

# Einzelhandels- und Zentrenkonzept

## für die Stadt Frankenberg/Sa.

---

für die  
**Stadtverwaltung Frankenberg/Sa.**

Markt 15

09665 Frankenberg/Sa.

**Ihre Ansprechpartner**

Dr. Silvia Horn  
Dr. Ulrich Kollatz

**BBE Handelsberatung GmbH**

Uferstraße 21  
04105 Leipzig  
Deutschland

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

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 26. März 2015

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Frankenberg/Sa.....</b>	<b>3</b>
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung.....	3
2.2. Siedlungsstruktur der Stadt Frankenberg/Sa. ....	5
2.3. Diskussion des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes .....	6
<b>3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2025 .....</b>	<b>8</b>
3.1. Bevölkerungsentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraft.....	8
3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2014 .....	10
3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2025 .....	11
<b>4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa.....</b>	<b>13</b>
4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung .....	13
4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Frankenberg/Sa. ....	14
4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Frankenberg/Sa.....	18
<b>5. Einzelhandelsstandortkonzept Frankenberg/Sa.....</b>	<b>22</b>
5.1. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung.....	22
5.2. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Frankenberg/Sa. ....	24
5.2.1. Städtebauliche Strukturanalyse .....	24
5.2.2. Räumliche Entwicklungsperspektiven als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort.....	26
5.2.3. Innenstadtentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce .....	28
5.3. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept .....	31
5.3.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Frankenberg/Sa. ....	31
5.3.2. Städtebauliche Verträglichkeit aktueller Planvorhaben - Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Frankenberg/Sa.....	35
5.4. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems .....	41
5.5. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Frankenberg/Sa. ....	46
5.5.1. Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum) Innenstadt Frankenberg .....	46
5.5.2. Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark .....	50
5.5.3. Integrierte Nahversorgungslagen .....	52
5.5.4. Einbindung der Ergänzungsstandorte .....	54



<b>6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Frankenberg/Sa.....</b>	<b>57</b>
6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente .....	57
6.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Frankenberger Liste“ .....	59
6.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Konzeptes der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Frankenberg/Sa. ....	64
6.4. Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment.....	67
<b>7. Verzeichnis der Anlagen .....</b>	<b>70</b>

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Regionale Kaufkraftströme und Einzugsgebiet des Frankenger Einzelhandels .....	6
Abbildung 2:	Bevölkerungsentwicklung der Stadt Frankenberg/Sa. im Zeitraum 2011 bis 2013 und Bevölkerungsprognose 2025.....	8
Abbildung 3:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Frankenberg/Sa. im regionalen Vergleich .....	9
Abbildung 4:	Branchenschwerpunkte im Frankenger Einzelhandelsbesatz .....	13
Abbildung 5:	Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Frankenger Einzelhandelsstandorten .....	14
Abbildung 6:	Räumliche Abgrenzung der Innenstadt und des Sanierungsgebiets .....	24
Abbildung 7:	Ansichten zur Innenstadt .....	25
Abbildung 8:	Begriff der qualifizierten Grundversorgung.....	31
Abbildung 9:	Räumliche Struktur der aktuellen Nahversorgung in Frankenberg/Sa. ....	33
Abbildung 10:	Zentren- und Standortkonzept der Stadt Frankenberg/Sa. ....	43
Abbildung 11:	Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Frankenberg/Sa. ....	46
Abbildung 12:	Nutzungsstruktur des A-Zentrums Innenstadt Frankenberg/Sa. ....	48
Abbildung 13:	Entwicklungsschwerpunkte für das A-Zentrum .....	48
Abbildung 14:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark.....	50
Abbildung 15:	Ansichten zum Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark .....	51
Abbildung 16:	Abgrenzung des Ergänzungsstandortes An der Feuerwache / Altenhainer Straße .....	54
Abbildung 17:	Abgrenzung des Ergänzungsstandortes An der Autobahn .....	55
Abbildung 18:	Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente.....	68

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Raumstruktur gemäß Regionalplan (Entwurf, Stand 04 / 2013).....	3
Karte 2:	Lage und Verkehrsanbindung von Frankenberg/Sa.....	4
Karte 3:	Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch zentrale Versorgungs- bereiche und Nahversorgungslagen.....	40
Karte 4:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Frankenberg/Sa. ....	45

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa. und im Landkreis Mittelsachsen .....	8
Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Frankenberg 2014 .....	11
Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa. bis 2025 .....	12
Tabelle 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Frankenger Einzelhandels .....	15
Tabelle 5: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Frankenger Einzelhandels .....	16
Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Frankenberg .....	19
Tabelle 7: Kaufkraftbindung des Frankenger Einzelhandels an ausgewählten Standorten .....	20
Tabelle 8: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Frankenberg/Sa. 2015 .....	32

## 1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die Stadt Frankenberg/Sa. beauftragte die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig, im September 2014 mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Frankenberg/Sa..

Die Einzelhandelsentwicklung bewegt sich im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen. Die Notwendigkeit eines konzeptionellen Handlungsrahmens für kommunale Entscheidungsträger und Investoren resultiert aus der Dynamik eines, insbesondere durch Lebensmittelmärkte, forcierten Standortwettbewerbs. Aber auch Veränderungen im Nachfrageverhalten und der Nachfragestruktur erfordern einen Handlungsleitfaden für die Entwicklung zukunftsfähiger Einzelhandelsstrukturen. Letztere sollten mit den städtebaulichen Zielvorstellungen von Frankenberg/Sa. korrespondieren, um eine nachhaltige städtebauliche Qualität und Versorgung für die Bevölkerung zu gewährleisten.

Wie in zahlreichen Kommunen bundesweit begegnen sich auch in Frankenberg/Sa. unterschiedliche Ansprüche und Sichtweisen von Investoren und Betreibern, Grundstücks- und Immobilieneigentümern, der Politik und Verwaltung. Darüber hinaus gilt es auch die Kundeninteressen im Blick zu haben, die oftmals eigene Vorstellungen entwickeln. Dieses Spannungsfeld verschiedener Interessengruppen, auch unter Berücksichtigung des demographischen Wandels und veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen sowie betrieblicher Anforderungen, sollte im Sinne einer zukunftsfähigen Stadtentwicklung möglichst in Übereinstimmung gebracht werden.

Vor diesem Hintergrund gilt es, strategische Fragen der Einzelhandelsstandortentwicklung zu diskutieren, insbesondere welche Struktur und Standorte geeignet sind, um sowohl die innerstädtische Entwicklung zu stabilisieren als auch Versorgungsfunktionen für die Gesamtstadt zu stärken.

Um den vorgenannten Anforderungen gerecht zu werden, ist eine komplexe städtische Betrachtung unerlässlich und damit die Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg umfasst die folgenden wesentlichen aufeinander abgestimmten Bausteine:

Schwerpunkte der Analyse und konzeptionellen Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur sind:

- Analyse und Bewertung standortspezifischer Rahmendaten
- Nachfragesituation in der Stadt Frankenberg/Sa. derzeit und perspektivisch bis 2025 in Bezug auf das Kaufkraftniveau, die Kaufkraftbindung sowie das Kundeneinzugsgebiet
- Struktur und Positionierung des Einzelhandels in der Stadt Frankenberg/Sa. mit Darlegung wesentlicher Leistungsparameter wie Verkaufsflächenbestand, Betriebsgrößen und Umsatzleistung insgesamt sowie differenziert nach Sortimenten und Standortlagen
- Räumlich / funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche inkl. Entwicklungsflächenpotenziale
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Sicherung einer leistungsfähigen Nahversorgungsstruktur unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung
- Maßnahmen zur Optimierung des Branchenmixes sowie Standortempfehlungen für eine gezielte Immobilienentwicklung
- Bewertung und Einbindung aktueller Planvorhaben
- Planungsrechtliches Instrumentarium mit "Frankenberger Liste" zentrenrelevanter Sortimente
- Leitlinien und Handlungsschwerpunkte zur Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben sowie Empfehlungen für Politik und Verwaltung zur Entwicklung des Einzelhandels

### **Projektbegleitender Arbeitskreis**

Ein Arbeitskreis bestehend aus Vertretern der Frankenberger Händlerschaft, der Verwaltung, der Politik sowie der Landesdirektion, des Landratsamtes und der Industrie- und Handelskammer Chemnitz hat die Projektarbeit dialogorientiert begleitet.

Im Rahmen von zwei Arbeitskreisberatungen, die am 03.12.2014 sowie am 21.01.2015 im Rathaus der Stadt stattgefunden haben, wurden Analyseergebnisse, Empfehlungen zum Umgang mit anstehenden Planvorhaben, das Zentrenkonzept, einschließlich der funktionalen und räumlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die „Frankenberger Sortimentsliste“ und die Leitlinien zur planungsrechtlichen Umsetzung des Konzeptes zur Diskussion gestellt. Die vorgestellten Ergebnisse wurden den Arbeitskreismitgliedern in Präsentationsform übergeben.

Maßgeblich diskutiert wurden die räumliche Abgrenzung der Frankenberger Innenstadt und die Einbindung der aktuellen Planvorhaben. Die Ergebnisse der Diskussion sind in die Erarbeitung des Konzeptes eingeflossen.

### **Betriebsstättenerhebung**

Für die Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2014 erfolgte im Oktober und November eine Erhebung der Verkaufsflächen aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Frankenberg/Sa.. Die Verkaufsflächenerhebung schließt mit dem Stichtag 30. November 2014. Die Verkaufsflächen der Betriebe wurden nach Warengruppen differenziert erhoben, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

### **Nachfrageanalyse**

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

### **Weitere Grundlagen**

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsplan Freistaat Sachsen (LEP 2013)
- Regionalplan Chemnitz im Entwurf - Beteiligung an der Ausarbeitung des Planentwurfs gemäß § 9 ROG in Verbindung mit § 6 Abs. 1 SächsLPIG
- Stadtentwicklungsstrategie Sachsen 2020, Staatsministerium des Innern vom 23.Juli 2010
- Städtebauliches Entwicklungskonzept Stadt Frankenberg/Sa., Stand 01/2010, Bearbeitung durch Westsächsische Gesellschaft für Stadterneuerung mbH Chemnitz
- Stadt Frankenberg/Sa., Integriertes Stadtentwicklungskonzept (InSEK) 2015, Abschnitt 3 Demographische Entwicklung, Entwurf Stand Januar 2015
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Stadt Frankenberg/Sa.
- Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen
- Statistische Daten der Stadt Frankenberg/Sa.

## 2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Frankenberg/Sa.

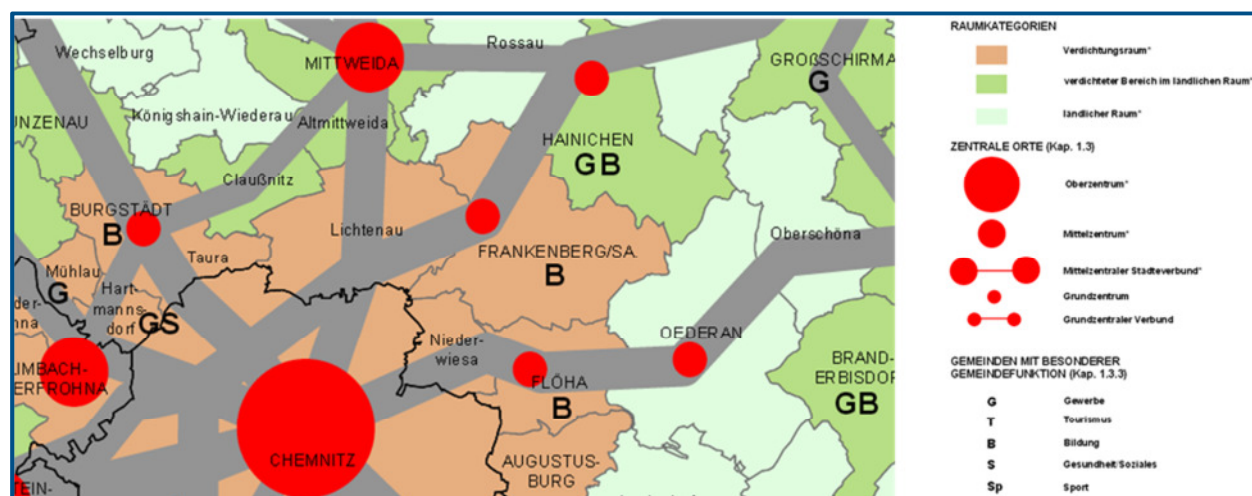
### 2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Frankenberg/Sa. liegt etwa 15 km nordöstlich von Chemnitz, zentral innerhalb des Freistaates Sachsen im Landkreis Mittelsachsen. Gegenwärtig leben in Frankenberg/Sa. 14.602 Einwohner.<sup>1</sup>

Traditionell ist die Stadt ein Industriestandort, der mit den aktuellen Unternehmensansiedlungen, vor allem im Bereich des produzierenden Gewerbes weiterhin Bestand hat. Als Bundeswehrstandort setzt Frankenberg/Sa. zudem die weitreichende Tradition als Garnisonsstadt fort.

Im derzeitigen Entwurf des Regionalplanes der Region Chemnitz ist für die Stadt Frankenberg/Sa. die Funktion eines Grundzentrums innerhalb des Verdichtungsraumes Chemnitz-Zwickau vorgesehen. Als Zentraler Ort ist die Stadt „Schwerpunkt des wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens“ und übernimmt entsprechend ihrer Funktion und der zentralörtlichen Einstufung Aufgaben für den zugewiesenen übergemeindlichen Verflechtungsraum.<sup>2</sup> Darüber hinaus besteht für Frankenberg/Sa. eine besondere Gemeindefunktion im Bereich Bildung.<sup>3</sup>

**Karte 1: Raumstruktur gemäß Regionalplan (Entwurf, Stand 04 / 2013)**



Quelle: Planungsverband Region Chemnitz Karte 3 Raumstruktur (Ausschnitt), Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Die Lage der Stadt Frankenberg/Sa. im Verdichtungsraum Chemnitz-Zwickau ist für die Beurteilung der Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels von besonderer Relevanz, da Kaufkraftbewegungen und daraus abgeleitete Bindungschancen zu berücksichtigen sind.

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind wesentliche Standortfaktoren, die die Entwicklungschancen auch des Einzelhandels prägen. Frankenberg/Sa. verfügt über eine sehr gute Verkehrsanbindung. Die Bundesautobahn A4 (Ost-West-Achse) durchquert das Stadtgebiet. Eine eigene Anschlussstelle sichert die Anbindung an das überregionale Verkehrsnetz. Parallel dazu verläuft die Bundesstraße B169, über die eine direkte Verbindung nach Chemnitz und in Richtung Norden im weiteren Verlauf nach Döbeln besteht. Über die vom Stadtzentrum nach Süden verlaufende Bundesstraße B180 besteht ein Anschluss an die Verkehrs-

<sup>1</sup> Stand Dez. 2013, Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusdaten vom 9. Mai 2011

<sup>2</sup> vgl. Planungsverband Region Chemnitz (2015), Entwurf Regionalplan Region Chemnitz, 1.3. Raumkategorien, Zentrale Orte, S. 22

<sup>3</sup> vgl. Planungsverband Region Chemnitz (2015), Entwurf Regionalplan Region Chemnitz, Z 1.3.1

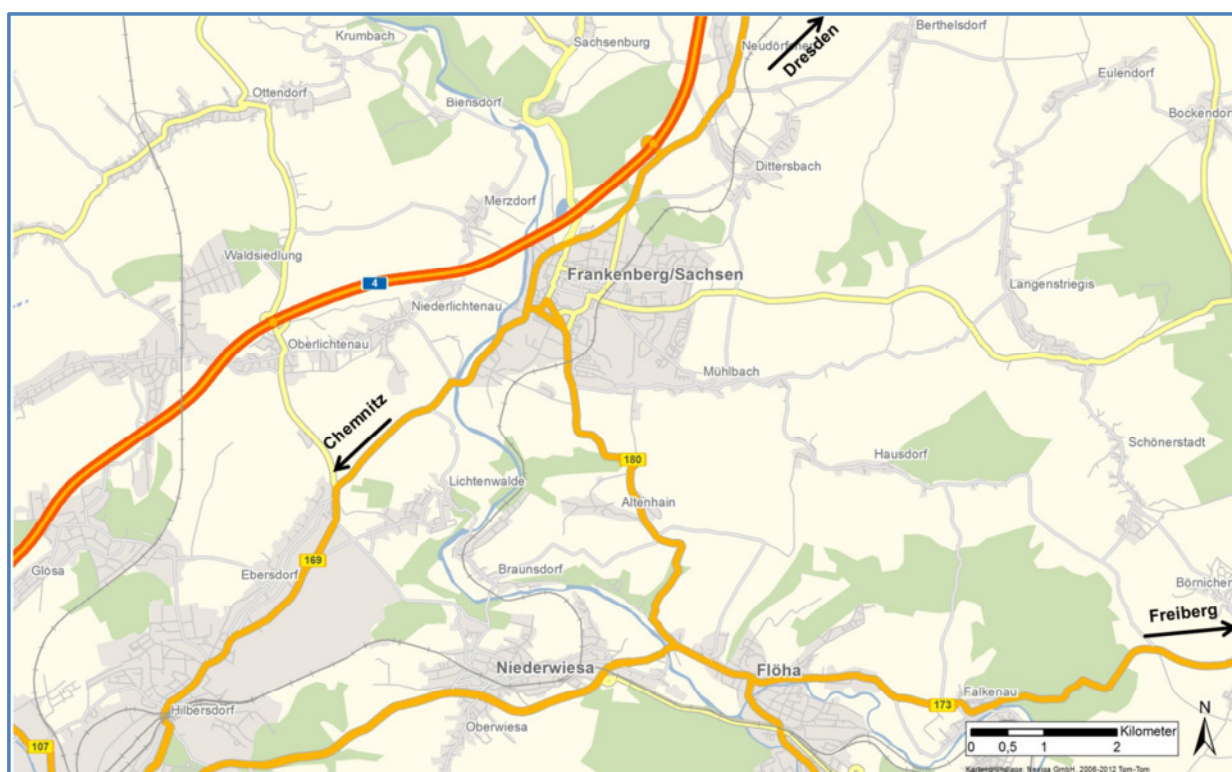


Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

achse Chemnitz-Freiberg-Dresden sowie das Erzgebirge. Die folgende Karte 2 gibt einen Überblick zur Verkehrsanbindung der Stadt.

Ein Anschluss an das Schienennetz ist mit der stündlich verkehrenden City-Bahn Linie 516 Chemnitz-Hainichen mit zwei Haltestellen in Frankenberg/Sa. vorhanden. In Niederwiesa besteht Anschluss an das Regionalverkehrsnetz. Der Öffentliche Personennahverkehr wird über den Verkehrsverbund Mittelsachsen organisiert, Frankenberg/Sa. verfügt über einen eigenen Stadtbusverkehr mit zwei Linien und ist mit fünf Linien (640, 642, 669, 675, 703) an den regionalen Busverkehr angeschlossen, letztere verbinden die Kernstadt mit den peripheren Ortsteilen und darüber hinaus mit Chemnitz und Mittweida.

**Karte 2: Lage und Verkehrsanbindung von Frankenberg/Sa.**



Bearbeitung: BBE Handelsberatung

## 2.2. Siedlungsstruktur der Stadt Frankenberg/Sa.

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

Das Stadtgebiet von Frankenberg/Sa. umfasst die Kernstadt, die sich kleinräumig in neun Stadtteile (Stadtzentrum, nördliche Altstadt, westliche Altstadt, südwestliche Altstadt, südliche Altstadt, Äußere Freiburger Straße / Am Mühlberg, Siedlung, nördlich der Altenhainer Straße und Lützelhöhe)<sup>4</sup> gliedert. Die größten Bevölkerungsanteile entfallen auf die Stadtteile der Altstadt, eingeschlossen des Stadtzentrums (ca. 40%)<sup>5</sup>.

Die historisch gewachsene Struktur dokumentiert sich auch in der Bebauung, die vor allem aus Altbausubstanz besteht. Etwa 30% der Einwohner von Frankenberg leben im Stadtteil Äußere Freiburger Straße / Am Mühlberg. Der Stadtteil wird von unterschiedlichen Baustrukturen geprägt, die von Plattenbauten bis Eigenheimbebauung reichen. Weitere 30% der Bevölkerung in der Kernstadt verteilen sich auf die Stadtteile Siedlung, nördlich der Altenhainer Straße und Lützelhöhe, wobei der Stadtteil Lützelhöhe deutlich mehr Einwohner aufweist als die Stadtteile Siedlung und Altenhainer Straße. Dies ist auch zurückzuführen auf die unterschiedlichen Wohnbauformen der Stadtteile. Während der Stadtteil Lützelhöhe über einen nicht unerheblichen Anteil von industrieller Wohnbebauung und 5-6 geschossigen Plattenbauten verfügt, dominieren im Stadtteil Siedlung die Eigenheimbebauung und im Stadtteil nördlich der Altenhainer Straße zwei- viergeschossige Gründerzeitbauten.

Nach Eingemeindungen, vornehmlich in den 1990er Jahren<sup>6</sup>, gehören des Weiteren die Ortsteile Altenhain, Langenstregis, Sachsenburg-Irbersdorf, Dittersbach und Mühlbach zur Stadt Frankenberg/Sa.. Dabei verfügen die der Kernstadt nahegelegenen Ortsteile Dittersbach und Mühlbach noch jeweils über ca. 1.000 Einwohner, während die übrigen Ortsteile deutlich geringere Einwohnerzahlen -und auch weitere Entfernungen zur Kernstadt aufweisen.

Frankenberg/Sa. verfügt über einen historischen Stadtkern mit einer verdichteten Baustruktur. Im Stadtzentrum befinden sich wesentliche Verwaltungs- und Bildungseinrichtungen. Historisch gewachsen ist auch, dass der Schwerpunkt der Einzelhandelsansiedlungen im Stadtzentrum liegt. Die Struktur des innerstädtischen Einzelhandels ist durch verschiedene Handelsbranchen und von kleinflächigen Betrieben geprägt. Die vorwiegende Wohnnutzung in anderen Stadtteilen wirkt sich auch auf den Einzelhandelsbesatz aus. In der Folge verteilen sich vor allem Nahversorgungsangebote sowohl von Lebensmittelmärkten als auch des Lebensmittelhandwerks auf diese Stadtteile. Darüber hinaus sind an den maßgeblichen Verkehrsachsen (Auffahrt zur BAB 4, B169, B180) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlung (u.a. Verbrauchermarkt, Baustoffmarkt, Teppichmarkt) angesiedelt.

Im südöstlichen Stadtgebiet befinden sich Industrie- und Gewerbeansiedlungen.

Die Ortsteile verfügen überwiegend über eine dörfliche Siedlungsstruktur, die sich in einer typisch ländlichen Einzelhausbebauung, teilweise landwirtschaftlichen Betrieben sowie schwerpunktmäßig angesiedelten kleinen Handwerksbetrieben widerspiegelt. In den Ortsteilen ist der Einzelhandel nur punktuell durch das Lebensmittelhandwerk bzw. in Verbindung mit Handwerksbetrieben vertreten.

