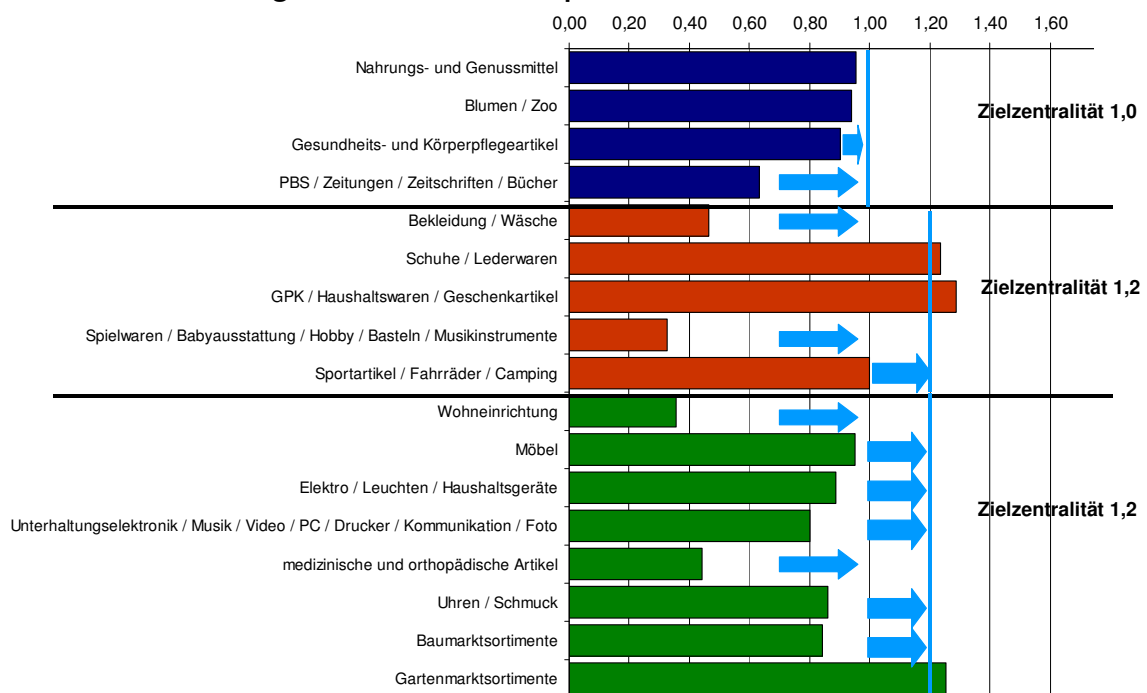
Die einzelnen Eingangswerte der Verkaufsflächenprognose ergeben in Radeberg folgendes Bild:

- Bei der **Bevölkerungsentwicklung** in der Stadt Radeberg wird für den Prognosezeitraum ein marginaler Bevölkerungsrückgang von etwa - 1 % bis zum Jahr 2020 prognostiziert²⁶. Der somit aufgrund der negativen Bevölkerungsentwicklung leicht negative Trend der einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** für Radeberg fließt mit in die Prognoserechnung ein.

²⁶ Quelle: Städtebauliches Entwicklungskonzept (SEKo) der Stadt Radeberg, 2007

- Es wird zudem davon ausgegangen, dass der **Umsatz** im Radeberger Einzelhandel auf Grund der leicht rückgängigen Bevölkerungszahl ebenfalls rückläufig ist.
- Die zugrunde gelegten **Flächenproduktivitäten** werden in Form von Spannweiten in der Berechnung berücksichtigt, um ein Qualitätsspektrum potenzieller Anbieter und einen gewissen Entwicklungsspielraum abzubilden.
- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der Grundversorgung und auch im Hinblick der Funktion der Stadt Radeberg als Mittelzentrum im Verflechtungsbereich **eine idealtypische Zielzentralität** von 1,0 im kurzfristigen und 1,2 im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich angenommen (vgl. dazu Abbildung 11).

Abbildung 11: Zentralitäten und Zielzentralitäten als Grundlage für die Berechnung der Verkaufsflächenpotenziale



Quelle: eigene Darstellung

An dieser Stelle soll noch einmal ausdrücklich betont werden, dass die durch den prognostizierten Verkaufsflächenbedarf rechnerisch ermittelten Verkaufsflächen lediglich einen „Orientierungscharakter“ besitzen. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

- Art (Betriebsform und –konzept)
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkonzept) sowie
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale)

kann die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit eines Vorhabens abgeschätzt und bewertet werden. An dieser Stelle bleibt somit festzuhalten, dass bei einer kurzfristigen und einmaligen Realisierung des prognostizierten Verkaufsflächenbedarfs nicht auszuschließen ist, dass es durch die zusätzliche Konkurrenz zu spürbaren Umsatzumverteilungen und schließlich zur Verdrängung bestehender Einzelhandelseinrichtungen kommen kann.

Die Folgen einer Einzelhandelsentwicklung sind wiederum abhängig von Art, Lage und Umfang der zusätzlichen Konkurrenz. Zudem sind einer über die ermittelten Potenziale hinausgehenden Ausweitung der Verkaufsflächen Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Bei darüber hinaus führenden realisierten Einzelhandelsvorhaben sind Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit Umsatzverluste bzw. eine Marktverdrängung bestehender Betriebe als Konsequenzen zu erwarten.

Besonders betroffen ist in diesem Zusammenhang der Bereich Lebensmittel, da dieser Sortimentsbereich insbesondere am Wohnstandort nachgefragt wird, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. Als Folge kann es zu Funktionsverlusten innerhalb des zentralen Bereiches Hauptgeschäftsbereiches bzw. der Nahversorgungsstandorte kommen. Im Umkehrschluss können überdimensionierte Vorhaben an innerstädtischen Standorten aber auch zu einer Schwächung städtebaulich-integrierter Standorte beitragen. Diese Erläuterungen verdeutlichen die Mehrdimensionalität der Prognose der Verkaufsflächenpotenziale und stellen heraus, dass die Einordnung der Berechnungswerte in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext unabdingbar ist.

Für die Stadt Radeberg ergeben sich - rein rechnerisch - zusätzliche Flächenpotenziale von insgesamt ca. 9.300 m² bis zum Jahr 2018, die sich folgendermaßen auf die verschiedenen Hauptwarengruppen aufteilen:

Tabelle 14: Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale in m²

Hauptbranche	bis 2018
Nahrungs- und Genussmittel	300
Blumen/Zoo	< 40
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	140
PBS, Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften	400
überwiegend kurzfristiger Bedarf	880
Bekleidung/Wäsche	2.000
Schuhe/Lederwaren	-
GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel	-
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	550
Sport und Freizeit	120
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.670
Wohneinrichtungsbedarf	1.230
Möbel	1.060
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	300
Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ IT/ Kommunikation/ Foto	400
Medizinische und orthopädische Artikel	270
Uhren/Schmuck	50
Baumarktsortimente	2.400
Gartenmarktsortimente	-
überwiegend langfristiger Bedarf	5.710
gesamt	9.260

Quelle: eigene Berechnungen

- In der **kurzfristigen Bedarfsstufe** sind mit insgesamt rund 900 m² insgesamt nur vergleichsweise geringe Verkaufsflächenspielräume vorhanden. Die größten Anteile entfallen hier auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 300 m²) und Schreibwaren/ Papier/ Bücher/ Zeitungen/ Zeitschriften (ca. 400 m²). In den übrigen Warengruppen sind lediglich marginale Verkaufsflächenspielräume vorhanden, die in erster Linie Erweiterungsspielräume für bereits vorhandene Betriebe darstellen. Auch wenn im Bereich Nahrungs- und Genussmittel – rein rechnerisch – ein Verkaufsflächenpotenzial von lediglich rund 300 m² vorhanden ist, bedeutet dies nicht, dass nur noch Erweiterungsspielräume für bereits vorhandene Anbieter vorhanden sind. Besteht zukünftig die Chance der Neuansiedlung eines Lebensmittelanbieters an einem (aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht) positiven Standort wie dem Hauptgeschäftsbereich oder auch in der deutlich unterversorgten Südvorstadt, so wäre diese Neuansiedlung positiv zu bewerten auch wenn durch die potenzielle Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens die vorhandenen Verkaufsflächenpotenziale überschritten würden.

- Bei den Hauptwarengruppen des **mittelfristigen Bedarfs** sind mit etwa 2.700 m² Verkaufsfläche bis zum Jahr 2018 größere Potenziale in der Hauptwarengruppe Bekleidung/ Wäsche (ca. 2.000 m²) vorhanden, die die schwache Angebotssituation im Zentrum verbessern können. Auch im Bereich Spielwaren sind mit rund 600 m² Verkaufsfläche größere quantitative Entwicklungsspielräume vorhanden, die zu einer weiteren Attraktivierung des Radeberger Einzelhandels (im Hauptgeschäftsbereich) genutzt werden können.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** sind mit insgesamt etwa 5.700 m² die größten Verkaufsflächenpotenziale festzustellen, die allerdings aufgrund der branchenüblichen Verkaufsflächengrößen von beispielsweise Bau- und Gartenmärkten oder Möbelhäusern in der Regel nicht für Neuansiedlungen ausreichen, sondern in erster Linie Erweiterungspotenziale für bereits bestehende Betriebe darstellen.

8 Entwicklungsperspektiven und –leitlinien

Vor allem für den Einzelhandel, der seit Jahren einem anhaltenden Wandel hinsichtlich der Standortentwicklung sowie der Betriebs- und Vertriebstypen unterliegt, ist eine neutrale Abschätzung mittelfristiger Entwicklungsperspektiven von Bedeutung. Zum Prognosezeitraum lassen sich im Allgemeinen auf unterschiedlichen Trendfortschreibungen basierende Annahmen zur Standortentwicklung treffen. In die Betrachtungen zu einem Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg sind dabei die Entwicklungspotenziale für die unterschiedlichen Hauptwarengruppen einzubeziehen (vgl. dazu Kapitel 7). Dabei wurden zwar in einigen Bereichen (z. B. Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung oder Baumarktsortimente) größere, in einigen anderen Warengruppen allerdings geringere quantitative Verkaufsflächenpotenziale ermittelt, so dass diese absatzwirtschaftlichen Spielräume den Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsmöglichkeiten von Einzelhandelsbetrieben Grenzen setzen bzw. die nur unter klaren Ziel- und Rahmenvorgaben (sowohl quantitativ als auch räumlich) ermöglicht werden sollten.

8.1 Szenarien der Einzelhandels- und Stadtentwicklung

Welche Entwicklung die Stadt Radeberg in Bezug auf die zukünftige Stadt- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt – neben den politisch motivierten Stadtentwicklungsvorstellungen – von dem „Schärfegrad“ der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Die folgenden Szenarien zeigen die Bandbreite der möglichen Entwicklungsoptionen mit Blick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die Szenarien bewusst überzeichnete Denkmodelle darstellen, die auf Grund hypothetischer Annahmen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung mögliche Entwicklungsperspektiven aufzeigen.

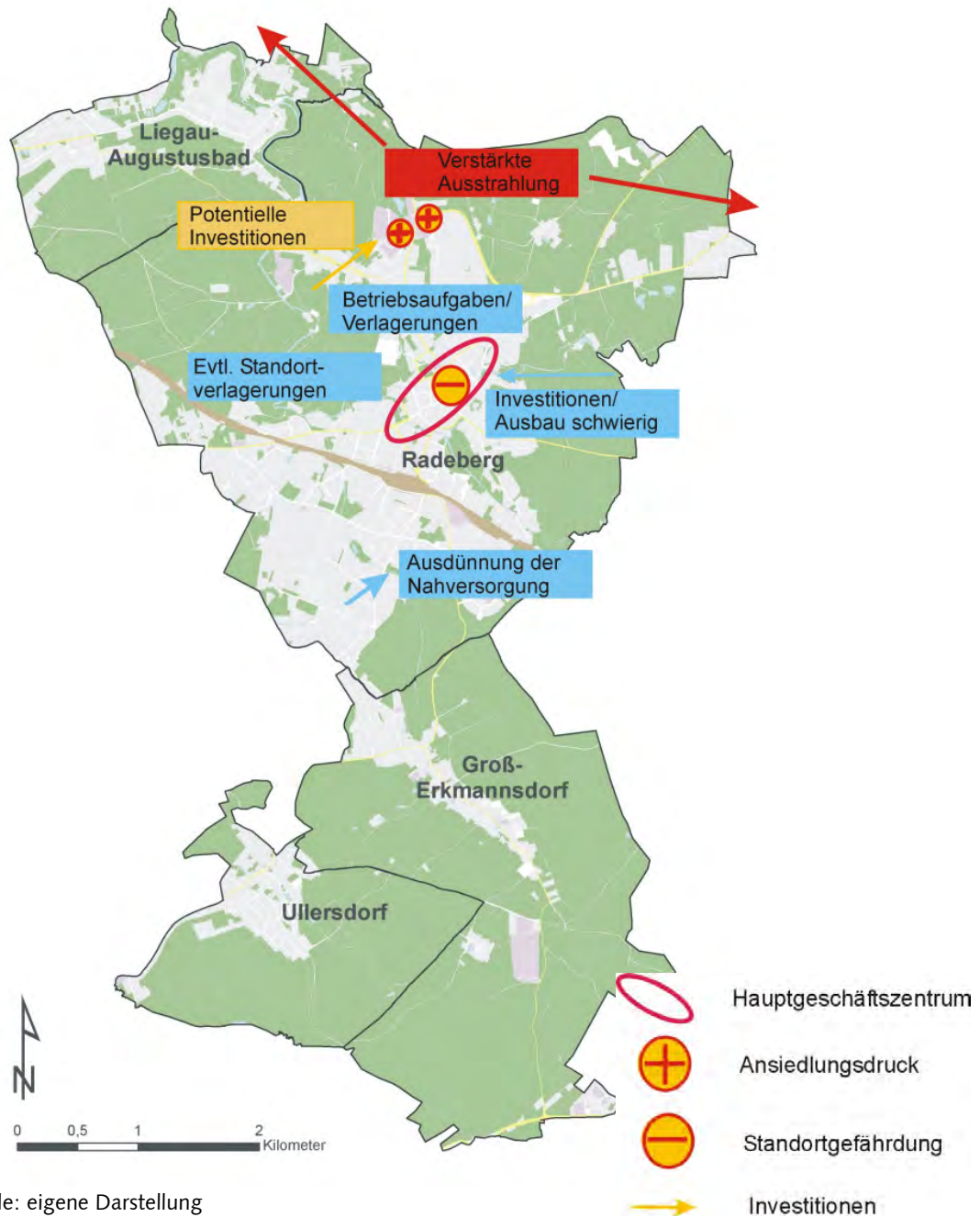
8.1.1 Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“

Trotz der aktuell bereits in einigen Bereichen guten bis sehr guten Ausstattung und der in einigen Warengruppen begrenzten absatzwirtschaftlichen Spielräume, ist die Entwicklung der Einzelhandelsansiedlungen in diesem Szenario durch eine geringe Steuerungsaktivität gekennzeichnet. Es findet eine Abkehr von der bisherigen Konzentration und Ausrichtung auf den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich statt, wobei insbesondere dem Ansiedlungsdruck auf nicht-integrierte Lagen (z. B. Einkaufszentrum „An der Ziegelei“) weiter bzw. verstärkt stattgegeben wird. Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden ohne eine ordnende Steuerung statt. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass zahlreiche neue Einzelhandelsstandorte geöffnet werden können, was die Wahrscheinlichkeit von negativen Auswirkungen auf bereits bestehende, insbesondere gewachsene Zentren- und Versorgungsstrukturen (z. B. zentraler Bereich Hauptgeschäftsbereich) durch Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender

Einzelhandelsstandorte erhöht. Zudem wäre die bestehende wohnortnahe Grundversorgung zum Teil stark gefährdet, da der Verdrängungswettbewerb deutlich zunehmen würde. Folgen dieser Entwicklung wären unter anderem Betriebsaufgaben und die Frage, wie zukünftig die Folgenutzung an verlassenen Standorten aussehen könnte.

