BBE Handelsberatung

München – Nürnberg – Erfurt – Leipzig

# Stadt Heidenau - Einzelhandelskonzept

Auftraggeber:

Stadt Heidenau
Dresdner Straße 47
01809 Heidenau

Projektleitung:
Dipl.-oec. Mathias Vlcek

BBE Handelsberatung GmbH
Futterstraße 14
99084 Erfurt

Tel.: (0361) 77 80 660
Fax: (0361) 77 80 612
E-Mail: vlcek@bbe.de

**(Anlage 069/2010-1)**

Erfurt, den 27. Mai 2010

**Inhaltsverzeichnis**


Aufgabenstellung

**1. Standortrahmenbedingungen der Stadt Heidenau ..... 6**

1.1 Lage und Verkehrsanbindung ..... 6
1.2 Landes- und Regionalplanung ..... 8
1.3 Soziodemographische Daten ..... 9

**2. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen Heidenaus ..... 13**

2.1 Einzugsgebiet und Konsumentenpotenzial ..... 13
2.2 Marktvolumen ..... 16

**3. Einzelhandelsstruktur der Stadt Heidenau ..... 18**

3.1 Vorhandene Einzelhandelsflächen ..... 18
3.2 Sortimentsbezogene Einzelhandelsausstattung ..... 19

3.2.1 Kurzfristiger Bedarfsbereich ..... 19
3.2.2 Mittelfristiger Bedarfsbereich ..... 21
3.2.3 Langfristiger Bedarfsbereich ..... 23

3.3 Räumliche Einzelhandelsstruktur ..... 25
3.4 Großflächige Einzelhandelsbetriebe ..... 29
3.5 Lebensmittelrelevante Einzelhandelsbetriebe ..... 32
3.6 Branchenspezifische Zentralitäten ..... 35

**4. Konzeptentwicklung für den Heidenauer Einzelhandel ..... 38**

4.1 Zukünftiger Verkaufsflächenbedarf ..... 38

4.1.1 Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung ..... 38
4.1.2 Prognostizierte Kaufkraftentwicklung ..... 39
4.1.3 Künftiger Verkaufsflächenbedarf ..... 40
4.1.4 Geplante Einzelhandelsprojekte ..... 43

4.2 Branchen- und Standortkonzept Heidenau ..... 45
4.3 Identifikation und Bewertung von Potenzialflächen ..... 50

**5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Heidenau ..... 58**

5.1 Zentrenkonzept Heidenau ..... 58
5.2 Versorgungsbereiche, -standorte und -lagen in Heidenau ..... 69

5.2.1 Zentraler Versorgungsbereich ..... 69
5.2.2 Nahversorgungsstandorte und -läden ..... 73
5.2.3 Agglomerationsstandorte und Sonderlagen ..... 81

5.3 Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente in Heidenau ..... 86

5.3.1 Begriffsdefinition ..... 86
5.3.2 Sortimentsübersichten ..... 87

**6. Zusammenfassung ..... 89**

**7. Schlussbemerkung ..... 90**

Anlagen

## Tabellenverzeichnis


Tab. 1: Bevölkerungsentwicklung von Heidenau im Landesvergleich .... 9
Tab. 2: Bevölkerungsdichte ausgewählter Städte .... 10
Tab. 3: Anzahl der Haushalte in Heidenau .... 11
Tab. 4: Jahresdurchschnittliche Arbeitslosenquoten im Vergleich .... 11
Tab. 5: Pendlersaldo von Heidenau .... 11
Tab. 6: Einwohner des Einzelhandelseinzugsgebiets von Heidenau .... 15
Tab. 7: Einzelhandelsrelevantes Marktvolumen im Marktgebiet .... 17
Tab. 8: Verkaufsflächendichte in Heidenau .... 18
Tab. 9: Verkaufsflächen und Betriebe des kurzfristigen Bedarfsbereichs .... 19
Tab. 10: Verkaufsflächen und Betriebe des mittelfristigen Bedarfsbereichs .... 21
Tab. 11: Verkaufsflächen und Betriebe des langfristigen Bedarfsbereichs .... 23
Tab. 12: Räumliche Struktur des Heidenauer Einzelhandels .... 25
Tab. 13: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Heidenau .... 29
Tab. 14: Verkaufsflächendichte der Branche Lebensmittel in Heidenau .... 32
Tab. 15: Kaufkraftbindungsquoten des Heidenauer Einzelhandels .... 35
Tab. 16: Branchenbezogene Kaufkraftbindungsquoten in Heidenau .... 37
Tab. 17: Bevölkerungsprognose für Heidenau und das Einzugsgebiet .. 38
Tab. 18: Entwicklung des Marktvolumens bis 2015 .... 39
Tab. 19: Verkaufsflächenmehrbedarf in Heidenau in 2015 .... 42
Tab. 20: Geplante Verkaufsflächen in Heidenau .... 44
Tab. 21: Entwicklungspotenziale für Heidenau bis 2015 .... 49
Tab. 22: Kriterien der Zentrenklassifizierung für Heidenau .... 60
Tab. 23: Zentrenstruktur von Heidenau .... 68


## Abbildungsverzeichnis


Abb. 1: Lagebeziehungen von Heidenau .... 6
Abb. 2: Raumordnerische Einordnung von Heidenau .... 8
Abb. 3: Bevölkerungsentwicklung von Heidenau .... 9
Abb. 4: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern .... 12
Abb. 5: Wettbewerbsstandorte von Heidenau inkl. generiertem Umsatz .... 13
Abb. 6: Zonierung des Einzelhandelseinzugsgebiets von Heidenau .... 14
Abb. 7: Verkaufsflächenanteile der einzelnen Handelslagen .... 28
Abb. 8: Darstellung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe .... 31
Abb. 9: Struktur des Lebensmitteleinzelhandels in Heidenau .... 33
Abb. 10: Darstellung der wesentlichen Lebensmittelanbieter .... 34
Abb. 11: Zentralitätskennziffern ausgewählter Städte .... 36
Abb. 12: Aktuelle und angestrebte Zentralitäten für den Heidenauer Einzelhandel .... 41
Abb. 13: Lage der geplanten Einzelhandelsvorhaben .... 43
Abb. 14: Modell der Standortstruktur von Heidenau .... 61
Abb. 15: Zentrenkonzept in Heidenau in 2015 .... 62
Abb. 16: Verkaufsflächenstruktur des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt .... 69
Abb. 17: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt .... 72

**Anlagenverzeichnis**


Anl. 1: Einwohner im Verflechtungsbereich Heidenau ..... 91
Anl. 2: Einwohnerprognosen für Heidenau und Umgebung 2010 - 2020 ..... 92
Anl. 3: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots ..... 93
Anl. 4: Einzelhandelsausstattung von Heidenau nach Sortimenten .... 94
Anl. 5: Definitionen von Lebensmittel-Vertriebsformen ..... 95

## Aufgabenstellung

Die Stadt Heidenau beabsichtigt mit der Aufstellung eines Einzelhandelskonzepts die Entwicklungsspielräume für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt zu ermitteln. Erste Ansätze dazu erfolgten durch Gutachten des Prisma-Instituts aus Hamburg in den Jahren 1991 und 1997, deren Ergebnisse zum Teil in die Heidenauer Stadtentwicklung eingeflossen sind.

Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die Weiterentwicklung des tertiären Sektors, speziell des Einzelhandels und des Ladenhandwerks, zu erarbeiten. Auf Basis der Analyse der angebots- und nachfrageseitigen Strukturen von Heidenau sowie der städtebaulichen Rahmenbedingungen wird in Folge ein Vorschlag für ein Zentrenkonzept erarbeitet. Das Einzelhandelskonzept soll die inhaltlichen Grundlagen für ein Zentrenkonzept sowie die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. des Baugesetzbuches bzw. der Baunutzungsversorgung liefern. Zu den bauplanungsrechtlichen Schnittstellen zählen hier insbesondere

- § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB (Berücksichtigung eines Zentrenkonzepts bei eigenen Bauleitplänen),
- § 2 Abs. 2 BauGB (Interkommunale Abstimmung im Bauleitplanverfahren),
- § 34 Abs. 3 BauGB (Schutz zentraler Versorgungsbereiche bei Projekten im unbeplanten Innenbereich) sowie
- § 11 Abs. 3 BauNVO (Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung bei einer Sondergebietsausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte).

Die Stadtverwaltung Heidenau beauftragte die BBE Handelsberatung GmbH am 06.05.2009 mit der Erstellung eines Branchen- und Standortkonzeptes für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk der Stadt Heidenau (Einzelhandelskonzept). Dem Auftrag liegt das Angebot der BBE Handelsberatung GmbH vom 02.04.2009 zu Grunde.