<sup>4</sup> Quelle: Städtebauliches Entwicklungskonzept Stadt Frankenberg/Sa. 2008, Stadtteilgliederung, S. 22

<sup>5</sup> Quelle: Städtebauliches Entwicklungskonzept Stadt Frankenberg/Sa. 2008, Stadtteilgliederung, S. 38, Einwohner in den Stadtteilen 2009, Berechnung der Anteile BBE Handelsberatung

<sup>6</sup> Quelle: Institut für Sächsische Geschichte und Volkskunde e.V.: Digitales Historisches Ortsverzeichnis von Sachsen

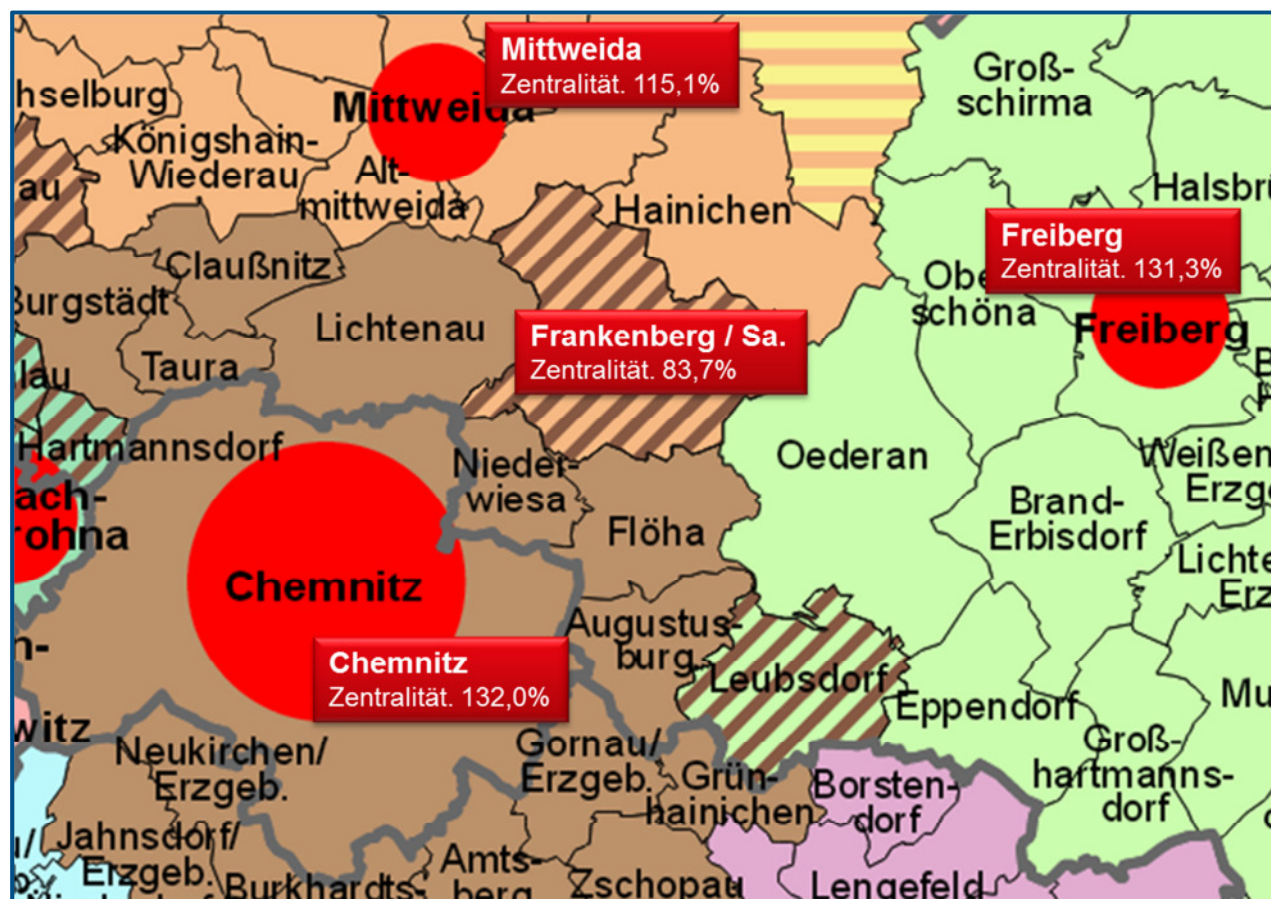
### 2.3. Diskussion des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes

Ausgangspunkt der Betrachtung bilden die raumordnerischen Versorgungsfunktionen des Grundzentrums Frankenberg/Sa.. Aufgrund der Lage der Stadt im Verdichtungsraum Chemnitz-Zwickau übernimmt das Grundzentrum maßgeblich für das Stadtgebiet, einschließlich der Ortsteile, Versorgungsfunktionen.

Die tatsächliche Ausstrahlung und Kundenbindung hängt jedoch sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes ab. Bedingt durch die Nähe zum Oberzentrum Chemnitz mit sehr leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten, steht im Fokus des Einzelhandelsstandortes Frankenberg/Sa. das vorhandene Nachfragevolumen vor Ort zu binden.

Die nachfolgende Abbildung unterstreicht die Aussage. Frankenberg/Sa. befindet sich im Spannungsfeld der umliegenden Zentren Chemnitz, Mittweida und Freiberg. Neben dem Oberzentrum Chemnitz mit einer Zentralitätskennziffer von 132,0% weisen auch die Mittelzentren Mittweida (115,1%) und Freiberg (131,1%) im Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse auf. Die Ausstrahlungsmöglichkeiten und Bindungschancen für den Frankenger Einzelhandel sind folglich stark eingeschränkt.

**Abbildung 1: Regionale Kaufkraftströme und Einzugsgebiet des Frankenger Einzelhandels**



Quelle: LEP 2013, Karte 2 (Erläuterungskarte) Mittelbereiche (Ausschnitt), Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Für die Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Frankenberg/Sa. ist die Abwägung zwischen Zeit-Distanz-Aspekten, der Attraktivität als Handelsstandort sowie die Ausstrahlung der nahegelegenen Ober- und Mittelzentren von besonderer Bedeutung. Im Detail sind folgende Aspekte zu beachten:

- Die Stadt Frankenberg weist eine Zentralitätskennziffer von rd. 84%<sup>7</sup> auf. Für ein Grundzentrum, insbesondere unter Berücksichtigung der Standortfaktoren, ist dies ein positiver Wert. Dies zeigt auch der Vergleich mit dem benachbarten Grundzentrum Flöha, welches eine Zentralitätskennziffer von mit 72,7% ausweist. Insbesondere der Verbrauchermarktstandort und Standorte mit dem Branchenschwerpunkt Einrichten (vgl. Abschnitt 4.3 zur Kaufkraftbindung) erzielen eine größere Ausstrahlung und damit Kundenbindung.
- Die gute verkehrliche Anbindung von Frankenberg/Sa. begünstigt zum einen Kaufkraftabflüsse, zum anderen eröffnet die gute Erreichbarkeit auch lokale und überörtliche Kaufkraftbindungschancen.
- Ausgehend von raumordnerischen Versorgungsfunktionen wird gegenwärtig ein Potenzial von insgesamt rund 14.600 Einwohnern angesprochen.

Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Frankenger Einzelhandels müssen sich zunächst an den spezifischen lokalen und grundzentralen Versorgungsfunktionen ausrichten, wobei Rahmenbedingungen der regionalen demographischen Entwicklung (vgl. Abschnitt 3.1) und der Handelsentwicklung (vgl. Abschnitt 3.2) zu berücksichtigen sind.

---

<sup>7</sup> vgl. Aussagen zur Kaufkraftbindung im Abschnitt 3.1

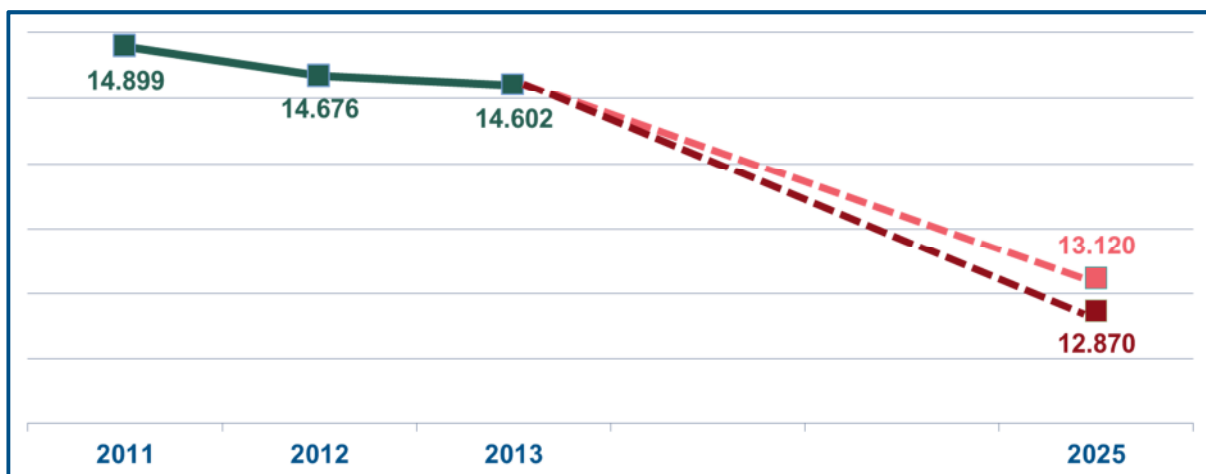
### 3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2025

#### 3.1. Bevölkerungsentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Bezogen auf die Datengrundlage per 31.12.2013 leben in der Stadt Frankenberg/Sa. insgesamt 14.602 Einwohner. Die grundzentralen Versorgungsfunktionen des Frankenger Einzelhandels konzentrieren sich zunächst auf eine möglichst hohe Eigenbindung dieses örtlichen Potenzials. Die nachfrageseitige Absicherung für ein zukunftsfähiges Einzelhandelsstandortkonzept bedarf einer starken Funktionsbündelung im Stadtgebiet, mit einer Begrenzung regionaler Abflüsse.

Die Stadt Frankenberg/Sa. verzeichnet in den vergangenen Jahren seit dem Zensus 2011<sup>8</sup> einen weiteren Bevölkerungsrückgang. Im Zeitraum 2011 bis 2013 sank die Einwohnerzahl um 2,5%, diese Tendenz entspricht etwa der durchschnittlichen Entwicklung im Landkreis Sachsen. Positiv ist festzustellen, dass der Rückgang in 2013 gegenüber dem Vorjahr niedriger ausfiel.

**Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Frankenberg/Sa. im Zeitraum 2011 bis 2013 und Bevölkerungsprognose 2025**



**Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa. und im Landkreis Mittelsachsen**

Stand	Stadt Frankenberg/Sa.			Landkreis Mittelsachsen		
	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	14.899		100,0%	320.062		100,0%
31.12.2012	14.676	-1,5%	98,5%	317.204	-0,9%	99,1%
31.12.2013	14.602	-0,5%	98,0%	314.392	-0,9%	98,2%
<b>Prog 2025 - Var. 1</b>	<b>13.120</b>		<b>88,1%</b>	<b>277.528</b>		<b>86,7%</b>
<b>Prog 2025 - Var. 2</b>	<b>12.870</b>		<b>86,4%</b>	<b>270.642</b>		<b>84,6%</b>

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011 sowie 2012 bis 2025 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen

<sup>8</sup> Die Bevölkerungszahl der Stadt Frankenberg/Sa. wurde durch den Zensus 2011 deutlich nach unten korrigiert, folglich ist ein Zeitreihenvergleich mit älteren Daten nicht zweckmäßig.

Bevölkerungsstand am 31.12.2011 auf Basis der Registerdaten vom 03. Oktober 1990: 15.588  
 Bevölkerungsstand am 31.12.2011 auf Basis der Zensusdaten vom 09. Mai 2011: 14.899

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

Allerdings ist auch weiterhin von einer rückläufigen Einwohnerentwicklung sowohl der Stadt als auch des Landkreises auszugehen. Gemäß aktueller Bevölkerungsprognose des Freistaates Sachsen<sup>9</sup> wird eine weitere, stetige Abnahme bis 2025 vorhergesagt.

Für die Stadt Frankenberg/Sa. wird in Variante 1 ein Bevölkerungsrückgang auf ca. 13.120 Einwohner ausgewiesen, dies wären ca. 10% weniger als der aktuelle Bevölkerungsstand vom Dezember 2013. In der Variante 2 beträgt der entsprechende Rückgang sogar 11,9%. Im Vergleich zu diesen Frankenger Werten fällt jedoch die Prognose für den gesamten Landkreis Mittelsachsen noch ca. 2 %-Punkte pessimistischer aus.

Grundsätzlich sind diese Verluste in der Entwicklung des Einzelhandels, speziell in der Zentren- und Standortstruktur, zu berücksichtigen. Rückläufige Potenziale erfordern eine stärkere Konzentration von Versorgungsfunktionen zur Aufrechterhaltung leistungsfähiger und attraktiver Einzelhandelsstrukturen. Dies gilt umso stärker bei unterdurchschnittlichem Kaufkraftniveau der Bevölkerung.

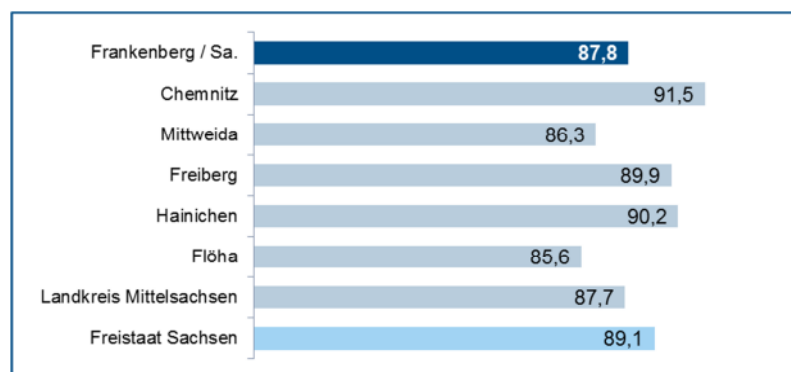
Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im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

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

Für die Stadt Frankenberg/Sa. errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 87,8, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit 12,2 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt, jedoch nur leicht unter dem Durchschnittswert des Freistaates Sachsen.

Im regionalen Kontext spiegelt sich in etwa das durchschnittliche Kaufkraftniveau des Landkreises wider, bei einer Spannweite umliegender Städte zwischen 85,6 für die Stadt Flöha und 91,5 für die Stadt Chemnitz.

**Abbildung 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Frankenberg/Sa. im regionalen Vergleich**



<sup>9</sup> Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2025. Der Bevölkerungsprognose liegen zwei Annahmeszenarien zugrunde. Diese markieren die Grenzen eines Korridors, in dem sich die Bevölkerungszahl voraussichtlich entwickeln wird. Szenario 2 unterscheidet sich von Szenario 1 durch landeseigene Annahmen zum Geburtenverhalten und insbesondere zum Wanderungsverhalten. Für das Szenario 1 sind erstmals die Annahmen aus der 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes für das Land Sachsen übernommen worden. Die Bevölkerungsfortschreibung erfolgt auf Basis der Registerdaten vom 03. Oktober 1990.

### 3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2014

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

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

errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Frankenberg/Sa. nach Warengruppen und für den Einzelhandel insgesamt.

Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 6.205 € pro Kopf der Bevölkerung und Jahr. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus errechnen sich relevante Verbrauchsausgaben für die Stadt Frankenberg/Sa. von 5.451 €.

Daraus resultiert ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial von ca. 79,6 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

den kurzfristigen Bedarf	47,5 Mio. € (ca. 60 %),
den mittelfristigen Bedarf	18,6 Mio. € (ca. 23 %),
den langfristigen Bedarf	13,5 Mio. € (ca. 17 %).

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Frankenberg/Sa. untergliedert nach Warengruppen.

Sortimentgruppe	Kaufkraftkennziffer	Verbrauchsausgaben pro Kopf (€)	Stadt Frankenberg (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	92,3	2.103	30.703
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	89,8	267	3.895
Heimtier	92,3	43	633
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	87,1	576	8.415
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	88,8	197	2.879
Blumen / Zimmerpflanzen	89,7	64	930
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>90,9</b>	<b>3.250</b>	<b>47.456</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	80,0	403	5.885
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	82,1	103	1.511
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	89,3	433	6.324
Gartenbedarf / Grün Outdoor	89,7	118	1.716
GPK**/Haushaltsgegenstände	84,2	81	1.180
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	81,4	40	582
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	76,6	97	1.420
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>84,0</b>	<b>1.275</b>	<b>18.618</b>
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	85,1	71	1.031
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	81,3	247	3.609
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	87,9	133	1.939
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	83,5	240	3.499
Foto / Optik	85,3	102	1.494
Uhren / Schmuck	68,0	38	556
sonstiger Einzelhandel	87,6	95	1.394
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>83,4</b>	<b>926</b>	<b>13.521</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>87,8</b>	<b>5.451</b>	<b>79.595</b>

\*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / \*\*GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Einwohner

14.602

**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Frankenberg 2014**

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

**3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2025**

**Bevölkerungsentwicklung der Stadt Frankenberg/Sa. bis 2025:**

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Die prognostizierte Abnahme der Einwohnerzahl um -10,1 % bis zu -11,9 % stellt zunächst eine Verminderung des Nachfragepotenzials für den Einzelhandelsstandort Frankenberg dar.

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

**Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2025:**

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

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

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

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

**Nachfrageentwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa. bis 2025:**

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

Die Bevölkerungsprognose führt in der Modellrechnung zu einem Rückgang des Nachfragevolumens in einer Spannweite zwischen -6,2 % bis -13,4 %<sup>10</sup> zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Frankenberg/Sa..

---

<sup>10</sup> Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Berechnungen



**Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa. bis 2025**

Sortimentgruppe	Stadt Frankenberg / Sa.		
	2014	2025 (opt.)	2025 (pess.)
	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	30,7	29,3	27,1
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	3,9	3,7	3,4
Heimtier	0,6	0,6	0,6
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	8,4	8,0	7,4
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2,9	2,7	2,5
Blumen / Zimmerpflanzen	0,9	0,9	0,8
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>47,5</b>	<b>45,3</b>	<b>41,8</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	5,9	5,6	5,2
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	1,5	1,4	1,3
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / etc.)	6,3	6,0	5,6
Gartenbedarf / Grün Outdoor	1,7	1,6	1,5
GPK** / Haushaltsgegenstände	1,2	1,1	1,0
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	0,6	0,6	0,5
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1,4	1,4	1,3
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>18,6</b>	<b>17,8</b>	<b>16,4</b>
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	1,0	1,0	0,9
Möbel (inkl. Bad- /Garten- / Büromöbel)	3,6	3,4	3,2
Elektrogroß- und -kleingeräte	1,9	1,9	1,7
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	3,5	3,3	3,1
Foto / Optik	1,5	1,4	1,3
Uhren / Schmuck	0,6	0,5	0,5
sonstiger Einzelhandel	1,4	1,3	1,2
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>13,5</b>	<b>11,6</b>	<b>10,7</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>79,6</b>	<b>74,7</b>	<b>68,9</b>
<b>Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials</b>		<b>-6,2%</b>	<b>-13,4%</b>
Einwohnerentwicklung	14.602	13.120	12.870
Kaufkraftentwicklung	87,8	93,3	87,8

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 2012 bis 2025 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen,

BBE Berechnungen

Die Marktpotenzialentwicklung verdeutlicht die geringen Spielräume der Einzelhandelsentwicklung und die Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Standortsteuerung mit dem besonderen Fokus auf die städtebaulichen Entwicklungsziele der Innenstadt.

## 4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Frankenberg/Sa.

### 4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

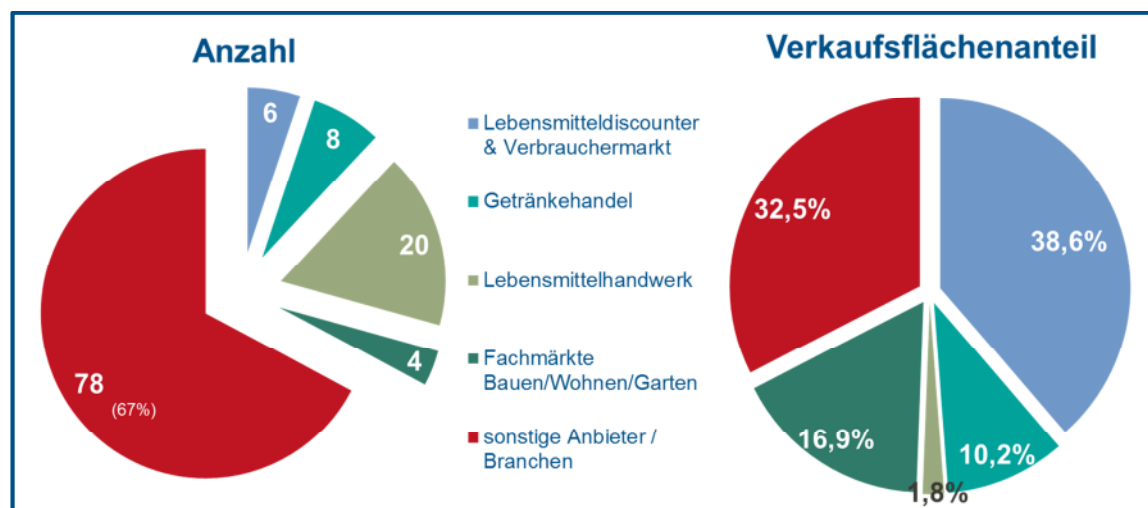
Zur Analyse der aktuellen Angebotsstrukturen wurden im Stadtgebiet Frankenberg/Sa. alle Einzelhandelsstandorte mit einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche, Branchenzuordnung, Standortlage sowie einer Umsatzeinschätzung nach branchenspezifischen Kennzahlen erfasst und bewertet. Berücksichtigung findet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

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

Die Stadt Frankenberg/Sa. verfügt mit Stand November 2014 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 116 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 19.740 m<sup>2</sup>, die einen Umsatz von ca. 62,3 Mio. € tätigen.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1,35 m<sup>2</sup> je Einwohner weist Frankenberg/Sa. als Grundzentrum einen grundsätzlich guten Verkaufsflächenbesatz auf, diese Aussage ist jedoch nicht auf das gesamte Branchenspektrum zu übertragen. Die Verkaufsflächenausstattung zeigt eine stärkere Branchen- und Betriebsformenprägung einerseits durch Lebensmittelmärkte, andererseits durch Fachmärkte für Bauen / Wohnen / Garten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht diese Schwerpunkte in den Versorgungsstrukturen und vermittelt auch einen ersten Eindruck von zugehörigen Flächenstrukturen.

**Abbildung 4: Branchenschwerpunkte im Frankenger Einzelhandelsbesatz**



Die Stadt Frankenberg/Sa. verfügt über 6 Lebensmittelmärkte, darunter 5 Discounter und ein Verbrauchermarkt (Kaufland), zusammen verfügen diese Märkte über fast 39% der Einzelhandelsfläche. Unter Hinzurechnung des Lebensmittelhandwerks und des Getränkehandels summiert sich der Flächenanteil von Lebensmittelanbieter auf ca. 50%.

Einen weiteren Schwerpunkt bilden Fachmärkte für Bauen / Wohnen / Garten mit ca. 17% Flächenanteil in Frankenberg. In diesem Wert zeigt sich eine spezifische Stärke von Frankenberg/Sa. als Grundzentrum, eingebunden sind neben einem kleineren Baumarkt angebunden an einem Baustoffhandel und einem an-

gemessenen, örtlichen Gartencenter insbesondere zwei Fachmärkte für Wohnraumtextilien / Raumausstattung.

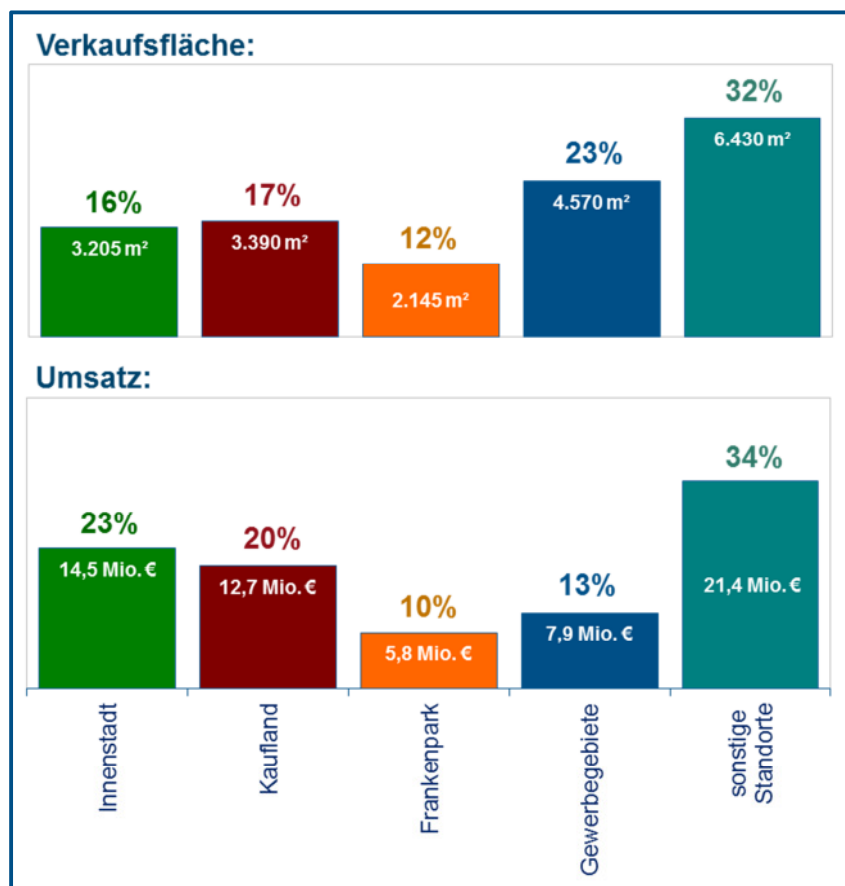
Folglich verbleibt ein Flächenanteil von 32,5% für alle anderen Einzelhandelsbranchen. Diesen Flächenanteil teilen sich jedoch 78 Anbieter, bzw. 67% aller Frankenberger Einzelhandelsanbieter. Bereits an dieser Gegenüberstellung wird sichtbar, ein weites Angebotsspektrum wird durch kleinteilige Fachgeschäftsstrukturen abgedeckt, diese sind im Rahmen der weiteren Analyse hinsichtlich zusätzlicher Entwicklungspotenziale für eine gezielte Innenstadtentwicklung zu bewerten.