Für die Stadt Radeberg könnte dies bedeuten, dass die autokundenorientierten Standorte, insbesondere das Einkaufszentrum „An der Ziegelei“, durch den weiteren Ausbau von Einzelhandelsnutzungen, an Bedeutung gewinnen. Bestehende, gewachsene Versorgungsstrukturen wie der zentrale Bereich des gewachsenen historischen Zentrums in Radeberg oder die wohnungsnahe Grundversorgung wären akut gefährdet und würden deutlich an Attraktivität verlieren. Die Akteure aus Politik und Verwaltung würden sich somit von bestehenden Planungskonzeptionen abwenden. Bestehende Planungen zur Stadtentwicklung würden konterkariert. Politik und Stadtplanung machten sich so zum „Investorenspielball“ und könnten lediglich auf Impulse von Außen reagieren, anstatt zu agieren. Auf der rechtlichen Seite bleibt festzuhalten, dass die Stadt ihre Planungshoheit zu großen Teilen aufgäbe. Es ist zudem nicht auszuschließen, dass es auch zu regionalen Klagen aufgrund negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Nachbarkommunen kommen könnte.

Karte 13: Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung



Quelle: eigene Darstellung

Bewertung

Dadurch, dass Politik und Verwaltung ihre aktive Steuerung (im Sinne einer positiven Stadtentwicklung) aufgaben, würden sie zum „Investorenspielball“. Grundsätzlich wäre nur eine geringe bzw. einseitige Akzeptanz dieses Szenarios zu erwarten. Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit gingen verloren. Gewachsene städtebauliche Strukturen könnten in ihrer aktuellen Struktur nicht beibehalten werden. Die Folge wäre eine Verunsicherung aller Akteure, da die Politik der Stadt Radeberg kein verlässlicher Partner mehr für „alte“ und „neue“ Investoren wäre.

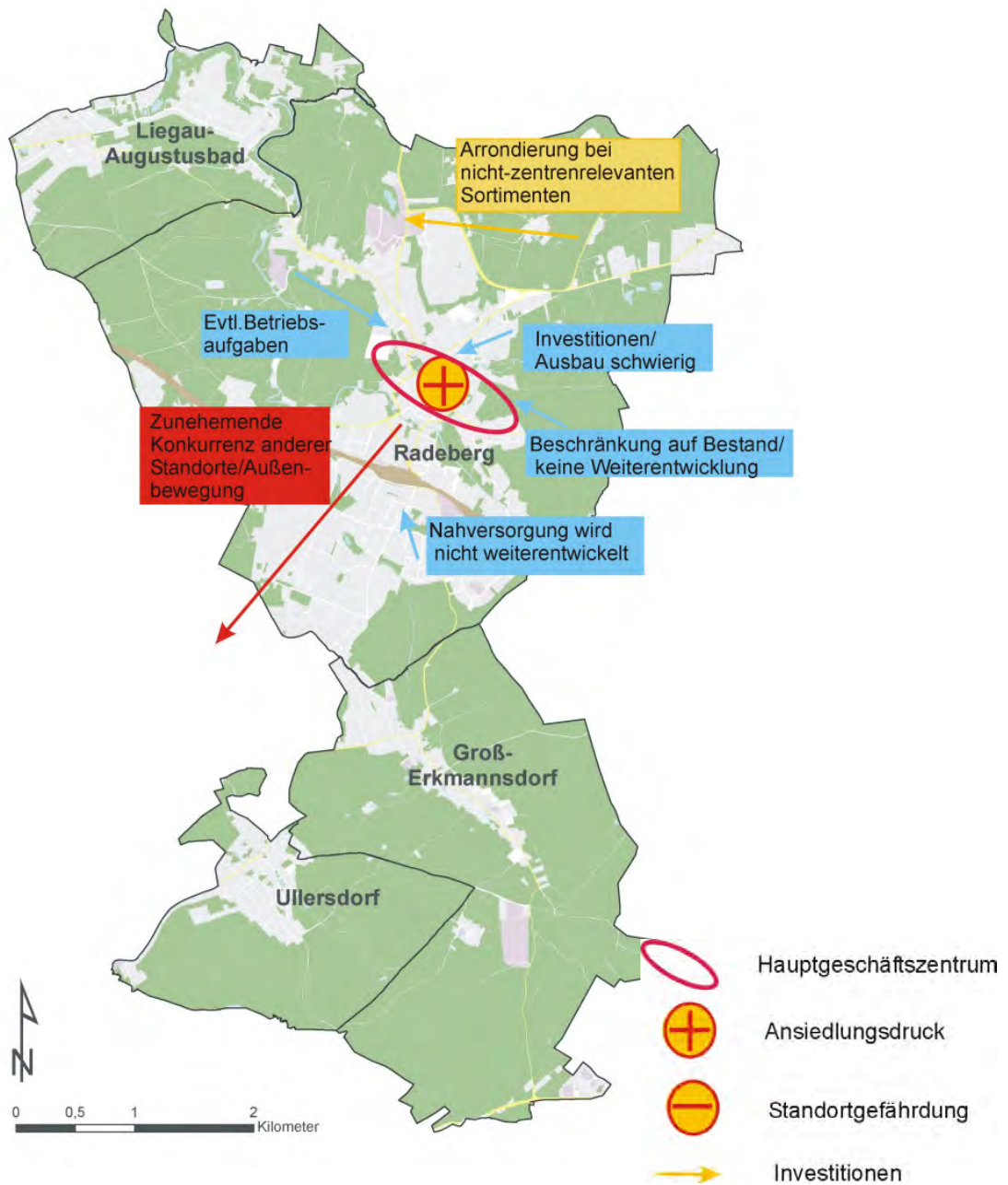
8.1.2 Szenario 2: „Bewahrung“

Die Einzelhandelsentwicklung ist durch eine sehr restriktive Steuerungspraxis charakterisiert, die den Fokus auf die „Bewahrung“ der vorhandenen Strukturen setzt und somit keine weiteren Einzelhandelsansiedlungen zulässt. Die bisher verfolgte Planungs- und Steuerungspraxis mit Konzentration auf den zentralen Bereich Hauptgeschäftsbereich wird in einer deutlich verschärften Form weitergeführt, was dazu führt, dass nahezu keine weiteren Einzelhandelsansiedlungen (insbesondere außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches) ermöglicht werden. Nicht-integrierte Lagen werden auf den Status- Quo festgeschrieben. Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden somit nur durch eine stark begrenzende Steuerung statt. Für Einzelhandel und Städtebau hätte dies zur Folge, dass der Druck auf die gewachsenen Zentren stark zunimmt, um den Bestand an zeitgemäße Angebotsformen anzupassen. Aufgrund der städtebaulichen Rahmenbedingungen stellen sich Investitionen in diesen Bereichen als schwierig dar. Die Folgen wären unter anderem Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität. Andere Standorte und Nachbarkommunen (insbesondere das Oberzentrum Dresden) würden dagegen an noch mehr Attraktivität gewinnen, was wiederum zu noch stärkeren Kaufkraftverlusten (als ohnehin schon vorhanden) führte. Diese „Käseglockenpolitik“ stellt somit einen starken Eingriff ins Marktgeschehen dar und verhindert notwendige Impulse für eine zeitgemäße und nachfragegerechte Entwicklung des Einzelhandelsangebotes.

Für die Stadt Radeberg könnte dies zu einem Attraktivitätsverlust des zentralen Bereiches Hauptgeschäftsbereich führen. Die Bevölkerung würde sich noch deutlich stärker als bisher in Richtung Nachbarkommunen, insbesondere Richtung Dresden, orientieren, was in jedem Fall zu weiteren erheblichen Kaufkraftverlusten führen würde. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behielten ihre aktive Rolle und schafften Planungssicherheit, die allerdings durch einen Stillstand gekennzeichnet wäre.

Auf der rechtlichen Seite würden die umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft. Anfragen und Veränderungsanliegen könnten ggf. nur noch gerichtlich geklärt werden.

Karte 14: Szenario 2: „Bewahrung“



Quelle: eigene Darstellung

Bewertung

Szenario 2 ist zwar in sich konsequent, führt allerdings insgesamt nicht zu positiven Effekten, da Innovationen und Investitionen massiv erschwert werden.

8.1.3 Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“

Diesem Szenario liegt die Annahme zugrunde, dass die Einzelhandelsentwicklung zwar grundsätzlich gezielt von Politik und Verwaltung gesteuert wird, in Einzelfällen allerdings Ausnahmen formuliert werden, die den zuvor abgestimmten Zielen und Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung widersprechen.

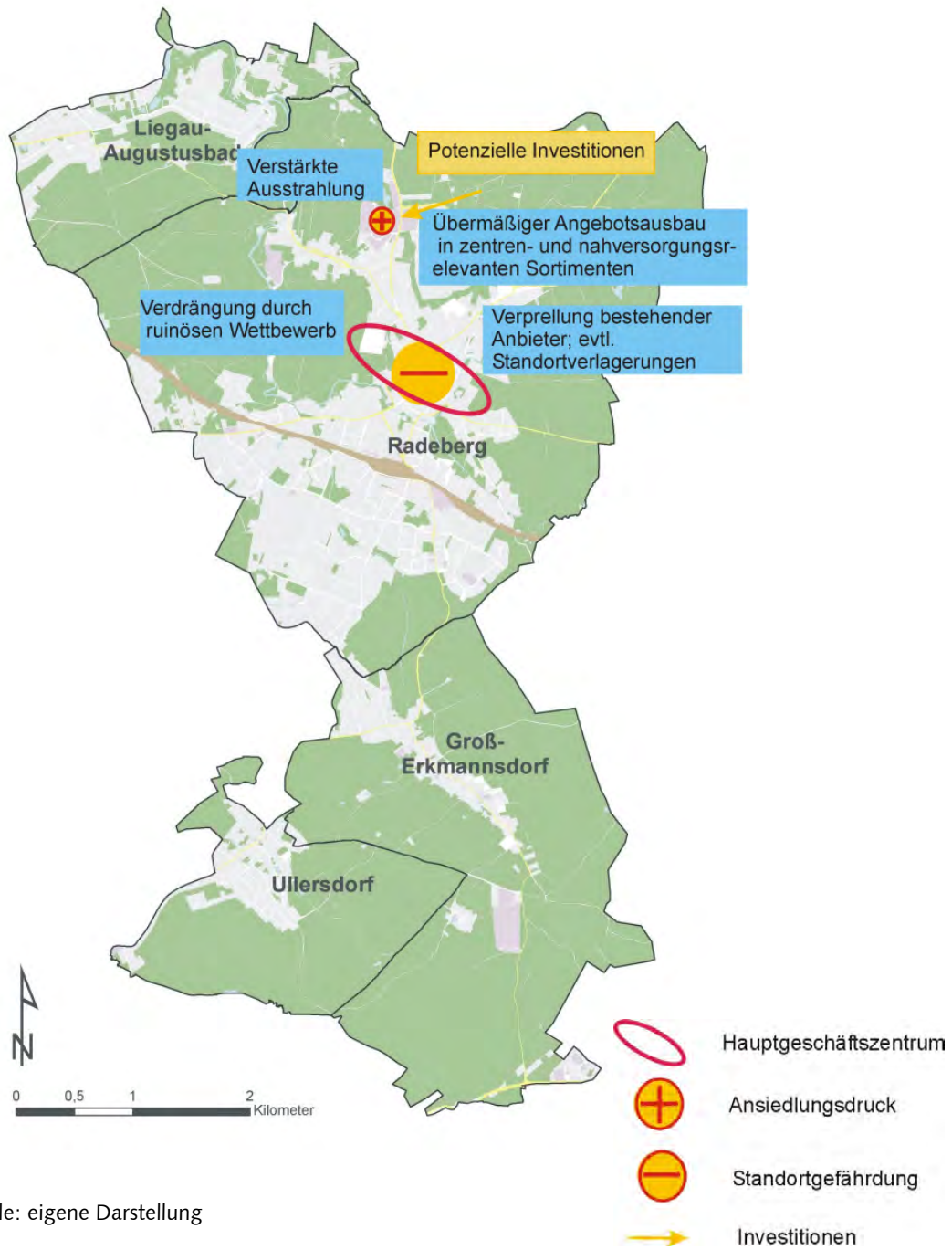
Somit wären, wenn dies im Einzelfall so beschlossen wird, in Radeberg im gesamten Stadtgebiet Einzelhandelsansiedlungen möglich, was auch zu einer Einzelhandelsentwicklung in städtebaulich nicht-integrierten Lagen führen kann. Eine Investitionssicherheit wäre aufgrund der unsicheren und vor allem untransparenten Planungs- und Entscheidungspraxis weder für bereits ansässige Betriebe noch für ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe gegeben.

Aus ökonomischer Sicht ist aufgrund der in einigen Branchen geringen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in Radeberg von einem verstärkten Verdrängungswettbewerb auszugehen. Ein vermindertes Investitions- und Ansiedlungsinteresse innerhalb des bestehenden städtebaulich-integrierten Zentrums führte zu sinkenden Steuereinnahmen. Es käme zu absehbaren Kaufkraftverlusten in der Stadt durch fehlende wirtschaftliche Impulse.

Aus politischer und planerischer Sicht kommt es zu einem Widerspruch durch Inkonsistenz in den Entscheidungen. Ein freies Spiel des Marktes in Teilbereichen bzw. Einzelfällen steht einer ansonsten konsequenten Steuerung gegenüber, wodurch keine verlässliche politische Steuerung gegeben ist. Diese (für ausgewählte Investoren) freundliche Steuerungspraxis ermöglicht den Ausbau einzelner Einzelhandelsstandorte, bei dem die Gefahr besteht, die Zentrenentwicklung zu unterwandern und dadurch einen Attraktivitätsverlust des zentralen Bereiches Hauptgeschäftsbereich und der Nahversorgungsstrukturen und somit eine Ausdünnung der Grundversorgung zu bewirken. Investorenwünsche an anderen Standorten, die aber nicht über die gleichen „Protégés“ verfügen, wären an dieser Stelle argumentativ nicht zu widerlegen, was ein Messen mit zweierlei Maß bedeuten würde.

Aus rechtlicher Sicht entstehen dadurch eine Vielzahl von Problemen wie beispielsweise die Einschränkung der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten. Zudem besteht die Gefahr kommunaler oder auch regionaler Klagen. Die kommunale Planungshoheit wird nicht ausgeschöpft und Anfragen an anderen Orten sind nur schwer zu verhindern.

Karte 15: Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“



Quelle: eigene Darstellung

Bewertung

Das Szenario ist insgesamt inkonsequent und gefährdet die Einzelhandels-, Zentren- und Stadtstrukturen. Zudem kann es zu einer Verunsicherung oder sogar Verprellung von Betreibern und Investoren kommen.

Fazit Szenarien

Die beschriebenen Szenarien stellen - bewusst in Form überzogener Modelle – extreme Gegenpole der Einzelhandels- und letztendlich auch der Stadtentwicklung dar, die allerdings so oder in ähnlicher Form an anderen Stellen diskutiert werden bzw. in der Realität auch existieren (insbesondere die „Steuerung mit Ausnahmen“ ist gängige Praxis in vielen Kommunen). Die alleinige Realisierung eines dieser Szenarien ist unwahrscheinlich und nicht zu empfehlen. Die folgende Empfehlung, die eine räumlich-funktionale Gliederung der Einzelhandelsentwicklung aufgreift, verfolgt die allgemeinen Ziele der Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Radeberg im Hinblick auf den Aufbau bzw. die Sicherung einer funktionsfähigen Versorgungsstruktur. Dieses somit entwickelte und im Rahmen der Entwicklung des Einzelhandelskonzeptes abgestimmte „Leitbild“ stellt eine Orientierung für die zukünftige Planungs- und Steuerungspraxis der Stadt Radeberg dar. Als vorrangige Aufgaben hat es sowohl die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich als auch die Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung zum Ziel und entspricht somit auch den landesplanerischen Vorgaben des Freistaates Sachsen (Landesentwicklungsplan 2003, Handlungsanleitung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen, 2008) in Sachsen.

8.2 Empfehlung: „Räumlich-funktionale Gliederung“

Die Einzelhandelsentwicklung ist durch eine stringente Planungspraxis gekennzeichnet. Einzelhandel wird danach in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf einige Standorte im Stadtgebiet Radeberg konzentriert. Der Schwerpunkt der Planungen und damit das Ziel mit der obersten Priorität liegt dabei auf dem Erhalt des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich und der wohnortnahen Grundversorgung. Integrierte Ergänzungsstandorte sind allerdings ebenfalls möglich.