Gemäß dem Angebot stehen folgende Schwerpunkte im Mittelpunkt des Auftrags:

- Erhebung der einzelhandelsrelevanten Standortrahmendaten der Stadt Heidenau,
- Abgrenzung und Zonierung des einzelhandelsbezogenen Marktgebietes der Stadt Heidenau und Berechnung des Nachfragepotenzials,
- Erfassung und Analyse der Angebotsstrukturen des Heidenauer Einzelhandels und Ladenhandwerks,
- Beschreibung der räumlichen und quantitativen Entwicklungsperspektiven des Heidenauer Einzelhandels,
- Erarbeitung eines Zentrensystems der Stadt Heidenau,
- Darstellung und Beschreibung der potenziellen zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstiger relevanter Versorgungsstandorte in Heidenau,
- Vorschlag einer „Heidenauer Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

# 1. Standortrahmenbedingungen der Stadt Heidenau

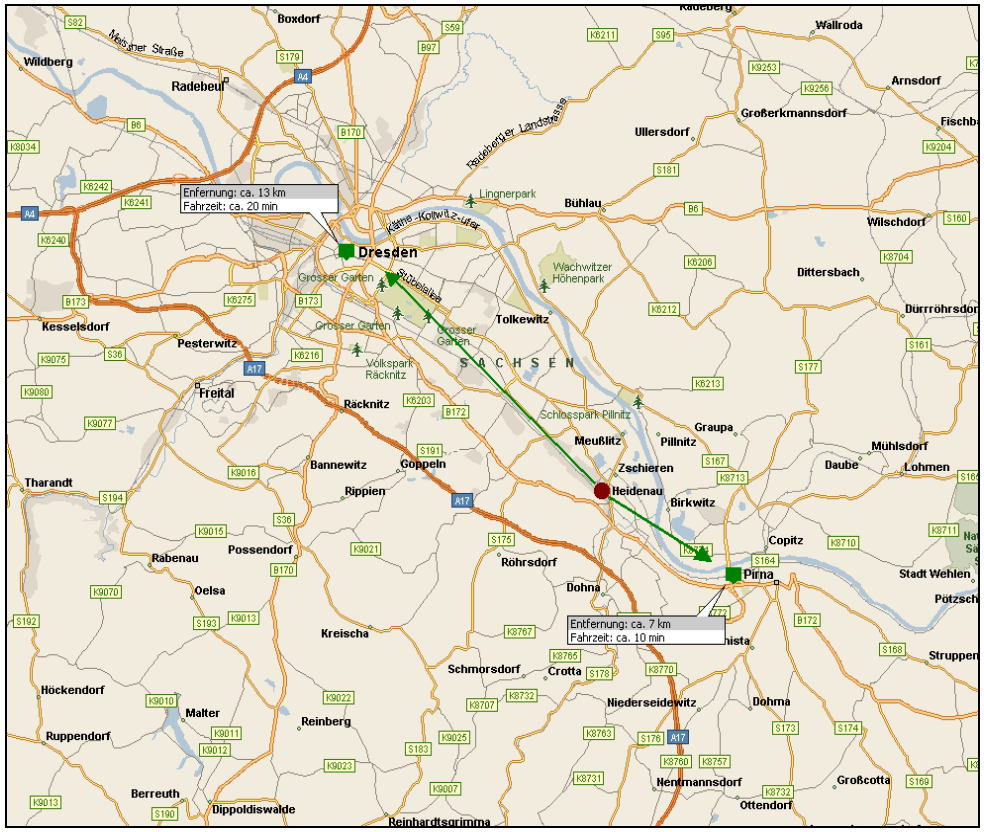
## 1.1 Lage und Verkehrsanbindung

Die Stadt Heidenau liegt im südöstlichen Teil des Freistaats Sachsen im Landkreis Sächsische Schweiz – Osterzgebirge. Die Stadt ist durch die unmittelbare Lage an der Elbe im landschaftlich attraktiven Oberen Elbtal gekennzeichnet. Heidenau dehnt sich von nordwestlicher in südöstliche Lage aus, wobei die Elbe eine Zäsur der Stadt zum östlichen Teil des umliegenden Landkreises darstellt. Westlich grenzt Heidenau direkt an die Stadt Dohna, mit welcher Heidenau auf Grund der Nähe räumlich-funktional verflochten ist.

Die Lage der Stadt ist vor allem durch die Nähe zur nordwestlich gelegenen Landeshauptstadt Dresden sowie zur Kreisstadt Pirna charakterisiert. Beide Städte grenzen ebenfalls das Einzugsgebiet von Heidenau ein und nehmen auf Grund ihrer Ausstattung mit Verkaufsfläche sowie der Branchenvielfalt wesentlich auf den Heidenauer Einzelhandel Einfluss.

Heidenau liegt direkt an der Autobahn A 17 (Dresden – Prag) und kann über zwei Anschlussstellen (Heidenau, Pirna) erreicht werden. Auf Grund der Nähe zur Staatsgrenze bestehen mit der Tschechischen Republik über diese Autobahn enge Wechselbeziehungen. Die Autobahn stellt zudem die wichtigste Verbindung zwischen den beiden Ballungsräumen Dresden und Prag dar. Weiterhin tangiert die Bundesstraße B 172 das Stadtgebiet von Heidenau, welche eine vielbefahrene Nord – Süd – Verbindung zwischen Dresden und dem südöstlichen Teil des Landkreises Sächsische Schweiz – Osterzgebirge darstellt. Auf Grund der meist innerörtlichen Trassierung sowie des teilweise hohen Verkehrsaufkommens unterliegt die Kapazität dieser Verkehrsverbindung (nicht nur in Heidenau) einer hohen Auslastung. Südwestlich wird Heidenau über die Staatsstraße S 178 an Dohna sowie das ländlich geprägte Umfeld angeschlossen.

**Abb. 1: Lagebeziehungen von Heidenau**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Heidenau wird durch das Schienennetz der Deutschen Bahn an die S–Bahnstrecke Dresden – Pirna (Bad Schandau / Schöna) angebunden und verfügt auch über eine direkte Verbindung zum Flughafen Dresden. Weiterhin verbindet die 38 km lange Müglitztalbahn Heidenau mit Altenberg sowie zahlreichen touristisch attraktiven Orten im Erzgebirge. Der Bahnhof ist zentral am Innenstadtrand von Heidenau gelegen. Weitere S-Bahn-Haltepunkte bestehen in der Pirnaer Straße (Hp Heidenau Süd) und Am Niederhof (Hp Heidenau-Großsedlitz).

Am Bahnhofsvorplatz existiert ein zentraler Busbahnhof, von wo aus der öffentliche Personennahverkehr in die umliegenden Orte erfolgt. Die wichtigsten Verbindungen stellen die Buslinien nach Dresden und nach Pirna dar.

Die außerhalb des Siedlungsgebietes vorhandene Anlegestelle der Sächsischen Dampfschifffahrt ist insbesondere für Touristen interessant; die dort ebenfalls bestehende Fähranlegestelle dient dem nicht-motorisiertem Austausch mit dem angrenzenden Prina-Birkwitz.

## 1.2 Landes- und Regionalplanung

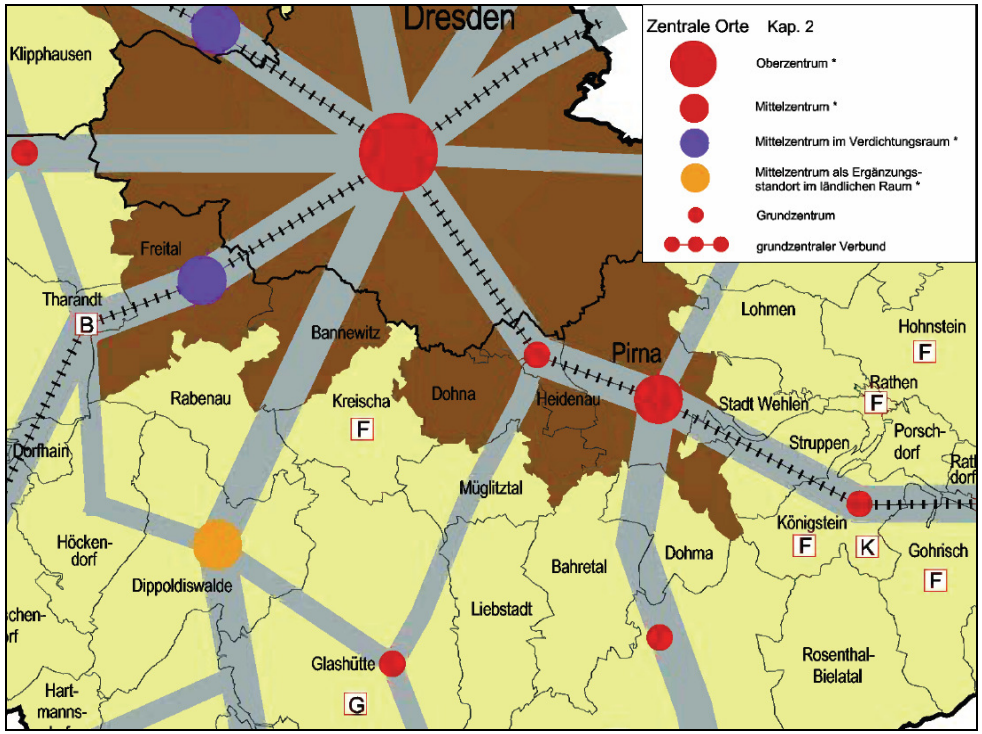
Die Stadt Heidenau liegt zwischen dem Oberzentrum Dresden sowie dem Mittelzentrum Pirna und wird laut dem Regionalplan Oberes Elbtal / Osterzgebirge als Grundzentrum eingestuft. Ein Grundzentrum soll gemäß dem Landesentwicklungsplan u.a. die Grundversorgung im Einzelhandel für den allgemeinen täglichen Bedarf sicherstellen. Ferner soll ein dauerhaft gesichertes und stabiles Netz mit übergemeindlichen tragfähigen Versorgungseinrichtungen vorhanden sein.

Heidenau ist im Verdichtungsraum des Oberzentrums Dresden gelegen. Grundsätzlich sollten sich Orte, welche in einem Verdichtungsraum liegen, in ihrer Versorgungsfunktion so entwickeln, dass unter Berücksichtigung der räumlichen Verflechtungen die Funktionsfähigkeit der umliegenden zentralen Orte nicht beeinträchtigt wird.