Bei zudem sinkender Nachfrage (vgl. Prognose der Nachfrageentwicklung im Abschnitt 3.3) ist zukünftig ein weiter zunehmender Standortwettbewerb zu erwarten, realistische Entwicklungsperspektiven sind gezielt in die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche zu lenken.

#### 4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Frankenberg/Sa.

Die nachfolgende Abbildung sowie die Tabellen 4 und 5 differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach maßgeblichen Standortstrukturen innerhalb des Frankenberger Stadtgebietes. Die Innenstadtzuordnung orientiert sich zunächst an die innerstädtischen Geschäftsstraßen ohne benachbartes Kauflandareal (vgl. Abgrenzung im Abschnitt 5.2).

**Abbildung 5: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Frankenberger Einzelhandelsstandorten**



**Tabelle 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Frankenger Einzelhandels**

	Innenstadt	Kaufland	Frankenpark	Gewerbegebiete	sonstige Standorte	Stadt Frankenberg / Sa. gesamt
	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/ Metzger)	245	2.795	1.185	1.158	4.080	9.463
	3%	30%	13%	12%	42%	42%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	689	235	75	40	215	1.254
	55%	19%	6%	3%	17%	17%
Blumen/Heimtierbedarf	80	80	35	12	450	657
	12%	12%	5%	2%	69%	69%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	275	60	30	10	85	460
	60%	13%	7%	2%	18%	18%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	930	35	680		95	1.740
	53%	2%	40%		5%	5%
Schuhe/Lederwaren	135	10			15	160
	85%	6%			9%	9%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	<sup>1)</sup>		25	1.595	555	2.175
			1%	73%	26%	26%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	200	45	20	30	80	375
	54%	12%	5%	8%	21%	21%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinst.r.	50	30	15		115	210
	24%	14%	7%		55%	55%
Sportartikel/Fahrräder		5	5		185	195
		3%	3%		94%	94%
Haustextilien/Heimtextilien	50		20	1.665	45	1.780
	3%		1%	94%	2%	2%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	25				35	60
	42%				58%	58%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	20	35	5	50	125	235
	9%	15%	2%	21%	53%	53%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	265	60	10		35	370
	72%	16%	3%		9%	9%
Foto/Optik/Akustik	126					126
	100%					100%
Uhren/Schmuck	55					55
	100%					100%
sonstiges	60		40	10	315	425
	14%		9%	2%	75%	75%
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>3.205</b>	<b>3.390</b>	<b>2.145</b>	<b>4.570</b>	<b>6.430</b>	<b>19.740</b>
	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>12%</b>	<b>23%</b>	<b>32%</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup> Teilsortimente einzelner Fachgeschäfte nicht separat auswertbar

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

**Tabelle 5: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Frankenberger Einzelhandels**

	Innenstadt		Kaufland		Frankenpark		Gewerbegebiete		sonstige Standorte		Stadt Frankenberg / Sa. gesamt	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Meizger)	1.430	4%	10.820	32%	3.380	10%	3.530	10%	14.960	44%	34.120	100%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	6.520	65%	860	9%	950	9%	150	1%	1.560	16%	10.040	100%
Blumen/Heimtierbedarf	290	15%	220	11%	150	8%	50	3%	1.260	63%	1.970	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	940	54%	230	13%	120	7%	40	2%	420	24%	1.750	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	2.130	66%	100	3%	820	25%			210	6%	3.260	100%
Schuhe/Lederwaren	420	86%	20	4%					50	10%	490	100%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	<sup>1)</sup>				80	2%	2.340	63%	1.280	35%	3.700	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	370	55%	90	14%	40	6%	30	5%	130	20%	660	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	170	37%	80	17%	30	7%			180	39%	460	100%
Sportartikel/Fahrräder			10	2%	20	5%			380	93%	410	100%
Haustextilien/Heimtextilien	90	5%			100	5%	1.680	88%	40	2%	1.910	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	50	56%							40	44%	90	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	20	3%	110	18%	20	3%	60	10%	410	66%	620	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	1.000	74%	210	16%	30	2%			110	8%	1.350	100%
Foto/Optik/Akustik	610	100%									610	100%
Uhren/Schmuck	280	100%									280	100%
sonstiges	180	30%			40	7%	30	5%	360	58%	610	100%
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>14.500</b>	<b>23%</b>	<b>12.750</b>	<b>20%</b>	<b>5.780</b>	<b>10%</b>	<b>7.910</b>	<b>13%</b>	<b>21.390</b>	<b>34%</b>	<b>62.330</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup> Teilsortimente einzelner Fachgeschäfte nicht separat auswertbar

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Im Innenstadtbereich ist mit 46 Ladenlokalen die deutliche Mehrheit der Frankenger Einzelhändler ansässig. Sie umfassen jedoch mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.200 m<sup>2</sup> nur etwa 16 % der Frankenger Einzelhandelsfläche. Aus dieser Gegenüberstellung wird die kleinteilige Flächenstruktur deutlich, die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt ca. 70 m<sup>2</sup>. Dieser Wert wird bereits durch die beiden mit Abstand flächengrößten Anbieter (Drogerie Rossmann, NKD Textilmarkt) beeinflusst, auf welche zusammen ca. 35 % der innerstädtischen Verkaufsfläche entfallen. Ohne Berücksichtigung dieser beiden Anbieter beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche lediglich 45 m<sup>2</sup>.

Die höhere Flächenintensität der kleinteiligen Strukturen führt in Summe jedoch zu einem Umsatzanteil der Innenstadt von 23 %, aus diesem Blickwinkel zumindest ein gleichberechtigter Standort innerhalb der Frankenger Standortstrukturen. In wichtigen Leitbranchen zeigt sich eine Konzentration der Frankenger Fachgeschäftsstrukturen auf die innerstädtischen Geschäftsstraßen, so liegen die Verkaufsflächenanteile für Bekleidung bei 66 %, für Schuhe / Lederwaren bei 86%, für Consumer electronics bei 74 % und für Foto / Optik und Uhren / Schmuck sind die Anbieter vollständig zuzurechnen. Allerdings bleiben die gesamten Angebotsstrukturen dieser Warengruppen jeweils auf wenige Fachgeschäfte begrenzt.

Von einem Hauptgeschäftsbereich Innenstadt kann in dieser Ausprägung nicht gesprochen werden. Eine dementsprechende Entwicklung kann durch eine funktionale Verknüpfung mit dem Kaufland-Standort angestrebt werden, gegenwärtig bildet der Verbrauchermarkt einschließlich integrierter Konzessionäre eine eigenständige Standortkategorie. Diese umfasst mit einem Verkaufsflächenanteil von 17% eine etwa vergleichbare Größendimensionierung zur Summe der innerstädtischen Geschäftsstraßen, der Umsatzanteil von 20% bleibt leicht unter der aktuellen Innenstadt.

Einen weiteren Einzelhandelsschwerpunkt bildet der Frankengerpark an der Gutenbergstraße, eine Agglomeration aus Lebensmitteldiscounter (Norma) und ergänzenden Fachgeschäften. Insgesamt sind 8 Einzelhandelsbetriebe eingebunden, sie umfassen einen Verkaufsflächenanteil von 12% und erzielen einen Umsatzanteil von 10% innerhalb der Frankenger Einzelhandelsstrukturen. Neben dem kurzfristigen Bedarf zeigt sich das Bekleidungsangebot als zweiter Branchenschwerpunkt, zurückzuführen auf den Textildiscounter KiK als zweiten Magnetbetrieb vor Ort.

Unter Gewerbegebiete werden drei Standorte subsumiert, der Standort des Baustoffhandels / Baumarktes im Gewerbegebiet „An der Autobahn“, die beiden Fachmärkte für Wohnraumtextilien / Raumausstattung im Gewerbegebiet „An der Feuerwache“ sowie der Gewerbering im südlichen Stadtgebiet mit Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount, Gartencenter Wegert und Getränkemarkt. Zusammen verfügen diese Standorte über knapp ein Viertel (23,9% der Frankenger Einzelhandelsfläche, aufgrund geringerer Flächenproduktivitäten dieser extensiven Betriebsformen ergibt sich ein Umsatzanteil von 13%.

Schließlich finden sich 32% der Frankenger Einzelhandelsflächen an „sonstige Standorte“. Diese Standortkategorie schließt zwar auch die drei Discounterstandorte von Lidl, Aldi und Penny ein, insgesamt sind ihr jedoch 50 Einzelhandelsbetriebe bzw. 43% aller Frankenger Einzelhandelsbetriebe zuzuordnen. Die drei Discounter (incl. angeschlossenes Lebensmittelhandwerk) repräsentieren mit zusammen ca. 2.700 m<sup>2</sup> den maßgeblichen Flächenanteil. Die weiteren Streulagen umfassen mit zusammen ca. 3.700 m<sup>2</sup> aber auch einen sehr hohen Flächenanteil. Dabei verdeutlichen die oben stehenden Tabellen ein breites Branchenspektrum dieser Streulagen. Eine stärkere Konzentration auf eine gezielte Zentren- und Standortstruktur zu Lasten einer Vielzahl an Streulagen ist sicherlich ein geeigneter Weg zur langfristigen Sicherung des Einzelhandelsstandortes Frankenger/Sa..

### 4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Frankenberg/Sa.

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

Die Ergebnisse verdeutlichen die bereits im Rahmen der zentralörtlichen Funktion und des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes diskutierten Auswirkungen der regionalen Kundenorientierung. Der Frankenger Einzelhandel erzielt eine sehr differenzierte regionale Kundenbindung, für ein Grundzentrum erwartungsgemäß mit hohen Kaufkraftabflüssen in einer Vielzahl an Branchen. Dem stehen jedoch einzelne Branchen mit sehr hohen Bindungsquoten gegenüber. Bei der nachfolgenden Berechnung der Bindungsquoten sind folglich anbieterspezifische Einflüsse in den einzelnen Branchen zu erwarten und entsprechend zu bewerten.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Frankenberg/Sa. errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 78%, dies entspricht einer Zentralitätskennziffer von 83,7%. Im Saldo aus regionalen Kaufkraftzu- und -abflüssen ist über alle Einzelhandelsbranchen mit einem Kaufkraftabfluss in Höhe von 16,5 Mio. € zu rechnen.

Innerhalb der Warengruppen ist eine sehr große Spannweite der erzielten Bindungsquoten zu konstatieren. Darin spiegelt sich zum einen eine gesicherte Grundversorgung wider, zum anderen aber auch die besondere Leistungsfähigkeit / Ausstrahlungskraft einzelner Anbieter.

Maßgeblich trägt der kurzfristige Bedarfsbereich zur örtlichen Kaufkraftbindung bei, speziell die regionale Ausstrahlung des Kaufland-Verbrauchermarktes führt zu entsprechenden Zuflüssen. So beträgt die Bindungsquote bei Nahrungs- und Genussmitteln 111% und ist sicherlich nur noch bedingt steigerungsfähig. Eine umfassende qualitative und quantitative Absicherung der Grundversorgung bietet für Grundzentren die Chance einer stärkeren Eigenbindung vor Ort, einer zumindest partiellen Verminderung von Kaufkraftabflüssen, die sich auch positiv auf andere Branchen auswirken kann. Die frequenzbringende Wirkung leistungsfähiger Lebensmittelmärkte bildet für Grundzentren eine wichtige Basis in der gezielten Steuerung von Zentren- und Standortstrukturen.

Deutliche Kaufkraftabflüsse sind im mittel- bis langfristigen Bedarfsspektrum zu erwarten. In der Mehrzahl der Branchen wird nur ein Drittel bis knapp die Hälfte der örtlichen Nachfrage durch den Frankenger Einzelhandel gebunden. Hierin zeigt sich das Spannungsverhältnis des Frankenger Einzelhandels innerhalb des Chemnitzer Verdichtungsraumes, mit zusätzlichen Einflüssen der Mittelzentren Mittweida und Freiberg. Auch zukünftig wird Frankenberg als Grundzentrum in vielen Branchen einem saldierten Kaufkraftabfluss unterliegen, Ziel sollte es jedoch sein, den Anteil der örtlichen Nachfragebindung tendenziell zu erhöhen.

Bei detaillierter Betrachtung zeigen sich zusätzliche Diskrepanzen zwischen einzelnen Branchen, die zugleich als Chancen zu interpretieren sind. So wird für Bekleidung immerhin eine Bindungsquote von 55% erzielt, bei Schuhe/Lederwaren bleibt diese mit 32% aber noch dahinter zurück. Partiiell ist zweifellos auch die Bindungsquote für Bekleidung steigerungsfähig, bei Schuhe / Lederwaren liegt der sehr niedrige Wert aber in den eingeschränkten Angebotsstrukturen mit lediglich zwei kleineren Schuh-Fachgeschäften begründet.

Für Spielwaren errechnet sich sogar eine Bindungsquote von 79%, maßgeblicher Anbieter ist dabei jedoch die Spielwarenabteilung im Drogeriemarkt Rossmann. Die Warengruppe Sportartikel / Fahrräder weist eine der niedrigsten Bindungsquoten auf, vertreten in Frankenberg/Sa. ist ein Fahrradhandel, weitergehende Sportangebote fehlen völlig.

Im langfristigen Bedarfsbereich liegt der Schwerpunkt der Kaufkraftabflüsse erwartungsgemäß bei Möbeln, für entsprechende Anbieter besteht i.d.R. keine wirtschaftliche Tragfähigkeit in Grundzentren. Überraschend hoch ist demgegenüber die Bindungsquote für Haus- und Heimtextilien / Innendeko, im Schwerpunkt basie-

**Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Frankenberg**

	Marktpotenzial Stadt Frankenberg / Sa. (T€)	EH-Umsatz Stadt Frankenberg / Sa. (T€)	Kaufkraft- bindung (%)	Saldo Zu- u. Abfluß (T€)
Nahrungs- und Genußmittel (incl. Bäcker / Metzger)	30.703	34.120	111%	3.417
Blumen/Heimtierbedarf	1.564	1.970	126%	406
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	12.310	10.040	82%	-2.270
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.879	1.750	61%	-1.129
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>47.456</b>	<b>47.880</b>	<b>101%</b>	<b>424</b>
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	5.885	3.260	55%	-2.625
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.511	490	32%	-1.021
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	8.040	3.700	46%	-4.340
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.180	660	56%	-520
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	582	460	79%	-122
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	1.420	410	29%	-1.010
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>18.618</b>	<b>8.980</b>	<b>48%</b>	<b>-9.638</b>
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	1.031	1.910	185%	879
Möbel (inkl. Bad-/ Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	3.609	90	2%	-3.519
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1.939	620	32%	-1.319
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	3.499	1.350	39%	-2.149
Foto / Optik	1.494	610	41%	-884
Uhren / Schmuck	556	280	50%	-276
sonstige Einzelhandel	1.394	610	44%	-784
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>13.521</b>	<b>5.470</b>	<b>40%</b>	<b>-7.267</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>79.595</b>	<b>62.330</b>	<b>78%</b>	<b>-16.481</b>
<b>entspricht einer Zentralitätskennziffer von:</b>			<b>83,7%</b>	

Quelle: BBE-Berechnung



**Tabelle 7: Kaufkraftbindung des Frankenberger Einzelhandels an ausgewählten Standorten**

	Marktpotenzial Stadt Frankenberg / Sa.		Innenstadt		Standort Kaufland		Standort Frankenpark	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	30.703	5%	1.430	5%	10.820	35%	3.380	11%
Blumen/Heimtierbedarf	1.564	19%	290	19%	220	14%	150	10%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	12.310	53%	6.520	53%	860	7%	950	8%
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.879	33%	940	33%	230	8%	120	4%
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>47.456</b>	<b>19%</b>	<b>9.180</b>	<b>19%</b>	<b>12.130</b>	<b>26%</b>	<b>4.600</b>	<b>10%</b>
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	5.885	36%	2.130	36%	100	2%	820	14%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.511	28%	420	28%	20	1%		
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	8.040 <sup>1)</sup>						80	1%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.180	31%	370	31%	90	8%	40	3%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	582	29%	170	29%	80	14%	30	5%
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	1.420				10	1%	20	1%
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>18.618</b>	<b>17%</b>	<b>3.090</b>	<b>17%</b>	<b>300</b>	<b>2%</b>	<b>990</b>	<b>5%</b>
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Betwaren	1.031	9%	90	9%			100	10%
Möbel (inkl. Bad-/ Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	3.609	1%	50	1%				
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1.939	1%	20	1%	110	6%	20	1%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	3.499	29%	1.000	29%	210	6%	30	1%
Foto / Optik	1.494	41%	610	41%				
Uhren / Schmuck	556	50%	280	50%				
sonstiger Einzelhandel	1.394	13%	180	13%			40	3%
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>13.521</b>	<b>16%</b>	<b>2.230</b>	<b>16%</b>	<b>320</b>	<b>2%</b>	<b>190</b>	<b>1%</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>79.595</b>	<b>18%</b>	<b>14.500</b>	<b>18%</b>	<b>12.750</b>	<b>16%</b>	<b>5.780</b>	<b>7%</b>

<sup>1)</sup> Teilsortimente einzelner Fachgeschäfte nicht separat auswertbar

Quelle: BBE-Berechnung

rend auf den beiden bereits genannten Fachmärkten. Aufgrund der Leistungsfähigkeit beider Anbieter wird eine regionale Ausstrahlung erzielt, die zu einer Nachfragebindung führt, fast doppelt so hoch wie das örtliche Potenzial. Die Nachbarschaftslage kann als Synergieeffekt (gemeinsame Ausstrahlung) interpretiert werden, diese gemeinsame Marktstellung verdeutlicht Chancen von leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten selbst in Grundzentren.

Tabelle 7 gliedert die Nachfragebindung zusätzlich nach den städtebaulich integrierten Standorten der innerstädtischen Geschäftsstraßen, des benachbarten Kaufland-Areals und der Agglomeration „Frankenpark“. Diese Standorte erzielen zusammen eine Nachfragebindung von 41%, der maßgebliche Anteil in Relation zur gesamtstädtischen Bindungsquote von 78%.

In der Gegenüberstellung der innerstädtischen Kundenbindung mit jener des Kaufland-Areals zeigt sich eine Funktionsabstimmung in den Branchenschwerpunkten. Stärken des Kaufland-Areals liegen natürlich bei Nahrungs- und Genussmitteln, ergänzt durch geringfügige Bindungsquoten in anderen Branchen. Die aktuelle Innenstadt hebt sich bereits im kurzfristigen Bedarfsbereich mit dem Drogeriemarkt als wichtigsten Magneten ab, weitergehende Kundenbindung erfolgt überwiegend im mittel- bis langfristigen Bedarf, bei insgesamt steigerungsfähigen Bindungsquoten.

Sicherlich ist für ein Grundzentrum im beschriebenen regionalen Spannungsfeld eine branchenübergreifende Bedarfsdeckung keine realistische Zielsetzung. Vielmehr sollte auf branchenspezifische Entwicklungsperspektiven orientiert werden, die über leistungsfähige Angebotskonzepte vor Ort zu erschließen sind, aus der Rückgewinnung bisheriger Abflüsse, aber auch im Wettbewerb mit dem zunehmenden Onlinehandel.

Entwicklungspotenziale der Frankenger Einzelhandelsstrukturen bestehen somit eher warengruppenspezifisch (z.B. die angesprochenen, bisher unterdurchschnittlichen Kaufkraft-Umsatz-Relationen), im qualitativen Bereich (z.B. Innenstadtentwicklung mit Magnetwirkung, ergänzende Angebotsstrukturen im gehobenen Bedarfsspektrum) und in der weiteren Konzentration auf leistungsfähige Zentren- und Standortstrukturen zu Lasten von Solitär- und Streulagen im Stadtgebiet.

Folglich werden Umsatzerwartungen zusätzlicher Anbieter in Frankenberg branchenabhängig aber auch verstärkt aus Umverteilungsprozessen resultieren und letztlich zu einer gezielten Standort- und Zentrenentwicklung beitragen.

## **5. Einzelhandelsstandortkonzept Frankenberg/Sa.**

### **5.1. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung**

Die Sicherung und Stärkung der zentralörtlichen Funktion des Grundzentrums Frankenberg/Sa. ist unmittelbar mit der Wahrnehmung der Versorgungsaufgaben verbunden. Folglich besitzt der Einzelhandel als Träger der Versorgungsfunktion eine herausragende Bedeutung für die Wahrnehmung zentralörtlicher Aufgaben. Gleichzeitig ist eine nachhaltige Stadtentwicklung ohne Einzelhandel undenkbar. Dies impliziert, dass der Einzelhandelsstandort Frankenberg/Sa. in seinem ohnehin begrenzten Verflechtungsbereich seine Standortpotenziale nutzt, um die örtlichen Versorgungsfunktionen umfassend zu erschließen und möglichst auszuschöpfen.

Die Stadt Frankenberg/Sa. unterliegt den bereits mehrfach erläuterten regionalen Verflechtungsbeziehungen mit dem Oberzentrum Chemnitz: Eine weitergehende Ausstrahlung wird zudem durch die Mittelzentren Mittweida und Freiberg begrenzt. Zur Wahrnehmung der Funktion als Grundzentrum muss die Stadt Frankenberg/Sa. über ein entsprechendes Angebot an Handelseinrichtungen verfügen, welches einen qualifizierten Grundbedarf für die eigene Wohnbevölkerung sichert.

Somit beginnt diese Aufgabenstellung bereits bei einer quantitativen und qualitativen Kundenbindung in der Grundversorgung, als maßgeblichen, einzelhandelsrelevanten Nachfrageanteil (60% der einzelhandelsrelevanten Ausgaben in Frankenberg/Sa. entfallen auf den kurzfristigen Bedarf). Eine leistungsfähige Grundversorgung unterstützt auch die Vor-Ort-Bindung einzelner Nachfragesegmente in mittel- bis langfristigen Branchen. Eine strukturell ausgewogene Grundversorgung stellt die Basis für eine verstärkte Kaufkraftbindung dar.

Vor dem Hintergrund einer auch zukünftig schrumpfenden Bevölkerung wird eine Herausforderung sichtbar, die konsequente Handlungsleitlinien erfordert. Die Marktentwicklung im Frankenger Einzelhandel soll mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ziel ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, im Mittelpunkt steht vielmehr eine städtebauverträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

Ein eigenständiges Profil definiert die Stadt Frankenberg/Sa. über die historische Altstadt, in der der Einzelhandel maßgebliche Funktionen im Hinblick auf Versorgung, Frequenz und Stadtgestaltung innehat. Allerdings verfügt der innerstädtische Einzelhandel, bedingt durch die zumeist kleinteilige Struktur des Einzelhandelsangebotes, gegenwärtig nur über eine begrenzte Ausstrahlungskraft, die auch die wirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven der Anbieter einschränkt.

Ausstrahlungskraft und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität als Einzelhandelsstandort zu erhalten und weiter auszubauen. Ziel dieses Zentren- und Standortkonzeptes ist ausdrücklich die Herausbildung und weitere Stärkung von konzentrierten und leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten, die den zukünftigen Herausforderungen gewachsen sind.

Auch zukünftig sollten die Kundenströme gezielt in das historische Stadtzentrum gelenkt werden, um somit einen weiteren Funktionsverlust der Frankenger Innenstadt abzuwenden. Dies gilt insbesondere für eine gezielte Lenkung innerstädtischer Leitbranchen. Eine Zergliederung des Einzelhandelsbesatzes mit folgendem Attraktivitätsverlust der Innenstadt schädigt nicht nur die Einzelhandelsstrukturen und städtebaulichen Strukturen innerhalb der Stadt Frankenberg, sondern schwächt insgesamt die Funktion als Grundzentrum. Ziel muss es folglich sein, durch die Einbindung von Magnetbetrieben in die innerstädtischen Angebotsstrukturen, die lokale und überörtliche Anziehungskraft der Innenstadt zu erhöhen.

Gleichzeitig ist eine leistungsfähige aber bevorzugt städtebaulich integrierte Nahversorgung zu gewährleisten, die sich an den Besiedlungsstrukturen, einer umfassenden Zielgruppenansprache und der Erreichbarkeit in den einzelnen Ortsteilen orientiert.