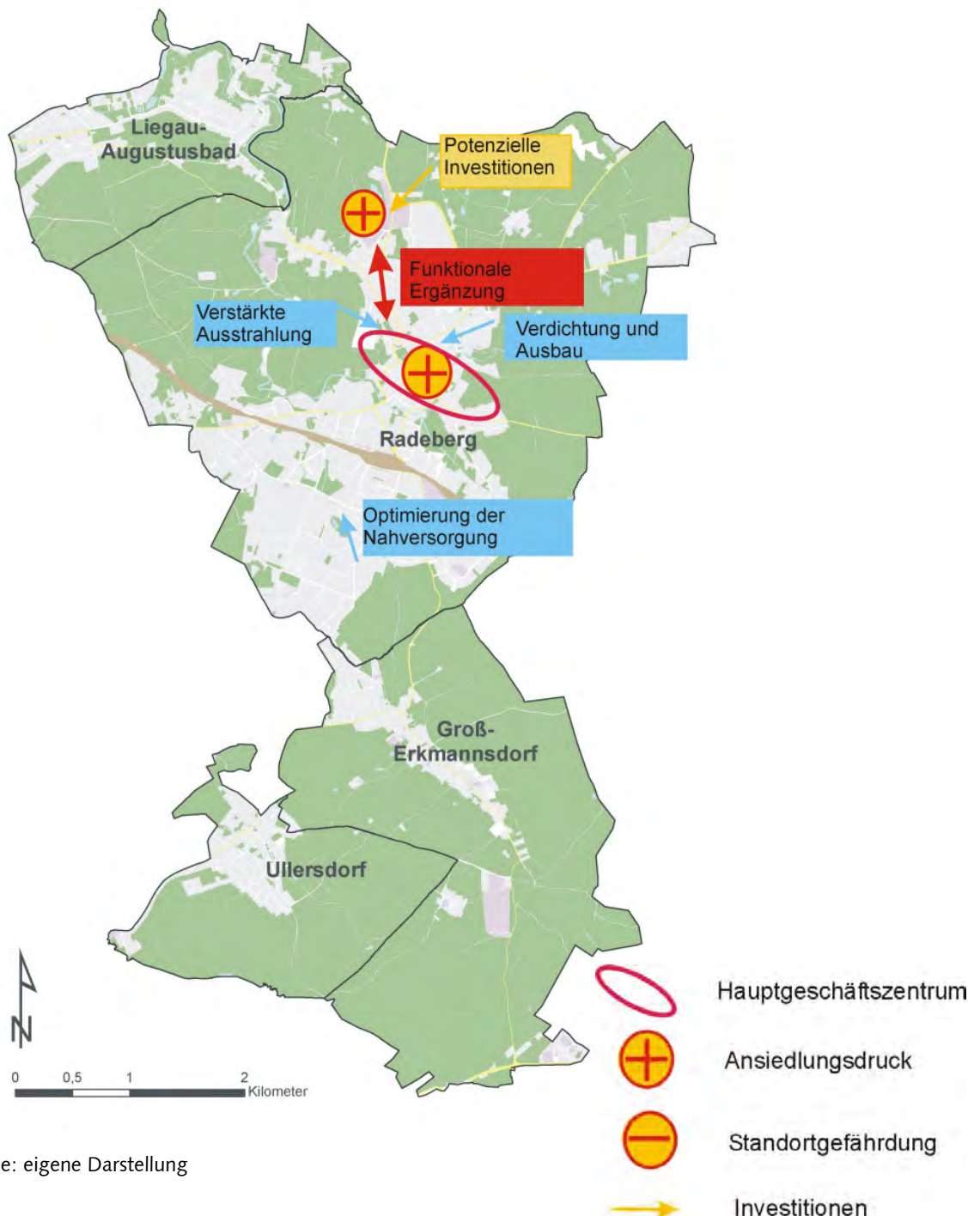
Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass das Investitions- und Ansiedlungsinteresse innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches erhalten bleibt, was zu einer Sicherung und ggf. zu einem weiteren Ausbau dieses Einzelhandelsstandortes führt. Ein ruinöser Wettbewerb kann dadurch verhindert und „Verwerfungen“ können reduziert werden. Im Sinne einer verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung können innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nicht realisierbare Angebote (die für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches keine Bedeutung haben wie Bau- und Gartenmärkte) an Ergänzungsstandorten verwirklicht werden, ohne den zentralen Versorgungsbereich jedoch zu schwächen bzw. zu gefährden. Die Stadt Radeberg kann auf diesem Weg durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis gezielt Entwicklungsimpulse setzen und die Einzelhandelsentwicklung steuern.

Die Akteure aus Politik und Verwaltung erhalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit. Es werden, im Hinblick auf Investoren, positive Signale nach Innen und Außen gesetzt. Einzelinteressen der Stadtentwicklung werden nachgeordnet betrachtet, so dass es im Einzelfall zur „Verprellung“ von Ansiedlungswilligen kommen kann.

Rechtlich bedeutet dies, dass Planungs- und Rechtssicherheit gegeben werden. Umfangreiche gesetzliche Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten werden vollständig ausgeschöpft.

Das Leitbild der räumlich-funktionalen Gliederung ist in sich konsequent und zeigt klare räumliche Zuordnungen für den Einzelhandel unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben (Landesentwicklungsplan 2003, Handlungsanleitung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen, 2008) des Freistaates Sachsen auf. Gleichzeitig ist eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren unter Beibehaltung der Planungshoheit möglich.

Karte 16: Empfehlung: „Räumlich-funktionale Gliederung“



Quelle: eigene Darstellung

9 Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg

9.1 Warum ist ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg sinnvoll?

Vor dem Hintergrund der ermittelten Rahmenbedingungen aus der Analyse der Angebots- und Nachfrageseite und der daraus resultierenden absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume ist eine zentrenverträgliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung auch weiterhin zu verfolgen.

Zentren- bzw. auch nahversorgungsrelevante Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Standorten können durch Überschneidungen mit Angeboten im zentralen Versorgungsbereich und an integrierten und nicht-integrierten Standorten bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (z.B. niedrigere Miet- und Grundstückspreise, geringere Betriebs- und Personalkosten, mehr Stellplätze, bessere verkehrliche Erreichbarkeit oder größere Flexibilität bei Erweiterungen) kurz- bis mittelfristig zu einem massiven Bedeutungsverlust der gewachsenen Zentrenstruktur (Hauptgeschäftsbereich) sowie der Nahversorgungsstandorte führen. Vor dem Hintergrund dieser Überlegenheit städtebaulich nicht-integrierter Standorte bzw. anderer Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (z. B. Einkaufszentrum „An der Ziegelei“) in Bezug auf Flächenpotenziale und Stellplätze sind eindeutige politische und planerische Aussagen seitens der Stadt Radeberg unerlässlich. Nur ein klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kann verhindern, dass die bestehende Zentren- bzw. Standortstruktur mit Konzentration auf das gewachsene historische Zentrum Hauptgeschäftsbereich Radeberg an Bedeutung verliert.

Dabei ergeben sich zudem klare Vorteile für alle beteiligten Akteure:

- Es wird eine zukünftig abgestimmte Weiterentwicklung der Einzelhandelsstrukturen im Konsens aller Akteure auf Ebene der Stadt Radeberg möglich.
- Klar formulierte Leitlinien und Grundsätze schaffen Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit für alle Beteiligten.
- Es wird ein Beitrag für eine aktive Wirtschafts- und Einzelhandelsentwicklung in der Stadt geleistet.
- Es wird eine stringente Ansprache potenzieller Investoren ermöglicht.
- Bisher getätigte Investitionen und vorhandene noch funktionstüchtige Einzelhandelsimmobilien bleiben weiterhin in Wert gesetzt.
- Vor allem durch eine quantitative Steuerung wird eine ruinöse Wettbewerbssituation verhindert.

Auf die Entwicklung des Radeberger Einzelhandels hat neben den Einzelhändlern und den Haus- und Grundstückseigentümern nicht zuletzt auch die Stadt Radeberg als Träger der kommunalen Planungshoheit Einfluss.

So sind es Politik und Stadtverwaltung, die letztlich günstige Bedingungen im Rahmen ihres Ordnungs- und Baurechtes schaffen können, die es dann von interessierten Investoren und Betreibern auszufüllen gilt. Die aufgezeigten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale sind somit nicht willkürlich im Stadtgebiet zu verorten, sondern speziell nach Art des Vorhabens und der Warensortimente, der Lage im Stadtgebiet und hinsichtlich der Größendimensionen des Vorhabens zu beurteilen.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept kann sich in diesem Zusammenhang als grundlegender Orientierungs- und Steuerungsrahmen für die weitere Einzelhandelsentwicklung in und für die Stadt Radeberg erweisen und durch einen entsprechenden politischen Beschluss des Stadtrates als sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. §1 (6) Nr.11 BauGB eine bedeutsame Abwägungsgrundlage für zukünftige Bauleitplanverfahren dienen.

9.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Die übergeordneten zukünftigen Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gesamtstadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z. B. Bevölkerungsentwicklung und –verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation, Beziehungsgeflecht zu den Nachbarkommunen/ Nähe zum Oberzentrum Dresden) ab. Auf dieser Grundlage werden Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt definiert, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Radeberg

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und –konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Radeberg attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, eine Vielfalt (im oben genannten Sinne) für die Stadt Radeberg zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Bereichen gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt dem Hauptgeschäftsbereich als Hauptzent-

rum eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Tourismus (Brauerei, Altstadt), Verwaltung, Gastronomie und Erholungseinrichtungen etc. zu, während es Aufgabe der Ergänzungsstandorte ist, die Angebotsituation im zentralen Versorgungsbereich funktional zu ergänzen. Zu einem attraktiven Einzelhandelsangebot zählt somit auch der großflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandel, der zukünftig an den Standorten Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz konzentriert und ausgebaut werden sollte.

Sicherung der landesplanerischen Funktion der Stadt Radeberg als Mittelzentrum im Verdichtungsraum

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Mittelzentrum im Verdichtungsraum kommt es der Stadt Radeberg dabei – neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung – auch zu, verschiedene Versorgungsfunktionen für das Umland (z.B. Arnsdorf oder Wachau) mit zu übernehmen. Aktuell nimmt der Radeberger Einzelhandel diese Versorgungsfunktion allerdings nur eingeschränkt wahr, was in erster Linie auf die starke Ausstrahlungskraft des Oberzentrums Dresden in unmittelbarer räumlicher Nähe zurückzuführen ist. Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen und regionalen Kontext – auf die Stärkung der Funktion als Mittelzentrum Rücksicht nehmen, um so eine Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Radeberg (insbesondere des Hauptgeschäftsbereiches) zu gewährleisten.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Hauptgeschäftsbereiches als zentraler Versorgungsbereich

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich stellt einen wichtigen Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Radeberg dar, der sich, im Vergleich zu anderen ebenfalls quantitativ bedeutsamen Einzelhandelsstandorten wie dem Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ am nördlichen Stadtrand, insbesondere durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleister, Kultur-, Tourismus- und Freizeit-, Verwaltungs- und Erholungseinrichtungen etc.) auszeichnet.

Gleichwohl sind aktuell im Hauptgeschäftsbereich sowohl quantitative als auch qualitative Schwächen vorhanden, die es zukünftig zu verbessern gilt, auch im Hinblick auf touristische Nutzungen der Stadt Radeberg wie der Brauerei, dem Schloss und einer attraktiven Altstadt, die das touristische Potenzial der Stadt Radeberg darstellen.

Zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere bei der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) verstärkt auf den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich (als Hauptzentrum) gesetzt werden. Dieser Standort genießt als zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der Radeberger Einzelhandelsstruktur, dem sich alle weiteren Standorte (Nahversorgungsstandorte und Sonder-/Ergänzungsstandorte) und Ziele im Rahmen einer hierarchischen Gliederung unterordnen sollen.

Sicherung und ggf. Ausbau eines Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Nahversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtstadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und –größen) abgestufte und ausgewogene Nahversorgungsstruktur im Radeberger Stadtgebiet, insbesondere in den schwach ausgestatteten Bereichen (z. B. Südvorstadt, aber auch in den kleineren Ortsteilen) zu schaffen bzw. zu erhalten.

Sicherung und Stärkung der funktional gegliederten Versorgungsstruktur

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelsituation ist eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des – seiner Versorgungsstruktur entsprechenden – Einzelhandels- und Nutzungsangebotes. Eine Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante (über die Entwicklungspotenziale hinausgehende) Sortimente angeboten werden, führt in der Regel zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur und hat einen ruinösen Wettbewerb zur Folge.

Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. –standortgemeinschaften wie am Einkaufszentrum „An der Ziegelei“, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als funktionale Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzungs- und Erweiterungsvorhaben bestehender Betriebe zunächst eine Vereinbarkeitsüberprüfung mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes oder aber auch – bei entsprechender Größenordnung - eine städtebauliche Verträglichkeitsanalyse – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege auf der einen wie auf der anderen Seite bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung, d.h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels

Eine nachhaltige Stadtentwicklung kann nur durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Einzelhandelsbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine Ergänzung der Angebote anstrebt.

9.3 Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg

Wesentlicher Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radeberg ist das Entwicklungsleitbild. Das Leitbild basiert zum Einen auf der in der Analyse dargestellten Versorgungsstruktur, zum Anderen auf den allgemeinen, auf die Situation in Radeberg übertragenen, übergeordneten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.

Das Leitbild wird im Folgenden ausführlich dargestellt.

Zentrale Bausteine der Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes sind dabei:

- **Entwicklungsbereiche** (u.a. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches),
- **Tabubereiche**, in denen zukünftig keine weitere Einzelhandelsentwicklung stattfinden soll
- sowie die Bereitstellung eines baurechtlichen Instrumentariums, u.a. die **Radeberger Sortimentsliste**, die zur Feinsteuerung einzelner Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes dient.

9.4 Räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg

Grundgedanke des Leitbildes ist eine funktionale und einzelhandelsrelevante Gliederung der Versorgungsstrukturen in Radeberg, bei denen insbesondere folgende Zielsetzungen im Vordergrund stehen:

Zum Erhalt und Ausbau einer **gegliederten Zentrenstruktur** ist eine gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, unter Berücksichtigung der einschlägigen rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO, LEP Sachsen) sowie die Ausschöpfung des baurechtlichen Instrumentariums, notwendig. Die verschiedenen Einzelhandelsstandorte im Radeberger Stadtgebiet werden gemäß ihrer Versorgungsfunktion gesichert bzw. ausgebaut, wobei eine **Arbeitsteilung** der Standorte untereinander zu gewährleisten ist.

Zur Gewährleistung der Nahversorgung sollten die Nahversorgungsangebote mit Hilfe von klaren Standortdefinitionen bzw. - Funktionszuweisungen vorrangig auf den **zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich** konzentriert werden.

Strukturelle Verbesserungen wie beispielsweise die Abrundung des Betriebsformenmixes oder die Anpassung von Verkaufsflächengrößen einzelner Betriebe entsprechend der allgemeinen Entwicklungen stellen zentrale Punkte dar.

Im Hinblick auf die **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich** in Radeberg sind Ergänzungen der Einzelhandelsstruktur im Rahmen der absatzwirtschaftlich tragfähigen und städtebaulich verträglichen Verkaufsflächenpotenziale (vgl. dazu Kapitel 7) anzustreben. Zudem kann eine Abrundung des Branchen- und Betriebsformenmixes zu einer Verbesserung der Attraktivität des Hauptgeschäftsbereiches und zur Stärkung seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion insgesamt beitragen. Neben der Einzelhandelsfunktion spielen in Radeberg auch weitere Nutzungsarten wie touristische, kulturelle und gastronomische Einrichtungen sowie Verwaltungsnutzungen eine wichtige Rolle und prägen deutlich den Zentrencharakter und die Versorgungsfunktion des historisch gewachsenen Hauptgeschäftsbereiches der Stadt Radeberg.

Zudem sorgen die ergänzenden **Nahversorgungsstandorte** für eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb der Stadt Radeberg.

Eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb des Stadtgebiets kann in Radeberg nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden. Somit können Nahversorgungsstandorte (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, jedoch an städtebaulich integrierten Standorten vorhandene Lebensmittelanbieter) diese vorhandenen räumlichen Lücken schließen. Dadurch kann erst unter Berücksichtigung dieser solitären (jedoch städtebaulich integrierten) Standorte eine möglichst flächendeckende und umfassende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Radeberg gewährleistet werden. „Schutzstatus“ erfahren solche Standorte (nicht die jeweiligen Betriebe) sowohl durch § 11 (3) BauNVO als auch durch den Belange-Katalog des § 1 (6) Nr. 8a BauGB und durch § 34 (3a) BauGB. Somit sollten sie – als räumliche Ausprägung eines übergeordneten Ziels (verbrauchernahe Versorgung) im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes – defi-

niert und entsprechend (graphisch und textlich) aufgeführt werden.