Der landesplanerisch ausgewiesene Verflechtungsbereich von Heidenau umfasst die Gemeinde Dohna sowie Teile der Gemeinde Müglitztal (Ortsteile Crotta, Falkenhain, Maxen, Schmorsdorf und Weesenstein). In diesem Grundversorgungsbereich leben aktuell ca. 23.300 Einwohner (vgl. Anlage 1).

Gemäß dem Regionalplan sollen die Grundzentren für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereiches die Voraussetzungen zur Sicherung der Grundversorgung u.a. im Einzelhandel und Dienstleistungsbereich für den allgemeinen Bedarf schaffen bzw. erhalten.

**Abb. 2: Raumordnerische Einordnung von Heidenau**




Quelle: Regionalplan Oberes Elbtal / Osterzgebirge, 1.Gesamtfortschreibung 2009

## 1.3 Soziodemographische Daten

Im Folgenden werden kurz wesentliche soziodemographische Rahmendaten dargestellt, welche zur Beurteilung bzw. Einschätzung der Stadt Heidenau relevant sind.

### Bevölkerungsstruktur

Die Stadt Heidenau zählt derzeit 16.405 Einwohner (31.12.2008) und ist damit nach Pirna und Freital die drittgrößte Stadt im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge.

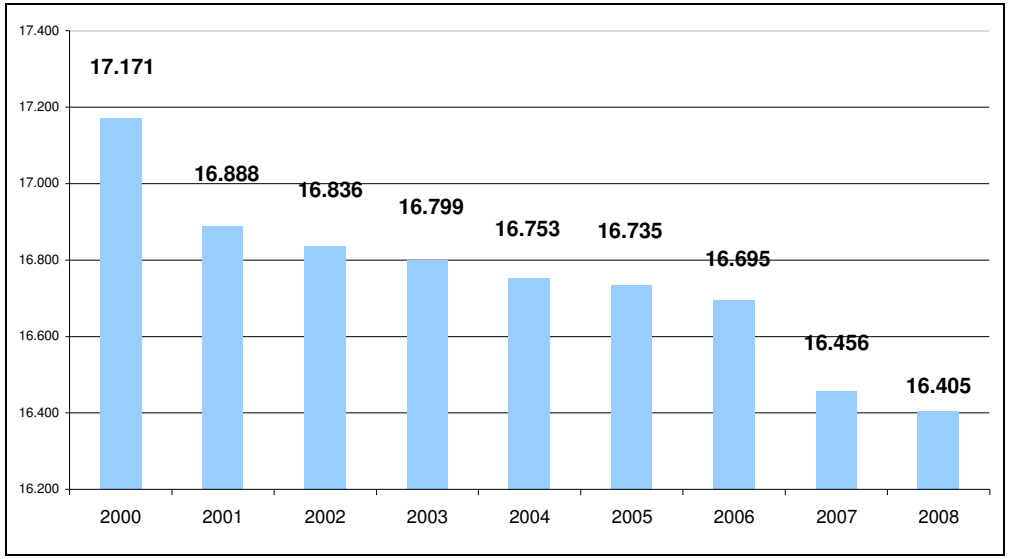
Das heutige Heidenau hat sich stadtstrukturell in den 1920er-Jahren aus den Dörfern Heidenau, Mügeln und Gommern gebildet. In den Folgejahren wurden die Orte Groß- und Kleinsedlitz sowie Wölkau eingemeindet, welche derzeit durch eine ländliche Struktur geprägt sind.

Die Bevölkerungsschwerpunkte bilden die beiden historisch gewachsenen Stadtteile Heidenau und Mügeln.

### Bevölkerungsentwicklung

Im Vergleich zum Jahr 2000 hat sich die Bevölkerung von Heidenau um jährlich durchschnittlich 0,6 % vermindert. Der Rückgang folgt der allgemeinen rückläufigen demographischen Entwicklung in Sachsen, wo die Bevölkerung seit 2000 um durchschnittlich 0,7 % p.a. zurückgegangen ist.

**Abb. 3: Bevölkerungsentwicklung von Heidenau**




Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

**Tab. 1: Bevölkerungsentwicklung von Heidenau im Landesvergleich**

| | Einwohner | | Veränderung |
|---|---|---|---|
| | 2000 | 2008 | % |
| Heidenau | 17.171 | 16.405 | -4,5 |
| Freistaat Sachsen | 4.425.581 | 4.192.690 | -5,3 |

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 2009
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

## Bevölkerungsprognosen

Zukünftig ist damit zu rechnen, dass sich die Bevölkerungszahl von Heidenau weiter rückläufig entwickelt. Die Prognose des Statistischen Landesamtes (4. Regionalisierte Bevölkerungsprognose) geht für 2015 von einer Bevölkerungszahl von 15.800 bis 16.100 Einwohnern aus. Auf Basis von Berechnungen der Bertelsmann Stiftung liegt die prognostizierte Einwohnerzahl in 2015 bei ca. 15.950 Einwohnern, was einem Rückgang zu 2008 von 2,8 % entspricht. Die dargestellten Rückgänge liegen jedoch niedriger als der Landesdurchschnitt des Freistaates Sachsen.

Die Stadt Heidenau geht von einem geringeren, mit der Landesstatistik abgestimmten und hier zugrunde gelegten Bevölkerungsrückgang aus, da die Stadt auch als Lebensmittelpunkt für Dresdner Bevölkerungsteile attraktiv ist und somit die Bevölkerungsentwicklung zum Teil an der positiven demographischen Entwicklung von Dresden partizipieren kann (vgl. Anlage 2).

## Bevölkerungsdichte

Die Bevölkerungsdichte liegt in Heidenau bei knapp 1.500 Einwohnern/km². Dieser Wert liegt in Relation zu umliegenden Orten überdurchschnittlich hoch.

**Tab. 2: Bevölkerungsdichte ausgewählter Städte**

| | Bevölkerungsdichte<br>Einwohner/km² |
|---|---|
| Heidenau | 1.482 |
| Pirna | 738 |
| Dohna | 216 |
| Freital | 963 |

Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, Marktdaten 2008

## Haushalte

Betrachtet man die Anzahl der Haushalte in Heidenau, so liegt die jahresdurchschnittliche Zahl aktuell bei 8.530 Haushalten. Die durchschnittliche Haushaltsgröße beträgt somit 1,9 Personen pro Haushalt und liegt damit auf dem Niveau des Freistaates Sachsen (1,9 Personen pro Haushalt).

**Tab. 3: Anzahl der Haushalte in Heidenau**

| | Haushalte<br>abs. | Durchschnittliche Haushaltsgröße<br>Personen/Haushalt |
|---|---|---|
| 2000 | 8.465 | 2,0 |
| 2008 | 8.530 | 1,9 |

Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, Marktdaten 2000 / 2008

## Arbeitsmarkt

Für die Stadt Heidenau bzw. den Heidenau einschließenden Arbeitsamtsbezirk Sächsische Schweiz - Osterzgebirge stellt sich eine im Vergleich zum Sachsendurchschnitt bessere Beschäftigungssituation dar. Die Bezirksarbeitslosenquote lag im Jahresdurchschnitt 2009 mit 11,7 % unter dem Durchschnitt des Freistaates Sachsen. Jedoch liegt die Arbeitslosigkeit über dem deutschlandweiten Durchschnitt, so dass insgesamt strukturelle Probleme auf dem Arbeitsmarkt zu verzeichnen sind.

**Tab. 4: Jahresdurchschnittliche Arbeitslosenquoten im Vergleich**

| | Arbeitslosenquote<br>% |
|---|---|
| Heidenau (Arbeitsamtsbezirk) | 11,7 |
| Freistaat Sachsen | 12,9 |
| Bundesrepublik Deutschland | 8,2 |

Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, Arbeitslosenquoten im Jahresdurchschnitt 2009

## Pendlersituation

Pendler stellen ein wichtiges Potenzial für den Einzelhandel dar, da auch Besorgungen auf dem Weg von und zur Arbeit getätigt werden. Außerdem bleibt darüber hinaus der Arbeitsort immer auch als Einkaufsort im Kopf der Verbraucher präsent (z.B. für gesonderte Einkaufsfahrten).

Heidenau weist einen negativen Pendlersaldo auf. Er betrug im letzten Jahr 1.274 Personen, so dass die Gemeinde mehr Auspendler als Einpendler aufweist.