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

- Erhalt und Stärkung der zentralörtlichen Funktion der Stadt Frankenberg/Sa. mittels qualitativ und quantitativ attraktivem Einzelhandelsangebot
- Weiterentwicklung der Frankenger Innenstadt als multifunktionales Zentrum - nachhaltige Stadtentwicklung durch Bündelung der Stärken – Verknüpfung der Daseinsfunktionen Wohnen – Bilden – Arbeiten – Einkaufen – Erholen
- Erhöhung der Kaufkraftbindung und Weiterentwicklung der Einzelhandelszentralität
- Konzentration auf eine hierarchisch gegliederte Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung der zentralen Versorgungsbereiche im Wechselspiel mit leistungsfähigen Nahversorgungs- und funktional abgestimmten Ergänzungsstandorten
- Erhalt und qualitative Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung, unter Berücksichtigung der Siedlungsstruktur der Stadt Frankenberg/Sa.
- Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit.

Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels soll eine prioritäre Innenstadtentwicklung forciert werden und die Ansiedlung wichtiger zentrenrelevanter Angebote gezielt im innerstädtischen Zentrum erfolgen. Die Geschäftslagen der Innenstadt (vgl. Abschnitt 5.2.2) werden mit weiteren Funktionsbereichen wie Gastronomie und Dienstleistung zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt, um die Ausstrahlungskraft als Zentrum mit Stadtidentität weiter zu entfalten.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche sowie standortspezifische Versorgungsaufgaben, unter Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbsstellung sowie Maßnahmen einer übergeordneten Stadtentwicklung, führt insgesamt zu einer sehr straffen Zentren- und Standortgliederung in überschaubare aber auch wirtschaftlich tragfähige Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereiche (funktional und räumlich). Sie wirkt einer Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen entgegen und trägt zur kleinräumigen Stadtentwicklung ebenso bei, wie zur Positionierung der Stadt Frankenberg/Sa. als Einzelhandelsstandort.

## 5.2. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Frankenberg/Sa.

### 5.2.1. Städtebauliche Strukturanalyse

Frankenberg/Sa. verfügt über eine historische Altstadt mittelalterlichen Ursprungs, welche um neuzeitliche Gebäude, vor allem für die Wohnfunktion, ergänzt wurde.

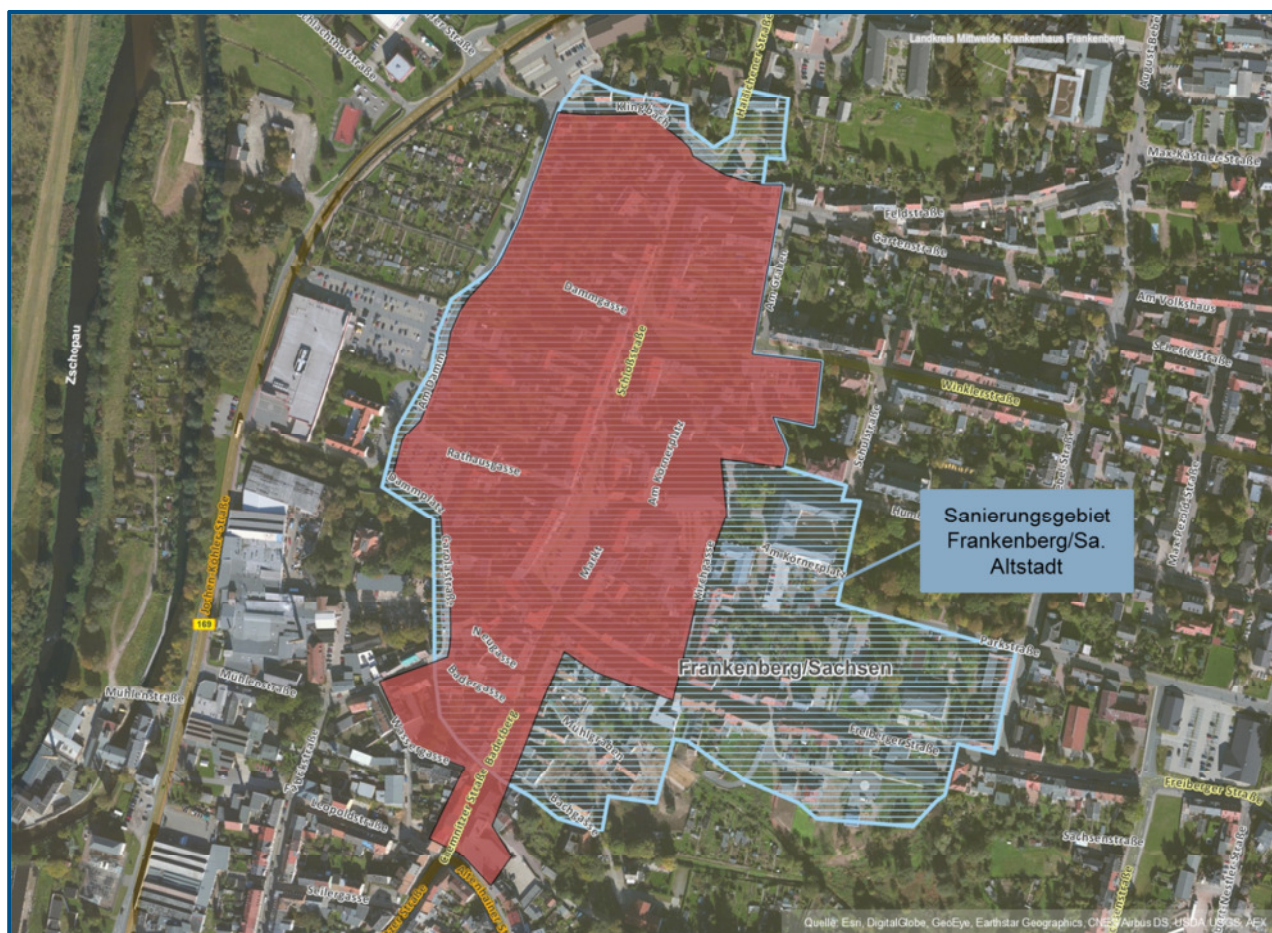
Das urban gewachsene Zentrum ist kompakt mit überwiegend geschlossener Baustruktur. Innerhalb der Altstadt prägen der Markt mit Rathaus und zahlreiche sanierte Gebäude das Ambiente und die Stadtidentität.

Die Innenstadt bildet innerhalb der Stadt Frankenberg/Sa. den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz von Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur. Die Konzentration und Mischung von frequenzbringenden Nutzungen wie Einzelhandel, Verwaltung und Dienstleistungen stellt eine Stärke dar. Dies ist für die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt ein maßgeblicher Standortfaktor, welcher sicherlich noch ausbaufähig ist (vgl. 5.2.2).

Der Hauptgeschäftsbereich wird durch die Achse Schloßstraße, Markt, Baderberg und Teile der Chemnitzer Straße beschrieben. Darüber hinaus umschließt der Hauptgeschäftsbereich noch mehrere auf die zentrale Achse zulaufende kleine Gassen und Straßen.

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick zur räumlichen Abgrenzung der einzelhandelsrelevanten Innenstadt. Die Abgrenzung kennzeichnet den gegenwärtig funktional verknüpften innerstädtischen Einzelhandelsbesatz.

**Abbildung 6: Räumliche Abgrenzung der Innenstadt und des Sanierungsgebiets**



Die Ausweisung des Sanierungsgebietes Frankenerger Altstadt, welches sich in weiten Teilen mit der aktuellen Innenstadtabgrenzung überschneidet, führte zu einer umfassenden Sanierung der Altstadt. Mit den Sanierungsmaßnahmen wurde die Qualität der Frankenerger Altstadt nachhaltig in den Vordergrund gerückt. Sanierungs- und Neubauvorhaben im Bereich des Baderbergs zeigen, dass die Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist. Darauf gründen auch die Entwicklungschancen des innerstädtischen Zentrums. Die noch vorhandene unsanierte Gebäudesubstanz, u.a. in Teilbereichen der Schloßstraße und daran angrenzender Straßenzüge (u.a. Humboldtstraße), zieht vor allem in den Erdgeschossbereichen fehlende Nutzungen nach sich und führt damit zu funktionalen Brüchen im Hauptgeschäftsbereich.

Die Innenstadt wird von einem kleinteiligen Geschäftsbesatz spezialisierter Fachgeschäfte geprägt. Die größten Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Innenstadt sind ein Rossmann Drogeriemarkt und ein NKD Textilmarkt. Der Drogeriemarkt ist erst vor kurzer Zeit innerhalb der Schloßstraße umgezogen und hat in diesem Zuge ein zeitgemäßes Angebotskonzept mit deutlich erhöhter Verkaufsfläche umgesetzt. Der Drogeriemarkt ist, unter Handelsgesichtspunkten, der wichtigste Magnetbetrieb und Frequenzbringer in der Innenstadt. Diese Funktion war bei der Ansiedlung dem Kaufland-Standort zgedacht und kann von der regionalen Ausstrahlung her, auch von diesem sehr gut ausgefüllt werden. Der Standort befindet sich in geringer Entfernung und in Sichtweite zur Innenstadt. Gegenwärtig besteht jedoch keine funktionale Verbindung zum Hauptgeschäftsbereich, weshalb die Innenstadt nicht von der hohen Kundenfrequenz des Kauflandstandortes partizipieren kann.

Insgesamt verfügt die Innenstadt über 46 Anbieter. Die Dichte des Nutzungsbesatzes der einzelnen Geschäftslagen ist unterschiedlich ausgeprägt. Mit 14 Einzelhandelsgeschäften weist der Markt den dichtesten Besatz auf, gefolgt von der Schloßstraße und der Geschäftslage Baderberg mit jeweils 9 bzw. 7 Anbietern. Auf die Lagen Kirchgasse, Rathausgasse, Freiburger Straße und Humboldtstraße verteilt sich eine annähernd gleiche Anzahl von Einzelhandelsgeschäften. Diese ziehen mehrheitlich eine Zielkundschaft an. Außerhalb der genannten Lagen befinden sich noch vereinzelt Geschäfte.

Die verkehrsberuhigte Zone im Marktbereich gewährleistet eine innerstädtische Qualität, die bisher jedoch noch zu wenig zum Tragen kommt. Gestalterische Elemente vor den Geschäften bzw. Freisitze (Gastronomie und Lebensmittelhandwerk) sind ausbaufähig. Als „Mittelpunkt der Stadt“ bietet der Markt die Chance die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu verbessern.

Der vorhandene und zunehmende Leerstand,<sup>11</sup> vor allem in unsanierter Gebäudesubstanz, belastet die Standortqualität der Frankenerger Innenstadt. Mit Anbietern aus dem Billigsegment setzt zunehmend ein Trading-Down-Effekt (Verringerung des Qualitätsniveaus) ein, der auch den vorhandenen Besatz gefährdet. Die Leerstandsflächen weisen unterschiedliche Größen und Zuschnitte auf. Eine gewerbliche Vermietbarkeit hängt sehr stark von der Bereitschaft der Eigentümer ab, durch Modernisierungsmaßnahmen geeignete Flächen für nachfragegerechte Angebotskonzepte zur Verfügung zu stellen.

Die Verkehrserschließung der Innenstadt ist über ein Ringstraßensystem sicher gestellt. Im unmittelbaren Zentrumsbereich sind Parkplätze vorhanden. Zumindest zu Einkaufsschwerpunktzeiten liegt der Bedarf über dem Parkplatzangebot.

#### Abbildung 7: Ansichten zur Innenstadt



<sup>11</sup> Anzahl der Leerstände wird nicht aufgelistet, weil die Vermietungsfähigkeit einer detaillierten Betrachtung der einzelnen Flächen obliegt, ansonsten zu einer falschen Bewertungen führt

## 5.2.2. Räumliche Entwicklungsperspektiven als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort

Für die Weiterentwicklung der Frankenger Innenstadt sind folgende Rahmenbedingungen von Bedeutung:

- Der Altstadtgrundriss der Frankenger Innenstadt bedingt vergleichsweise kleine Grundstücks- und Gebäudestrukturen, die nur noch eingeschränkt und branchenbezogen für moderne Ladenkonzepte geeignet sind.
- Es fehlen frequenzschaffende größere Einzelhandelsbetriebe im Hauptgeschäftsbereich. Gegenwärtig ist es nur der Drogeriemarkt, der eine weitergehende Magnetwirkung auf die Kunden entfaltet.
- Die genannten Fachgeschäftsstrukturen weisen teilweise attraktive und individuelle Angebotskonzepte auf, insbesondere auch in den innerstädtischen Leitbranchen. Mehrere Bekleidungsboutiquen, zwei Anbieter für Schuh- und Lederwaren, ein Unterhaltungselektronikfachgeschäft (EURONICS) sowie Uhren / Schmuck-Anbieter, Optiker etc. bieten ein innerstädtisches Angebotsspektrum. Zugleich verdeutlichen die Anbieterzahlen jedoch auch das Kernproblem des innerstädtischen Zentrums, das Erreichen einer „kritischen Masse“ als Einzelhandelsstandort.
- Die insgesamt begrenzte Anzahl von 46 Einzelhandelsanbietern erzielt selbst bei attraktiven Einzelkonzepten in der Gesamtheit keine ausreichende Magnetwirkung. Die Folge sind Frequenzprobleme in der Altstadt, mit entsprechenden wirtschaftlichen Auswirkungen auf die innerstädtischen Anbieter.
- Die relativ hohe Anzahl von Leerständen auch in den Hauptgeschäftslagen ist als Indikator für deutliche Strukturschwächen der Innenstadt zu werten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Leerstände auch auf objektseitige Defizite zurückzuführen sind.
- Die Bebauung im Bereich des Baderbergs stärkt die Innenstadt als Wohnstandort und stellt zugleich eine Herausforderung für die Weiterentwicklung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums dar.
- Der in Nähe der Innenstadt ansässige Verbrauchermarkt ist gegenwärtig fußläufig nur unzureichend an den Haupteinkaufsbereich angebunden. Somit kann das innerstädtische Zentrum nur in sehr geringem Maße vom Kundenpotenzial des frequenzstarken Lebensmittelmarktes profitieren. Ein Austausch zwischen dem regional ausstrahlenden Kaufland-Standort und der innerstädtischen Hauptgeschäftslage entlang der Achse Schloßstraße-Markt-Baderberg ist bisher praktisch nicht gegeben.

Die Konsequenz aus diesen Rahmenbedingungen ist, die räumliche Präsenz der Innenstadt durch Erweiterung und Verdichtung der Angebotsstrukturen zu stärken. Eine solche Entwicklung vollzieht sich nicht im Selbstlauf, schon gar nicht vor dem Hintergrund geringer Spielräume zusätzlicher Kaufkraftbindung in Frankenberg/Sa. (siehe Abschnitt 4.3). Die Sicherung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und eine Ansiedlungsstrategie für zusätzliche Angebote des Einzelhandels oder der Gastronomie bedürfen räumlicher Potenzialflächen und der funktionalen Einbindung des größten und frequenzstärksten Einzelhandelsstandortes in Frankenberg/Sa, dem Verbrauchermarktstandort (Kaufland).

- Daher sollte für den gesamten Bereich zwischen Schloßstraße und Kaufland-Standort<sup>12</sup> eine Gesamtplanung mit dem Ziel entwickelt werden, eine Nutzungsverdichtung und funktionale Verknüpfung herbeizuführen.
- In dem definierten Entwicklungsbereich gilt es, mit dem Konzept sehr unterschiedlichen Nutzungsanforderungen gerecht zu werden. Ein solches Konzept bietet die Chance nachfragegerechte Ladenflächen mit zeitgemäßen Anforderungsprofilen zu entwickeln.

---

<sup>12</sup> Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums ist Gegenstand des Abschnitts 5.5.1 A-Zentrum Innenstadt Frankenberg/Sa.

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

- Für den Entwicklungsbereich ist eine Konzentration des kundenfrequenzstarken Lebensmitteleinzelhandels, insbesondere durch eine Ansiedlung eines bisher in Frankenberg/Sa. noch nicht vorhandenen Supermarktes zu empfehlen, der weitere Impulse zur Ansiedlung von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistern im Umfeld und für die gewachsenen Hauptgeschäftslagen auslöst. Grundvoraussetzung ist dafür, den räumlich funktionalen Zusammenhang durch verdichtete Angebotsstrukturen und fußläufige Wegebeziehungen herzustellen.
- Dabei gilt es auch, die bisher vorhandene „Hinterhof-Atmosphäre“ auf den rückwärtigen Grundstücken zwischen Schloßstraße und Am Damm aufzulösen. Ebenso gilt es auch, das Umfeld baulich aufzuwerten.
- Es ist zu empfehlen, für das Konzept einen städtebaulichen Wettbewerb auszuloben, in seinen Zielvorgaben auf ein multifunktionales Nutzungsspektrum ausgelegt ist. Das Konzept muss das Ziel einer räumlichen und strukturellen Stärkung der Innenstadt verfolgen und damit mit der Aufgabenstellung des Einzelhandelskonzeptes zur Stärkung des Zentralen Versorgungsbereichs korrespondieren.

Für die Zukunftsfähigkeit der Frankenger Innenstadt ist das Zusammenspiel von Flair, Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistern von Bedeutung, insbesondere „rund um den Markt“ bieten sich bei einer Frequenzstärkung des innerstädtischen Bereichs für die Gastronomie als Nachnutzung ehemaliger Einzelhandelsflächen gute Chancen.



### 5.2.3. Innenstadtentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce

Die Entwicklung der Frankenger Innenstadt wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,<sup>13</sup>
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computer und Smartphone sowie dem barrierefreien Zugang zum Internet basiert.

Durch die rasante Verbreitung von Smartphones ist der nächste Schritt im Online-Handel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Online-Handel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch.

So wird durch dem Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So prognostiziert IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4 % des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Ballungsgebieten und Großstädten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4 % des derzeitigen Bestands liegen dürfte.<sup>14</sup>

Investoren, und damit auch die Kommunen, müssen sich daher in manchen Segmenten tendenziell auf fallende Mieten und kürzere Laufzeiten der Mietverträge einstellen. Auch erhöht sich durch den potenziellen Verlust zahlreicher Ankermieter das Mietausfallrisiko. Zudem wird sich die Polarisierung zwischen guten und weniger guten Objekten und Standorten weiterhin fortsetzen. So ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in Städten mit einem überregionalen Einzugsbereich sowohl in 1-A-Lagen als auch in B- und Nebenlagen positiv entwickeln wird und somit hier ein hohes Investmentpotenzial gegeben ist. Aber schon bei Städten, die nur ein regionales Einzugsgebiet aufweisen, ist nur noch in den 1-A-Lagen ein positives Investmentpotenzial zu erwarten. In den B- und Nebenlagen dieser Städte dürften sich die zukünftige Flächennachfrage und der zusätzliche Flächenbedarf dagegen rückläufig entwickeln. So gehen Handelsnutzer in diesen Städten und in diesen Lagen kaum Kompromisse bzgl. der Grundrissgestaltung, der Objektausstattung und der Miethöhe ein. Für Kleinstädte wie Frankenberg/Sa. hat diese Entwicklung umso mehr Gültigkeit.

Im Fazit wird somit damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Der geschilderte Entwicklungstrend untersetzt nachhaltig die im vorangegangenen Abschnitt dargelegten Handlungserfordernisse zur Weiterentwicklung der Frankenger Innenstadt. Vorrangig muss es gelingen, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren.

<sup>13</sup> M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smart Phones)

<sup>14</sup> Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

rieren. Dazu sind Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch größere Angebotsformate anzusiedeln.

In der Betrachtung der Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce ist jedoch nicht zwangsläufig zu unterstellen: Online gewinnt, offline verliert – dieser Gedankenansatz prägt in der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart die Diskussion über die Zukunft des Handels. Beispielhaft für diese These wird die Entwicklung verschiedener Einzelhandelsbranchen wie Bücher/Medien, Spielwaren, Computer/Elektronik und Bekleidung angeführt. Tatsächlich sind die Marktanteile des E-Commerce innerhalb eines 10-Jahreszeitraums (2005 bis 2015) bei Büchern und Spielwaren auf ein Viertel des Gesamtmarktes und bei Computer/Elektronik sowie Bekleidung auf ein Fünftel des Marktvolumens angewachsen. Tendenzen der Konsolidierung des stationären Handels, auch in den vorgenannten Branchen, z.B. im Buchhandel, zeigen jedoch, dass der stationäre Handel keineswegs der Verlierer in diesem Spannungsfeld sein muss. Allerdings muss sich der stationäre Handel auch verändern, d.h. auf traditionelle Stärken (Beratung, Erlebnis) zukünftig wieder besinnen und die Vorteile des Internets für sich nutzen.

Vor diesem Hintergrund sollen folgende Thesen die Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce untersetzen:

### 1. Das Internet spielt auch für den stationären Kauf eine immer größere Rolle

Der Konsument ist digital. Nach aktuellen Untersuchungen suchen 88% der Smartphone Nutzer die Informationen zu lokalen Unternehmen über ihr Smartphone. 37% der Nutzer besuchen danach ein Unternehmen und 39% tätigen einen Kauf.<sup>15</sup> Daraus ist zu schlussfolgern, dass eine Internetpräsenz des jeweiligen Anbieters einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung von Käufern leisten kann. Die digitale Sichtbarkeit ist die große Herausforderung für den Händler. In der Konsequenz ist das Vorhandensein im Internet, z.B. über regionales Online-Marketing sozusagen die „Pflicht“ als Anbieter online aktiv zu werden, die „Kür“ ist ein darauf abgestelltes zukunftsfähiges Geschäftsmodell.

### 2. Die Gewinner werden Cross-Channel-Händler sein

Mit Cross-Channel werden mehrere Kanäle gezielt und integriert bedient und Geschäftsprozesse kanalübergreifend realisiert, darin finden sich die Anforderungen vieler Händler wieder. Es bedeutet, dass der Kunde nicht nur das gleiche Angebot über alle Kanäle hinweg erfährt, sondern er bekommt die Möglichkeit seinen Kaufprozess kanalübergreifend zu gestalten. Er kann sich online informieren und offline kaufen oder umgekehrt. Der Prozess ist integrativ und verfolgt das Ziel, der nahtlosen Übergabe vom stationären zum Online-Kanal oder an den Kundenservice. Der Händler kann den Kunden auch animieren, den Kanal zu wechseln, falls entsprechende Kundeninteressen erkennbar sind. Cross-Channel ermöglicht Kundenkontakte in wesentliche breiterer Form und bedeutet damit auch mehr Umsatzchancen. Ein Verzicht auf diese Möglichkeiten schränkt die wirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven des Händlers stark ein.

### 3. Hybride Beratungsansätze werden für den stationären Handel überlebenswichtig

Smartphones und Tablets ermöglichen neue Formen der Warenpräsentation, der Beratung und können der Kundenansprache völlig neue Impulse verleihen. Sogenannte Digital In-Stores mit Smartphones, Tablets sowie interaktivem Mobiliar bieten den Kunden eine Vielzahl von Vorteilen. Zum einen kann sich der Kunde interaktiv bereits im Geschäft informieren, sofern noch kein Verkäufer zur Beratung verfügbar ist, zum anderen bietet ein interaktives Ausprobieren von Produkten gleichzeitig ein Erlebnis, das auch für Promotionaktionen genutzt werden kann. Über eine Visualisierung können 3 D-Animationen, z.B. für die Raumgestaltung, eingesetzt und ein wesentlich größeres Warensortiment abgebildet werden als unmittelbar am Ort vorhanden ist. Die Vorteile für die Händler liegen in einer höheren Kundenverweilbarkeit, der Unterstützung im Beratungsgespräch

<sup>15</sup> Quelle: elaboratum 2014, Unternehmen der BBE

und einem positiven Einkaufserlebnis mit nachhaltiger Kundenbindung. Ziel muss es sein, dass der Kunde die digitale als gute, persönliche Beratung empfindet. Dies ist aber gerade die Stärke des stationären Handels.

- 4. Der Flächenbedarf im stationären Handel wird sich durch Virtualisierung deutlich verändern**  
Resultierend aus einer immer stärker segmentierten und individualisierten Kundennachfrage, die mit vertiefenden Sortimentsstrukturen einhergeht, sind in der Vergangenheit in verschiedenen Branchen die Flächen vor allem bei Fachmarktkonzepten stetig gestiegen. Diese Entwicklung wird durch die Möglichkeiten der Virtualisierung deutliche Veränderungen erfahren. Bei zunehmender Sortimentstiefe und -breite kann durch den Einsatz technischer Möglichkeiten wie Tablets die Produktpräsentation wesentlich flächensparender erfolgen. Insbesondere Zubehör, Nischenprodukte (Waren, die nicht ständig nachgefragt werden) und Variationen können so vielfältiger angeboten werden. Über die Virtualisierung der Warenpräsentation können die Vorteile des stationären Handels (persönlicher Kontakt, Beratung etc.) und der virtuellen Absatzkanäle optimal vereinigt werden. Dies eröffnet vor allem auch innerstädtischen Flächenangeboten wieder größere Chancen.
- 5. Der Einsatz innovativer Technologien im stationären Handel wird zur Selbstverständlichkeit**  
Mit dem Einsatz innovativer Technologien im Handel bewegt sich der Einzelhändler auf „Augenhöhe“ mit dem Kunden. Es bildet sich eine neue Art von Verkaufsgesprächen heraus, die die Beratungskompetenz in eine neue Qualität führen kann und damit dem Kunden ein echtes Einkaufserlebnis vermittelt.