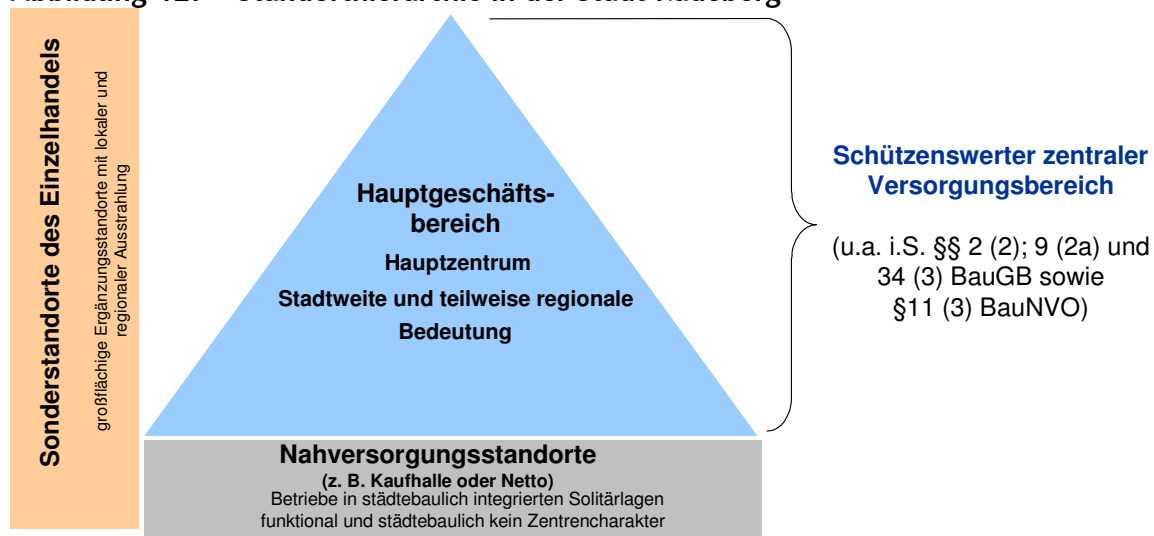
Diese positiv definierten Nahversorgungsstandorte, die für eine verbrauchernahe Grundversorgung von großer Bedeutung sind und auch zukünftig - im Falle einer ggf. notwendigen Verkaufsflächenerweiterung – positiv bewertet werden sollten, sind in Radeberg an folgenden Standorten vorhanden:

- Waldstraße (Kaufhalle)
- Dr. Albert-Dietze-Straße (Plus und Norma)
- Pillnitzer Straße (Netto)
- Dresdner Straße (Netto)

Um die Entwicklung und Ansiedlung **großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** zu steuern, ist eine Konzentration dieser Betriebsformen an den Ergänzungsstandorten Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz an der Pulsnitzer im Sinne einer geordneten Stadtstruktur als Ziel zu verfolgen.

Durch die Umsetzung der Ziele unter **Ausschöpfung des baurechtlichen Instrumentariums** im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung wird eine hohe Planungs- und Rechtssicherheit für alle Akteure erlangt. In möglichen Streitfällen bietet sich somit eine gute Rechtsposition.

Abbildung 12: Standorthierarchie in der Stadt Radeberg

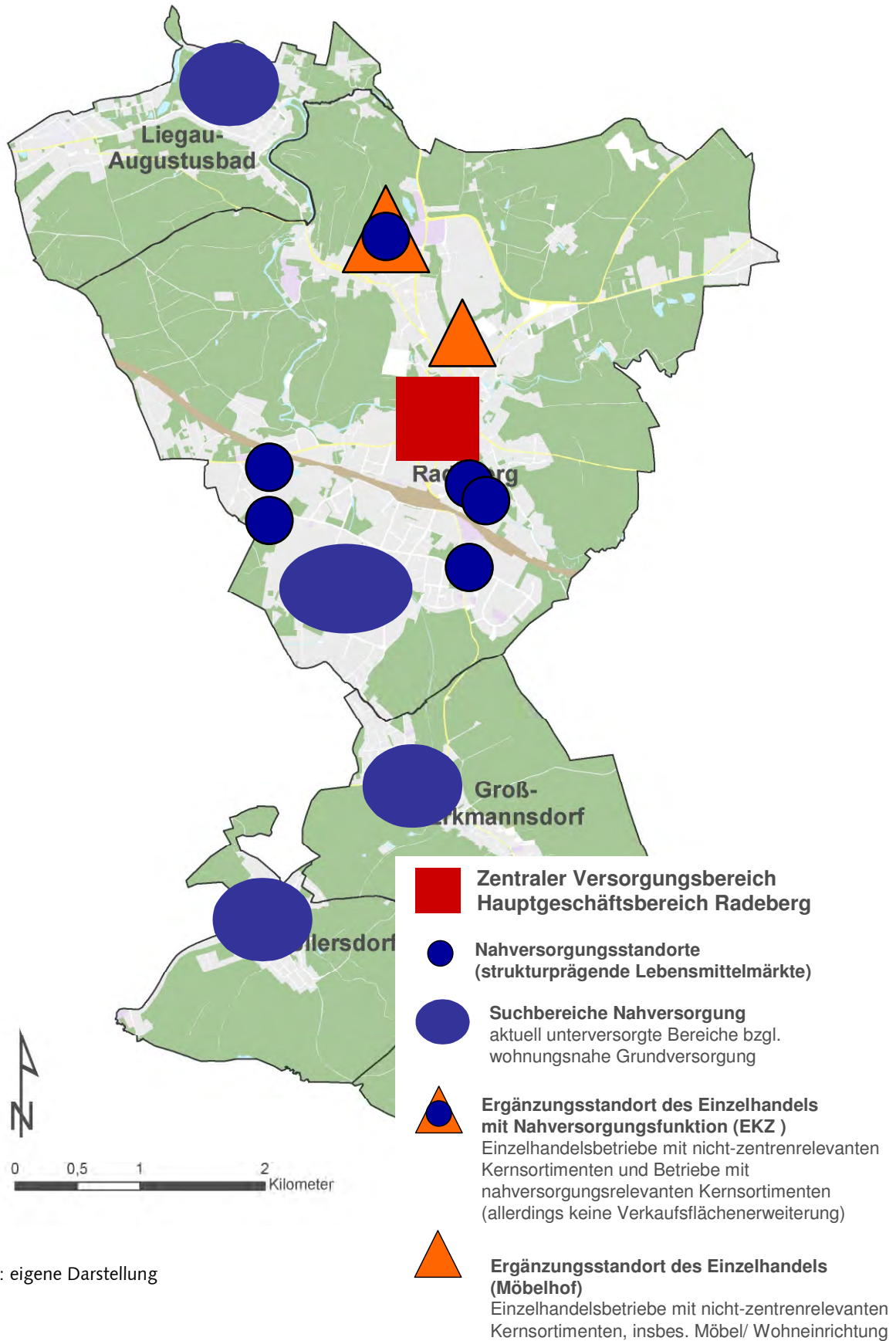


Quelle: eigene Darstellung

Das Leitbild ist insbesondere durch die Stärkung der innerstädtischen Funktionen auf der einen Seite sowie die Sicherung bzw. den Ausbau der Nahversorgung bzw. bestehender Strukturen im gesamten Stadtgebiet unter Berücksichtigung stadtentwicklungspolitischer und betriebswirtschaftlicher Aspekte auf der anderen Seite charakterisiert.

Es ist darauf hinzuweisen, dass **ausschließlich** der im weiteren Verlauf als **zentraler Versorgungsbereich** bezeichnete **Hauptgeschäftsbereich** - nicht aber sonstige Einzelhandelsstandorte – im Hinblick auf die rechtlichen Rahmenbedingungen **als zentraler Versorgungsbereich im Sinne u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a) sowie 34 (3) BauGB** und **§ 11 (3) BauNVO** fungiert und somit **schützenswert** ist.

Karte 17: Räumliches Leitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Radeberg



Quelle: eigene Darstellung

10 Radeberger Sortimentsliste

10.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Ausgangssituation

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortiments-spezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB sowie § 11 (3)) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortiments-spezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden²⁷. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente oder auch der Verweis auf andere Listen (z.B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft²⁸.

²⁷ Vgl. dazu Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

²⁸ Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster 2004 und 2005.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und - zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen - auch nicht-zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird²⁹.

Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht-zentrenrelevanter Sortimente
Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z.B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i.d.R. hohe kommunale und z.T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d.h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i.d.R. Kfz notwendig

²⁹ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- und Grundversorgungszentren zentrenprägende Funktion ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern gegebenenfalls als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

Landesplanerische Vorgaben des Freistaates Sachsen

Bei der Aufstellung von Sortimentslisten sind die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen beispielsweise durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse zu beachten. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es „eine Legaldefinition dafür, welche Warensortimente „zentrenrelevant“ sind“ nicht gibt, auch nimmt die Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministeriums des Innern über die Zulässigkeit von Großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen (2008) nicht für sich in Anspruch die Zentrenrelevanz bestimmter Warengruppen abschließend festzulegen. Somit bedarf es „einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation, wenn zum Schutz etwa des Innenstadtbereichs bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden sollen“.³⁰

In Sachsen liefert die Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen (2008) eine Grundlage für die Erstellung und die Inhalte von Sortimentslisten, in dem sie folgende Sortimente als zentrenrelevant definiert³¹:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie- und Parfümerieprodukte
- Haus- und Heimtextilien, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Bekleidung einschließlich Schuhe, Lederwaren
- Uhren, Schmuck
- Foto, Optik
- Spiel- und Sportwaren
- Schreibwaren, Bücher, Büroartikel
- Kunstgewerbe
- HiFi, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan
- Fahrräder

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind.

³⁰ Kuschnerus 2007, Rd.Nr. 528 sowie Urteil des OVG NRW vom 03.06.2002 (AZ 7 a D 92/00.NE)

³¹ vgl. Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen des Freistaates Sachsen, 2008, Anlage 1

Im Rahmen der Aufstellung der Radeberger Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Radeberg näher betrachtet. Insgesamt ist aber dennoch festzuhalten, dass die landesplanerischen Vorgaben bei der Definition der zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Radeberg beachtet worden sind. In einzelnen Fällen weicht die Radeberger Sortimentsliste von der vorgegebenen Liste der zentrenrelevanten Sortimente ab. Dies wird allerdings an gegebener Stelle plausibel begründet.

10.2 Herleitung der Radeberger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus³² stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

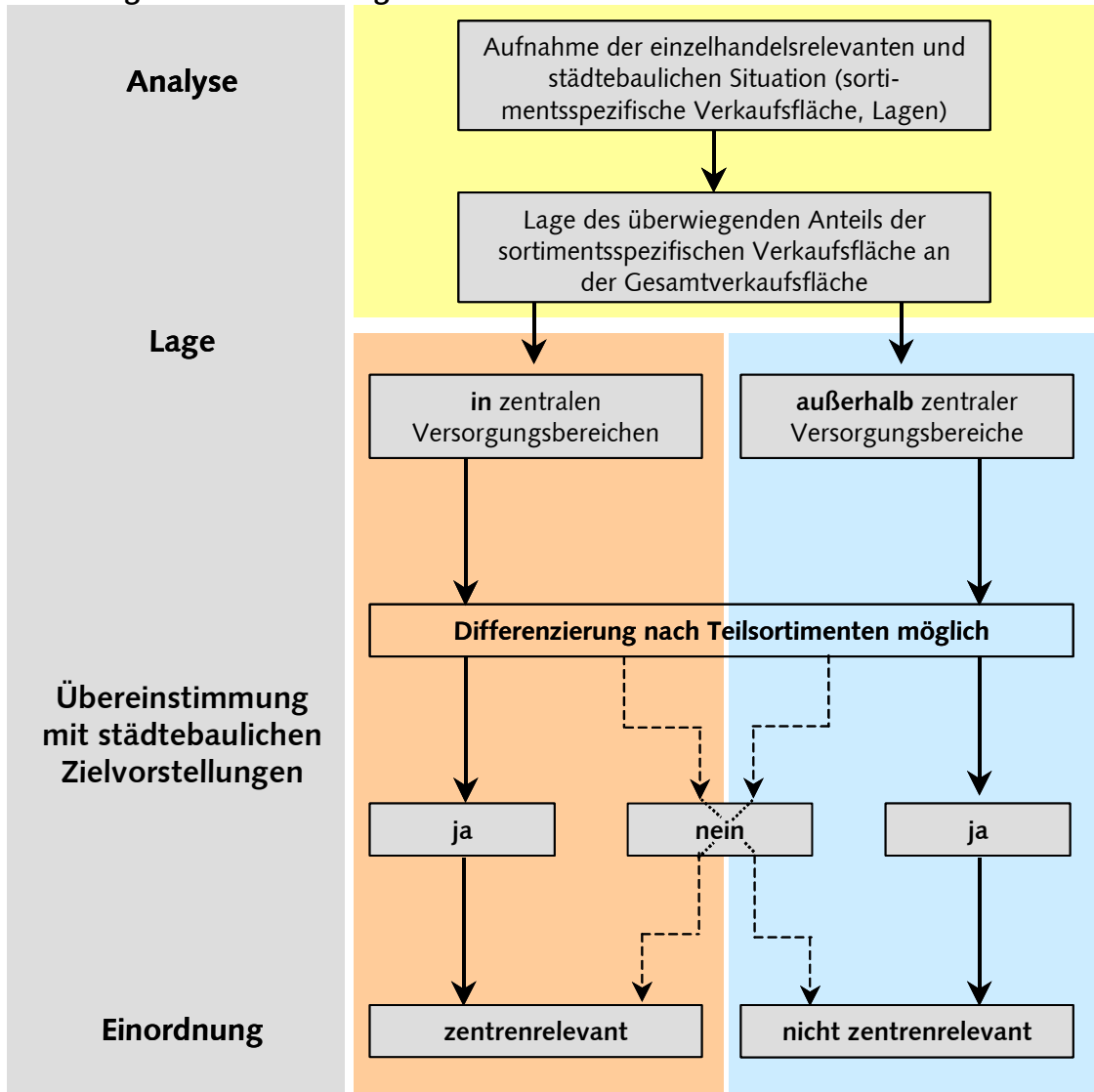
- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Der Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegen regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot diese Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/ Einzelhandelskonzept notwendig).

Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Das Vorgehen bei der Bestimmung der Zentrenrelevanz der Sortimente im Radeberger Stadtgebiet ist in dem folgenden Schaubild dargestellt:

³² Vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

Abbildung 13: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Radeberg sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches in Radeberg aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Radeberg ergibt sich die im Folgenden dargestellte Radeberger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 15: Radeberger Sortimentsliste

Radeberger Sortimentsliste	
Zentrenrelevante Sortimente	
<i>Nahversorgungsrelevante Sortimente (ggf. zentrenrelevant)</i>	
Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch- und Putzmittel Getränke Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren und Getränke) Pharmazeutika, Reformwaren Schnittblumen Zeitungen / Zeitschriften	
Antiquitäten Bekleidung Bettwäsche Bild- und Tonträger Bilderrahmen Bücher Computer und Zubehör Elektrokleingeräte Foto Geschenkartikel Glas/Porzellan/Keramik Handarbeitsbedarf/Kurzwaren/Meterware Stoffe / Wolle Haushaltswaren (Küchenartikel und – geräte - ohne Elektrokleingeräte; Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer, -körbe, Besen, Kunststoffbehälter, - schüsseln) Heimtextilien, Dekostoffe Haus- und Tischwäsche	Hörgeräte Kunstgewerbe / Bilder/ Bilderrahmen Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme Musikinstrumente und Zubehör Optik, Augenoptik Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Sanitätsbedarf Schuhe Spielwaren, Bastelartikel Sportartikel / -geräte (ohne Sportgroßgerä- te) Sportbekleidung Sportschuhe Telekommunikation und Zubehör Uhren/Schmuck Unterhaltungselektronik und Zubehör Wäsche/Miederwaren/Bademoden
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Bauelemente, Baustoffe Boote und Zubehör Bodenbeläge, Teppiche Büromöbel, Büromaschinen Camping und Zubehör Eisenwaren / Beschläge Elektrogroßgeräte Elektroinstallationsmaterial Erotikartikel Fahrräder und Zubehör Farben/Lacke Fliesen Gardinen und Zubehör Gartenbedarf/-geräte (auch Terrakotta, Gartenhäuser) Gartenmöbel Heizungen Installationsmaterial	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Kamine/Kachelöfen KFZ- und Motorradzubehör Küchenmöbel Maschinen/Werkzeuge (auch Gartenma- schinen wie Rasenmäher, Wasserpum- pen) Matratzen/ Bettwaren (ohne Bettwäsche) Möbel Pflanzen/Samen Rollläden/Markisen Sanitäreinrichtungen und Zubehör Sportgroßgeräte Tapeten Waffen, Angler- und Jagdbedarf Zoologischer Bedarf

Quelle: eigene Darstellung u.a. auf Grundlage verschiedener Einzelhandelserhebungen

Die Zentrenrelevanz eines Sortimentes ergibt sich dabei aus zwei Kriterien:

- Zum Einen aus der **konkreten aktuellen Verteilung** der Einzelhandelsangebote in der Stadt Radeberg (Anteil der Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich) sowie
- zum Anderen aus der definierten (da städtebaulich erforderlichen) **Zielperspektive**, die ein Sortiment zu einem zentrenrelevanten macht, sofern dieses – obgleich aktuell nicht oder nur marginal im Zentrum vertreten – für die (zukünftige) Attraktivität und Lebensfähigkeit des Radeberger Zentrums von Bedeutung ist. Grundvoraussetzung hierfür ist allerdings, dass eine Realisierung (d. h. Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters) realistisch ist.