**Tab. 5: Pendlersaldo von Heidenau**

| | Einpendler<br>Personen | Auspendler<br>Personen | Pendlersaldo<br>Personen |
|---|---|---|---|
| 30.06.2008 | 3.055 | 4.295 | -1.240 |
| 30.06.2009 | 2.998 | 4.272 | -1.274 |

Quelle: Statistik-Service der Agentur für Arbeit

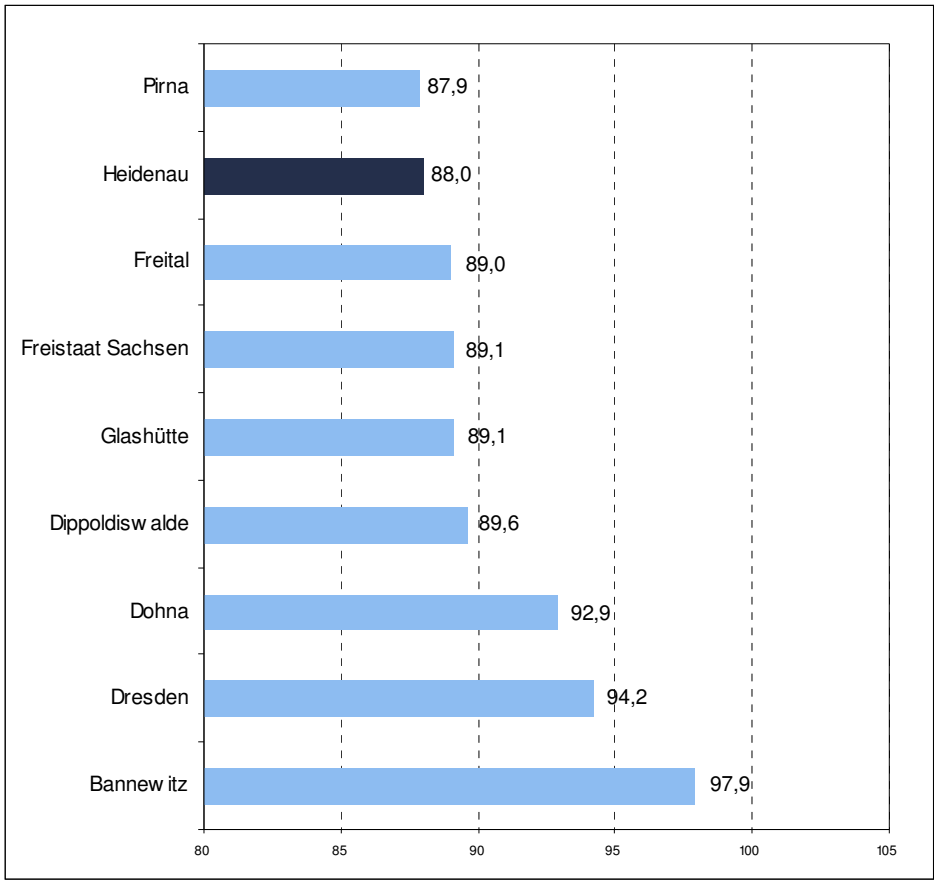
## Kaufkraft

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 für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

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

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex des Freistaates Sachsen sowie auch der anderen neuen Bundesländer liegt unter den Durchschnittswerten der Bundesrepublik. Die Stadt Heidenau weist mit 88,0 % im Vergleich mit umliegenden Orten sowie auch dem Freistaat Sachsen ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf.

**Abb. 4: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**




Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2009

# 2. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen Heidenaus

## 2.1 Einzugsgebiet und Konsumentenpotenzial

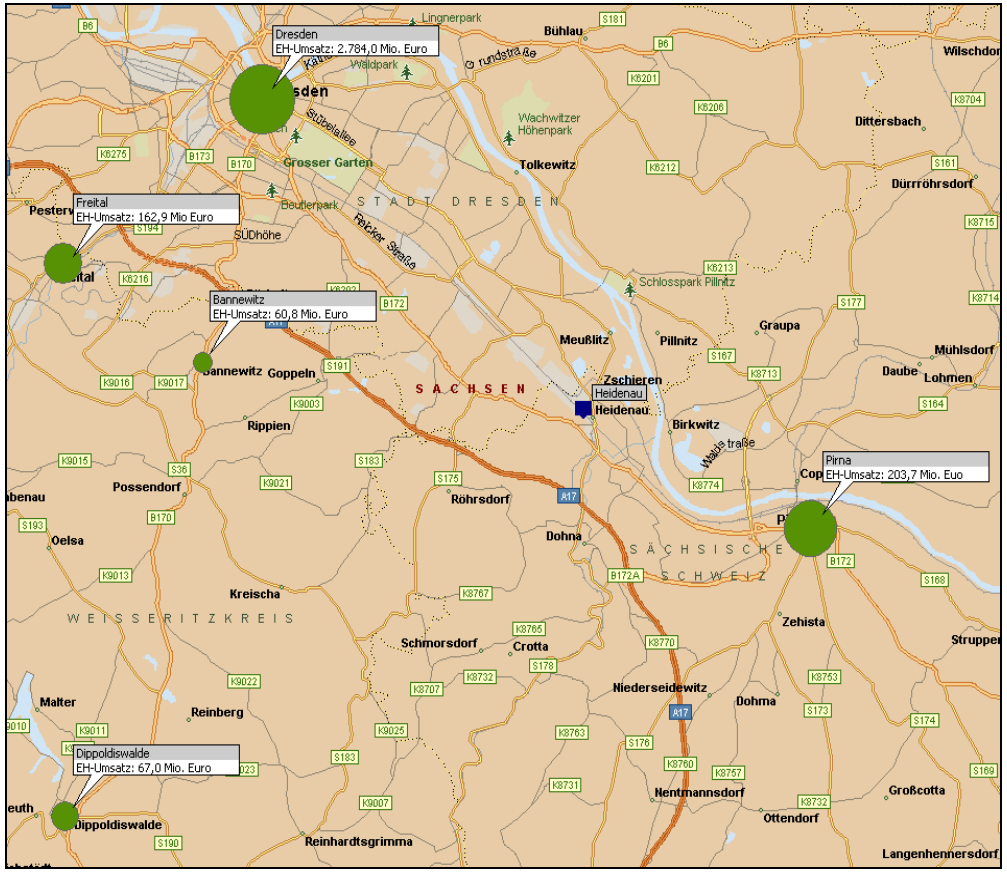
Als einzelhandelsrelevantes Marktgebiet wird der Raum definiert, aus welchem die Verbraucher überwiegend Versorgungsangebote in Heidenau in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung nach Heidenau auszugehen, da auch Kaufkraftabflüsse zu konkurrierenden Standorten bestehen.

Von besonderer Bedeutung hinsichtlich der Konkurrenzsituation im regionalen Kontext sind die umliegenden Konkurrenzzentren von Heidenau zu sehen. Selbige Orte grenzen das Einzugsgebiet von Heidenau ein und stehen im regionalen Wettbewerb mit der Stadt.

Als wesentliche Wettbewerbsstandorte sind vor allem Dresden sowie Pirna zu sehen, welche das Einzugsgebiet von Heidenau stark eingrenzen. Die anderen westlich gelegenen Wettbewerbsstandorte Freital, Bannewitz und Dippoldiswalde stellen im Wesentlichen Versorgungsschwerpunkte für die lokale Bevölkerung dar, überregionale Kaufkraftströme können jedoch kaum induziert werden. Östlich stellt der Fluss Elbe eine Zäsur dar.

Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt nach einem Gravitationsmodell, welches die Umlandausstrahlung von Städten auf Grundlage unterstellter Wechselwirkungen von Einzelhandelsattraktivität, jeweiliger örtlicher Bevölkerungszahl und räumlicher Entfernung zwischen Wettbewerbsstandorten bestimmt.

**Abb. 5: Wettbewerbsstandorte von Heidenau inkl. generiertem Umsatz**




Quelle: Marktdaten der BBE!CIMA!MB-Research 2008

Zur Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets von Heidenau sind weiterhin folgende Kriterien eingeflossen:

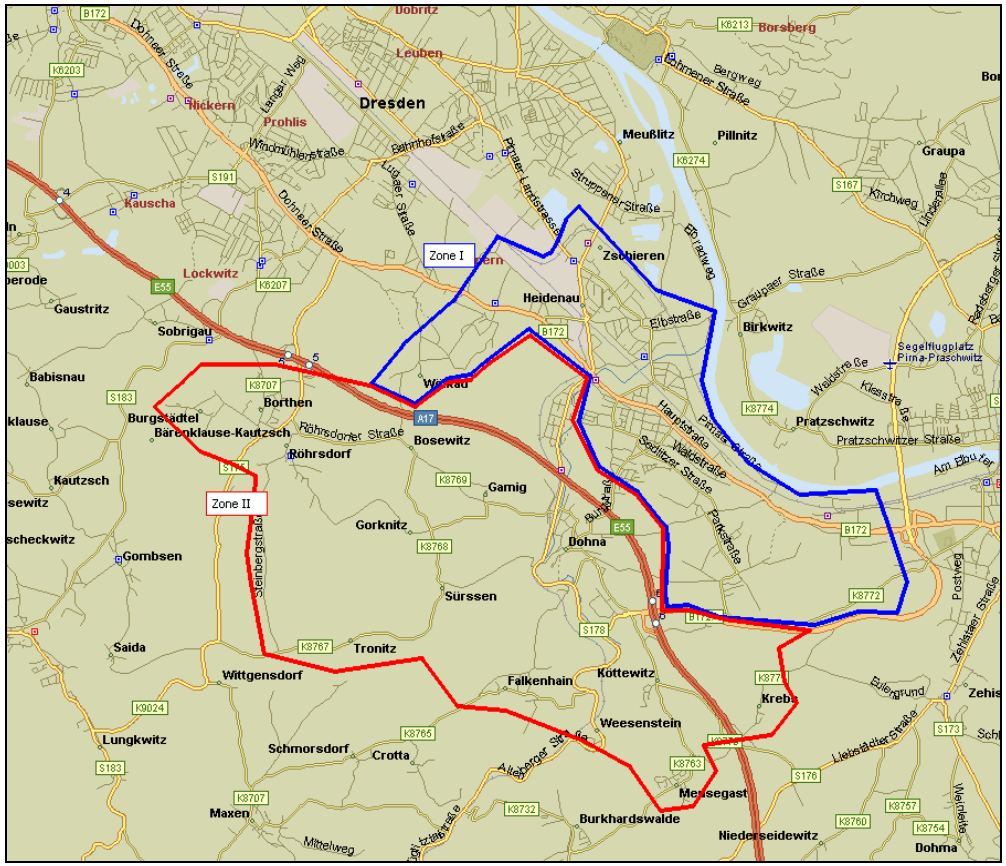
- die zentralörtliche Funktion von Heidenau,
- die Zeit- und Wegedistanzen sowie die Pendlersituation,
- die Verkehrsanbindung von Heidenau, topographische Besonderheiten sowie die Siedlungsstruktur,
- die örtliche Einzelhandelssituation sowie die Marktreichweiten von Einzelhandelsmagneten.

Auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs stellt das nachstehend berechnete Konsumentenpotenzial keinen statischen Wert dar. Für die Verflechtungsintensität ist auch von Bedeutung, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe über das dargestellte Einzugsgebiet ausstrahlen. Es ist davon auszugehen, dass insbesondere der qualifizierte und spezialisierte sowie vor allem auch der großflächige Einzelhandel im konkreten Fall zum Teil größere Marktgebiete erschließt.

Es kann auch auf Grund der Besucher der Stadt (Touristen, insbesondere aus der benachbarten Tschechischen Republik, Arbeitseinpendler etc.) mit weiteren Konsumentenzuflüssen aus dem Ergänzungseinzugsgebiet gerechnet werden, welche jedoch eine deutlich niedrigere Intensität verzeichnen.

Es ist von weiteren Streupotenzialen (rechnerisch, d.h. ohne direkten Ortsbezug) außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets auszugehen, die erfahrungsgemäß bis zu 10 % der eigentlichen Bevölkerung ausmachen. Diese resultieren vor allem aus der verkehrsgünstigen Lage von Heidenau sowie dem hohen (vor allem großflächigen) Einzelhandelsbesatz bzw. den Einzelhandelsmagneten entlang der innerörtlichen Bundesstraße B 172.

**Abb. 6: Zonierung des Einzelhandelseinzugsgebiets von Heidenau**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

In Heidenau leben ca. 16.400 Einwohner. Zu dem potenziellen Einzugsgebiet zählt lediglich die Stadt Dohna inkl. der dazugehörigen Ortsteile mit insgesamt ca. 6.200 Einwohnern. Als Streupotenzial sind ca. 10 % der Einwohner der Zone I und II, also 2.300 Einwohner anzunehmen, so dass das maximal bindungsfähige Konsumentenpotenzial knapp 25.000 Einwohnern umfasst.

Im Vergleich wurde bei der Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Einwohnerpotenzials in 1996 (Einzelhandelsuntersuchung - Situationsanalyse und Entwicklungsperspektiven, Fa. Prisma, Seite 37) noch von ca. 54.000 Einwohnern im Heidenauer Einzugsgebiet ausgegangen, was auf die deutlich umfangreichere Abgrenzung des Einzugsgebiets vor allem in Richtung des damals weitgehend unterversorgten Müglitztals und die damalige günstigere demographische Ausgangssituation zurückzuführen war.

**Tab. 6: Einwohner des Einzelhandelseinzugsgebiets von Heidenau**

| | Einwohner |
|---|---|
| Heidenau (Zone I) | 16.405 |
| Einzugsgebiet (Zone II) | 6.161 |
| Streupotenzial | 2.257 |
| Summe | 24.823 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

## 2.2 Marktvolumen

Die Höhe des Marktpotenzials wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für die jeweiligen Sortimentsbereiche bestimmt. Bei den Verbrauchsausgaben wurden bereits die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Versandhandel, Home-Shopping und die sonstigen Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den stationären Einzelhandel der einzelnen Branchen ausgewiesen sind. Die Pro-Kopf-Ausgaben wurden nach der branchenspezifischen Systematik erhoben, nicht nach der warengruppenspezifischen Systematik über alle Vertriebswege hinweg.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer (vgl. Abbildung 4) an die regionalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst.

Nach folgender Formel wurde das Marktpotenzial berechnet:

Marktpotenzial =

Konsumenten x Verbrauchsausgaben pro Kopf x Kaufkraftindex

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des Kaufkraftniveaus errechnet sich nachfolgendes einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial für das Marktgebiet von Heidenau.

**Tab. 7: Einzelhandelsrelevantes Marktvolumen im Marktgebiet**

| Nr | Branche | Marktpotenzial | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Heidenau | Einzugsgebiet | Streupotenzial | Summe |
| 1 | Lebensmittel | 31,04 | 12,31 | 4,51 | 47,86 |
| 2 | Reformwaren / Naturkost | 0,45 | 0,18 | 0,06 | 0,69 |
| 3 | Apotheken | 7,10 | 2,82 | 1,03 | 10,95 |
| 4 | Drogerie / Parfümerie | 2,80 | 1,11 | 0,41 | 4,32 |
| 5 | Blumen / Gartenbedarf | 1,79 | 0,71 | 0,26 | 2,76 |
| Summe Kurzfristiger Bedarf | | 43,18 | 17,13 | 6,27 | 66,58 |
| 6 | Oberkleidung (Damen / Herren / Kinder), Wäsche | 6,37 | 2,52 | 0,92 | 9,81 |
| 7 | Heimtextilien / Kurzwaren | 0,90 | 0,35 | 0,13 | 1,38 |
| 8 | Sportartikel / -bekleidung / -schuhe / Camping | 1,26 | 0,50 | 0,18 | 1,94 |
| 9 | Schuhe | 1,47 | 0,58 | 0,21 | 2,26 |
| 10 | Sanitätswaren | 0,40 | 0,16 | 0,06 | 0,62 |
| 11 | Bücher | 1,27 | 0,50 | 0,18 | 1,95 |
| 12 | Papier- / Büro- / Schreibwaren | 1,14 | 0,45 | 0,17 | 1,76 |
| 13 | Spielwaren | 0,55 | 0,22 | 0,08 | 0,85 |
| 14 | Zoobedarf | 0,38 | 0,15 | 0,05 | 0,58 |
| Summe Mittelfristiger Bedarf | | 13,74 | 5,43 | 1,98 | 21,15 |
| 15 | Möbel / Antiquitäten | 4,40 | 1,75 | 0,64 | 6,79 |
| 16 | Baumarktartikel / Eisenwaren | 5,01 | 1,99 | 0,73 | 7,73 |
| 17 | Glas / Porzellan / Geschenkartikel / Hausrat | 0,62 | 0,25 | 0,09 | 0,96 |
| 18 | Farben / Lacke / Tapeten / Bodenbelag / Raumausstattung | 0,75 | 0,30 | 0,11 | 1,16 |
| 19 | Elektrogeräte / Unterhaltungselektronik | 4,26 | 1,69 | 0,62 | 6,57 |
| 20 | Foto | 0,66 | 0,26 | 0,10 | 1,02 |
| 21 | Optik | 0,98 | 0,39 | 0,14 | 1,51 |
| 22 | Uhren / Schmuck | 0,81 | 0,32 | 0,12 | 1,25 |
| 23 | Lederwaren | 0,38 | 0,15 | 0,05 | 0,58 |
| 24 | Musikinstrumente / Musikalien | 0,19 | 0,07 | 0,03 | 0,29 |
| 25 | Fahrräder | 0,35 | 0,14 | 0,05 | 0,54 |
| 26 | Autoteile / -zubehör | 1,52 | 0,60 | 0,22 | 2,34 |
| 27 | PC / Telekommunikation / Büroorganisation | 2,17 | 0,86 | 0,31 | 3,34 |
| 28 | Baby- / Kinderausstattung | 0,19 | 0,07 | 0,03 | 0,29 |
| 29 | Diverse Branchen | 1,28 | 0,51 | 0,19 | 1,98 |
| Summe Langfristiger Bedarf | | 23,57 | 9,35 | 3,43 | 36,35 |
| **Summe alle Bedarfsbereiche** | | **80,49** | **31,91** | **11,68** | **124,08** |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, alle Angaben in Mio. EUR

# 3. Einzelhandelsstruktur der Stadt Heidenau

## 3.1 Vorhandene Einzelhandelsflächen

Für die vorliegende Analyse wurden alle projektrelevanten Einzelhandelsflächen im August 2008 im Rahmen einer Totalerhebung aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet (vgl. auch Methodik in Anlage 3). Nach der Aufnahme der aktiven Verkaufsflächen erfolgte die Auswertung der primärstatistischen Daten nach räumlichen und sachlichen Kriterien.

Zum Zeitpunkt der Erhebung war in Heidenau ein Bestand von 120 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über ein Verkaufsflächenpotenzial von ca. 54.000 m² (siehe detaillierte Aufgliederung in Anlage 4). Im Vergleich zu dem erhobenen Flächenbestand in 1996 (Einzelhandelsuntersuchung zum neuen Stadtzentrum Heidenau, Fa. Prisma) hat sich die Verkaufsfläche per Saldo von 45.000 m² um über 9.000 m² erhöht.

Auf Basis der aktuellen Einwohnerzahl von Heidenau errechnet sich eine Verkaufsflächendichte von ca. 3,3 m² pro Einwohner. Der Vergleich der aktuellen Einzelhandelsausstattung mit den Werten von 1996 zeigt einen wesentlich gestiegenen Einzelhandelsbestand.

Die Verkaufsflächendichte hat sich von 2,4 m² Verkaufsfläche pro Einwohner um über ein Drittel erhöht. Die Erhöhung der Verkaufsflächendichte ist nicht allein auf den gestiegenen Verkaufsflächenbestand, sondern auch auf die rückläufige Einwohnerzahl zurückzuführen. Bei der Dichtebetrachtung muss beachtet werden, dass alle erhobenen Bestandsdaten zusammengefasst wurden. Eventuelle rechnerische Defizite in einer Branche können also durch andere Branchen wieder ausgeglichen werden.