Im Fazit ist festzuhalten, dass zukünftig im Handel das Denken in On- und/oder Offline nicht mehr zeitgemäß ist, sondern die Verknüpfung zu einem echten 360-Grad-Service führt. Für den Händler steigt die Chance, mittels innovativer Angebotskonzepte den Kunden vor Ort zu binden und Umsätze zu generieren. Gerade der Einzelhandel in Kleinstädten kann aufgrund der Möglichkeiten vielfältiger Warenpräsentation die Wettbewerbsnachteile gegenüber der Vielfalt und Anziehungskraft großer Einzelhandelsstandorte eingrenzen. Dieser Herausforderung muss sich auch der innerstädtische Fachhandel in Frankenberg/Sa. stellen. Dabei stellen die vorgeschlagenen Maßnahmen zur Einbindung von Frequenzbringern und räumlichen Stärkung der Innenstadt eine maßgebliche Unterstützung für den kleinteiligen Fachhandel dar.

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

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine wesentliche Aufgabenstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Frankenberg/Sa..

Aktuelle Wettbewerbsentwicklungen und aktuelle Planvorhaben sind in diese Bewertung einzubinden. Zu nennen sind hierbei die geplante Standortverlagerung des Lebensmitteldiscounters Aldi und der Ersatzneubau des bestehenden Lebensmitteldiscounters Netto-Marken-discount am Bestandsstandort.

Aufbauend auf einer Bewertung der aktuellen Grundversorgungsfunktionen im Stadtgebiet (Abschnitt 5.3.1) sind die genannten Planvorhaben hinsichtlich ihrer städtebaulichen Einordnung und Auswirkungen auf die Standort- und Zentrenstruktur zu prüfen (Abschnitt 5.3.2).

#### 5.3.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Frankenberg/Sa.

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

**Abbildung 8: Begriff der qualifizierten Grundversorgung**



Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbrauchermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden zu wöchentlichen Großeinkäufen, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt

Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen, sind in die Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden.

Im Stadtgebiet Frankenberg/Sa. bauen die bisherigen Grundversorgungsstrukturen auf fünf Lebensmittel-discounter (Aldi / Klingbach, Lidl / Chemnitzer Straße, Penny / Freiburger Straße, Norma / Gutenbergstraße und Netto Marken-Discount / Gewerbering) auf.

Die Vollsortimenterfunktion, insbesondere für Wochen- und Großeinkäufe, wird darüber hinaus vom Kaufland-Verbrauchermarkt am bereits mehrfach diskutierten Standort westlich der Innenstadt wahrgenommen, von welchem auch eine regionale Magnetwirkung und Kundenbindung ausgeht.

Zusammen verfügen die Betriebsformen über eine Gesamtverkaufsfläche von 7.620 m<sup>2</sup>. Nachfolgende Tabelle bewertet den aktuellen Besitz mit durchschnittlichen bundesdeutschen Vergleichswerten.

**Tabelle 8: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Frankenberg/Sa. 2015**

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m <sup>2</sup> )	VKF je Objekt (m <sup>2</sup> )	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m <sup>2</sup> )	DICHTE-INDEX (%)
<b>Discounter + Supermärkte</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1;2</sup>	80.767.463	26.877	22.250.000	828	3.005	275	100
<b>Stadt Frankenberg</b>	<b>14.602</b>	<b>5</b>	<b>4.320</b>	<b>864</b>	<b>2.920</b>	<b>296</b>	<b>107</b>
<b>Große Supermärkte + SB-Warenhäuser</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1;2</sup>	80.767.463	1.942	9.860.000	5.077	41.590	122	100
<b>Stadt Frankenberg</b>	<b>14.602</b>	<b>1</b>	<b>3.300</b>	<b>3.300</b>	<b>14.602</b>	<b>226</b>	<b>185</b>
<b>Lebensmittelbetriebsformen gesamt</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1;2</sup>	80.767.463	28.819	32.110.000	1.114	2.803	398	100
<b>Stadt Frankenberg</b>	<b>14.602</b>	<b>6</b>	<b>7.620</b>	<b>1.270</b>	<b>2.434</b>	<b>522</b>	<b>131</b>

VKF = Verkaufsfläche

<sup>1)</sup> Quelle: EHI Retail Institut

<sup>2)</sup> Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m<sup>2</sup>; SB-Warenhaus ab 5.000 m<sup>2</sup>; Supermarkt 400 - 2.500 m<sup>2</sup>; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Durchschnittlich stehen im Ist-Zustand durch diese Lebensmittelbetriebsformen insgesamt 522 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner zur Verfügung, dies sind 131% der bundesdurchschnittlichen Ausstattung. Unter Berücksichtigung des Verbrauchermarktes, welcher eine weitergehende regionale Ausstrahlung erzielt, ist die Verkaufsflächenausstattung als angemessen zu werten.

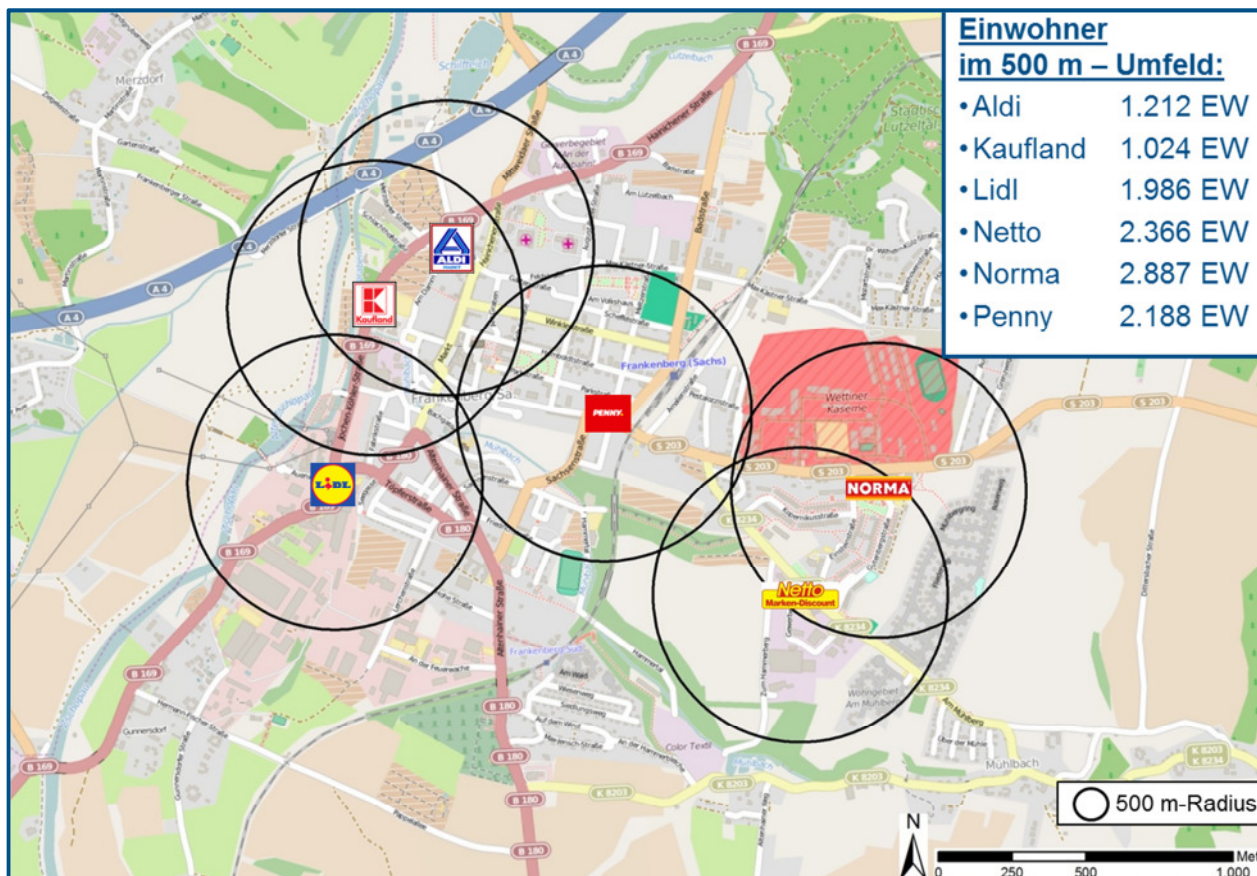
In der differenzierten Betrachtung der Betriebsformen Discounter und Supermärkte kommt die Alleinstellung von Discountern im Stadtgebiet von Frankenberg zum Ausdruck. Die Verkaufsflächenausstattung allein für diese nahversorgungsrelevanten Betriebsformen erreicht einen Referenzwert von 107% im bundesdeutschen Vergleich, für ein Grundzentrum eher als unteres Ausstattungsniveau einzustufen.<sup>16</sup> Diese Ergebnisse zur Flächenausstattung untersetzen die Einschätzungen zur Kaufkraftbindung für den kurzfristigen Bedarfsbereich. Die Grundversorgung wird zumindest rein quantitativ von den bestehenden Discounterstandorten abgedeckt, eine qualitative Erweiterung der Nahversorgungsfunktionen durch einen Supermarkt fehlt jedoch. Einzig der Verbrauchermarkt bindet die Nachfrage nach einem Vollsortiment und der Wochen- und Großeinkäufe. Dieser erzielt jedoch eine stärkere regionale Ausstrahlung, wodurch sich ein positiver Kaufkraftzufluss für die Stadt Frankenberg/Sa. ableitet.

<sup>16</sup> Die bundesdurchschnittliche Ausstattungskennziffer ist als Referenzwert, keinesfalls aber als Zielwert anzusehen. Ein Bundesdurchschnitt schließt sowohl eine hohe Ausstattung in zentralen Orten als auch ländliche Regionen mit sehr geringer bis fehlender Ausstattung ein. Für ein Grundzentrum sind Ausstattungskennziffern mit nahversorgungsrelevanten Anbietern (Supermärkte, Discounter) bis zu einer Größenordnung von ca. 130% als angemessen einzuschätzen.

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

Nachfolgende Abbildung zeigt die räumliche Struktur der Lebensmittelmärkte innerhalb der Kernstadt Frankenberg. Auffällig ist eine Schwerpunktsetzung entlang der Bundesstraße B169, beginnend mit dem Aldi-Standort nördlich, über den Verbrauchermarktstandort Kaufland bis zum Lidl-Standort südlich. Diese entspricht nicht der Siedlungsstruktur und führt letztlich zu Wohngebieten mit größeren Zeit-Wege-Aufwendungen in der Nahversorgung. Nachfolgende Abbildung weist für alle Lebensmittelmärkte ein jeweils fußläufiges Umfeld von 500 m aus und ordnet diesem das darin lebende Einwohnerpotenzial zu.

**Abbildung 9: Räumliche Struktur der aktuellen Nahversorgung in Frankenberg/Sa.**



Quelle: © 2012 Nexiga, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

In der Bewertung der Frankenger Nahversorgungsstrukturen ist aber zu beachten, dass die Einbindung in die Wohnlagen der Kernstadt (wohnungsnahe Grundversorgung) und die Erreichbarkeit aus den peripheren Ortsteilen (wohnortnahe Grundversorgung) gleichberechtigte Kriterien darstellen. Die peripheren Ortsteile Altenhain, Mühlbach/Hausdorf, Langenstriegis, Sachsenburg/Irbersdorf und Dittersbach/Neudörfchen bieten keine eigenständige, wirtschaftliche Tragfähigkeit für Lebensmittelmärkte. Das Frankenger Nahversorgungskonzept muss folglich eine zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Versorgung für deren Einwohner einschließen. In dieser Konsequenz zeichnen sich für die einzelnen Nahversorgungsstandorte sehr unterschiedliche Ausprägungen von Nahversorgungsfunktionen ab.

Im besten Sinne wohnintegrierte Nahversorgung bietet der Penny-Standort an der Freiburger Straße, zentral gelegen und fußläufig aus dem gesamten Stadtzentrum erreichbar leben im 500 m-Umfeld fast 2.200 Einwohner.

Die höchste Einwohnerzahl innerhalb eines fußläufigen 500 m-Umfeldes sind dem Norma-Standort an der Gutenbergstraße zuzuordnen, begründet durch die Einbindung in die Blockbebauung mit entsprechend höherer Bevölkerungsdichte. Dieses Potenzial wird auch durch den Netto-Standort am Gewerbering angesprochen, beide Standorte übernehmen jedoch zusätzliche Versorgungsfunktionen für östliche bzw. südöstliche Ortsteile.

Auch der Lidl-Standort verknüpft eine wohnungsnah Grundversorgung in der südlichen Altstadt mit einer weitergehenden Ausstrahlung in die weiter südlich gelegenen Wohngebiete von Gunnersdorf und Ortelsdorf.

Demgegenüber erzielt der aktuelle Aldi-Standort nur eingeschränkte Nahversorgungsfunktionen. Bereits die Einwohnerzahlen im 500 m-Umfeld liegen deutlich niedriger als bei den übrigen Discounterstandorten, ein nicht unerheblicher Anteil der ausgewiesenen ca. 1.200 Einwohner lebt zudem im Überschneidungsbereich mit dem Penny-Standort. Eine zusätzliche Ausstrahlung / eigenständige Versorgungsfunktion ist sicherlich für den nördlich gelegenen Ortsteil Sachsenburg/Irbersdorf festzuhalten, dessen begrenzte Einwohnerzahl begründet aber auch nicht die Tragfähigkeit als eigenständigen Grundversorgungsstandort. Es ist vielmehr als vorrangig autoorientierter Versorgungsstandort mit gesamtstädtischer Kundenbindung einzustufen.

Insgesamt zeigt sich bereits in der gegenwärtigen Standortstruktur eine Sicherung der Nahversorgung für die Mehrheit der Frankenger Einwohner. Erreichbarkeitsdefizite sind dennoch für Einwohner der nord-westlichen Kernstadt (z.B. Stadtteil Lützelhöhe) und für die Siedlung südlich der Bahntrasse zu konstatieren.

Ziel einer Weiterentwicklung der Frankenger Nahversorgungsstrukturen ist es, für die Gesamtbevölkerung die die Versorgungsstandorte besser auf ein Netzwerk eigenständiger Versorgungsfunktionen abzustimmen und somit die erforderlichen Zeit-Wege-Distanzen für die Mehrheit der Bevölkerung möglichst gering zu halten. An dieser Zielstellung ist auch die nachfolgende Bewertung aktueller Planvorhaben auszurichten.

### 5.3.2. Städtebauliche Verträglichkeit aktueller Planvorhaben - Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Frankenberg/Sa.

Der Stadt Frankenberg/Sa. liegen aktuell zwei Planungen von Lebensmitteldiscountern vor, sie beziehen sich jeweils auf Bestandsmärkte und entsprechen keiner zusätzlichen Ansiedlung eines neuen Marktes. Zukünftige Einzelhandelsentwicklungen sind an den Zielen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auszurichten (vgl. Abschnitt 5.1) und in die anzustrebenden Zentren- und Standortstrukturen einzuverbinden. Bezogen auf Planvorhaben von Lebensmittelmärkten liegt der Fokus insbesondere auf Erhalt und Stärkung einer wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf. Es ist die Frage zu klären, ob diese Planvorhaben zu einer funktionalen Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen beitragen.

Folgende Planvorhaben sind zu bewerten:

- Standortverlagerung des Lebensmitteldiscounters **Aldi** vom aktuellen Standort Klingbach 14 zum Planstandort Badstraße / Ecke Scheffelstraße

Verkaufsflächenerweiterung im Rahmen des Verlagerungsvorhabens von derzeit ca. 800 m<sup>2</sup> am Bestandsstandort auf zukünftig ca. 1.000 m<sup>2</sup> am Planstandort (jeweils ohne Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich)

Planskizze (Quelle: ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG, Herten):



- Ersatzneubau / Erweiterung des Lebensmitteldiscounters **Netto Marken-Discount** am aktuellen Standort Gewerbering 1

Verkaufsflächenerweiterung im Rahmen des Verlagerungsvorhabens von derzeit ca. 800 m<sup>2</sup> auf zukünftig ca. 1.138 m<sup>2</sup> (jeweils inkl. Backshop im Eingangsbereich)



Planskizze (Quelle: RATISBONA Projektentwicklung KG, Maxhütte-Haidhof):



Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist gemäß dem Landesentwicklungsplan für den Freistaat Sachsen 2013 zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig (Z.2.3.2.2), jedoch darf gemäß Z 2.3.2.5 „die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen (... ) weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen“.

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

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17. Dezember 2009 (BVerwG 4 C 2.08)<sup>17</sup> ist die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche gefährdet, „wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann. Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind nicht erst dann schädlich, wenn sie die Schwelle zur Unzumutbarkeit überschreiten. Schutzzweck des § 34 Abs. 3 BauGB ist die Vermeidung städtebaulich „nachhaltiger“ Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.“

<sup>17</sup> Das Bundesverwaltungsgericht bestätigte mit seinem Urteil BVerwG 4 C 2.08 vom 17.12.2009 das Urteil des Oberverwaltungsgerichtes Nordrhein-Westfalen vom 19.06.2008, vgl. folglich auch Urteil OVG 7 A 1392/07.

Aus Sicht der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Frankenberg/Sa., dargelegt in den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, leitet sich die weitergehende Forderung ab, dass die Planvorhaben mit eigenständigen Versorgungsfunktionen in ein gesamtstädtisches Nahversorgungskonzept einzubinden sind.

Zu den möglichen Bewertungskriterien verweist das genannte Urteil: „*Der Prüfungsmaßstab der schädlichen Auswirkungen fordert eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände.*“ Hierzu zählen neben einem aus prognostischer Sicht zu erwartenden Kaufkraftabzug insbesondere auch die Gesamtzusammenhänge zwischen dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich und dem Standort des Vorhabens. Als weitere städtebaulich relevante Umstände werden im Einzelfall „auf die Entfernung zwischen Vorhaben und zentralem Versorgungsbereich, die Bedeutung der „Frequenzbringer“ und Magnetbetriebe im Versorgungsbereich, das Vorhandensein branchengleicher Einzelhandelsangebote an nicht integrierten Standorten im Einzugsbereich des Versorgungsbereichs und die Kundenattraktivität des geplanten Vorhabens durch standortbedingte Synergieeffekte abgestellt.“ Ein besonderer Fokus liegt auf der Fragestellung, ob ein Einzelhandelsbetrieb außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gerade auf solche Sortimente abzielt, die in dem Versorgungsbereich von einem Magnetbetrieb angeboten werden, dessen unbeeinträchtiger Bestand maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat. Wettbewerbseffekte durch verstärkte Nachfragebindung mit entsprechendem Kaufkraftabzug an aktuellen Versorgungsstrukturen im weiteren Stadtgebiet sind mit den Verkaufsflächenerweiterungen beider Planvorhaben nicht auszuschließen, allerdings sind nur die mit der Erweiterung generierten Mehrumsätze für die Betrachtung und Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen relevant.<sup>18</sup>

Wesentlicher aus Sicht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die geforderte Gesamtbetrachtung städtebaulich relevanter Umstände und eine eigenständige Versorgungsfunktion innerhalb einer anzustrebenden Zentren- und Standortstruktur. Unter diesen Gesichtspunkten sind die Planvorhaben wie folgt zu bewerten:

#### **Standortverlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters Aldi:**

- Am Bestandsstandort übernimmt der Aldi-Markt nur eingeschränkte eigenständige Nahversorgungsfunktionen. Er ist vorrangig als autoorientierter Lebensmittelmarkt einzustufen.
- Das Planvorhaben entspricht einer Verlagerung von einer verkehrsorientierten Lage an der Bundesstraße zu einem städtebaulich integriertem Standort an der innerörtlichen Verkehrsachse Badstraße.
- Die Verlagerung an die Badstraße / Ecke Scheffelstraße erschließt ein Nahversorgungspotenzial in der nördlichen Altstadt mit Ausstrahlung in den Stadtteil Lützelhöhe.
- Für Teilbereiche des Stadtteiles Lützelhöhe ist der Planstandort fußläufig erreichbar, generell erhält dieser Stadtteil eine deutlich verbesserte Anbindung an die örtlichen Nahversorgungsstrukturen, wenngleich auch mit nach wie vor leicht höheren Zeit-Wege-Aufwendungen vor allem für östliche Wohnlagen der Lützelhöhe.
- Die Entfernung zum Discounterstandort Penny beträgt ca. 500 m, unmittelbar über den Verlauf der Badstraße / Bahnhofstraße verbunden. Wettbewerbliche Wechselwirkungen sind zweifellos zu erwarten.
- Das Bevölkerungspotenzial im Umfeld beider Lebensmitteldiscounter, eingebunden sind die Stadtteile Stadtzentrum, nördliche Altstadt, nördlich der Altenhainer Straße und die genannte Anbindung der Lützelhöhe (vgl. auch Stadt- und Ortsteile auf nachfolgender Abbildung), sichert jedoch die wirtschaftliche Tragfähigkeit beider Märkte.

<sup>18</sup> In seinem Urteil vom 6.11.2008 – 10 A 1417/07 – bzw. – 10 A 2601/07 – hat das OVG Münster entschieden, dass im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes bei der Beurteilung, ob negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsgebiete der Gemeinde oder der benachbarten Gemeinden zu erwarten sind, zu berücksichtigen ist, dass der zu erweiternde Betrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Erweiterungsstandort bereits vorhanden ist.

- Die Anbindung des peripheren Ortsteiles Sachsenburg-Irbersdorf an den bestehenden Aldi-Markt wird durch die Verlagerung nicht gefährdet, eine vergleichbare Erreichbarkeit bietet auch der Planstandort. zusätzlich verbessert sich die Anbindung von Dittersbach.
- Eine Gefährdung des innerstädtischen, zentralen Versorgungsbereiches ist nicht zu erwarten. Die Frankenger Innenstadt verfügt derzeit über keinen Lebensmittelmarkt. Selbst bei zukünftig funktionaler Einbindung des Verbrauchermarktes Kaufland als Vollsortimenter in die Innenstadtabgrenzung ist eher von einer wechselseitigen Angebotsergänzung, weniger von einem direktem Standortwettbewerb auszugehen. Letzterer ist aufgrund der Nähe mit dem Bestandsstandort intensiver ausgeprägt als mit dem Planstandort.
- Das Aldi-Planvorhaben wird mit einer Verkaufsflächendimensionierung von ca. 1.000 m<sup>2</sup> flächengrößer als der nahegelegene Wettbewerbsstandort Penny, ohne dabei eine dominierende Rolle einzunehmen. Die Verkaufsflächendimensionierung von 1.000 m<sup>2</sup> entspricht einem zeitgemäßen Angebotskonzept für Lebensmitteldiscounter: In Frankenberg/Sa. liegt der Lidl-Standort bereits leicht über dieser Flächengröße.
- Eine Nachnutzung des Bestandsstandortes ist im Rahmen des Bestandsschutzes grundsätzlich möglich. Aufgrund von Standortnachteilen, die letztlich auch zum aktuellen Planvorhaben führen, und der zukünftigen Verteilung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet, ist eine tatsächliche Nachnutzung als Lebensmittelmarkt unrealistisch. Eine dem Zentrenkonzept entgegenstehende Nutzungs- oder Verkaufsflächenänderung über den Bestandsschutz hinaus sollte ausgeschlossen werden.
- **Fazit:** Das Aldi-Planvorhaben wird aus gutachterlicher Sicht als städtebaulich verträglich eingeschätzt, welches letztlich sogar durch Erschließung eigenständiger Nahversorgungsfunktionen die flächendeckende Grundversorgung in Frankenberg/Sa. verbessert.