Für die Stadt Radeberg zeigt sich, so auch das Ergebnis der aktuellen Situation, dass in einzelnen zentrenprägenden Hauptwarengruppen aktuell der Großteil der Gesamtverkaufsfläche außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches (des historisch gewachsenen Zentrums) vorhanden ist. Der Großteil der Verkaufsfläche der zentrenprägenden Hauptwarengruppen befindet sich derzeit im Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ (vgl. dazu Kapitel 5.2.1).

So liegt beispielsweise nur ein geringer Anteil der Verkaufsfläche in den Sortimenten Computer und Zubehör (26 %), Bild- und Tonträger (18 %) oder Unterhaltungselektronik (8 %) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Auch in weiteren zentrenprägenden Sortimenten wie Schuhe (26 %) oder Glas/ Porzellan/ Keramik (12 %) ist aktuell der Großteil der Verkaufsfläche in Radeberg außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorhanden. Perspektivisch sollte dieser Anteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich allerdings erhöht werden, da gerade diese innenstadttypischen Sortimente bzw. Warengruppen die Attraktivität und auch Zentralität eines Zentrums maßgeblich determinieren und für einen attraktiven Branchen- und Betriebsformenmix mit einer möglichst großen Sortimentsvielfalt von Bedeutung sind.

Ebenfalls vergleichsweise gering ist der innerstädtische Anteil im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. In diesem Bereich befinden sich lediglich etwa rund 20 % innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Perspektivisch sollte auch dieser Anteil erhöht werden, da gerade diese Warengruppe wesentlich zur Attraktivität und Lebensfähigkeit des Standortes beiträgt. Insbesondere in kleineren Städten wie Radeberg, in denen der Hauptgeschäftsbereich in erster Linie (neben der Versorgung mit Waren des mittelfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Schuhe etc.) auch eine Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion für die Einwohner der Stadt übernimmt, sind Betriebe aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege von besonders großer Bedeutung, da sie als Frequenzbringer für das gesamte Zentrum dienen und einen wesentlichen Beitrag zur Lebendigkeit des historischen Zentrums leisten.

Entgegen der empfohlenen Sortimentsliste der zentrenrelevanten Sortimente der Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministeriums definiert die Stadt Radeberg das Sortiment Fahrräder und Zubehör als nicht-zentrenrelevant. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist lediglich ein Anteil von rund 25 % der Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortiment vorhanden und übernimmt keine prägende Rolle innerhalb des Radeberger Hauptgeschäftsbereiches.

Auch Teilsortimente der Warengruppe Einrichtungszubehör (ohne Möbel) sind, so die städtebauliche Zielvorstellung der Stadt Radeberg, nicht-zentrenrelevant. Im Einzelnen handelt es sich dabei um die Sortimente Matratzen/ Bettwaren, Gardinen und Zubehör und Lampen/ Leuchten/ Leuchtmittel. Diese Sortimente werden heute bereits zu großen Teilen als Randsortimente im Baumarkt oder Möbelhaus in überwiegend nicht-integrierten Lagen angeboten und spielen unter Berücksichtigung der benötigten Flächengrößen und Flächenproduktivitäten dieser Angebotsformen auf der einen Seite sowie üblichen Flächenstrukturen (sehr kleinteilige historische Bebauungsstruktur) und Mietpreisen im zentralen Versorgungsbereich nur eine untergeordnete Rolle bei perspektivischen Überlegungen zum notwendigen Angebotsspektrum zentrenrelevanter Sortimente im Hauptgeschäftsbereich. Dies trifft so auch auf die Stadt Radeberg zu; insofern ist eine Einordnung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment zu begründen.

11 Entwicklungs- und Tabubereiche

Im Folgenden werden jene Bereiche, deren Entwicklung bzw. Sicherung/ Ausbau im Sinne der stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen als Einzelhandelsstandorte zu befürworten sind, aufgezeigt, um anschließend auf die Tabubereiche einzugehen, die grundsätzlich nicht für eine einzelhandelsrelevante Entwicklung genutzt werden sollen.

11.1 Entwicklungsbereiche und zentraler Versorgungsbereich

Bei den Entwicklungsbereichen handelt es sich um folgende Versorgungsbereiche bzw. Standorte:

11.1.1 Entwicklungsbereich: zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich

Der im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient der gesamtstädtischen und z. T. stadtübergreifenden Versorgung. Mit dem Ziel der Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen sind zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen, d. h. nicht ausschließlich einzelhandelsrelevante, auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich zu konzentrieren (vgl. dazu Karte 18).

Der Hauptgeschäftsbereich nimmt als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen eine zentrale Rolle ein. Insbesondere der dort ansässige Einzelhandel stellt einen wichtigen Baustein dar, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität eines Zentrums. Aus diesem Grund ist es für den Hauptgeschäftsbereich Radeberg von besonders großer Bedeutung, die ansprechende Struktur der Haupt- und Nebenlagen und die städtebauliche und architektonische Attraktivität des historisch gewachsenen Hauptgeschäftsbereiches zu bewahren bzw. auszubauen. Als Ziel sollte dabei der Aufbau von Synergieeffekten zwischen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Tourismus-, Erholungs- und sonstigen zentralen Einrichtungen verfolgt werden. Das Profil des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe bestimmt. Allerdings werden hier auch zukünftige räumliche Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches mit berücksichtigt, die somit auch die Möglichkeit bieten, größere Einzelhandelsbetriebe innerhalb der kleinteiligen historischen Bebauungsstruktur Radebergs zu realisieren.

Entscheidend für die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich**, der damit als schützenswerter Bereich im Sinne von u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34(3) BauGB und § 11 (3) BauNVO definiert werden, ist vor allem das Bilden einer

funktionalen Einheit, die neben dem Einkaufen auch weitere zentrenprägende Nutzungen (wie Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, Bildung, Verwaltung, Tourismus) umfasst.

Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Radeberg reicht im Süden vom Hotel Kaiserhof, das den südlichsten Punkt des zentralen Versorgungsbereiches darstellt, entlang der Hauptstraße, ehemals wichtige Einzelhandelslage, die heute durch eine Nutzungsmischung von Einzelhandelsbetrieben und Dienstleistungsbetrieben geprägt ist. Der Markt mit verschiedenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, dem Wochenmarkt sowie dem Rathaus ist ebenfalls Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches, zumal am Markt auch einer der beiden Lebensmittelanbieter innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorhanden ist. In nördlicher Richtung setzt sich der zentrale Versorgungsbereich in der Oberstraße fort, wo der Lebensmitteldiscounter Lidl den Endpunkt bildet. Seit der Ansiedlung des Lebensmittelanbieters im Kreuzungsbereich Oberstraße/ Pulsnitzer Straße hat sich insbesondere die Oberstraße als Bestandteil der Hauptlage entwickelt und stellt das Bindeglied zwischen dem „alten“ Kern Radebergs und der Innenstadterweiterung am Standort des Lebensmitteldiscounters dar.

Um auch weiterhin größere Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben innerhalb der sehr kleinteiligen historischen und teilweise denkmalgeschützten Strukturen des Hauptgeschäftsbereiches realisieren zu können, sind drei Entwicklungsbereiche Bestandteil der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, die zukünftig entwickelt werden können, wenn innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches keine räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten gegeben sind. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass sich – im Falle größerer/ großflächiger Einzelhandelsansiedlungen als neue Angebotsschwerpunkte Veränderungen innerhalb der räumlichen Angebotsstruktur ergeben können. Während es sich bei den Entwicklungsflächen „Alte Villa“, im Süden der Hauptstraße gegenüber des Hotels Kaiserhof und bei der Fläche an der Pirnaer Straße eher um kleine Flächen handelt, an denen zukünftig eine Einzelhandelsnutzung eher zur Stärkung der schwachen Nebenlage südliche Hauptstraße beitragen würde, verfügt die nördliche Entwicklungsfläche an der Oberstraße über deutlich größere räumliche Potenziale. Sollte es hier zu großflächigen Entwicklungen in zentrenprägenden Warengruppen wie Bekleidung oder Schuhe kommen, kann es zu einer weiteren räumlichen Schwerpunktverschiebung von der Hauptstraße in Richtung Norden kommen. Die bereits heute ablesbare Entwicklung des Hauptgeschäftsbereiches (Schwächung der südlichen Hauptstraße, Konzentration der Hauptlage auf die nördliche Hauptstraße, Markt und Oberstraße) könnte sich weiter fortsetzen. Da die Entwicklung dieser Fläche gleichzeitig die Chance beinhaltet, den Hauptgeschäftsbereich insgesamt zu stärken, sollten mögliche Einzelhandelsnutzungen an diesem Standort sorgfältig in Bezug auf mögliche Verkaufsflächengrößen und Sortimente abgewogen werden (vgl. zur Abgrenzung Karte 18).

**Karte 18: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftsbe-
reich Radeberg**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK 5

Städtebauliche Empfehlungen

Integrierte Konzepte umsetzen!

Neue Einkaufsbereiche müssen gestalterisch und funktional an die bestehende Geschäftslagen angebunden werden. Nur so ist es möglich, die bestehenden Einzelhandelslagen und damit auch das übrige Zentrum langfristig und nachhaltig zu stärken. Dabei sollen städtische Bauformen und architektonisch anspruchsvolle Lösungen entstehen. Autokundenorientierte Bauformen, wie sie auf der grünen Wiese zu finden sind, sind zu verhindern. Sie bilden in der Innenstadt in der Regel Solitäre, die nicht zu integrieren sind und sich langfristig negativ auf die Geschäftsstruktur auswirken. Eingeschossige Baukörper und vorgelagerte Stellplätze würden nicht zuletzt auch das wertvolle Stadtbild deutlich beeinträchtigen.

Seitens der Verwaltung sind daher rahmende Aussagen für die Entwicklung der Flächen mit Einzelhandel zu erarbeiten und potenziellen Entwicklern und Investoren an die Hand zu geben. Dabei sollen Aussagen zu den folgenden Themen getroffen werden.

- Verkaufsflächengrößen, -obergrenzen, Sortimente

- Lage des/ der Baukörper
- Orientierung von Eingängen (zu den Geschäftsstraßen!)
- Größe und Geschossigkeit des/ der Baukörper
- Ggf. auch Aussagen zu Materialien und Farben

Die Realisierung eines Einzelhandelsprojektes unter Berücksichtigung dieser Anforderungen dient dazu, Synergien mit der Umgebung und den übrigen Geschäftslagen des Zentrums zu schaffen. Letztendlich gilt es, das gesamte Zentrum zu stärken.

Aufbau einer Hauptlage am Markt und in der Oberstraße!

Hauptlagen sind die zentralen Bausteine und Aushängeschilder aller Geschäftszentren. Sie weisen hohe Einzelhandelsdichten und hohe Qualitäten bzgl. Außendarstellung und öffentlicher Raum auf. Sie prägen das Image des Geschäftszentrums maßgeblich und stehen für dessen Prosperität. In Radeberg ist keine typische innerstädtische Hauptlage zu erkennen. Daher sollte langfristig das Ziel verfolgt werden, im Bereich Markt/ Oberstraße eine solche aufzubauen. Es gilt die Einzelhandelsnutzungen in diesem Bereich zu konzentrieren und die Einzelhandelsdichte Schritt für Schritt zu erhöhen. Ein wichtiger Schlüssel zur Erreichung des Zieles besteht dabei auch in einer Aufwertung des öffentlichen Raums.

Profilierung der Hauptstraße und des Marktes!

In der Hauptstraße gilt es, den vorhandenen Besitz an Einzelhandelsanbietern und Dienstleistern zu sichern und ggf. aufzuwerten. Eine Verdichtung des Einzelhandelsbesatzes ist lediglich im Bereich des Marktes anzustreben. Insbesondere Ladenlokale mit vorgelegerten Treppen sind nur eingeschränkt für Einzelhandelsnutzungen geeignet. Die Straße ist daher in den übrigen Abschnitten als Standort für Dienstleister, Büros und innerstädtisches Wohnen zu profilieren. Der Markt ist als Standort für den Wochenmarkt, das Rathaus, Einzelhandelsnutzungen und Dienstleister zu etablieren. Auch Gastronomie spielt im Bereich Markt eine wichtige Rolle.

Gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums!

Trotz eines in weiten Bereichen der Innenstadt hochwertig gestalteten öffentlichen Raums sind Defizite gerade in den zentralen Geschäftslagen zu konstatieren. Diese sollten langfristig beseitigt werden. Der Markt ist dementsprechend als Mittelpunkt und „Wohnzimmer“ der Stadt aufzuwerten und zum „attraktivsten“ Aufenthaltsbereich zu entwickeln. Hierzu gehört auch der nördliche Abschnitt der Hauptstraße.

Die Oberstraße soll ebenfalls aufwertet werden. Es gilt attraktive Aufenthaltsbereiche und angemessene Fußwegbreiten zu schaffen, die der Rolle als „potenzielle“ Hauptlage gerecht werden. Um eine gestalterische und funktionale Verknüpfung des Lebensmittel-discounters und der Entwicklungsfläche zu ermöglichen, ist darüber hinaus der Kreuzungsbe- reich Pulsnitzer/ Oberstraße gestalterisch zu attraktivieren.

Sicherung und Pflege der historischen Gebäudesubstanz!

Ein herausragendes Merkmal der Innenstadt von Radeberg ist die fast vollständig erhaltene historische Gebäudesubstanz. Die Pflege der Bausubstanz und die Aufwertung von Fassaden gehört daher zu den zentralen Aufgaben der Innenstadtentwicklung. Neuansiedlungen, insbesondere großformatige Baukörper müssen „behutsam“ erfolgen und auf den kleinteiligen Maßstab eingehen. Im Sinne einer Weiterentwicklung der Innenstadt als touristische Destination, gilt es dabei den öffentlichen Raum weiter zu attraktivieren und die Aufenthaltsbereiche noch besser miteinander zu vernetzen.

Aufwertung der Außendarstellung!

Um die Eigenart der historischen Baustruktur zu unterstreichen sollte auch bzgl. der Außendarstellung der Gewerbebetriebe weitere Anstrengungen für eine Aufwertung unternommen werden. Eine Qualifizierung der Außendarstellung kann z.B. durch Schulungen oder auch durch Exkursionen in Geschäftszentren mit besonders guten Beispielen vorbereitet werden. Gestaltungswettbewerbe sind ein geeignetes Mittel konkret Fortschritte zu erzielen. Auch die Förderung eines Umbaus von Fassaden oder einer Attraktivierung der Außendarstellung der Betriebe sind diesbezüglich zu empfehlen. In eine Aufwertungsstrategie sollten darüber hinaus die Pflanzgefäße auf den Gehwegen einbezogen werden. Hier gilt es eine hochwertige und zumindest Straßenweise einheitliche „Möblierung“ umzusetzen.

Marketing und Kooperation!