**Tab. 8: Verkaufsflächendichte in Heidenau**

| | Verkaufsfläche m² | Einwohner | Verkaufsflächendichte m²/Einwohner |
|---|---|---|---|
| 1996 | 45.000 | 18.621 | 2,4 |
| 2009 | 54.240 | 16.405 | 3,3 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, 08/2009
Einzelhandelsuntersuchung Prisma, 01/1997

Anmerkung: Der bundesdurchschnittliche Ausstattungsgrad liegt bei ca. 1,4 m² pro Einwohner. Vergleichbare Städte in den neuen Bundesländern weisen einen Wert von ca. 1,8 bis 2,2 m² pro Einwohner aus. Die genannten Werte sollen lediglich der Einschätzung der ermittelten Werte dienen, nicht als Zielwerte.

## 3.2 Sortimentsbezogene Einzelhandelsausstattung

Zur besseren Strukturierung der Flächen wurden die einzelnen Branchen in Bedarfsbereiche (nach der Häufigkeit der Nachfrage) unterteilt und einer kurzen Analyse unterzogen.

### 3.2.1 Kurzfristiger Bedarfsbereich

In Heidenau ist im **Lebensmitteleinzelhandel** eine Verkaufsfläche von ca. 13.000 m² vorhanden. Dieses Sortiment nimmt mit einem Viertel der gesamten Verkaufsfläche von Heidenau einen hohen Flächenanteil ein.

Die Angebotsstruktur weist für die Stadtgröße eine ausgewogene Mischung aus einem SB-Warenhaus, einem Supermarkt sowie fünf Discountern auf (vgl. Definition der Betriebstypen in Anlage 5). Ergänzt werden die Anbieter, welche bis auf Ausnahme des SB-Warenhauses unter der Schwelle zur Großflächigkeit (*1) liegen, durch kleinstrukturierte Lebensmittelanbieter (v.a. Obst & Gemüse), Spezialgeschäfte sowie Getränkemärkte, welche meist im Standortverbund mit Lebensmittelmärkten liegen. Im gesamten Stadtgebiet von Heidenau sind zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) angesiedelt, welche zum Teil auch in den Vorkassenzonen von Lebensmittelmärkten eingemietet sind.

Die Angebotsvielfalt ist auch hinsichtlich der Angebotstiefe als gut einzustufen. Die Anbieter sind relativ gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt. Die ländlichen Ortslagen weisen ein unterdurchschnittliches Angebot auf, was vor allem durch das dort geringe Nachfragepotenzial bedingt ist.

Die Branche **Reformwaren/Naturkost** ist in Heidenau nicht vertreten.

**Tab. 9: Verkaufsflächen und Betriebe des kurzfristigen Bedarfsbereichs**

| Branche | Betriebe<br>abs. | Verkaufsfläche<br>m² |
|---|---|---|
| Lebensmittel | 37 | 13.400 |
| Reformwaren/Naturkost | - | - |
| Apotheken | 4 | 310 |
| Drogerie/Parfümerie | 5 | 950 |
| Blumen/Gartenbedarf | 8 | 1.120 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, 08/2009

Anmerkung: Die einzelnen Fachabteilungen des SB-Warenhauses real werden bei der folgenden Analyse jeweils als ein eigenständiger Betrieb gewertet.

(*1) Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 und 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (BVerwG 4C10.04 vom 25.11.2005).

In Heidenau sind derzeit vier **Apotheken** mit einer Offizinfläche von ca. 300 m² vorhanden. Auf Grund der Einwohnerzahl von Heidenau errechnet sich eine sogenannte Apothekendichte von ca. 4.100 Einwohnern pro Apotheke. Dieser Wert stellt im Vergleich zum Durchschnitt des Freistaates Sachsen (ca. 4.200 Einwohner pro Apotheke) eine guten Ausstattungsgrad dar, so dass Heidenau auch eine gewisse Versorgung für das Umland bzw. das Einzugsgebiet übernimmt.

Die Branche **Drogerie-/Parfümeriewaren** ist vor allem durch zwei Drogeriemarktfilialisten und eine Parfümerie im Zentrum von Heidenau sowie die leistungsstarke Drogerieabteilung des SB-Warenhauses real geprägt. Das gesamte Angebot ist als durchschnittlich einzustufen, insbesondere das innerstädtische Angebot besitzt noch Entwicklungspotenziale.

In Heidenau existiert im Sortimentsbereich **Blumen** ein Flächenangebot von ca. 1.100 m². Der Angebotsschwerpunkt liegt im Einkaufszentrum real an der Hauptstraße, da hier ein Fachmarkt verortet ist. Das weitere Angebot ist insbesondere auf Grund der zahlreichen Floristikfachgeschäfte als gut einzustufen.

### 3.2.2 Mittelfristiger Bedarfsbereich

Das Angebot an **Bekleidung** stellt auf Grund seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar. In Heidenau führen derzeit lediglich 9 Geschäfte sowie die Textilabteilung des real auf insgesamt ca. 2.000 m² dieses Sortiment. Knapp über 70 % der Verkaufsfläche sind an dem dezentralen Standort in der Hauptstraße (EKZ real) gebunden. Die Branche ist weiterhin durch einige kleinere modische Anbieter in der Innenstadt gekennzeichnet, welche auf Grund ihrer Spezialisierung einen Attraktivitätsfaktor - vorwiegend für die Heidenauer Innenstadt - darstellen. Einige Geschäfte sind im unteren Preisniveau („Billiganbieter“) angesiedelt und verfügen zum Teil nicht über die notwendige Attraktivität, um langfristig am Wettbewerb teilnehmen zu können. Hier ist ggf. mit Abschmelzungsprozessen zu rechnen.

Die Sortimentsstruktur der Textilbranche ist zwar durch ein breit gefächertes Angebot gekennzeichnet, jedoch ist die Anzahl der Anbieter bzw. die Auswahltiefe als unterdurchschnittlich einzuschätzen.

Die Branche **Heimtextilien/Kurzwaren** wird durch zwei Fachgeschäfte (Kurzwaren und Gardinen) präsentiert. Weiterhin wird das Sortiment als Randsortiment im Fachmarkt Hammer geführt, welcher ein ansprechendes und gut strukturiertes Angebot führt.

In der Branche **Sportartikel/-bekleidung/-schuhe und Camping** ist derzeit nur ein Sportgeschäft vorhanden, welches für die Präsentation eines Vollsortiments über eine zu geringe Verkaufsfläche verfügt. Ergänzt wird das Angebot durch einen Spezialanbieter (Angeln) sowie die Fachabteilung des real. In Summe ist das Angebot als ausreichend zu bewerten.

**Tab. 10: Verkaufsflächen und Betriebe des mittelfristigen Bedarfsbereichs**

| Branche | Betriebe | Verkaufsfläche |
|---|---|---|
| | abs. | m² |
| Oberkleidung / Wäsche | 10 | 1.980 |
| Heimtextilien/Kurzwaren | 2 | * |
| Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe | 3 | 1.770 |
| Schuhe | 6 | 320 |
| Sanitätswaren | 2 | * |
| Bücher | 4 | 310 |
| Papier-/Büro-/Schreibwaren | 5 | 250 |
| Spielwaren | 2 | * |
| Zoobedarf | 3 | 1.020 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, August 2009

*) Aus Datenschutzgründen werden bei sehr geringen Fallzahlen einzelne Werte nicht ausgewiesen.

Das Sortiment **Schuhe** wird im Wesentlichen von drei mittelständischen Fachgeschäften, zwei Orthopädiefachgeschäften sowie der Fachabteilung des real mit insgesamt ca. 320 m² dargestellt. Ebenso wie das Sortiment Textilien zählt die Schuhbranche zu einem wichtigen Attraktivitätsfaktor einer Innenstadt. Die Auswahlbreite und –tiefe ist in Heidenau als eingeschränkt bzw. niedrig einzuschätzen, so dass Angebotsdefizite existieren. In der Innenstadt existiert derzeit kein kompetenter Anbieter.

Der **Sanitätsfachhandel** ist durch zwei leistungsstarke Anbieter (Sanitätshaus, Hörgeräte) gekennzeichnet, welche für die Stadtgröße ein ausreichendes Angebot präsentieren.

Die Branche **Bücher** wird durch ein kleines Buchgeschäft in der Innenstadt geprägt. Ferner wird die Branche im real sowie in Presseshops (jedoch nur für Zeitungen/Zeitschriften) dargestellt. Die Auswahlbreite insbesondere in der Innenstadt liegt relativ niedrig, da kein ausreichend dimensioniertes Buchfachgeschäft vorhanden ist.

Die Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** wird durch zahlreiche kleinere Fachgeschäfte auf insgesamt 250 m² dargestellt. Die Verkaufsflächengrößen aller Anbieter liegen teilweise weit unter 100 m², so dass die Auswahltiefe einiger Geschäfte als eingeschränkt zu bewerten ist.

In der **Spielwarenbranche** sind lediglich ein Fachgeschäft in der Innenstadt sowie die Fachabteilung des real vorhanden, wobei das Angebot des real prägend ist.

In der Branche **Zoo** sind ein Fachgeschäft, ein Zoofachmarkt sowie die Fachabteilung des real mit insgesamt 1.020 m² Verkaufsfläche vorhanden. Das Angebot ist als gut strukturiert und für die Stadtgröße als ausreichend einzustufen.