#### **Ersatzneubau mit Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters Netto Marken-Discount:**

- Das Planvorhaben entspricht einer Verkaufsflächenerweiterung um knapp 340 m<sup>2</sup> am Bestandsstandort, von derzeit ca. 800 m<sup>2</sup> auf zukünftig 1.138 m<sup>2</sup>.
- Die Nahversorgungsfunktionen des Netto Marken-Discount sind in Wechselwirkung mit dem Lebensmitteldiscounter Norma zu bewerten, dieser befindet sich an der Gutenbergstraße in ca. 450 m Entfernung.
- Der Lebensmitteldiscounter Norma ist eingebunden in der Einzelhandelsagglomeration „Frankenpark“ mit insgesamt 2.145 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, die nachfolgend im Zentren- und Standortkonzept als Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) ausgewiesen wird. Der Standort ist folglich als zentraler Versorgungsbereich im Sinne der Rechtsprechung einzustufen, das Planvorhaben des Netto Marken-Discount soll dessen Versorgungsfunktionen ergänzen, darf diese aber nicht gefährden.
- Beide Standorte, Norma und Netto Marken-Discount, sichern gemeinsam die Nahversorgung für das zwischenliegende Wohngebiet mit Blockbebauung sowie der in östlicher Richtung folgenden Eigenheimsiedlung um den Mühlbergring. Der Norma-Standort erzielt zusätzlich über die Äußere Freiburger Straße (S203) eine Ausstrahlung / Anbindung des Ortsteiles Langenstriegis (ca. 5 km entfernt). Der Standort des Netto Marken-Discount erzielt über die Mühlbacher Straße (K8234) eine zusätzliche Anbindung des Eigenheimgebietes Über die Mühle (ca. 500 m entfernt) und des peripheren Ortsteiles Mühlbach/Hausdorf (ca. 1 km entfernt).
- Der Standort des Netto Marken-Discount ist zweifellos als Gewerbegebietslage einzustufen, wenngleich der Gewerbeing insgesamt mit den zusätzlichen Anbietern (Gartencenter, Getränkemarkt) als etablierter Einzelhandelsstandort fungiert.
- Er übernimmt aber wichtige Nahversorgungsfunktionen für die Stadt Frankenberg/Sa. Im Ortsteil Mühlbach/Hausdorf, dem auch die genannten Eigenheimsiedlungen zuzurechnen sind, leben mehr

als 2.000 Einwohner. Für dieses Potenzial sichert das Planvorhaben teilweise eine wohnungsnahere Versorgung, für die Dorflagen von Mühlbach und Hausdorf zumindest eine wohnortnahe Versorgung.<sup>19</sup>

- Die Darstellung der Einwohnerpotenziale im jeweils 500 m-Umfeld im Abschnitt 5.3.1 weist für den Norma (2.887 Einwohner) eine leicht höhere Zahl als für den Netto Marken-Discount (2.366 Einwohner) aus, beide Werte stammen jedoch im Wesentlichen aus dem Überschneidungsbereich einer fußläufigen Erreichbarkeit.
- Zusammen mit den weiteren, oben genannten Versorgungsfunktionen, wird ein Bevölkerungspotenzial von ca. 6.200 Einwohnern angesprochen, zweifellos ausreichend für die wirtschaftliche Tragfähigkeit beider Märkte.
- Die unmittelbare Wettbewerbssituation mit dem Lebensmitteldiscounter Norma im Nahversorgungszentrum „Frankenpark“ besteht jedoch im zwischenliegenden Wohngebiet, südlich der Äußeren Freiburger Straße. Wettbewerbseffekte und daraus gegebenenfalls resultierende städtebauliche Wirkungen sind abhängig von einer gleichberechtigten oder einseitig dominanten Marktstellung der Lebensmittelmärkte.
- Der Netto Marken-Discount soll gemäß den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen, jedoch keine einseitige Dominanz gegenüber dem vorrangigen C-Zentrum entwickeln. In der gesamten Verkaufsflächendimensionierung und Anbieterstruktur nimmt das C-Zentrum eine umfassendere und leistungsstärkere Marktposition ein. Im direkten Flächenvergleich beider Lebensmitteldiscounter ist der Norma aktuell ca. 100 m<sup>2</sup> größer.
- Mit dem Planvorhaben würde der Netto Marken-Discount eine Verkaufsflächendimensionierung erlangen, mit einer etwa 1,3-fachen Größe des Norma im C-Zentrum. Dieser deutliche Unterschied wirkt sich auf die Attraktivität aus Kundensicht aus und steht zudem nicht im Einklang mit ergänzenden, nachrangigen Versorgungsfunktionen am Gewerbering. Wird die Kundenattraktivität des Discounters Norma als Magnetbetrieb des Nahversorgungszentrums Frankenpark beeinträchtigt, ist von städtebaulichen Auswirkungen für den gesamten zentralen Versorgungsbereich auszugehen.
- **Fazit:** Die zweifellos wichtigen Nahversorgungsfunktionen des Standortes Netto Marken-Discount sind mit nachrangiger Einordnung in das Frankenger Zentren- und Standortkonzept in Einklang zu bringen. Eine einseitige Dominanz zu Lasten des Nahversorgungszentrums Frankenpark ist durch eine abgestimmte Größendimensionierung zu vermeiden. Aus gutachterlicher Sicht wird eine Begrenzung der Verkaufsflächendimensionierung auf die generelle Obergrenze für Nahversorgungslagen in Frankenberg/Sa. von 1.000 m<sup>2</sup> (vgl. Abschnitt 5.4) empfohlen.

Nachfolgende Abbildung bindet diese Empfehlungen zu den aktuellen Planvorhaben in die Nah Versorgungsstrukturen der Stadt Frankenberg/Sa. ein und veranschaulicht das zukünftige Standortkonzept mit entsprechender Zuordnung zu den einzelnen Stadt- und Ortsteilen.

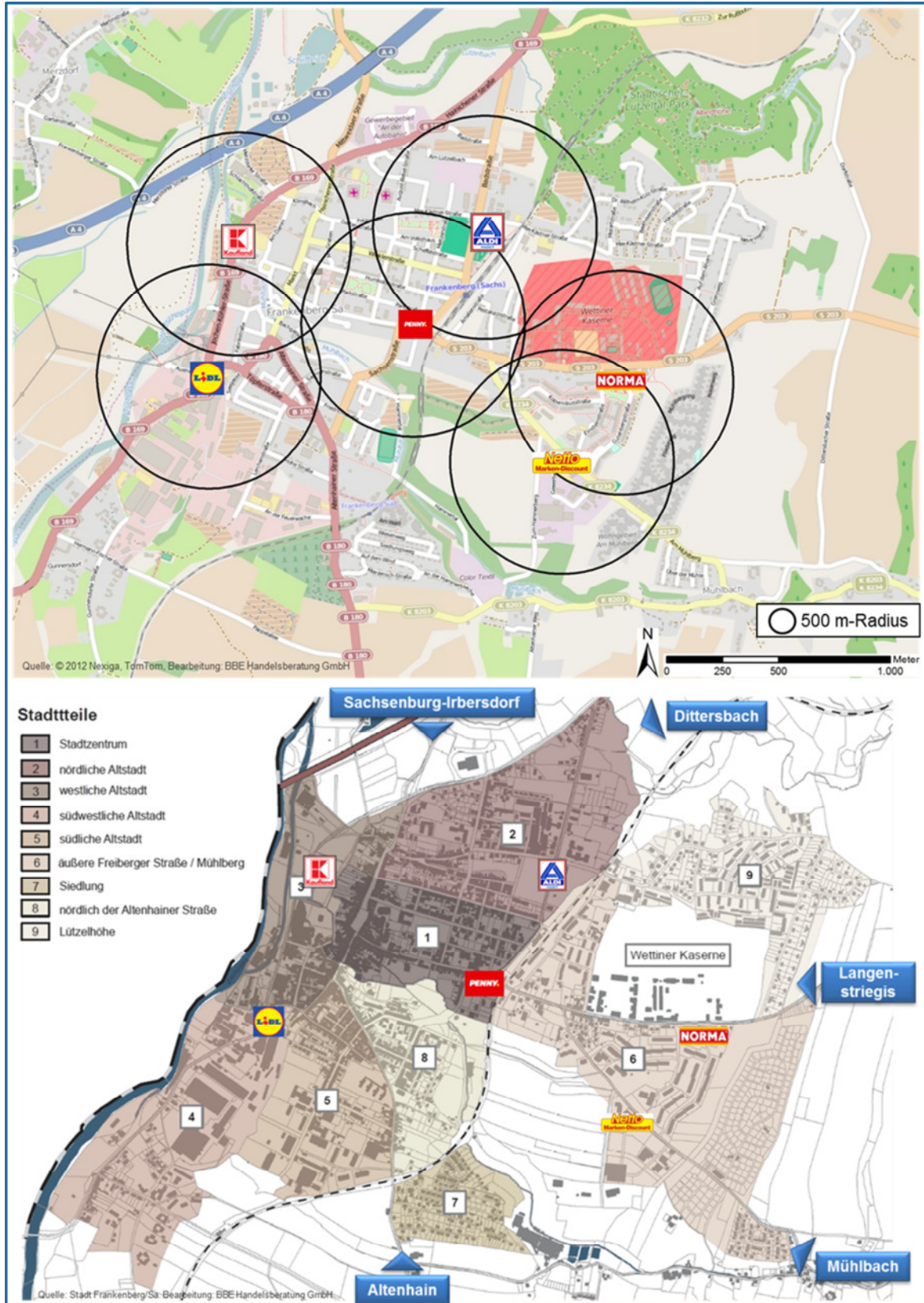
Die Lebensmittelmärkte weisen auch zukünftig Überschneidungsbereiche in ihrem jeweiligen Nahversorgungsumfeld auf, jeder einzelne Standort erschließt jedoch auch eigenständige Versorgungsfunktionen.

Versorgungsdefizite können durch das Aldi-Planvorhaben im nordwestlichen Stadtgebiet verringert werden. Das Vorhaben des Netto Marken-Discount entspricht einer qualitativen Weiterentwicklung durch ein zeitgemäßes Angebotskonzept und einer Anpassung an die Bevölkerungsentwicklung vergangener Jahre in Mühlbach infolge neu erschlossener Baugebiete.

---

<sup>19</sup> Einwohnerdaten der Stadt- und Ortsteile gemäß Integriertes Stadtentwicklungskonzept (InSEK) 2015 der Stadt Frankenberg/Sa., Stand. Januar 2015

**Karte 3: Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsanlagen**



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

## 5.4. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen der Stadt Frankenberg/Sa. auf, ist ausgerichtet an der Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung.

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

### **Zentrale Versorgungsbereiche:**

„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.<sup>20</sup>

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

Grundsätzlich gliedert sich ein hierarchisches Zentrensystem in Stufen unterschiedlicher Versorgungsfunktionen, i.d.R. dargestellt als A- bis C-Zentren.

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Frankenberg/Sa. unterscheidet grundsätzlich zwischen der Innenstadt als übergeordnetes A-Zentrum und dem Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenbergpark.

### **Integrierte Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger:**

Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.

Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), i.d.R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).

Entscheidendes Kriterium sind eigenständige Versorgungsfunktionen, ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen. Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen städtebaulich integrierte sowie fußläufig erreichbare Nahversorgungsfunktionen, können darüber hinaus für definierte Nachfragesegmente / Versorgungsfunktionen aber auch eine weiterreichende Ausstrahlung erzielen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.

Integrierte Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung. Kleinteilige Nahversorger auf Fachgeschäftsebene unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges

<sup>20</sup> Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

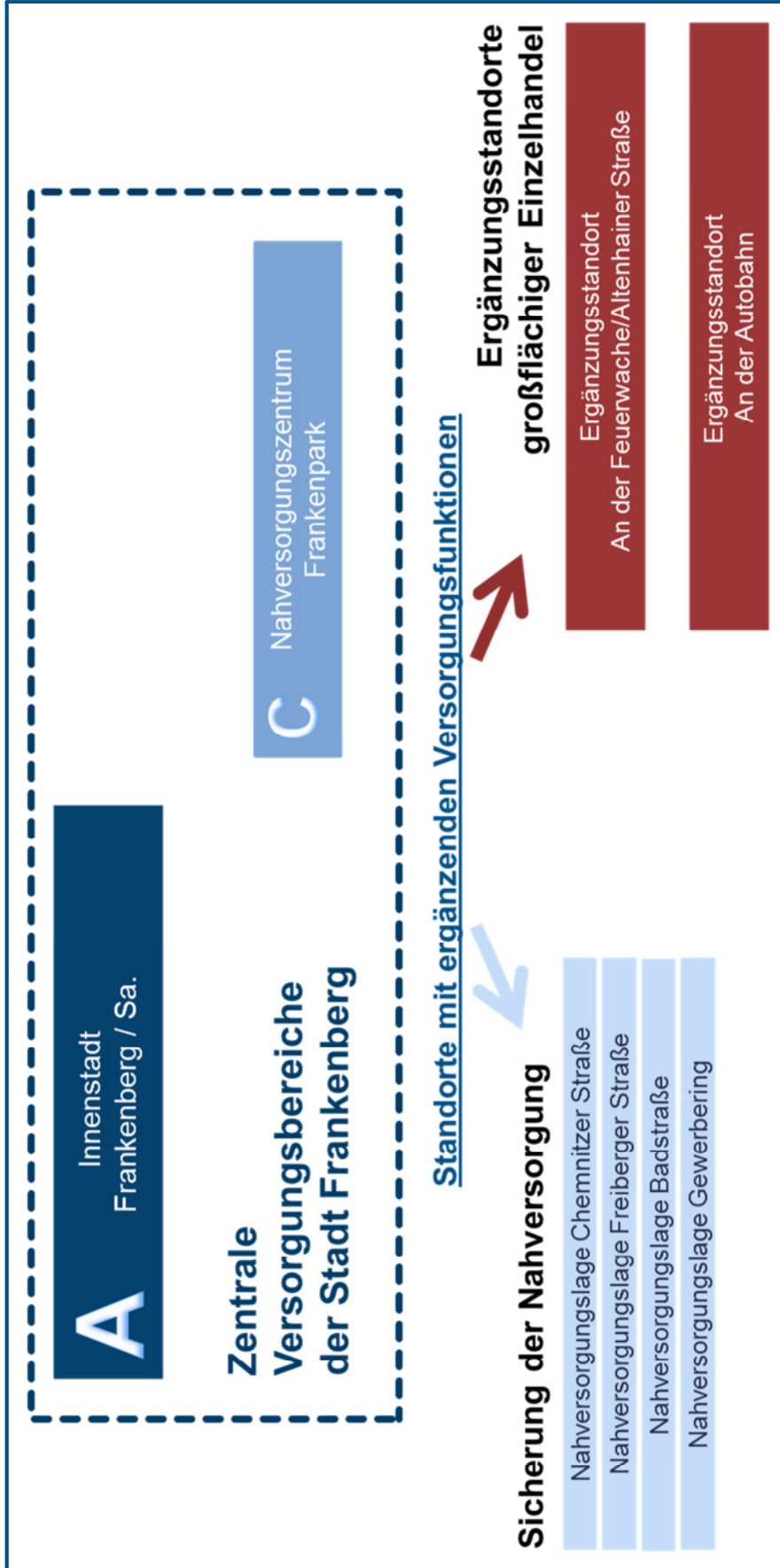
ges Bevölkerung- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

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

Mit diesem Zentren- und Standortkonzept werden konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt fixiert: Schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche sind das A-Zentrum Innenstadt sowie das Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark.

Folgende Zentren- und Standortgliederung und deren funktionale Arbeitsteilung wird empfohlen:

Abbildung 10: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Frankenberg/Sa.





Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und Grundversorgungsstandorte wie folgt zu definieren und bestehenden Standortstrukturen der Stadt Frankenberg/Sa. zuzuordnen:

---

### **A-Zentrum**

#### **Innenstadt Frankenberg/Sa.**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden, historischen Zentrums mit der funktionalen Anbindung des Kaufland-Areals an der Bundesstraße B169
- image- und identitätsprägendes Stadtzentrum
- multifunktionale Innenstadt für städtisches Leben
- Einzelhandel als ein frequenzbringender Schwerpunkt - Fachgeschäftsstrukturen mit individuellen Angebotskonzepten
- Erweiterung und Verdichtung der Angebotsstrukturen durch Erschließung zusätzlicher Flächenpotenziale in der funktionalen Verknüpfung zwischen Schloßstraße und Kaufland-Areal sowie Optimierung des Flächenbestandes & Qualifizierung der Konzepte in den traditionellen Geschäftsstraßen
- Ansiedlung neuer Ankermieter
- umfassende und vielfältige Branchenstruktur ohne Begrenzungen
- Investitionsvorranggebiet für die Ansiedlung zentrenrelevanter Warengruppen

---

### **C-Zentrum**

#### **Nahversorgungszentrum Frankenpark**

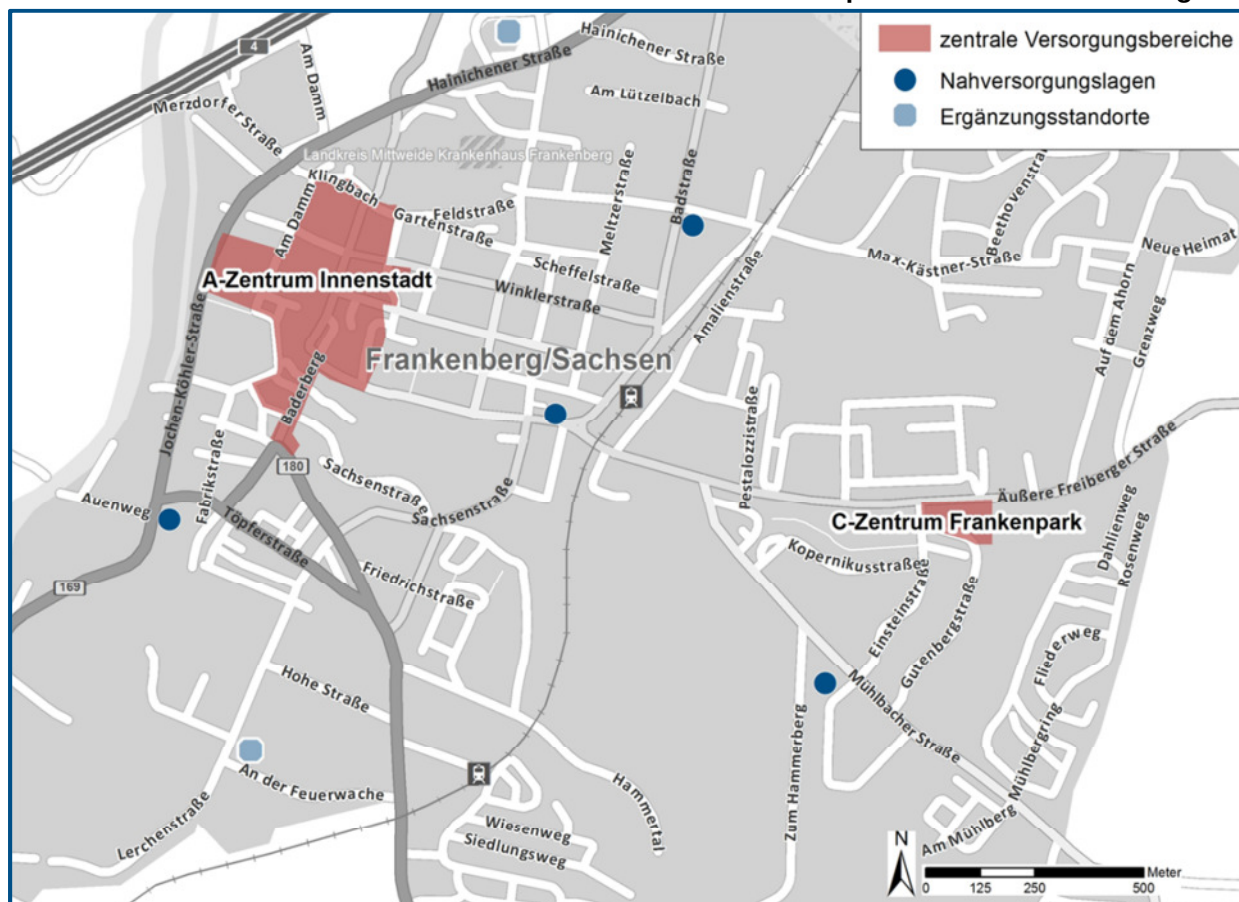
- integrierte Lage östlich der Innenstadt, fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, aber auch mittels ÖPNV und PKW.
  - überwiegende Ausrichtung auf umfassende Grundversorgung der Stadtteilbevölkerung mit einem stadtteilbezogenen Einzugsbereich
  - Angebotsausrichtung: Anbieter mit Schwerpunkt auf nahversorgungsrelevante Sortimente, sonstige zentrenrelevante Sortimente als Ergänzungssortiment
  - Lebensmittel-Supermarkt oder Discounter sind als strukturbildende Betriebe vorhanden oder gewünscht, weiterhin im Umfeld sind in der Regel zusätzlich vorhanden: mehrere Einzelhandelsbetriebe für den täglichen Bedarf (z.B. Bäcker, Metzger, Obst- und Gemüsegeschäft, Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Blumen-geschäft) und/oder haushaltsorientierte Dienstleistungsbetriebe (z.B. Post, Friseur, Servicestelle einer Bank) und/oder Gesundheitsdienstleistungen (z.B. Ärzte, Krankengymnastik) und/oder Gastronomiebetriebe.
-

**Integrierte Nahversorgungslagen**

zuzurechnen sind:  
Chemnitzer Straße  
Freiberger Straße  
Badstraße  
Gewerbering

- grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker/Fleischer) im Eingangsbereich
- charakterisiert durch eigenständige Nahversorgungsfunktionen innerhalb des Frankenerger Zentren- und Standortkonzeptes
- Übernahme fußläufig erreichbarer Nahversorgungsfunktionen, in definierten Nachfragesegmenen auch erweiterter Einzugsbereich mit Ortsteilen
- städtebaulich integrierte Lage ist auch für nichtmobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV erschlossen
- Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit den übernommenen Grundversorgungsfunktionen bis maximal 1.000 m<sup>2</sup>, bei großflächigen Standorte mit Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit

**Karte 4: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Frankenberg/Sa.**



Quelle: © 2012 Nexiga, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

## 5.5. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Frankenberg/Sa.

### 5.5.1. Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum) Innenstadt Frankenberg/Sa.

Der Zentrale Versorgungsbereich „A-Zentrum Innenstadt Frankenberg/Sa.“ bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Der Fokus des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist auf die Stärkung und Weiterentwicklung dieses zentralen Versorgungsbereiches gerichtet.

Die Stadt Frankenberg/Sa. verfügt über einen historischen Stadtkern. Die schrittweise sanierte wertvolle Gebäudesubstanz verleiht der Stadt ein eigenständiges Profil, mit welchem sie sich von Wettbewerbsstandorten abheben kann. Vor diesem Hintergrund stehen der Erhalt und die Weiterentwicklung der Innenstadt im Mittelpunkt der städtebaulichen Ziele.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick zur räumlichen Abgrenzung A-Zentrum Innenstadt Frankenberg/Sa..

**Abbildung 11: Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Frankenberg/Sa.**



Die vorgenommene Abgrenzung stellt einen zusammenhängenden, funktionalen Geschäftsbereich dar, in dem im Sinne auch der Baugesetzgebung und der Definition zentraler Versorgungsbereiche weitere Funktionen und Nutzungen einbezogen sind.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich über die bereits benannten Hauptgeschäftslagen Schloßstraße, Markt und Baderberg mit Teilen der Chemnitzer Straße im südlichen Verlauf. Westlich umschließen die Wassergasse, die Carolastraße, der Damplatz und der Kaufland-Standort an der Jochen-Köhler-

Straße das A-Zentrum. Klingbach und Teile der Gartenstraße begrenzen nördlich den zentralen Versorgungsbereich. Im Osten wird das A-Zentrum durch den Verlauf Am Graben und der Kirchgasse mit Einschluss von Teilen der Freiburger Straße eingegrenzt.