Die Stärkung der Innenstadt sollte unbedingt durch gezieltes Marketing und Strategien für eine Kooperation der Akteure begleitet werden. Hierzu sind entsprechende Konzepte zu entwickeln, die sich der Aufwertung der Innenstadt annehmen. Es gilt das Image zu stärken, Wiedererkennung zu schaffen und die Qualitäten des Zentrums in den Vordergrund zu stellen. Dabei sind sowohl die Leistungen der Stadt als auch die Beiträge der Privaten zur Aufwertung des Radeberger Zentrums gleichberechtigt zu würdigen. Mittelfristig muss eine gezielte Kooperation der Privaten und der öffentlichen Hand im Sinne einer Public-Private-Partnership angestrebt werden, bei der gemeinsam Projekte getragen und umgesetzt werden.

11.1.2 Entwicklungsbereiche: Nahversorgungsstandorte

Da eine flächendeckende wohnungsnah Grundversorgung innerhalb der Stadt Radeberg nicht ausschließlich durch den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich sichergestellt werden kann, decken die an städtebaulich integrierten Standorten vorhandenen Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab.

An dieser Stelle soll ausdrücklich betont werden, dass es bei diesen Standorten nicht um den Schutz einzelner Betreiber geht, sondern um den Schutz bzw. Erhalt der Nahversorgungsfunktion am jeweiligen Standort.

Diese Standorte fallen nicht unter das „Schutzregime“ der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO), sollten aber dennoch im Rahmen der Bauleitplanung gesichert werden. Sie genießen allerdings eine Schutzfunktion i.S.d. § 11 (3) BauNVO, da sie ein wesentliches Element der verbrauchernahen Versorgung in der Stadt Radeberg darstellen. Eine weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollte an diesen Standorten zukünftig zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches vermieden werden. Eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung in Form von Anpassungsmaßnahmen des Bestandes an aktuelle Erfordernisse sollte positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nah- bzw. Gebietsversorgungsfunktion hinausgeht.

Auch wenn – rein rechnerisch und gesamtstädtisch betrachtet – eine sehr gute Ausstattungssituation in Radeberg im Bereich Nahrungs- und Genussmittel vorhanden ist, kann die Versorgungsstruktur in aktuell schwach ausgestatteten Bereichen in Radeberg (z.B. Südvorstadt) durchaus durch z.B. Standortverlagerungen bereits vorhandener Märkte verbessert werden. Dies sollte allerdings nur dann realisiert werden, wenn dadurch weder die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches noch die wohnungsnahen Grundversorgungsfunktion beeinträchtigt werden.

Folgende Standorte erfüllen im Rahmen des hierarchischen Standortmodells der Stadt Radeberg als Nahversorgungsstandorte eine wichtige Funktion zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung:

- **Nahversorgungsstandort Waldstraße (Kaufhalle)**
 Am Nahversorgungsstandort Waldstraße ist aktuell der Lebensmittelvollsortimenter Kaufhalle vorhanden. Der Standort übernimmt im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die Bevölkerung im Süden bzw. Südwesten der Kernstadt Radeberg. Eine möglicherweise notwendige Erweiterung der vorhandenen Verkaufsflächen (bei gleichzeitiger Erhaltung der Funktion Nahversorgung) sollte positiv begleitet werden, da der Markt mit einer geringen Verkaufsfläche von rund 350 m² nicht den aktuellen Anforderungen eines attraktiven und zukunftsfähigen Lebensmittelanbieters entspricht. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dagegen sollten ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortes auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu setzen.
- **Nahversorgungsstandort Dresdner Straße (Netto)**
 Aktuell ist am Standort Dresdner Straße der Lebensmitteldiscounter Netto mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 800 m² Verkaufsfläche vorhanden. Dieser Markt hat im Sommer 2008 eröffnet und leistet einen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung im Westen bzw. Südwesten der Kernstadt. Zukünftig sollte die Sicherung des Standortes im Vordergrund stehen.
 Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortes auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu legen.

- **Nahversorgungsstandort Pillnitzer Straße (Netto)**

An der Pillnitzer Straße befindet sich aktuell der Lebensmitteldiscounter Netto. Dieser Standort übernimmt ebenfalls eine Nahversorgungsfunktion für den südlichen Bereich Radebergs.

Zukünftig sollte die Sicherung und der möglicherweise notwendige Ausbau/ Erweiterung der vorhandenen Verkaufsfläche im Vordergrund stehen, um das Nahversorgungsangebot im Einzugsbereich zu sichern.

Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten an diesem Standort ausgeschlossen werden.
- **Nahversorgungsstandort Dr.-Albert-Dietze-Straße (Norma, Plus)**

Aktuell sind an diesem Standort die Lebensmitteldiscounter Norma und Plus in unmittelbarer Nachbarschaft vorhanden. Insbesondere der Lebensmitteldiscounter Norma stellt sich aktuell aufgrund seiner geringen Verkaufsfläche, der schlechten Parkplatzsituation und der nicht mehr zeitgemäßen Innen- und Außendarstellung sehr schwach dar. Veränderungsabsichten des Betreibers sind an diesem Standort somit absehbar. Eine Erweiterung am aktuellen Standort erscheint aus gutachterlicher Sicht wenig sinnvoll, da die Nahversorgung bereits durch den in unmittelbarer Nachbarschaft vorhandenen Lebensmitteldiscounter Plus bereits ausreichend gesichert wird. Eine Verlagerung inkl. Verkaufsflächenerweiterung des Anbieters Norma z. B. in die unterversorgte Südvorstadt wäre zur Verbesserung der Versorgungsstruktur wünschenswert. Auch wenn diese Möglichkeit bereits seit längerer Zeit innerhalb der Stadt Radeberg diskutiert wird und sich leider bisher keine Entwicklung in diese Richtung abzeichnet, sollte diese Ziel weiterhin verfolgt werden. Insgesamt könnte somit eine deutliche Verbesserung der wohnungsnahen Grundversorgungsstruktur in der Kernstadt Radeberg erzielt werden.

Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten auch an diesem Standort ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortes auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu legen.

11.1.3 Entwicklungsbereiche: Suchstandorte Nahversorgung

Neben den bereits bestehenden Nahversorgungsstandorten enthält das räumliche Entwicklungsleitbild der Stadt Radeberg Suchbereiche für Nahversorgungsstandorte, die sich auf die Ortsteile bzw. Siedlungsbereiche beziehen, die aktuell in Bezug auf die wohnungsnah Grundversorgung deutliche Schwächen aufweisen.

- Hier sind insbesondere die Bereiche Südvorstadt in der Kernstadt Radeberg sowie die kleineren Ortsteile Liegau-Augustusbad, Großerkmannsdorf und Ullersdorf zu nennen (vgl. dazu auch Kapitel 5.2.2), wobei die kleineren Ortsteile durch die geringen Einwohnerzahlen nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten für eigene Nahversorgungsangebote aufweisen.

Dennoch sollte eine Verbesserung der wohnungsnahen Grundversorgung angestrebt werden, um insbesondere immobilen Personen eine wohnortnahe Versorgungsmöglichkeit anzubieten. Auch wenn durch teilweise kleinere Anbieter wie Bäcker oder Getränkemärkte zumindest ein Minimum an Nahversorgung vorhanden ist, sollte frühzeitig über eine evtl. Nachfolgelösung oder über alternative Angebotsformen beraten werden. Schließlich haben Lebensmittelanbieter insbesondere im ländlichen Raum neben der reinen Versorgungsfunktion auch eine nicht zu unterschätzende Funktion als sozialer Mittel- und Treffpunkt innerhalb des Dorfes bzw. Ortsteils.

Für ein Kundenpotenzial von rund 1.600 und 1.900 Einwohnern pro Ortsteil können folgende Nahversorgungsmöglichkeiten angestrebt werden, die neben der Versorgung mit Lebensmitteln inkl. Bäcker/ Metzger auch einige Dienstleistungen (Bank, Post, Internet, Reinigung etc....) anbieten und insbesondere den kommunikativen Aspekt und die persönliche Ansprache nutzen, um Kunden an sich zu binden.

- **Kleinflächige Lebensmittelanbieter**, z. B. „Ihr Kaufmann“ (Markant) mit ca. 100-300 m² VKF; „Convenienceorientiertes Nachbarschaftsgeschäft“ oder „Ihre Kette“ (Nachbarschaftsladen)
- **Dorfladennetzwerk**: Multifunktionalität; Kundenbindung und Service
- **Lieferservice**: z. B. von ortsansässigen Lebensmittelanbietern
- Mobile Verkaufswagen/ Wochenmarkt

11.1.4 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz

Aktuell ist bei der Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten bereits eine räumliche Konzentration auf zwei Standorte im Radeberger Stadtgebiet zu erkennen. Sowohl am Standort Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ (insbesondere Baumarkt Obi) als auch an der Pulsnitzer Straße (Möbelhof Köckritz) sind aktuell bereits quantitative Verkaufsflächenschwerpunkte im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich festzustellen.

Zukünftig sollte somit auch weiterhin eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf die beiden Bereiche Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz (Pulsnitzer Straße) angestrebt werden, um eine weitere Zersiedelung des Stadtgebietes zu verhindern und gleichzeitig Synergieeffekte zu generieren, die auch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aus betriebswirtschaftlichen Gründen benötigen, um wirtschaftlich arbeiten zu können.

Die Standortbereiche sollen zukünftig als **funktionale Ergänzungsstandorte** des zentralen Versorgungsbereiches **ausschließlich für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** fungieren.

Das **Einkaufszentrum „An der Ziegelei“** übernimmt zukünftig auch weiterhin gleichzeitig eine Nahversorgungsfunktion für die nördlichen Siedlungsbereiche der Kernstadt Radeberg. Eine Erweiterung der Verkaufsflächen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sollte zukünftig allerdings nicht stattfinden, da die Verkaufsfläche von aktuell rund 2.400 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bereits heute über die reine Gebiets- bzw. Nahversorgung hinausgeht und Kaufkraft aus anderen Bereichen gebunden wird. Dies bedeutet, dass hier (zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches und der städtischen Versorgungsstruktur) zukünftig keine weitere Ansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (unabhängig von der Größenordnung) stattfinden sollte. Es gilt allerdings der Bestandsschutz für vorhandene Betriebe.

Am Standort **Möbelhof Köckritz** an der Pulsnitzer Straße können zukünftig ebenfalls lediglich Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich sein. Bei einer möglichen Erweiterung des bereits vorhandenen Möbelanbieters oder möglichen Neuansiedlungen besteht insbesondere die Chance, diesen Bereich als Standort für die Warengruppen Möbel und Einrichtungszubehör zu profilieren, um ihn somit zu einem Anziehungspunkt in der Region zu machen, was auch der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Radeberg entsprechen würde. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass die Verbesserung der Anbindung zwischen dem Ergänzungsstandort Möbelhof Köckritz und dem Hauptgeschäftsbereich verbessert werden sollte, um Austauschbeziehungen zwischen den beiden Standortbereichen zu fördern.

Um die Entwicklung der Ergänzungsstandorte Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz als Standorte für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu forcieren, sollten diese Standortbereiche bauplanungsrechtlich gesichert werden, d. h. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie weitere zentrenrelevante Nutzungen sollten im Rahmen der Bauleitplanung ausgeschlossen werden.

11.2 Tabubereiche

Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind.**

Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. **Gewerbe- bzw. Industriegebiete bzw. entsprechende Alternativstandorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel; unabhängig von der Größenordnung) im Bereich der Einfallstraßen ist zum Schutz des bestehenden zentralen Versorgungsbereiches sowie der Versorgungsstruktur und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen. Dabei handelt es sich um folgende Straßen:

- **Dresdner Straße**
- **Pillnitzer Straße**
- **Badstraße**
- **Rathenaustraße**
- **Dr.-Albert-Dietze-Straße**
- **Pulsnitzer Straße**
- **Gewerbe- und Industriegebiete**

Grundsätzlich ausgenommen davon sind definierte Entwicklungsbereiche wie Nahversorgungsstandorte und definierte Ergänzungsstandorte.

12 Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg

“Die Radeberger Systematik“

Bevölkerungsrückgang und geringe absatzwirtschaftliche Spielräume implizieren, dass weniger ein quantitativer Ausbau, als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Radeberg sicherstellen können und auch sollen. Für die Stadt Radeberg bedeutet dies, dass zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe, bewusst mit Blick auf die künftige Entwicklung der Stadt, insbesondere innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich, also an einem städtebaulich sinnvollen Standort, errichtet werden sollten. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotschwerpunktes als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter im Hinblick auf mögliche kommunale wie auch ggf. regionale städtebauliche Auswirkungen voraus. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung des Zentrums, der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an den Ergänzungsstandorten oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Siedlungsbereichen beiträgt.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Radeberg sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits sollen für Radeberg die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse Verbindlichkeit für künftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen erhalten. So können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) wichtige Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Dabei ergibt sich aber nicht nur für den großflächigen Einzelhandel, sondern auch für Einzelhandelsbetriebe, die mit ihrer Verkaufsflächengröße unterhalb der Großflächigkeit angesiedelt sind, ein Steuerungserfordernis, dem die formulierten Grundsätze Rechnung tragen.

Die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radeberg werden im Folgenden dargestellt. Es werden insgesamt sechs Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels unterschieden, die unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen dargestellt werden:

Tabelle 16: „Die Radeberger Systematik“

	Kernsortiment		Größenordnung	Beispiel
Grundsatz 1	nahversorgungsrelevant	1	kleinflächig, < 800 m ² Verkaufsfläche	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei)
		2	großflächig ab 800 m ² Verkaufsfläche	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	zentrenrelevant	3	kleinflächig, < 800 m ² Verkaufsfläche	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Musikfachgeschäft
		4	großflächig ab 800 m ² Verkaufsfläche	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt
Grundsatz 3	nicht zentrenrelevant	5	kleinflächig, < 800 m ² Verkaufsfläche	Zoofachmarkt, Matratzenfachmarkt
		6	großflächig ab 800 m ² Verkaufsfläche	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter

Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Ziele und Grundsätze im Rahmen der Radeberger Systematik im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben (LEP Sachsen und Handlungsanleitung/Einzelhandelserlass) des Freistaates Sachsen stehen.

12.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung eines funktionsfähigen Zentrums sowie von Standorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der Radeberger Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben des Freistaates Sachsen.



Landesgesetzgebung:

Der Landesentwicklungsplan Sachsen weist Standorte für Vorhaben i.S. des § 11 Absatz 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten Standorten in städtebaulich integrierten Lagen in Ober- und Mittelzentren zu, wo sie zur Stärkung städtischer Funktionen beitragen (LEP 2003, Ziel 6.2.1).

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nahversorgungsrelevante Sortimente (Lebensmittel, Getränke und Gesundheits- und Drogerieartikel) gemäß der Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen des Freistaates Sachsen (HA 4.h - bb) als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente einzustufen sind. Darüber hinaus kommt dem Lebensmittel-einzelhandel eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zu (LEP 2003, Ziel 6.2).



Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich liegen.
- Standorte für **nicht großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen vorrangig im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich liegen.
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk)

Ausnahme 1

Bei atypischer Fallgestaltung können im begründeten Einzelfall großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zulässig sein (Nachweis im Einzelfall, bauplanungsrechtliche Steuerung)³³.

Ausnahme 2

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe können in Mischgebieten und Wohngebieten (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) der Nahversorgung dienen. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich sind auszuschließen (Einzelfallprüfung).

Ausnahme 3

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Absatz 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Erläuterung:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung der Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich der Stadt Radeberg liegen. Eine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten soll nicht in Gewerbe- und Industriegebieten erfolgen (Ausnahme: Tank-

³³ Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sollt enur dann zulässig sein, wenn das Vorhaben der reinen Nah- bzw. gebietsversorgung, d.h. ausschließlich der Versorgung der im fußläufigen Einzugsbereich wohnenden Bevölkerung dient. Orientierungsmaßstab sollte in diesen Fällen die im Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit vorhandene Kaufkraft für nahversorgungsrelevante Sortimente sein („35 %-Regel“). Die „35 %-Regel“ basiert auf durchschnittlichen Marktanteilen von strukturprägenden Lebensmittelanbietern, deren Marktanteil in der Regel 35 % der im Einzugsbereich vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet. Die „35 %-Regel“ basiert nicht auf einer gesetzlichen Grundlage o.ä., sondern ist als Instrument für die Anwendung in der Praxis zu verstehen, um die Nahversorgungsfunktion eines Lebensmittelanbieters zu überprüfen. Als Einzugsbereich für die Nahversorgung ist ein Radius von etwa 700 m um den Vorhabenstandort anzusetzen. In begründeten Fällen (z.B. in ländlichen oder dünn besiedelten Gebieten) kann dieser auch größer angesetzt werden.

stellenshops, Kioske).