### 3.2.3 Langfristiger Bedarfsbereich

Auf Grund eines mittelständischen Möbelhauses, eines größeren Filialisten sowie eines Spezialanbieters (Küchenstudio) weist die Stadt Heidenau für ihre Stadtgröße einen relativ hohen Verkaufsflächenbesatz im Sortimentsbereich **Möbel** aus. Die Branche belegt mit 27 % den höchsten Flächenanteil im örtlichen Einzelhandel.

Die Branche **Baumarkt/Eisenwaren** ist auf Grund eines Baumarktfilialisten (Praktiker), eines Baustoffhändlers (Fliesen Ehrlich) sowie zahlreicher kleinerer spezialisierter Kleinbetriebe sehr gut ausgeprägt. Die Auswahlbreite und –tiefe der insgesamt 5 Anbieter sowie des SB-Warenhauses real, welche in Summe über eine Fläche von über 10.700 m² verfügen, sind für die örtlichen Verhältnisse als gut einzustufen.

Für die Sortimente **Glas/Porzellan/Geschenk- und Hausratartikel** ist lediglich ein kleineres Fachgeschäft vorhanden, welches vorwiegend Geschenkartikel anbietet. Eine gewisse Auswahl im Bereich Haushaltwaren bietet ferner die Fachabteilung des SB-Warenhauses real.

Die Branche **Farbe/Lacke/Tapeten/Bodenbelag** ist durch den großflächigen Anbieter Hammer geprägt, welcher verkehrsgünstig an der Hauptstraße gelegen ist.

**Tab. 11: Verkaufsflächen und Betriebe des langfristigen Bedarfsbereichs**

| Branche | Betriebe | Verkaufsfläche |
|---|---|---|
| | abs. | m² |
| Möbel/Antiquitäten | 3 | 14.650 |
| Baumarktartikel/Eisenwaren | 6 | 10.290 |
| Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat | 2 | * |
| Farben/Bodenbelag/Raumausstattung | 1 | * |
| Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik | 5 | 840 |
| Foto | 1 | * |
| Optik | 3 | 230 |
| Uhren/Schmuck | 3 | 110 |
| Lederwaren | - | - |
| Musikinstrumente/Musikalien | - | - |
| Fahrräder | 2 | * |
| Autoteile/-zubehör | - | - |
| PC/Telekommunikation/Büroorganisation | 7 | 260 |
| Baby-/Kinderausstattung | 3 | 180 |
| diverse Branchen | 6 | 2.960 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, 08/2009

*) Aus Datenschutzgründen werden bei sehr geringen Fallzahlen einzelne Werte nicht ausgewiesen.

Die Branche **Elektro/Unterhaltungselektronik** ist durch ein Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik sowie zwei Elektrofachgeschäfte geprägt. Die Verkaufsflächen sind relativ klein dimensioniert, so dass die Angebotstiefe als eingeschränkt zu bewerten ist. Ergänzt wird das Sortiment durch das Angebot des SB-Warenhauses real. Das Gesamtverkaufsflächenangebot von lediglich ca. 840 m² liegt für die Stadtgröße von Heidenau unterdurchschnittlich.

Selbige Einschätzung trifft auch für die **Fotobranche** zu, wo lediglich ein kleinerer Anbieter vorhanden ist.

Die Branche **Optik** und **Uhren/Schmuck** ist durch jeweils drei kompetente Anbieter vertreten. Beide Sortimente sind hinsichtlich der Attraktivität und der Auswahlbreite als gut einzustufen.

Die Branchen **Lederwaren**, **Musikinstrumente/Musikalien** sowie **Kfz-Zubehör** (außerhalb von Autohäusern/Tankstellen) sind in Heidenau nicht präsent.

Die **Fahrradbranche** ist durch einen kleineren mittelständischen Anbieter gekennzeichnet, welcher nur über eine relativ geringe Ausstellungsfläche verfügt. Das Sortiment wird weiterhin im SB-Warenhaus real geführt.

Die Branche **Kinder- und Babyausstattung** wird durch zwei mittelständische Anbieter geprägt, wobei lediglich die Warengruppe Mode geführt wird. Der Hartwarenbereich ist nicht vertreten. Ferner wird das Angebot im real als Randsortiment geführt.

Die Sortimente **Personalcomputer, Telefone und Büroorganisation/-ausstattung** werden in zahlreichen, vor allem kleineren Fachgeschäften angeboten. Das Angebot ist als vielseitig einzuschätzen. Insbesondere die Telekommunikationsanbieter verfügen über ein hohes Qualitätsniveau.

Ferner sind in Heidenau zahlreiche Einzelhandelsbetriebe (bspw. Groschenmarkt, Pfennigfuchser, Auktionshaus Wreesmann) angesiedelt, welche nicht eindeutig einer Branche zugeordnet werden können bzw. als sogenannte **Multisortimentsanbieter** einzustufen sind. Das Sortiment lässt sich lediglich dadurch eingrenzen, dass es sich um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus den verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden. Es werden in sich ständig ändernden Zusammensetzungen vornehmlich Sortimente wie z.B. Haushaltwaren, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Schreibwaren, Heimtextilien, Drogerieartikel u.ä. angeboten. Die genannten Betriebe inkl. zweier kleinerer Geschäfte verfügen in Summe über eine Verkaufsfläche von knapp 3.000 m². Das Qualitätsniveau ist meist als unterdurchschnittlich einzuschätzen.

Eine Zusammenfassung der Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten befindet sich in der Anlage 4.

## 3.3 Räumliche Einzelhandelsstruktur

Nachfolgend wird die räumliche Struktur des Heidenauer Einzelhandels nach einzelnen Lagen analysiert.

Kernstadtbereich

Der Kernstadtbereich umfasst im Wesentlichen die Heidenauer Innenstadt. Als Hauptgeschäftslage sind die Ernst-Thälmann-Straße bzw. Bahnhofstraße sowie die angrenzenden Lagen zu charakterisieren. Es sind vorwiegend kleinteilige Einzelhandelsbetriebe verortet, welche keine überörtliche Anziehungskraft besitzen. Der Einzelhandelsbesatz in der Hauptgeschäftslage ist nicht durchgängig geschlossen, sondern weist Lücken (Leerstand, einzelhandelsfremde Nutzungen) auf. Als wichtigste Anbieter bzw. lokale Magneten sind die Firmen Rossmann, Sport-Haus, HRF-Heimelektrik sowie diverse Modegeschäfte zu nennen. Am Ende der Ernst-Thälmann-Straße - außerhalb der Hauptgeschäftszone - ist u.a. ein Lebensmitteldiscounter (Norma) verortet, welcher jedoch auf Grund der Entfernung räumlich und funktional nicht direkt an die Hauptgeschäftszone angebunden ist.

Im Kernstadtbereich ist absolut die höchste Anzahl an Einzelhandelsbetrieben lokalisiert. Die angesiedelten Geschäfte weisen mit durchschnittlich 74 m²/Geschäft eine niedrige Ladengröße auf.

Der bauliche Zustand der meisten Immobilien sowie auch die Stadtmöblierung sind in diesem Bereich als hochwertig und modern einzustufen. Parkmöglichkeiten bestehen im eingeschränkten Maße direkt vor den einzelnen Geschäften sowie auf dem randstädtigen „Platz an der Bahn“ mit Zufahrt von der Bahnhofstraße, öffentlichen Stellplätzen und Zugang zur Ernst-Thälmann-Straße.

**Tab. 12: Räumliche Struktur des Heidenauer Einzelhandels**

| | Verkaufsfläche | Betriebe | Verkaufsfläche/ Betrieb |
|---|---|---|---|
| | m² | abs. | m²/Betrieb |
| Kernstadtbereich | 2.880 | 39 | 74 |
| Dresdner Straße | 2.570 | 9 | 286 |
| Pirnaer/Dresdner Straße | 570 | 9 | 64 |
| Rosa-Luxemburg-Straße | 830 | 2 | 415 |
| Ernst-Schneller-Straße | 1.060 | 3 | 355 |
| Güterbahnhofstraße | 1.560 | 5 | 312 |
| Stadtteillagen (nicht integriert) | 40.920 | 22 | 1.860 |
| Stadtteillagen (integriert) | 3.850 | 31 | 122 |
| Gesamt | 54.240 | 120 | 452 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, 08/2009

Anmerkung: Die einzelnen Fachabteilungen des SB-Warenhauses real werden nicht als eigenständige Betrieb gewertet, sondern als ein Betrieb dem Hauptverkaufsflächenträger „Lebensmittel“ zugeordnet.

Nahversorgungslagen

Im Heidenauer Stadtgebiet sind folgende weitere Einzelhandelslagen vorhanden, welche sich an integrierten Standorten befinden:

- Dresdner Straße I / II

  Entlang der Dresdner Straße, auf zwei Teilstandorten in Höhe der benachbarten Plattenbausiedlung, sind mehrere Einzelhandelsanbieter lokalisiert. Als Magneten sind die Firmen Netto, Krone-Getränkemarkt, Schlecker sowie das Auktionshaus Wreesmann zu sehen. Kleinere Anbieter sowie Dienstleister runden das Angebot ab. Als fußläufiges Einzugsgebiet ist vor allem das nebenliegende Wohngebiet zu sehen, jedoch ist durch die Dresdner Straße eine gute Erreichbarkeit gegeben.

- Pirnaer Straße/Dresdner Straße

  An der Verbindung der beiden Straßenzügen in der Höhe des Flusses Müglitz sind einige - vor allem spezialisierte - Fachgeschäfte vorhanden, welche jedoch in Summe einen relativ niedrigen Flächenanteil ausmachen. In mittelbarer Nähe (Ernst-Thälmann-Straße) ist ferner ein Lebensmitteldiscounter (Norma) angesiedelt, welcher eine Nahversorgungsfunktion für das Wohnumfeld besitzt.