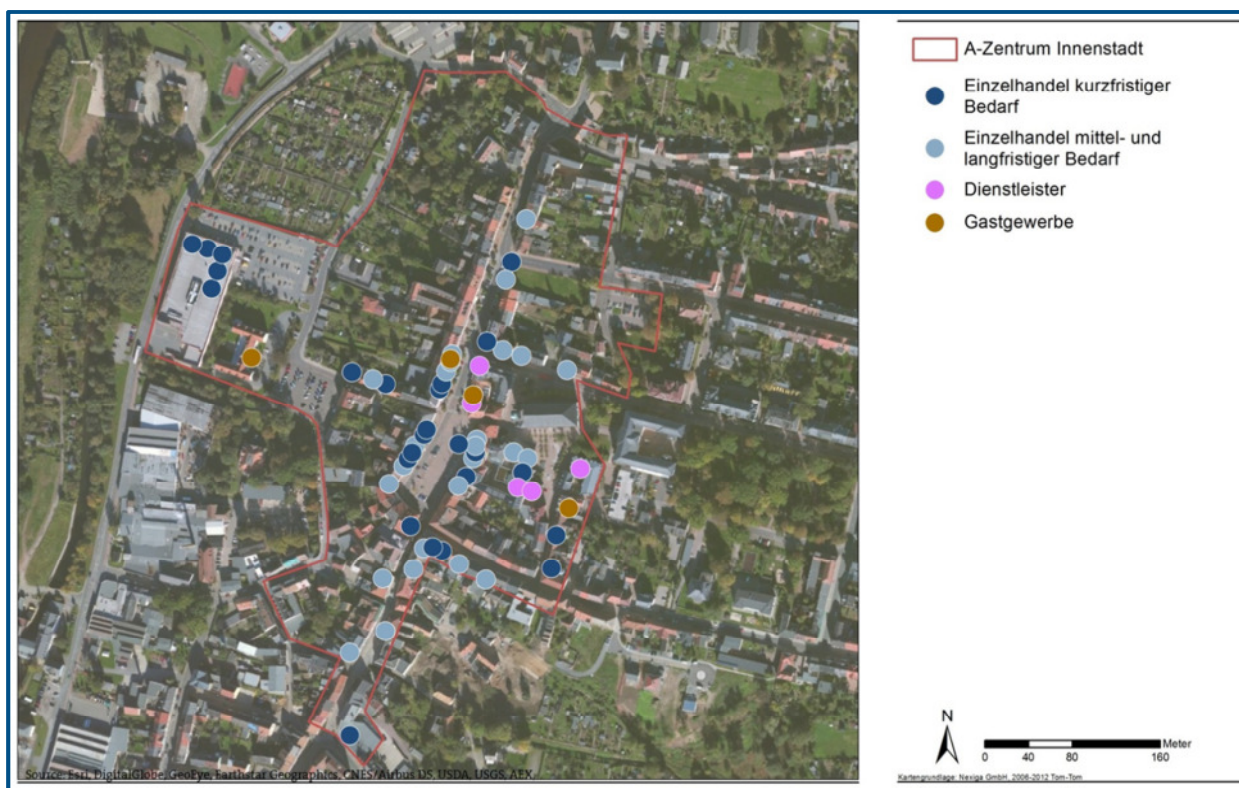
Die räumliche Ausdehnung und Einbindung des Kaufland-Standortes setzt eine Bebauung und einzelhandelsrelevante Nutzung des Areals zwischen Schloßstraße und Am Damm (siehe Abbildung 11) voraus. Für die funktionale Verknüpfung mit dem frequenzbringenden Kaufland-Standort ist die Einbindung des Planareals essentiell, wie dies bereits in den Ausführungen im Abschnitt 5.2.2 dargelegt wurde. Mit der räumlichen Abgrenzung repräsentiert die Innenstadt einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von rd. 34%. Beim Umsatz beträgt der Anteil aktuell sogar 43%. Die Wirksamkeit dieser Präsenz der Innenstadt kommt jedoch erst durch die funktionale Verknüpfung der Geschäftslagen zu Stande.

Die Entwicklungsspielräume für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe bzw. für die wirtschaftliche Stärkung vorhandener Einzelhandelsunternehmen sind sicherlich begrenzt aber vorhanden. Zu verweisen ist hier auf die Kaufkraftabflüsse einiger Branchen im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Entwicklungspotenziale sind insbesondere bei Schuhe / Lederwaren, die im Vergleich mit der Bekleidung eine weit unterdurchschnittliche Bindungsquote von nur 32% erzielen. Auch bei Sportartikeln sowie Foto / Optik sind Marktchancen für die Umsetzung von Angebotskonzepten gegeben. Vorausgesetzt die Standortbedingungen für die Ansiedlung eines Lebensmittel-Supermarktes könnten auf dem Areal gewährleistet werden, ist eine solche Ansiedlung in den Mittelpunkt der Planungen zu rücken. Die Betriebsform des Supermarkts entspricht aktuellen Nachfragetrends mit Wachstumspotenzial und ist bisher nicht in Frankenberg/Sa. vertreten. Gemeinsam mit dem Kaufland-Verbrauchermarkt würden die hohe Kompetenz im Lebensmittelbereich und die erzielten Ausstrahlungseffekte eine nachhaltige Stärkung für das A-Zentrum bewirken. Insbesondere der Fachhandelsbesatz könnte von den generierten Frequenzen profitieren und eine wirtschaftliche Stabilisierung erfahren. Daneben sind auch Verbundeffekte mit anderen Branchen wie Gastronomie und Dienstleistungen zu erwarten.

Gerade für innovative gastronomische Konzepte bietet die vorhandene Gebäudesubstanz im Bereich des Marktes Ansiedlungspotenzial. Diese brauchen allerdings die Vitalität und Frequenz einer Innenstadt, um wirtschaftlich tragfähig zu sein.

Die bisherige Nutzungsmischung im A-Zentrum ist der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen. Daraus geht hervor, dass der Einzelhandel und hier insbesondere der Einzelhandel mit kurzfristigen Bedarfsgütern die Leitfunktion in der Innenstadt übernimmt. Die Ergänzungen, insbesondere mit gastronomischen Angeboten aber auch von Dienstleistern sind schwach ausgeprägt. Auch unter Berücksichtigung aktueller Trends wie E-Commerce und des Nachfrageverhaltens der Kunden liegt die Zukunft der Innenstadt in der Multifunktionalität mit Erlebnischarakter. Natürlich braucht die Innenstadt weiterhin frequenzerzeugende Einzelhandelsbetriebe, deshalb die Orientierung auf deren Einbindung und Ansiedlung. Jedoch liegt in der Verknüpfung von Einkauf, Kultur und Gastronomie die Chance, die Innenstadt als Erlebnisbereich stärker zu profilieren und sich gegenüber den wachstumsstarken Online-Handel abzuheben. Dies erfordert auch letztlich eine stärkere Kooperation der innerstädtischen Anbieter und eine konsequente Ausrichtung auf Nachfrageveränderungen.

**Abbildung 12: Nutzungsstruktur des A-Zentrums Innenstadt Frankenberg/Sa.**



Auch im Hinblick auf das Angebotsniveau in Kombination mit den städtebaulichen Qualitäten bietet die Innenstadt von Frankenberg weiterhin Entwicklungschancen.

Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukünftigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden. Hier sei nochmals auf den Abschnitt E-Commerce verwiesen. Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, der sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen.

Die Abbildung 13 führt die Aufgabenstellung für die Entwicklung des A-Zentrums in einer Übersicht zusammen:

**Abbildung 13: Entwicklungsschwerpunkte für das A-Zentrum**



Die Zusammenarbeit und Kooperation innerstädtischer Händler und Gewerbetreibenden ist eine notwendige Voraussetzung und ist ein geeignetes Instrumentarium, um den innerstädtischen Entwicklungsprozess weiter zu forcieren, allerdings bedarf es der aktiven Unterstützung der innerstädtischen Händler, Gastronomen, Dienstleister sowie auch der Eigentümer der Immobilien. Empfehlenswert ist auch die Einführung einer Gestaltungssatzung, da gegenwärtig in der Außenpräsentation einiger Händler Defizite bestehen, die ein negatives Bild für Teile von Geschäftslagen abgeben.

Die Wahrnehmung der Innenstadt soll zukünftig stärker durch Verdichtung der Einzelhandelsangebote und Verknüpfung attraktiver Erlebnissräume sowie durch breite Funktionsbündelung aus Handel - Freizeit – Arbeiten und Wohnen geprägt werden, um auf diesem Weg eine lokale und regionale Kaufkraftbindung zu fördern. Die Attraktivität des A-Zentrums ist in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebbar“ Struktur vorgibt. Dies impliziert Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes. Allerdings können diese Faktoren nur in einer kompakten Anordnung ein funktionierendes Geschäftszentrum garantieren und eine lebendige und anregende Atmosphäre vermitteln. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des A-Zentrums von Frankenberg/Sa. ist vor diesem Hintergrund ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

### 5.5.2. Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark

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

In diesem Sinne bilden Nahversorgungszentren einen Lebensmittelpunkt im jeweiligen Stadtteil und entsprechen ebenfalls schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Innerhalb des Zentrenkonzeptes der Stadt Frankenberg/Sa. erfüllt das Nahversorgungszentrum Frankenpark diese Anforderungen aus Einzugsgebiet, Ausstattung und Funktionszuweisung.

Der Standort des Nahversorgungszentrums Frankenpark liegt östlich der Innenstadt an der Äußeren Freiberger Straße (S203). Die Zufahrt erfolgt über die Gutenbergstraße.

Die S203 (Äußere Freiberger Straße) fungiert als wichtige Verkehrsachse / Zufahrtstraße im östlichen Stadtgebiet, u.a. mit Anbindung des Ortsteiles Langenstregis. Neben der PKW-Erreichbarkeit ist das Nahversorgungszentrum auch an den ÖPNV angebunden, in der Gutenbergstraße befindet sich unmittelbar vor dem Standort die Haltestelle „Wende Neubaugebiet“ der Stadtlinie D. Eine zusätzliche Haltestelle der Regionalbuslinie 669 befindet sich an der Äußeren Freiberger Straße / Höhe Grenzweg, jedoch bereits knapp 300 m entfernt.

**Abbildung 14: Abgrenzung Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark**



Quelle: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, Earthstar Geographics, CNES/Airbus DS, USDA, USGS, AEX

Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

Das Umfeld ist insbesondere durch Wohnbebauung gekennzeichnet, direkt südlich angrenzend das Neubaugebiet um Gutenbergstraße, Einsteinstraße und Kopernikusstraße. Südöstlich liegt die Eigenheimsiedlung um den Mühlbergring. Auf der gegenüberliegenden, nördlichen Straßenseite der Äußeren Freiburger Straße liegt die Wettiner Kaserne, die ebenfalls in die Versorgungsfunktionen einzubinden ist.

Das Nahversorgungszentrum Frankenpark zeigt sich als einheitlich entwickeltes Einkaufszentrum, welches zwei Gebäudekomplexe durch einen Zentralbau verknüpft. Die Abgrenzung als C-Zentrum schließt den Gebäudekomplex einschließlich der Parkflächen ein.

Als Magnetanbieter fungiert der Lebensmitteldiscounter Norma, insgesamt sind jedoch 8 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.145 m<sup>2</sup> ansässig. Zu den weiteren Anbietern zählen aktuell ein Getränkemarkt Bilgro, der Textildiscounter KIK, ein Blumenfachgeschäft, ein Bäcker, eine Apotheke, ein Tabakshop sowie das Fachgeschäft Deco Art. Ergänzt wird der Einzelhandel durch Gastronomie (Erwin Pizza + Döner), Dienstleister (Frisör, Post, Sparkasse, Spielothek, Fahrschule, Volksbank) und Praxen für Logopädie und Ergotherapie. Es erweist sich folglich im umfassenden Sinne als Nahversorgungszentrum.

**Abbildung 15: Ansichten zum Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark**



Fotos: BBE

Aktuelle Flächenleerstände bieten weitere Ansiedlungsmöglichkeiten. Mittelfristiges Ziel ist eine weitere Festigung und ein Ausbau dieser Handels- und Dienstleistungsfunktionen.



### 5.5.3. Integrierte Nahversorgungslagen

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

Nahversorgungslagen beschränken sich in ihrer Funktion auf eine fußläufige Versorgung des täglichen Bedarfs, sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten.

Mit der Begrenzung der Anbieterstruktur auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt lediglich durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich, sind sie nicht als umfassende zentrale Versorgungsbereiche einzustufen und ordnen sich letzteren unter. Ein Ausbau der Nahversorgungslagen zu Nahversorgungszentren ist durch die zu erwartende Verdrängungswirkung gegenüber bestehenden Zentren der Stadt Frankenberg/Sa. auszuschließen.

Die Funktion von Nahversorgungslagen übernehmen im Stadtgebiet vier Standorte von Lebensmittelmärkten, eingebunden sind in dieser Struktur auch die aktuellen Planvorhaben gemäß der Bewertung im Abschnitt 5.3.2.

Wichtig für die zukünftige Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen bleibt deren Verteilung über das Stadtgebiet, welche in Verbindung mit den zentralen Versorgungsbereichen eine flächendeckende Nahversorgung absichert. Eine einseitige Konzentration an bestimmte Standortlagen ist auszuschließen.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante Nahversorgungspotenzial abzustimmen. Dies schließt eine Größendimensionierung der Lebensmittelmärkte bis maximal 1.000 m<sup>2</sup> ein, bei Überschreiten des Schwellenwertes zur Großflächigkeit jedoch nur unter Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).<sup>21</sup>

Folgende aktuelle Nahversorgungslagen werden im Stadtgebiet Frankenberg/Sa. ausgewiesen, ihre Abgrenzung ist ausschließlich mit der exakten Standortzuordnung durch Straße und Hausnummer bestimmt:

#### **Nahversorgungslage Chemnitzer Straße 59**

Die Nahversorgungslage ist aktuell durch einen Lebensmitteldiscounter Lidl, ergänzt durch eine Bäckerfiliale (Frankenberger Backwaren) besetzt, deren Gesamtverkaufsfläche liegt bereits bei ca. 1.100 m<sup>2</sup>.

Der Standort liegt unmittelbar am Kreuzungsbereich der Chemnitzer Straße (B180) mit der Jochen-Köhler-Straße / Äußere Chemnitzer Straße (B169), also zugleich auch an einem Kreuzungsbereich zweier Bundesstraßen. Sie verknüpft somit eine fußläufige Nahversorgung mit einer guten Erreichbarkeit bzw. Ausstrahlung über diese Verkehrsachsen. Zu den Nahversorgungsfunktionen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gehören:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung aus der südlichen und südwestlichen Altstadt,
- Anbindung der Ortsteile Gunnersdorf / Ortelsdorf über die B169 zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung.

<sup>21</sup> BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit auf 800 m<sup>2</sup> VK angehoben. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen

### **Nahversorgungslage Freiburger Straße 22**

Die zentrale Lage innerhalb des Stadtgebietes Frankenberg/Sa. ist markant für diese Nahversorgungslage. Sie schließt aktuell einen Lebensmitteldiscounter Penny, eine Fleischerfiliale (Fleischerei Richter) und eine Bäckerfiliale (Bäckerei Göpfert) ein, deren Gesamtverkaufsfläche ca. 820 m<sup>2</sup> beträgt. Ein benachbarter Getränkemarkt ergänzt das Angebot, gehört jedoch nicht zur begrifflichen und funktionalen Definition der Nahversorgungslage, vielmehr ist er als benachbarter, kleinteiliger Nahversorger einzustufen (vgl. hierzu Abschnitt 6.3, Leitlinie 3)

Das Grundstück liegt am Kreuzungsbereich der Freiburger Straße (aus der Innenstadt kommend) mit der östlich stadtauswärts führenden Äußeren Freiburger Straße und der in nördliche Richtung verlaufenden Badstraße. Der Verlauf Badstraße / Äußere Freiburger Straße entspricht der Staatsstraße S203.

Zu den Nahversorgungsfunktionen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gehören:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung im Stadtzentrum sowie in den angrenzenden Stadtteilen Äußere Freiburger Straße und Nördlich der Altenhainer Straße,
- Ausstrahlung als nächstgelegener Anbieter in die Siedlung südlich von Stadtpark und Bahndamm.

### **Nahversorgungslage Badstraße 4 (Planvorhaben)**

An der Badstraße, gegenüber der Einmündung der Scheffelstraße ist die Ansiedlung einer neuen Nahversorgungslage für die nördliche Kernstadt geplant, Abschnitt 5.3.2 enthält hierfür die städtebauliche Bewertung. Vorgesehen ist ein solitärer Lebensmitteldiscounter Aldi mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup>.

Eine Wechselwirkung besteht mit der Nahversorgungslage Freiburger Straße 22, der neue Standort erzielt jedoch eine stärkere nördliche Ausstrahlung. Zu den Nahversorgungsfunktionen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gehören:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung für die nördliche Altstadt,
- Anbindung der Lützelhöhe an die Nah Versorgungsstrukturen,
- Ausstrahlung in die nördlichen Ortsteile Sachsendorf-Irbersdorf und Dittersbach.

### **Nahversorgungslage Gewerbering 1 (Planvorhaben)**

Der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount ist dem Gewerbegebiet Mühlbacher Straße zuzuordnen, zum Standort gehört weiterhin eine Bäckerfiliale. Die aktuelle Gesamtverkaufsfläche beträgt ca. 800 m<sup>2</sup>, eine städtebaulich verträgliche Erweiterung im aktuellen Planvorhaben ist bis zu einer Gesamtverkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup> gegeben (vgl. Abschnitt 5.3.2).

Eine Wechselwirkung besteht mit dem Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark, die Nahversorgungslage ist als funktional nachrangig einzustufen und darf das Nahversorgungszentrum weder dominieren noch gefährden. Die Einstufung als Nahversorgungslage im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes basiert auf die ergänzenden Funktionen:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung in Wechselwirkung mit dem Nahversorgungszentrum für das angrenzende Plattenbaugebiet nördlich der Mühlbacher Straße sowie für die Eigenheimsiedlung am Mühlbergring,
- Ausstrahlung über den östlichen Verlauf der Mühlbacher Straße zum Wohngebiet Über der Mühle und weiter in die Ortsteile Mühlbach und Hausdorf.

#### 5.5.4. Einbindung der Ergänzungsstandorte

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes und somit der Zentralität der Stadt Frankenberg/Sa. beitragen.

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten erfolgt über Festsetzungen in Bebauungsplänen. Die Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen an den Ergänzungsstandorten beschränkt sich auf Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß der Frankenger Liste (vgl. Abschnitt 6.2) Nachfolgend werden für die beiden bestehenden Ergänzungsstandorte

Ergänzungsstandort An der Feuerwache / Altenhainer Straße

Ergänzungsstandort An der Autobahn

der aktuelle Anbieterbesatz, Standortlage, räumliche Abgrenzung und die Funktionseinbindung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept skizziert.

##### **Ergänzungsstandort An der Feuerwache / Altenhainer Straße**

Dieser Ergänzungsstandort zeigt sich als zweigeteilter Standort innerhalb des bzw. angrenzend an das Gewerbegebietes An der Feuerwache.

Dieses Gewerbegebiet schließt Gewerbegrundstücke beiderseits der Straße An der Feuerwache ein, angesiedelt sind die Feuerwehr Hauptwache, Autohäuser und Kfz-Dienste. Einziger Einzelhandelsbetrieb innerhalb des Gewerbegebietes ist der Fachmarkt Home Market, ein Raumausstattungsfachmarkt für Farben, Tapeten, diverse Bodenbeläge, Sonnenschutz, Wohnraumtextilien und Bettwaren.

##### **Abbildung 16: Abgrenzung des Ergänzungsstandortes An der Feuerwache / Altenhainer Straße**



Quelle: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, Earthstar Geographics, CNES/Airbus DS, USDA, USGS, AEX  
 Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

Angrenzend zum Gewerbegebiet befindet sich am Kreuzungsbereich mit der Altenhainer Straße der Fachmarkt Teppich-Witzschel, ein Fachmarkt mit Schwerpunkt Teppiche und Gardinen.

Durch diese Nachbarschaftslage beider Fachmärkte hat sich ein Magnetstandort für Raumausstattung von regionaler Bedeutung entwickelt.

Als Ergänzungsstandort werden die Grundstücke beider Fachmärkte einschließlich zugehöriger Parkflächen definiert, die exakte Abgrenzung ist aus vorstehender Abbildung zu entnehmen.

Entwicklungsperspektiven als Fachmarktstandort liegen auch zukünftig im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente, sie sind wie folgt zu definieren:

- Fachmarktstandort für Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, deren zentrenrelevante Randsortimente ordnen sich den Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Frankenberg/Sa. (vgl. Leitlinie 5 im Abschnitt 6.3),
- alternativ Annex-Handel, dieser greift den typischen Gewerbegebietscharakter auf.

### **Ergänzungsstandort An der Autobahn**

Der Ergänzungsstandort liegt am nördlichen Stadtrand und bildet den zentralen Teil des Gewerbegebietes An der Autobahn. Südlich grenzt er unmittelbar an die Bundesstraße B169 (Hainichener Straße), die weiteren Grundstücksseiten werden von der umlaufenden Straßenführung (An der Autobahn) begrenzt. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes.

**Abbildung 17: Abgrenzung des Ergänzungsstandortes An der Autobahn**



Quelle: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, Earthstar Geographics, CNES/Airbus DS, USDA USGS, AEX  
Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Der Ergänzungsstandort wird genutzt durch einen Baustoffhandel mit angeschlossenen Fachmarkt (Baustoffmarkt Frankenberg). Diese Handelsnutzung schließt sowohl gewerbliche als auch private Kundenseg-

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

mente ein, Regelungen des Zentrenkonzeptes beziehen sich ausschließlich auf die Steuerung der einzelhandelsrelevanten Nutzung.

Grundsätzlich soll die Branchenausrichtung auf baumarktrelevante Sortimente für diesen Ergänzungsstandort beibehalten werden und kann gegebenenfalls ausgebaut werden. Entwicklungsperspektiven zielen folglich auf:

- Fachmarktstandort für Anbieter mit baumarktrelevanten Kernsortimenten, deren zentrenrelevante Randsortimente ordnen sich den Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Frankenberg/Sa. unter (vgl. Leitlinie 5 im Abschnitt 6.3).

### **Fazit:**

Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel in der Stadt Frankenberg/Sa. sind auch zukünftig ausschließlich auf Anbieter für nicht-zentrenrelevante Kernsortimente auszurichten. Eine städtebaulich relevante Wettbewerbssituation insbesondere mit der innerstädtischen Entwicklung ist auszuschließen.

## **6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Frankenberg/Sa.**

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

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

Für die planerische Steuerung der Standorte für Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben ist ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, in dem neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional bestimmt werden und in dem auch eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste festgelegt wird, eine unentbehrliche Grundlage für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung und die Abwägung auch mit den privaten Belangen der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber.

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

Über die Bauleitplanung werden zum einen die in dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgelegten, städtebaulich gewünschten Standorte durch entsprechende Baugebietsfestsetzungen abgesichert. Zum anderen ist dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten durch Verzicht auf Sondergebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte und durch Festsetzungen zum Ausschluss und zur Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels konsequent zu begegnen.

Ein besonderes Augenmerk gilt nach dem BauGB der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Dieses Anliegen ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 als wichtiger Planungsgrundsatz ausdrücklich erwähnt. In § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB ist im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes sichergestellt, dass sich Gemeinden auch auf die Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen und dadurch zentrenschädliche Planungen in der Nachbargemeinde abwehren können. In § 34 Abs. 3 BauGB ist geregelt, dass von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Der bereits erwähnte § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht ergänzend dazu Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im unbeplanten Innenbereich.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ergibt sich für den überplanten Innenbereich aus § 30 BauGB in Verbindung mit den Baugebietsfestsetzungen des jeweiligen Bebauungsplanes und den Baugebietsvorschriften der BauNVO. Von besonderer Bedeutung ist hierbei der § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach die darin aufgeführten Einzelhandelsgroßprojekte nur in Kerngebieten oder in eigens hierfür festgesetzten Sondergebieten zulässig sind.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO in Bereichen außerhalb des Zentren- und Standortkonzepts sind daher einfach durch einen Verzicht auf die entsprechende Sondergebietsfestsetzung zu unterbinden. Ein Anspruch auf eine solche Sondergebietsfestsetzung ist durch § 1 Abs. 3 Satz 2 BauGB ausdrücklich ausgeschlossen.

Bei Altstandorten des großflächigen Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann eine Überplanung mit differenzierten Sondergebietsfestsetzungen erforderlich sein, um eine geordnete städtebauliche Entwicklung zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche - in Frankenberg/Sa. insbesondere des innerstädtischen A-Zentrums - sowie einer zukunftsfähigen Nahversorgungstruktur sicherzustellen.

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

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

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

## 6.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Frankenberger Liste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitgehend in den zentralen Versorgungsbereichen von Frankenberg/Sa. einzubinden. Die resultierende Kundenfrequenz soll insbesondere der Belegung und Weiterentwicklung der Innenstadt als A-Zentrum dienen.

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

Die Einstufung als „zentrenrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch im Hauptgeschäftszentrum Innenstadt auch umsetzbar sind, bleiben diesem auch vorbehalten. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung in Frankenberg/Sa. existenziell wichtig. Die geplante Erschließung zusätzlicher räumlicher Entwicklungspotenziale in der Innenstadt bedarf zu realistischen Umsetzung einer gezielten Lenkung von Einzelhandelsansiedlungen. Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

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

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

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

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Folglich ist der besondere Schutz einer verbrauchernahen Grundversorgung ein wichtiges Anliegen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Neben der Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu zentralen Versorgungsbereichen können diese bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen auch an Standorten zugelassen werden, die einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen. Diese, als integrierte Nahversorgungslagen oder als kleinteilige Nahversorger in das Zentrenkonzept aufgenommenen Standorte, konzentrieren sich ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß der nachfolgend aufgestellten „Frankenberger Liste“.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt.



Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Frankenberg/Sa. folgende Sortimentszuordnung:

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

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ zunächst als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten), wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Speziell für die Stadt Frankenberg/Sa. und der angestrebten Funktionsbündelung in der Standort- und Zentrenstruktur ist eine derartige Zulässigkeit ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit zu begrenzen. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemarkte können in die zentralen Versorgungsbereiche integriert werden.

#### **Tiernahrung/ Zooartikel**

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf“ werden gegenwärtig in Frankenberg/Sa. vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt, ein Fachgeschäft ist jedoch auch in der Innenstadt vertreten. Da die Sortimente der Heimtiernahrung für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine geringe Bedeutung haben, werden diese als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Für die Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ wird die Einstufung als zentrenrelevant empfohlen, um auch zukünftig die Wettbewerbsstellung des innerstädtischen Angebots weiterentwickeln zu können.

#### **Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie**

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom innerstädtischen Drogeriefachmarkt (Rossmann) sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

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

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

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

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

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz. Der maßgebliche Fachhandel in Frankenberg/Sa. ist der Innenstadt zuzuordnen, branchenspezifische Entwicklungsperspektiven sind der geplanten Innenstadtentwicklung zuzuordnen.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Frankenberg/Sa.

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

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

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

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

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

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Campingartikel werden aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt und deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

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

Beide Warengruppen sind in den zentralen Versorgungsbereichen von Frankenberg/Sa., wie in fast allen anderen Kommunen, nicht oder nur in geringem Umfang als Randsortimente vertreten. Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die innerstädtischen Einkaufslagen deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Dominante Wettbewerbsstandorte in Frankenberg/Sa. für dieses Branchenspektrum sind die ausgewiesenen Ergänzungsstandorte.

### **Gartenbedarf**

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

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

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

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Haus- und Tischwäsche werden in Frankenberg/Sa. zwar an verschiedenen Standortlagen angeboten, für qualifizierte Fachgeschäfte bestehen jedoch zusätzliche Entwicklungsperspektiven in der Innenstadt. folglich gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) Heimtextilien sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar, die vor allem im Ergänzungsstandort An der Feuerwache/Altenhainer Straße angeboten werden (z.B. Teppich Witzschel, Home Market). Die

Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

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

Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Stufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig dem innerstädtischen A-Zentrum vorbehalten, in abgestuften Funktionszuweisungen sind Ansiedlungen auch im Nahversorgungszentrum möglich. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zudem auch in den integrierten Nahversorgungslagen zulässig. Kleinteilig sind Ansiedlungen nach oben genannten Kriterien auch wohngebietsintegriert außerhalb der Versorgungszentren möglich.

**„Frankenberger Sortimentsliste“**

zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

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

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

### 6.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Konzeptes der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Frankenberg/Sa.

Der Erhalt und die Stärkung von Frankenberg/Sa. als Grundzentrum, insbesondere durch die gezielte Innenstadtentwicklung, erfordern eine gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur und Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Frankenberg/Sa. maßgeblich bestimmt.

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

A-Zentrum Innenstadt – zielt auf eine räumliche Ausdehnung und einen umfassenden Branchenmix als Hauptgeschäftszentrum

Nahversorgungszentrum – bietet Grundversorgung im kurzfristigen und ergänzend mittelfristigen Bedarf für das östliche Stadtgebiet

Integrierte Nahversorgungslagen – ergänzen die zentralen Versorgungsbereiche mit dem Ziel einer möglichst flächendeckenden Grundversorgung mit jeweils standortspezifisch definierten Versorgungsfunktionen

Ergänzungsstandorte als Fachmarktstandorte mit gesamtstädtischer und regionaler Ausstrahlung

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

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

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

#### **Leitlinie 1 – Priorität der innerstädtischen Entwicklung:**

**Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität. Die Einbindung des Kaufland-Standortes als bedeutender Kundenmagnet für Frankenberg und dessen funktionale Anbindung an die historische Altstadt bedeutet eine nachhaltige Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb lokaler und regionaler Einzelhandelsstandorte. Für die funktionale Zusammenführung ist es notwendig, dass räumliche Entwicklungspotenziale für die Ansiedlung von Magnetbetrieben geschaffen werden, um den Mix von Betriebstypen und Angeboten in der Innenstadt zu erweitern. Die vorgezeichnete Entwicklung trägt zur Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches und damit zur Existenzsicherung der kleinen Fachgeschäfte bei.**

Weiterhin sollten Komplementärfunktionen, insbesondere gastronomische Angebote verstärkt angesiedelt werden, um eine hohe Funktionsvielfalt in der Innenstadt zu gewährleisten. Die Ansiedlungsbemühungen sollten durch städtebauliche Maßnahmen unterstützt werden (bspw. attraktive Stadtmöblierung, Sicherung der ÖPNV-Erreichbarkeit, ausreichendes Stellplatzangebot, barrierefreie Laufwege).

Die bestehende Gebäudesubstanz sowie auch vorhandene Lücken in der Bebauung bieten umfangreiche Entwicklungspotenziale, die bezüglich der Vermietbarkeit für Gewerbeansiedlungen gemeinsam mit den Eigentümern detailliert geprüft werden sollten. Verstärkt sind zukünftig die Kundenströme gezielt in das Innenstadtzentrum zu lenken, um somit einen weiteren Funktionsverlust der Frankenberger Innenstadt abzuwenden.

### **Leitlinie 2 – Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment:**

**Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind den zentralen Versorgungsbereichen, vorrangig der Innenstadt und in abgestufter Ausprägung dem Nahversorgungszentrum vorbehalten.**

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

In der Regel sollten Betriebe mit zentrenrelevanten Umsatzschwerpunkten nur auf zentrale Versorgungsbereiche beschränkt werden, wobei das nachrangig gegliederte Nahversorgungszentrum auch nur funktionsgerechte Größenordnungen aufweisen soll. Die vorrangige Konzentration gebührt der Innenstadt, im Nahversorgungszentrum sind zentrenrelevante Sortimente nur als Ergänzungssortimente nahversorgungsrelevanter Anbieter eingebunden.

Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potentiellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB). Standorte entlang der Hauptverkehrsachsen und an der Autobahn sollten für die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente ausgeschlossen werden. Für städtebaulich ungeeignete Standorte werden planungsrechtliche Instrumentarien eingesetzt, um nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um somit die Erhaltung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Kommune, zu sichern.

### **Leitlinie 3 – Sicherung der Nahversorgung:**

**Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Frankenberger Nahversorgungsstruktur wird im Schwerpunkt getragen durch ein Nahversorgungszentrum und vier integrierte Nahversorgungslagen zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung in Frankenberg. Deren Angebotsstrukturen sind vorrangig auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten. In Wohnlagen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.**

Die quantitative und qualitative Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung.

Das Nahversorgungszentrum Frankenpark zielt auf eine umfassende Grundversorgung speziell für das östliche Stadtgebiet und angrenzende Ortsteile. Mit der Aufnahme zusätzlicher Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankenberg wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung und für ein umfassendes qualitatives Angebotsspektrum der einzelnen Betriebsformen klar definiert. Nahversorgungslagen sind definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten einschließlich von Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich. Deren Größendimensionierung orientiert sich an den standortspezifischen Versorgungsfunktionen. Eine Ergänzung durch Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen. Kleinteilige Nahversorgungslösungen sind Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Lebensmittel, ausgerichtet auf das unmittelbare Wohnumfeld. Ihre Größendimensionierung ist auf eine wirtschaftliche Tragfähigkeit abgestimmt, sie kann auch über den Anlagentyp des „Frankenberger Nachbarschaftsladens“ hinausgehen.

#### **Leitlinie 4 – Zulässigkeit von Frankenger Nachbarschaftsläden:**

**Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.**

Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt sowie Nahversorgungszentrum), der Nahversorgungslagen und den planungsrechtlichen Festsetzungen für Ergänzungsstandorte ist nur zulässig, wenn die Verkaufsfläche je Einzelanbieter unter 100 m<sup>2</sup> beträgt.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Frankenberg. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 100 m<sup>2</sup> sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Frankenger Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Frankenberg/Sa.. Vom Frankenger Nachbarschaftsladen gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.

Einzelanbieter mit Verkaufsflächen ab 100 m<sup>2</sup> sind dagegen innerhalb der Einzelhandelsstruktur der Stadt Frankenberg bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen.

Die Stadt Frankenberg/sa. verfügt über einen hohen Anteil kleinstrukturierter Einzelhandelsflächen. Lediglich 27 % aller Einzelhandelsbetriebe (31 Einzelhandelsbetriebe zum Stand Oktober 2014) in Frankenberg/Sa. verfügen über eine Verkaufsfläche ab 100 m<sup>2</sup>. Noch ausgeprägter stellt sich die Flächenstruktur in der Innenstadt dar: 16 % aller Anbieter (8 der insgesamt 51 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe zum Stand Oktober 2014) in diesem zentralen Versorgungsbereich verfügen nur über Verkaufsflächen ab 100 m<sup>2</sup>.

Folglich können bereits große Fachgeschäfte mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten zu erheblichen Wettbewerbseinflüssen führen und sind dementsprechend prioritär in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

Zur spezifischen Bewertung von Lebensmittel-Fachgeschäften als kleinteilige Nahversorgungslösungen vergleiche Leitlinie 3.

#### **Leitlinie 5 - Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes begrenzen:**

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

Ausnahmen von dieser Empfehlung können nur bei Einhaltung folgender Kriterien zugelassen werden:

Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Leitlinie 4 (Frankenger Nachbarschaftsläden).

oder

Die Anbieter sind als kleinteilige Nahversorgungslösungen (=Lebensmittel-Fachgeschäfte mit Wohngebietsbezug) zu charakterisieren, gemäß Leitlinie 3.

oder

Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Frankenberger Sortimentsliste“ zu mindestens 90 % als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf unter 100 m<sup>2</sup> begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche verbunden ist.

Ausnahmsweise zulässig sind auch Tankstellenshops sowie Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichem Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Frankenberger Sortimentsliste“) führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

#### **Leitlinie 6 – Planungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte:**

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

Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Frankenberg/Sa. ergänzend zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von den Ergänzungsstandort „An der Feuerwache/Altenhainer Straße“ und vom Ergänzungsstandort „An der Autobahn“ wahrgenommen. Zukünftige Standortentwicklungen an den Ergänzungsstandorten ordnen sich in der Priorität der zentralen Versorgungsbereiche und der wohngebietsintegrierten Nahversorgung unter. Folglich sind Entwicklungen an den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels stets in ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und ausgewiesene Nahversorgungsstandorte zu prüfen.

#### **Leitlinie 7 – Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:**

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

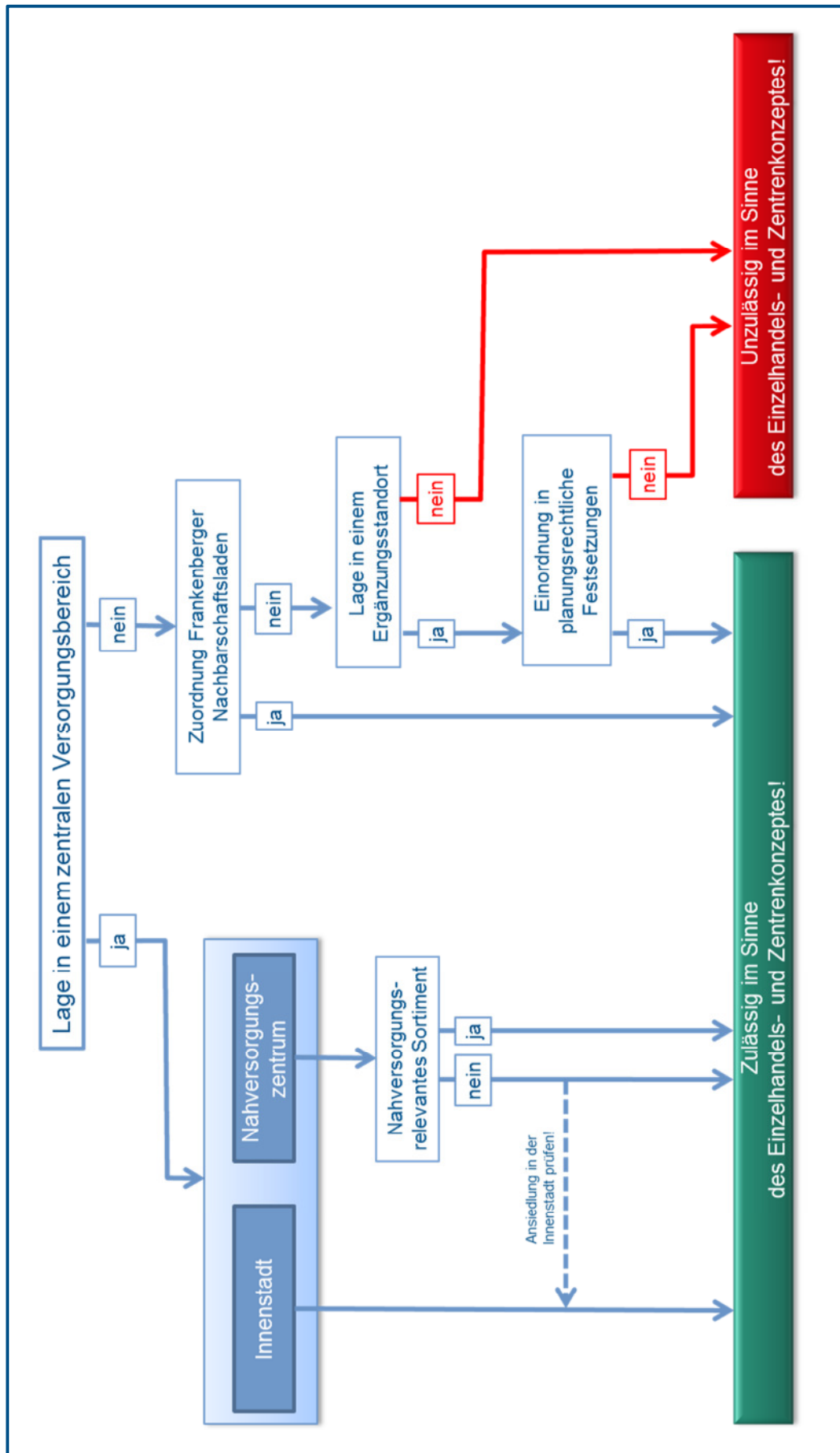
**Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.**

### **6.4. Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment**

Die nachfolgende Matrix soll eine Grundlage für eine zukünftige Vereinfachung und beschleunigte Verfahrensweise zur Beurteilung formeller Planungsschritte ermöglichen. Vorauszuschicken ist, dass es sich um eine erste Bewertung von neuen Planvorhaben im Hinblick auf die Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept, dessen Zielen und Handlungslinien handelt. Die Lage und Dimensionierung neuer Vorhaben bzw. Erweiterungsplanungen bestimmen jeweils die Bedeutung und deren stadtgebietsbezogene Wirkungen. Diese anhand der vorgegeben Matrix grundlegend zu bestimmen und damit auch die weitere Verfahrensweise festzulegen, ist Aufgabe und Ziel des Prüfschemas.



Abbildung 18: Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente



## BBE Handelsberatung GmbH

i.V.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Silvia Horn'.

Dr. Silvia Horn

i.V.

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


Dr. Ulrich Kollatz

## **7. Verzeichnis der Anlagen**

Zentrenpass Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum) Innenstadt Frankenberg/Sa.

Zentrenpass Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark

Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen



Quelle: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, Earthstar Geographics, CNES/Airbus DS, USDA


## A-Zentrum Innenstadt

**Lage:** Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich über die bereits benannten Hauptgeschäftslagen Schloßstraße, Markt und Baderberg mit Teilen der Chemnitzer Straße im südlichen Verlauf. Westlich umschließen die Wassergasse, die Carolastraße, der Dammplatz und der Kaufland-Standort an der Jochen-Köhler-Straße das A-Zentrum. Klingbach und Teile der Gartenstraße begrenzen nördlich den zentralen Versorgungsbereich. Im Osten wird das A-Zentrum durch den Verlauf Am Graben und der Kirchgasse eingegrenzt.

**Versorgungsfunktion:** Die Versorgungsfunktionen umschließen maßgeblich die Grundversorgung im kurzfristigen und mittelfristigen Bedarf für das Stadtgebiet, einschließlich der weiteren Ortsteile von Frankenberg/Sa. .

**Einzugsgebiet:** gesamtstädtisches Einzugsgebiet – regionale Ausstrahlung erzielen nur einzelne Anbieter

**Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:** Die höchste Priorität im Zentrengefüge der Stadt Frankenberg/Sa. besitzt die historische Innenstadt – den Mittelpunkt bilden der Markt, die Schloßstraße und der Baderberg. Die Kompetenz und die Stärkung der Stadt als Einkaufsstandort beruhen in erster Linie auf einer vitalen Innenstadt. Ziel ist es, dem historischen Zentrum eine größere Präsenz und Branchenvielfalt einzuräumen. Die begrenzten Entwicklungsspielräume sind auf das Planareal und die Fachgeschäftsstrukturen zu lenken. In der Verknüpfung von Einkauf, Kultur und Gastronomie liegt die Chance die Innenstadt als Erlebnisbereich zu profilieren und sich gegenüber den wachstumsstarken Online-Handel abzuheben.




Kartengrundlage: Nexiga, GmbH, 2006-2012, Tom-Torn

### Angebotsstruktur

(Stand Dezember 2014):

Nahrungs- & Genussmittel	3.040 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	924 m <sup>2</sup>
Blumen, Garten, Heimtextil	160 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	335 m <sup>2</sup>
Beleidung, Textilien	965 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	145 m <sup>2</sup>
Heimwerkerbedarf	80 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	320 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	55 m <sup>2</sup>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	325 m <sup>2</sup>
Elektronik	55 m <sup>2</sup>
UE, Kommunikation, PC	126 m <sup>2</sup>
Foto / Optik / Akustik	55 m <sup>2</sup>
Uhren / Schmuck	65 m <sup>2</sup>
sonstiges	65 m <sup>2</sup>




Quelle: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, Earthstar, Geographics, CNES/Airbus D, USDA, USGS, AEK

## Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Frankenpark

**Lage:** Standort des Nahversorgungszentrums Frankenpark liegt im östlichen Stadtgebiet, ca. 1,5 km von der Innenstadt (Markt) entfernt, Grundstück liegt unmittelbar an der S203 (Äußere Freiberge Straße) als wichtige östliche Stadtzufahrt, Grundstückszufahrt erfolgt über die Gutenbergsstraße, ÖPNV-Anbindung direkt am Grundstück mit einer Haltestelle der Stadtlinie D in der Gutenbergsstraße.

**Versorgungsfunktion:** Grundversorgung im kurzfristigen und ergänzend mittelfristigen Bedarf für das östliche Stadtgebiet von Frankenberg/Sa. .

**Einzugsgebiet:** Wohngebiete südlich der S203 – Plattenbaugebiet um Gutenbergsstraße / Einsteinstraße / Kopernikusstraße sowie Eigenheimssiedlung am Mühlbergring, Anbindung des Ortsteiles Langenstriegis.



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2006-2012, TomTom

## Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Der Standort zeigt sich als einheitlich konzipiertes Einkaufszentrum, die räumliche Abgrenzung als C-Zentrum schließt den Gebäudekomplex einschließlich der Parkflächen ein. Als Magnetanbieter fungiert der Lebensmittelcounter Norma, insgesamt sind jedoch 8 Einzelhandelsbetriebe ansässig, ergänzt durch Gastronomie, Dienstleister und Praxen für Logopädie und Ergotherapie. Es erweist sich im umfassenden Sinne als Nahversorgungszentrum. Ziel ist, die Grundversorgungsfunktionen im kurzfristigen und ergänzend mittelfristigen Bedarf durch Festigung und Ausbau der Funktionen zu stärken. Der Standort besitzt aktuell eine, der Versorgungsfunktion angemessene Gesamt-Verkaufsfläche von 2.145 m², freie Gewerbeinheiten erlauben die Ansiedlung zusätzlicher Fachgeschäfte / Dienstleister.

## Angebotsstruktur

(Stand November 2014):

Nahrungs- & Genussmittel	1.185 m²
Gesundheit, Körperpflege	75 m²
Blumen, Garten, Heimtier	35 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	30 m²
Bekleidung, Textilien	680 m²
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf	
Spielwaren, Hobby	
Sportartikel, Fahrräder	40 m²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	
Elektronik	
UE, Kommunikation, PC	
Foto / Optik / Akustik	
Uhren / Schmuck	
sonstiges	100 m²

**Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen**

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

**DIY:**

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

**Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:**

Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung eines Gebiets innerhalb eines Jahres. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen und Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft.

Bei der Ermittlung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden nur diejenigen Anteile der Kaufkraft berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

**Einzelhandelsrelevante Zentralität:**

Der Zentralitätsgrad eines definierten räumlichen Gebietes (z. B. Innenstadt, Gemeinde, Region) gibt an, welche Bedeutung die in diesem Gebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der in diesem und in umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung haben.

Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100.

Ein Wert unter 100 zeigt an, dass Handelsumsatz an andere Standorte abgegeben wird. Ein Wert über 100 bedeutet, dass Umsätze von Kunden außerhalb des definierten Gebietes hinzufließen, der Handelsumsatz also größer als das Potenzial der Bevölkerung darin ist.

**Ergänzungsstandort:**

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

**GPK:**

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

### **Großflächiger Einzelhandel**

Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Urt. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> beginnt (BVerwG Urt. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche) kumulativ auftreten.

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.

Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

### **Kaufkraftbindung:**

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

### **Kernsortiment/Randsortiment:**

Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.

Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Wichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche).

### **Lebensmitteldiscounter:**

Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Nonfood-Umsatzanteil von ca. 10 - 13 % auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.

Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

**Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:**

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

**Nahversorgungslage:**

Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.

Nahversorgungslagen sind durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter) gekennzeichnet, i. d. R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).

Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

**Nahversorgungszentrum:**

Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine städtebauliche Einheit und ist in das Siedlungsgefüge integriert. Eine räumliche Nachbarschaft zu Wohngebieten ist charakteristisch.

Nahversorgungszentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Sie übernehmen die lokale Vor-Ort-Versorgung vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung.

**SB-Markt:**

Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m<sup>2</sup>. Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.

Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

**SB-Warenhaus:**

Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m<sup>2</sup>. Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) auch eine umfangreiche Nonfood-Abteilung (Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %).

Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und/oder Sonderangebotspolitik aus.

Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem auto-kundenorientierten, oft peripheren Standort.



### **Sortiment, nahversorgungsrelevantes:**

Als nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln, anzusehen. Diese Waren werden von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden soll.

### **Sortiment, zentrenrelevant:**

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

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

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

Wesentliche Merkmale nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind ein meist hoher Flächenanspruch, geringe Kopplungswirkungen und eine eingeschränkte Transportfähigkeit. Diese Artikel werden oft mit handwerklichen Dienstleistungen (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt) oder für gewerbliche Nutzungen (z. B. Baustoffhandel, Büromöbelhandel) angeboten.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente strahlen kein Gefährdungspotential auf gewachsene Zentren aus. Zu beachten sind dabei aber immer zentrenrelevante Randsortimente, die sehr wohl Auswirkungen haben können.

**Stadtteilzentrum:**

Ein Stadtteilzentrum beschreibt eine städtebauliche Einheit, die sich abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge in räumlicher Nähe zu Wohngebieten befindet.

Stadtteilzentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Hauptaufgaben sind sowohl die Nahversorgung als auch die Grundversorgung eines Stadtteils mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Die Einzelhandelsstruktur ist i. d. R. durch Lebensmittel- und ergänzende Anbieter geprägt. Weiterhin sind zentrentypische Dienstleistungen vorhanden.

**Supermarkt:**

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

Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

**Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):**

Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>. Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Nonfood-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Flächenanteil ca. 30 - 60 %) stark an.

Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

**Verkaufsfläche:**

Die Verkaufsfläche bezeichnet alle Flächen, die dem Verkauf dienen (inkl. Gänge, Treppen, Kassenzonen, Schaufenster, Theken, Vorkassenzone, Windfang, Leergutannahme) und dem Kunden frei zugänglich sind sowie dauerhaft genutzte Freiverkaufsflächen.

Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen sowie Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

**Verkaufsflächenausstattung je Einwohner:**

Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beschreibt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl.

Es ist ein quantitativer Indikator der Versorgung für die Ausstattung eines Gebiets.

**Zentraler Versorgungsbereich:**

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

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