Die definierten Ausnahmen 1 und 2 vom Grundsatz 1 sind im Einzelfall zu prüfen:

An solitären Standorten außerhalb des räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiches können großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dann sinnvoll und zulässig sein, wenn sie einer **atypischen Fallgestaltung** entsprechen. Diese liegt vor, wenn der Einzelhandelsbetrieb aufgrund betrieblicher Besonderheiten oder der besonderen städtebaulichen Situation nicht zu der Art Betriebe gehört, die von der Regelvermutung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO erfasst werden.

Betriebliche Besonderheiten, die von der typischen Fallgestaltung abweichen können, sind gegeben

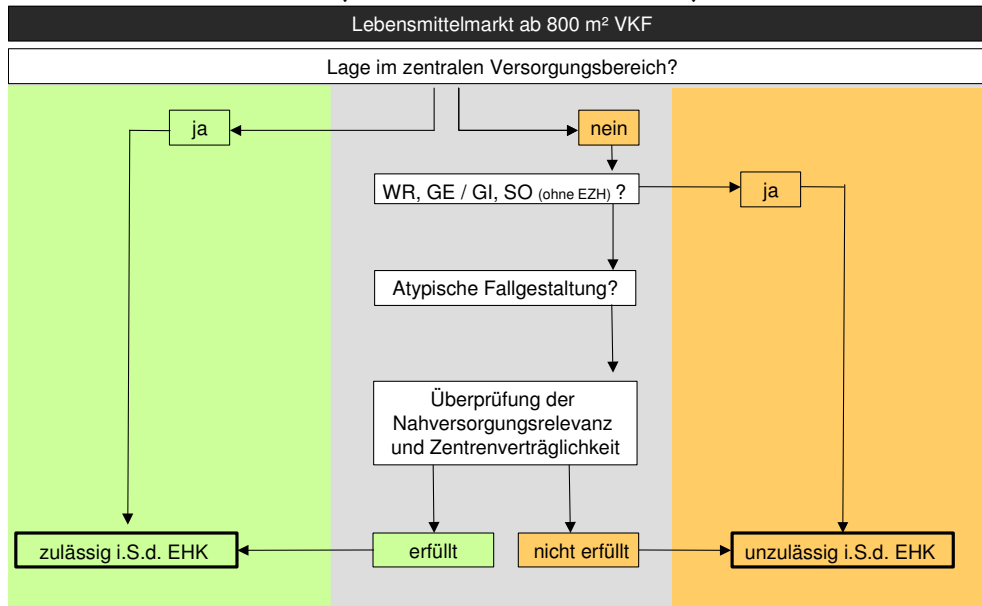
- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche wesentlich unter 2/3 der Geschossfläche liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment,
- bei Artikeln, die üblicherweise mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt),
- bei Artikeln, die in einer gewissen Beziehung zu gewerblichen Nutzungen stehen.

Abweichungen der **konkreten städtebaulichen Situation** von der typischen Fallgestaltung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO bestehen beispielsweise darin,

- dass der Einzugsbereich des Betriebes im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereiches des Betriebes zentrale Versorgungsbereiche an anderen Standorten (i.S.d. Einzelhandelskonzeptes) nicht vorgesehen sind oder
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll, jedoch nur wenn er der Zentren- bzw. Versorgungsstruktur i.S.d. Einzelhandelskonzeptes entspricht.

Im Sinne der Ausnahme 3 ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“.

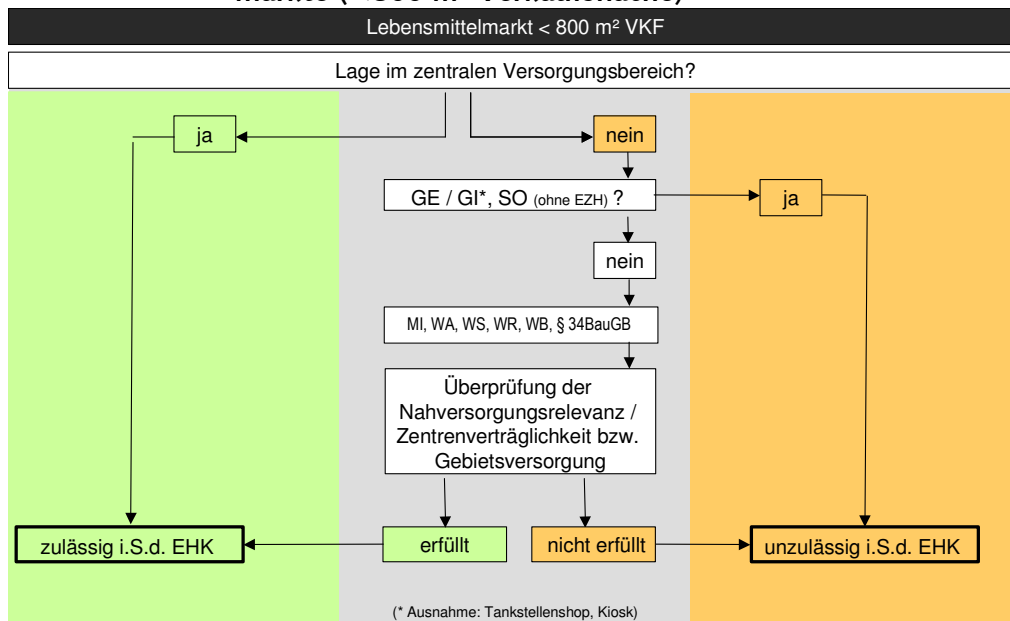
Abbildung 14: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (ab 800 m² Verkaufsfläche)



Quelle: eigene Darstellung
 VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

In **Mischgebieten und Wohngebieten** (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) können Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bis zur Großflächigkeit in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Im Einzelfall sollte dabei nachgewiesen werden, dass davon keine negativen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur bzw. zentrale Versorgungsbereiche ausgehen.

Abbildung 15: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben kleinflächiger Lebensmittelmärkte (<800 m² Verkaufsfläche)



Quelle: eigene Darstellung
 VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

12.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich als bedeutender Einzelhandelsstandort durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



Landesgesetzgebung:

Der Landesentwicklungsplan Sachsen weist Standorte für Vorhaben i.S. des § 11 Absatz 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten Standorten in städtebaulich integrierten Lagen in Ober- und Mittelzentren zu, wo sie zur Stärkung städtischer Funktionen beitragen (LEP 2003, Ziel 6.2.1).



Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich liegen.
- Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

Ausnahme 1

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

Ausnahme 2

Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen, wenn sie ausschließlich der Nah- bzw. Gebietsversorgung der Wohnbevölkerung dienen (Einzelfallprüfung notwendig).

Ausnahme 3

Ausnahmsweise können Fabrikverkaufsläden in GE- Gebieten zugelassen werden, wenn ...

- innerhalb des Radeberger Stadtgebietes ein produktionsbezogener oder auch vertriebsbedeutsamer Standort des Herstellers besteht;
- die räumliche Zuordnung zum Fabrikstandort / Vertriebsstandort gegeben ist;
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird;
- die vorgehaltenen / beabsichtigten Sortimente ausschließlich aus Teilen des Markenartikel-Sortiments von Herstellern unterhalb der üblichen Preise für diese Waren im Facheinzelhandel verkauft werden und die mindestens eine der folgenden Besonderheiten aufweisen:
 - Waren zweiter Wahl
 - Auslaufmodelle
 - Modelle vergangener Saisons
 - Restposten
 - Waren für Markttestzwecke
 - Überhangproduktion

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb der Stadt Radeberg attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig – unabhängig von der Größenordnung - nur noch innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich zulässig sein, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

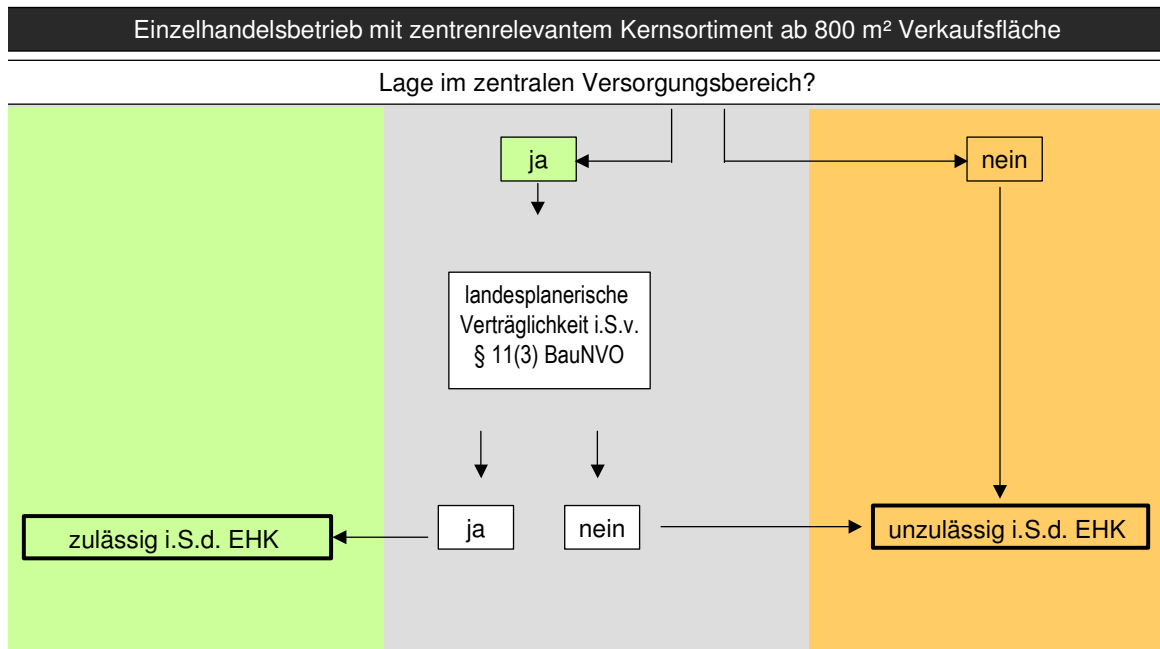
Ausnahme: Kleinflächige Betriebe zur Nah- bzw. Gebietsversorgung

Außerhalb der positiv definierten Ansiedlungs- und Entwicklungsräume des zentralen Versorgungsbereiches können kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen **keine Negativauswirkungen auf die Versorgungsstruktur und den zentralen Versorgungsbereich** zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen und somit lediglich der Nah- bzw. Gebietsversorgung dienen. In diesen Fällen ist eine Einzelfallprüfung notwendig.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten (vgl. Grundsatz 3) führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums Auswirkungen möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z.B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Eine Begrenzung auf max. 10 % der gesamten Verkaufsfläche (max. 800 m² Verkaufsfläche) ist insbesondere mit Blick auf die sehr kleinteilige Angebotssituation im Radeberger Hauptgeschäftsbereich und die geringe Stadtgröße insgesamt zu empfehlen. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ bzw. der sogenannte „**Fabrikverkauf**“, der in Verbindung mit Produktions- bzw. Vertriebsstandorten eine Rolle spielen kann.

Abbildung 16: Prüfschema für ein Ansiedlungsvorhaben eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment



EHK= Einzelhandelskonzept
 Quelle: eigene Darstellung

12.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Ergänzungsstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich sowie den Sonder-/Ergänzungsstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



Landesgesetzgebung:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe i.S.v. § 11 (3) BauNVO sind nur in Mittel- und Oberzentren zulässig (Zuordnung zu zentralen Orten) (LEP, 2003, Ziel 6.2.1).

Schutzzwecke i.S.d. Zentrale-Orte-Systems sind (LEP, 2003, Ziel 6.2.1)

- Sicherung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung
- Verhinderung der Zersiedelung der Landschaft
- Schutz der vorhandenen Siedlungsstruktur
- Sicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung
- Vermeidung unnötiger Verkehrsflüsse
- Reduzierung des Flächenverbrauchs



Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können im zentralen Versorgungsbereich liegen.
- Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sollen Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an den **Sonder/ Ergänzungsstandorten** liegen (Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz).
- Standorte für **nicht großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten **vorrangig** im zentralen Versorgungsbereich und an den Sonder-/ Ergänzungsstandorten liegen. (Nach einer Einzelfallprüfung auch an anderen Standorten möglich.)

Ausnahme 1

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Absatz 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Ausnahme 2

Kfz- und Motorradhandel kann in Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig sein (Einzelfallprüfung, gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

Erläuterung:

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) können zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Radeberg sollten jedoch auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben dem städtebaulich-funktionalen Zentrum (Hauptgeschäftsbereich) insbesondere bestehende Agglomerationen (Sonderstandorte) nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an.

Da die Stadt Radeberg bereits heute über mehrere Sonderstandorte im Stadtgebiet verfügt, besteht absehbar nicht die Notwendigkeit, neue Sonderstandorte zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten / auszuweisen. Somit sollten Neuansiedlungen oder Erweiterungsvorhaben auf die bereits vorhandenen Standorte Einkaufszentrum „An der Ziegelei“ und Möbelhof Köckritz an der Pulsnitzer Straße konzentriert werden. Besondere Relevanz erhält dieser Grundsatz für bestehende Gewerbegebiete (ohne Einzelhandelsvorprägung), weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden, was dem Zielsystem zuwider liefe. Angebote zentrenrelevanter Sortimente sollen darüber hinaus generell nicht in Gewerbegebieten verortet werden, wobei der Problematik von Randsortimenten eine besondere Bedeutung zukommt.

13 Analyse der Potenzialflächen

Neben der Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume und der Diskussion zukünftig möglicher Entwicklungsszenarien bildet die Potenzialflächenanalyse einen wichtigen Baustein im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radeberg. Hierbei wird untersucht, ob und wenn ja, welche Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Weiterentwicklung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neuen Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen und wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind. In Abstimmung mit der Stadtverwaltung Radeberg wurden acht Potenzialflächen ausgewählt, die für eine Einzelhandelsnutzung geeignet erscheinen bzw. auf denen zur Zeit und auch zukünftig ein deutlicher Ansiedlungs- oder Erweiterungsdruck lastet oder möglicherweise zu erwarten ist.

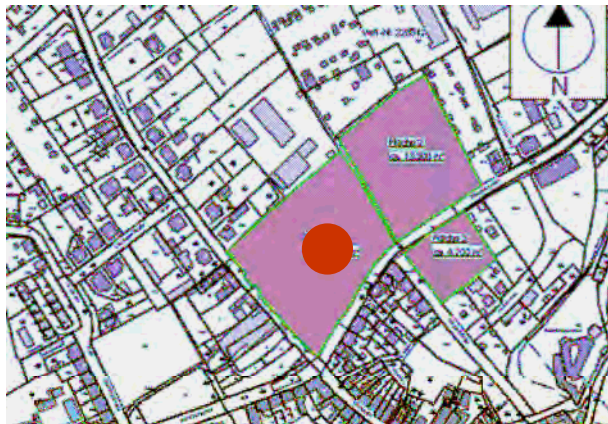
Bei den Potenzialflächen handelt es sich nicht nur um Einzelgrundstücke, sondern es werden auch mehrere Flächen gleicher Standortwertigkeit zu einer räumlichen Einheit zusammengefasst und hinsichtlich einer einzelhandelsrelevanten Ansiedlung bewertet.

Die Analyse der Potenzialflächen wird durch die Bearbeitung der folgenden Kriterien bzw. die Beantwortung der damit verbundenen Fragen vorgenommen:

- **Lage/Umgebung:**
Wo liegt der Standort im Stadtgebiet und was sind die umgebenden Nutzungen und Gebäude?
- **Derzeitige Nutzung/Zustand:**
Wie wird die Fläche momentan genutzt (z. B. als Brache, Parkplatz, Gewerbe)? Wie stellt sich der derzeitige Zustand dar (vorhandene Gebäude, Altlasten, Topografie, Zugschnitt etc.) und ergeben sich daraus Umsetzungsschwierigkeiten?
- **Lage zum zentralen Versorgungsbereich:**
Besitzt der Standort aktuell Anschluss an den bestehenden zentralen Versorgungsbereich bzw. ist eine zukünftige Anbindung realistisch? Ist die Fläche darüber hinaus geeignet, bestehende Einrichtungen zu ergänzen?
- **Lage zu Wohnstandorten:**
Ist der Standort in Wohnbereiche eingebunden und kann er vor diesem Hintergrund als Nahversorgungsstandort fungieren?
- **Verkehrliche Rahmenbedingungen:**
Wie sind die verkehrlichen Rahmenbedingungen zu bewerten (Anbindung motorisierter Individualverkehr, öffentlicher Personennahverkehr, ruhender Verkehr)?
- **Planungsrecht:**
Welche Rahmenbedingungen ergeben sich für die Flächenverfügbarkeit aus den bestehenden Planwerken zum Standort (Bebauungsplan, Flächennutzungsplan etc.)?
- **Städtebauliche Verträglichkeit:**
Kann sich die Fläche in vorhandene städtebauliche Strukturen bzw. in die Umgebung einpassen oder stellt sie einen Fremdkörper dar?

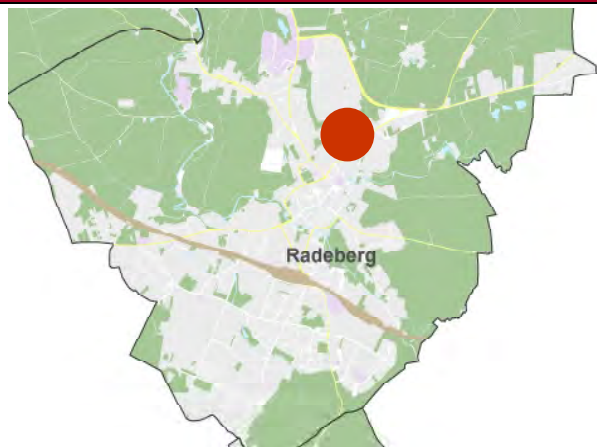
- **Einzelhandelsspezifische Einordnung:**
Inwiefern beeinflusst eine geplante Einzelhandelsnutzung unter Berücksichtigung der errechneten Potenziale die bestehenden Einzelhandelsstrukturen? Sind Synergien zu erwarten oder eher negative Auswirkungen?

Potenzialfläche 1: Kreuzungsbereich Oberstraße/ Pulsnitzer Straße



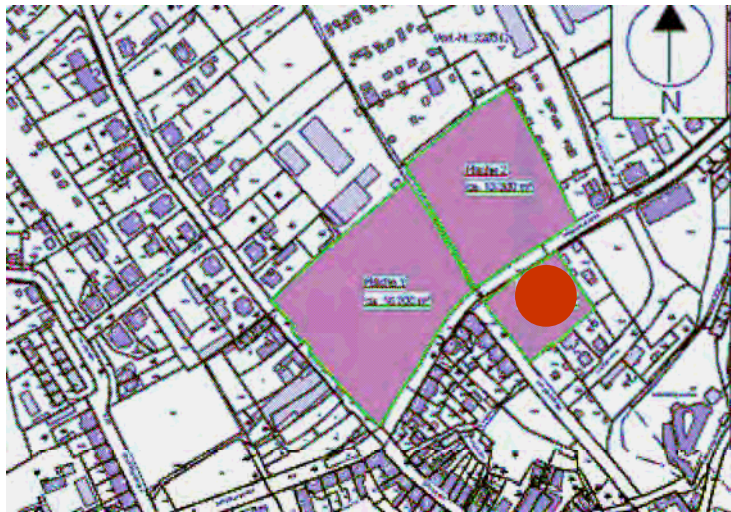
Mikrostandort (Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)	ca. 18.200 m ² Grundstücksfläche; teilweise Leerstand, Brachflächen, Abrissgebäude, Parkplatz
Makrostandort (Lage, Umfeld, Erschließung)	Lage am Rand des Hauptgeschäftsbereiches; Erschließung über Pulsnitzer Straße
Einzelhandelspotenziale (Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)	Bestandteil des Hauptgeschäftsbereiches, aber Randlage; Lage zwischen dem Lebensmitteldiscounter Lidl und dem Möbelhof Köckritz
Fazit	Einzelhandelsnutzung grundsätzlich denkbar; auch für größere Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, zentrenrelevante Sortimente sind kritisch zu bewerten; Gefahr der räumlichen Schwerpunktverschiebung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Richtung Norden (neuer Schwerpunkt); Obergrenze der Gesamtverkaufsfläche: max. 2.000 m ²

Potenzialfläche 2: Pulsnitzer Straße Nord



Mikrostandort (Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)	ca. 13.300 m ² Grundstücksfläche; momentan Teilflächen unbebaut
Makrostandort (Lage, Umfeld, Erschließung)	Lage am Rand des Hauptgeschäftsbereiches; Erschließung über Pulsnitzer Straße
Einzelhandelspotenziale (Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)	Nähe zum Möbelhof Köckritz
Fazit	Einzelhandelsnutzung für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich; Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches ausgeschlossen werden, da aufgrund der Entfernung kaum Synergieeffekte zwischen der Potenzialfläche und dem zentralen Versorgungsbereich möglich sind

Potenzialfläche 3: Pulsnitzer Straße Süd



Mikrostandort
(Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)

ca. 4.700 m² Grundstücksfläche, teilweise Leerstand, Abrissgebäude

Makrostandort
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Lage am Rand des Hauptgeschäftsbereiches; Erschließung über Pulsnitzer Straße

Einzelhandelspotenziale
(Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)

Nähe zum Möbelhof Köckritz

Fazit

Einzelhandelsnutzung für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich; Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches ausgeschlossen werden, da aufgrund der Entfernung kaum Synergieeffekte zwischen der Potenzialfläche und dem zentralen Versorgungsbereich möglich sind

Potenzialfläche 4: Pulsnitzer Straße „Polypack“



Mikrostandort
(Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)

ca. 10.100 m² Grundstücksfläche

Makrostandort
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Erschließung über Pulsnitzer Straße

Einzelhandelspotenziale
(Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)

Keine Nähe zu bestehenden Einzelhandelseinrichtungen

Fazit

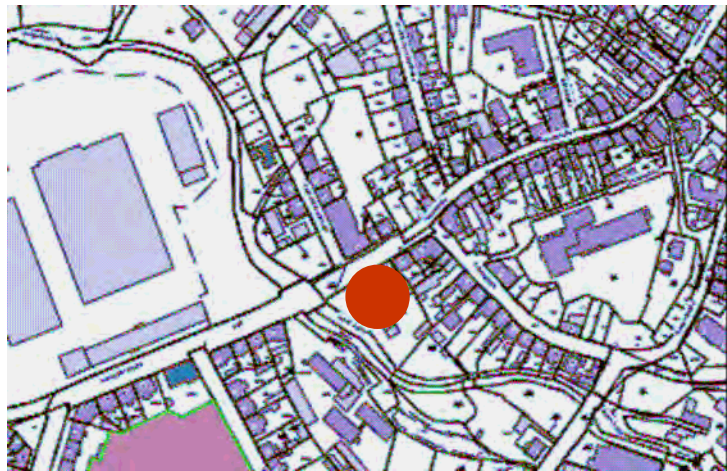
Ausschließlich Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich; aber Konzentration an den Ergänzungsstandorten zu empfehlen

Potenzialfläche 5: Dresdner Straße



Mikrostandort (Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)	ca. 14.700 m ² Grundstücksgröße; derzeit Brachfläche
Makrostandort (Lage, Umfeld, Erschließung)	Lage zwischen Bahntrasse und Dresdner Straße, gewerbliches Umfeld; Erschließung über Dresdner Straße
Einzelhandelspotenziale (Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)	Nähe zu Lebensmittelstandort Dresdner Straße; keine unmittelbare Integration in bestehende Wohnsiedlungsbereiche
Fazit	Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten nicht zu empfehlen! Ausschließlich Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich; aber: Konzentration an den Ergänzungsstandorten zu empfehlen

Potenzialfläche 6: Hauptstraße „Alte Villa“



Mikrostandort
(Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)

ca. 4.300 m² Grundstücksgröße

Makrostandort
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Südlicher Endpunkt des zentralen Versorgungsbereiches; Erschließung über Hauptstraße

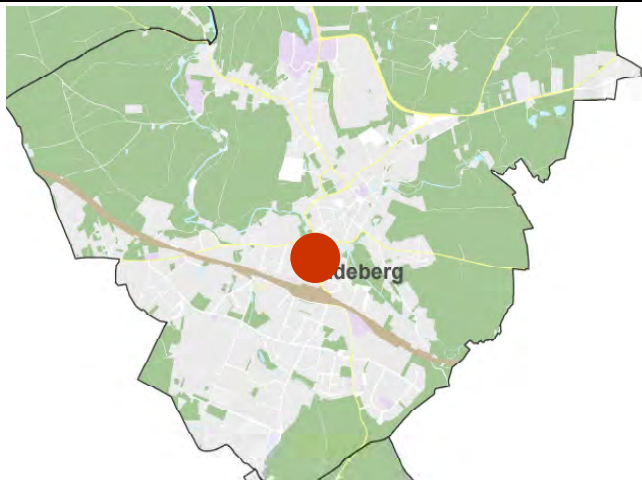
Einzelhandelspotenziale
(Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)

Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches; gegenüber Hotel Kaiserhof; Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen

Fazit

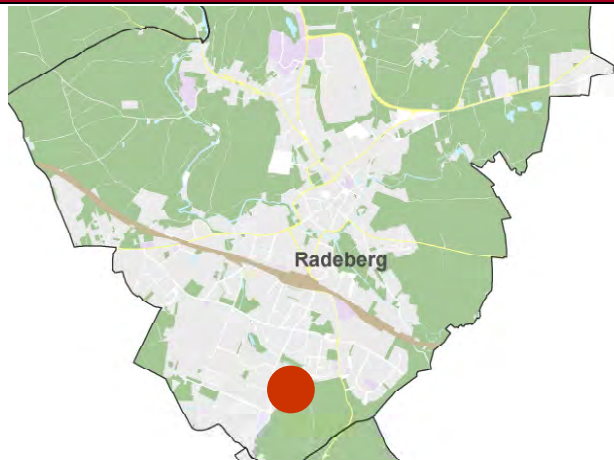
Einzelhandelsnutzung durch Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten denkbar; z. B. Lebensmittelmarkt
Chance: Ansiedlung eines starken und frequenzbringenden Magnetbetriebs zur Stabilisierung der südlichen Hauptstraße

Potenzialfläche 7: Bahnhofstraße/ Dresdner Straße



<p>Mikrostandort (Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)</p>	<p>ca. 55.600 m² Grundstücksgröße; leerstehende Wohn- und Industriegebäude; ehem. Eschebach-Gelände</p>
<p>Makrostandort (Lage, Umfeld, Erschließung)</p>	<p>Südlich des zentralen Versorgungsbereiches, gegenüber Brauerei, Erschließung über Dresdner Straße; Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen</p>
<p>Einzelhandelspotenziale (Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)</p>	<p>Südlich des zentralen Versorgungsbereiches; zwischen Bahnhof und zentralem Versorgungsbereich; aber deutlich abgesetzt vom zentralen Versorgungsbereich</p>
<p>Fazit</p>	<p>Ausschließlich Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich; aber Konzentration am Ergänzungsstandort zu empfehlen</p>

Potenzialfläche 8: Schillerstraße



Mikrostandort
(Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)

ca. 6.900 m² Grundstücksgröße, derzeit ungenutzte Grünfläche

Makrostandort
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Südvorstadt, Wohnbebauung und Sportanlagen in unmittelbarer Nähe

Einzelhandelspotenziale
(Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)

Keine Nähe zu weiteren Einzelhandelsstandorten, aber Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen

Fazit

Einzelhandelsnutzung durch Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten denkbar; z. B. Lebensmittelmarkt
Chance: deutliche Verbesserung der Versorgungssituation in der Südvorstadt mit einer vergleichsweise hohen Einwohnerdichte

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Einzugsbereich des Radeberger Hauptgeschäftsbereiches	63
Abbildung 2:	Einzugsbereich des Einkaufszentrums „An der Ziegelei“	64
Abbildung 3:	Kaufkraftbindungs- und Abflussquoten in %	66
Abbildung 4:	Monetäre Kaufkraftbindungen und –abflüsse in Mio. Euro	70
Abbildung 5:	Wo werden überwiegend Lebensmittel gekauft?.....	71
Abbildung 6:	Wo wird überwiegend Bekleidung/ Wäsche gekauft?.....	72
Abbildung 7:	Wo werden Schuhe gekauft?.....	72
Abbildung 8:	Kaufkraftbindung Möbel	73
Abbildung 9:	Wie schätzen Sie die Einkaufssituation in Radeberg ein?	73
Abbildung 10:	Vermissen Sie bestimmte einzelhandelsrelevante Angebote bzw. Betriebsformen in der Radeberger Innenstadt?	75
Abbildung 11:	Zentralitäten und Zielzentralitäten als Grundlage für die Berechnung der Verkaufsflächenpotenziale	80
Abbildung 12:	Standorthierarchie in der Stadt Radeberg	99
Abbildung 13:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten.....	106
Abbildung 14:	Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (ab 800 m ² Verkaufsfläche).....	125
Abbildung 15:	Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben kleinflächiger Lebensmittelmärkte (<800 m ² Verkaufsfläche)	125
Abbildung 16:	Prüfschema für ein Ansiedlungsvorhaben eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment	129

Karten

Karte 1:	Definition der Lage: integrierte Lage und nicht-integrierte Lage.....	16
Karte 3:	Lage im Raum	26
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008.....	27
Karte 5:	Siedlungsstruktur der Stadt Radeberg.....	28
Karte 6:	Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte in Radeberg	41

Karte 7:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Radeberg.....	43
Karte 8:	Räumliche Verteilung der Leerstände im Hauptgeschäftsbereich Radeberg.....	46
Karte 9:	Geschäftszentrum mit Einzelhandelsdichten und Magnetbetrieben.....	48
Karte 10:	Angebotssituation in Großerkmannsdorf	57
Karte 11:	Angebotssituation in Liegau-Augustusbad.....	58
Karte 12:	Angebotssituation in Ullersdorf	59
Karte 13:	Verflechtungsbereiche des Radeberger Einzelhandels.....	62
Karte 14:	Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung	86
Karte 15:	Szenario 2: „Bewahrung“	88
Karte 16:	Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“	90
Karte 17:	Empfehlung: „Räumlich-funktionale Gliederung“	92
Karte 18:	Räumliches Leitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Radeberg.....	101
Karte 19:	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftsbereich Radeberg.....	112

Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Radeberg	14
Tabelle 2:	Teilnehmer des Arbeitskreises	20
Tabelle 3:	Angebotssituation des Radeberger Einzelhandels.....	30
Tabelle 4:	Verkaufsflächen in m ² nach Ortsteilen	33
Tabelle 5:	Verkaufsflächen in m ² nach Lagen	36
Tabelle 6:	Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung	38
Tabelle 7:	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in den Ortsteilen Radebergs.....	39
Tabelle 8:	Leerstände im Radeberger Stadtgebiet.....	44
Tabelle 9:	Verteilung der Verkaufsflächen im zentralen Bereich	47
Tabelle 10:	Verteilung von Betrieben und Verkaufsflächen	49
Tabelle 11:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Radeberg.....	67

Tabelle 12:	Gründe für die Bewertung der Einkaufssituation	74
Tabelle 13:	Branchenspezifische Umsätze und Zentralitäten des Radeberger Einzelhandels	77
Tabelle 14:	Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale in m ²	82
Tabelle 15:	Radeberger Sortimentsliste	107
Tabelle 16:	„Die Radeberger Systematik“	121

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf- Einzelhandelsrelevanten- Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsummarkt- und Absatzforschung (GfK) oder der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde/ Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Begriff	Erläuterung
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 qm) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde/ Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Begriff	Erläuterung
Kernsortiment/ Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i.d.R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000-3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 qm.
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/ oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i.d.R. kein zentraler Versorgungsbe- reich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz- oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

Begriff	Erläuterung
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	<p>Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht-integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.d.R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i.d.R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z.B. GPK/ Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
SB-Warenhaus	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 qm, umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil)/ Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
Sonderstandort	<p>Sonder-/ Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i.d.R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>

Begriff	Erläuterung
Sortimentsliste (ortstypische)	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeinde-spezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Stadtteilzentrum	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevanten Randsortimenten.</p>

Begriff	Erläuterung
Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
Verbrauchermarkt	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 qm, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauer-niedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.
Verkaufsfläche	Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde/ Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Begriff	Erläuterung
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/-präsentation.</p>
Zentrenrelevante Sortimente	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden,</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmittel-einzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzel-fallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten)</p>
<p>Zentraler Versorgungsbe- reich</p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 2(2), 9 (2a), 34 (3) BauGB; § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt. Innerhalb einer Kommune kann es</p> <p>mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung -präsentation.</p>