- Mühlenstraße

  Im Bereich der Mühlenstraße ist als Schwerpunktbetrieb ein Lebensmitteldiscounter (Norma) angesiedelt, welcher eine Nahversorgungsfunktion für das Wohnumfeld besitzt.

- Rosa-Luxemburg-Straße

  Eine weitere Nahversorgungslage befindet sich in der Rosa-Luxemburg-Straße, welche mit dem Discounter Netto sowie einem Bäcker belegt ist. Durch die Sichtachse zur Hauptstraße und die großzügig dimensionierte Parkplatzanlage ist eine gute Erreichbarkeit gegeben.

- Ernst-Schneller-Straße

  Der genannte Standort ist lediglich mit einem Super- und Getränkemarkt (REWE) sowie Nahrungsmittelhandwerkern belegt und erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das umliegende Wohngebiet. Die Erreichbarkeit sowie die Parkplatzsituation sind als eingeschränkt zu bewerten.

- Güterbahnhofstraße

  An der Güterbahnhofstraße ist ein kleines Nahversorgungszentrum vorhanden, welches auch durch eine gute Verkehrsanbindung gekennzeichnet ist. Der Branchenmix ist jedoch als unterdurchschnittlich attraktiv zu bewerten. Als wesentlichen Anbieter sowie auch Einzelhandelsmagnet für diesen Standort ist der Multisortimenter Pfennigfuchser zu bewerten, welcher oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt. Der verbleibende, vor allem kleingliedrige Einzelhandel profitiert von der induzierten Frequenz des Schnäppchenmarktes. Weiterhin sind einige Büros/Praxen, Dienstleister sowie Gastronomie vorhanden. In der ersten Etage ist zunehmender Leerstand zu beobachten. Parkplätze sind direkt vor dem Versorgungszentrum im begrenzten Umfang vorhanden.

- Sonstige Stadtteillagen

  Im Stadtgebiet sind weitere Einzelhandelsanbieter, meist in Solitärlage vorhanden. Selbige Anbieter sind keinem Versorgungsbereich direkt zuzuordnen.

Dezentrale Stadtteillagen

In Heidenau sind zahlreiche dezentrale Standorte bzw. Solitärlagen vorhanden, welche im Wesentlichen entlang der Hauptstraße (B 172) lokalisiert sind. Die Standorte sind vor allem durch eine sehr gute Erreichbarkeit sowie ein hervorragendes Parkplatzangebot gekennzeichnet.

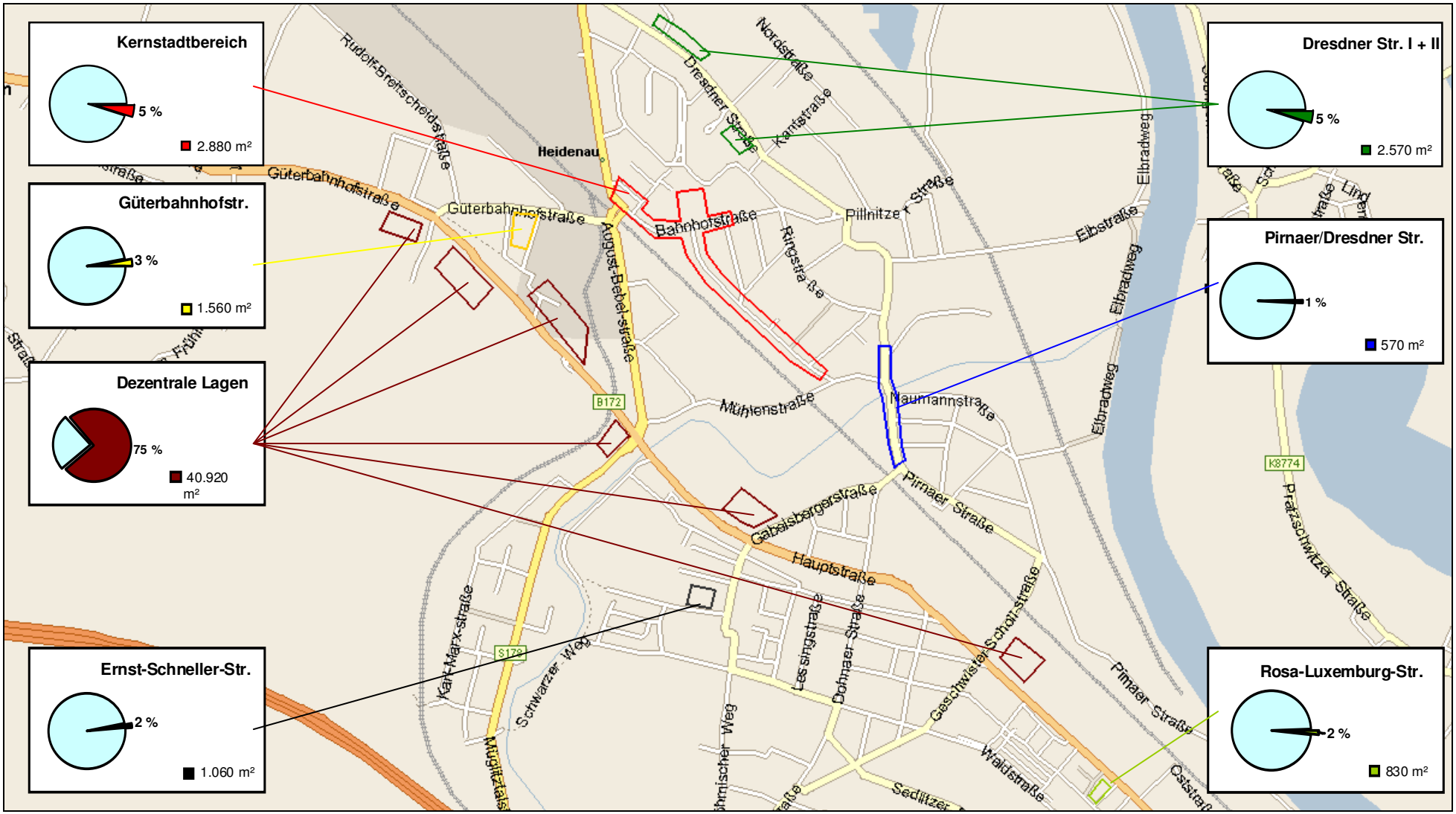
Als wichtigste Anbieter sind

- Einkaufszentrum real mit zahlreichen Fachgeschäften, Möbel Roller und Zoofachmarkt Fressnapf, Hammer Heintextilienmarkt und Baumarkt Praktiker (Verbundstandort an der Hauptstraße)
- Discounter Aldi und Gewerbeeinheiten (Höhe August-Bebel-Straße)
- Discounter Lidl und Getränkemarkt Fristo (Höhe Gabelsberger Straße)
- Möbelhaus Bastian (Höhe Geschwister-Scholl-Straße)

zu nennen. Diese dezentral gelegenen Einkaufslagen verfügen in Summe über den höchsten Verkaufsflächenanteil und binden ebenfalls auf Grund der verkehrsgünstigen Lagen einen gewissen Anteil an Streupotenzialen. Insbesondere das EKZ real spielt bei der Versorgung der Bevölkerung eine wichtige Rolle. Dies ergibt sich aus der hohen Anzahl von ergänzenden Einzelhandelsbetrieben sowie der gegebenen Attraktivität.

Die durchschnittliche Ladengröße liegt mit knapp 1.900 m²/Geschäft weit über dem Heidenauer Durchschnittswert. Dies ist auf die Präsenz der zahlreichen Fachmärkte zurückzuführen.

**Abb. 7: Verkaufsflächenanteile der einzelnen Handelslagen**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

## 3.4 Großflächige Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) übernehmen meist - je nach ihrer Lage und dem Sortiment - eine Magnetfunktion für den kleinstrukturierten Fachhandel.

Der kleinere Teil der großflächigen Handelsbetriebe ist in Heidenau an städtebaulich integrierten bzw. Nahversorgungsstandorten lokalisiert. In der Lebensmittelbranche betrifft dies den REWE Super- und Getränkemarkt (im Verbund), die Fa. Fliesen Ehrlich sowie die beiden Multisortimenter Groschenmarkt und Pfennigfuchser. Auf Grund der Lage der Betriebe außerhalb des Hauptgeschäftszentrums sowie der eingeschränkten Sortimente nehmen die Anbieter keine zentrenstärkende Funktion für die Heidenauer Innenstadt ein.

Die anderen großflächigen Anbieter sind alle an der Hauptstraße verortet und bilden somit einen bedeutenden Einkaufsschwerpunkt an einem dezentralen, verkehrsorientierten Standort. In Summe sind die Anbieter, insbesondere die Agglomeration am Standort des SB-Warenhauses real (inkl. Möbel Roller, Fressnapf, Hammer, Praktiker) als leistungsstarke Handelsmagneten einzustufen.

Die zum Teil deutlich über die Stadt Heidenau ausstrahlende Großflächenagglomeration ab der Hauptstraße ist eine typische "Nachwende"-Erscheinung, als die rasche Verfügbarkeit von geeigneten Grundstücksarealen an wichtigen Ausfallstraßen im Umfeld der Großstädte den wesentlichen Ausschlag für Standortentscheidungen gab. Vorteilhaft waren in Heidenau allerdings auch die unmittelbare Nachbarschaft zu den erstarkenden Siedlungsbereichen und die sich bietende Möglichkeit zur direkten Anbindung an den ÖPNV.

**Tab. 13: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Heidenau**

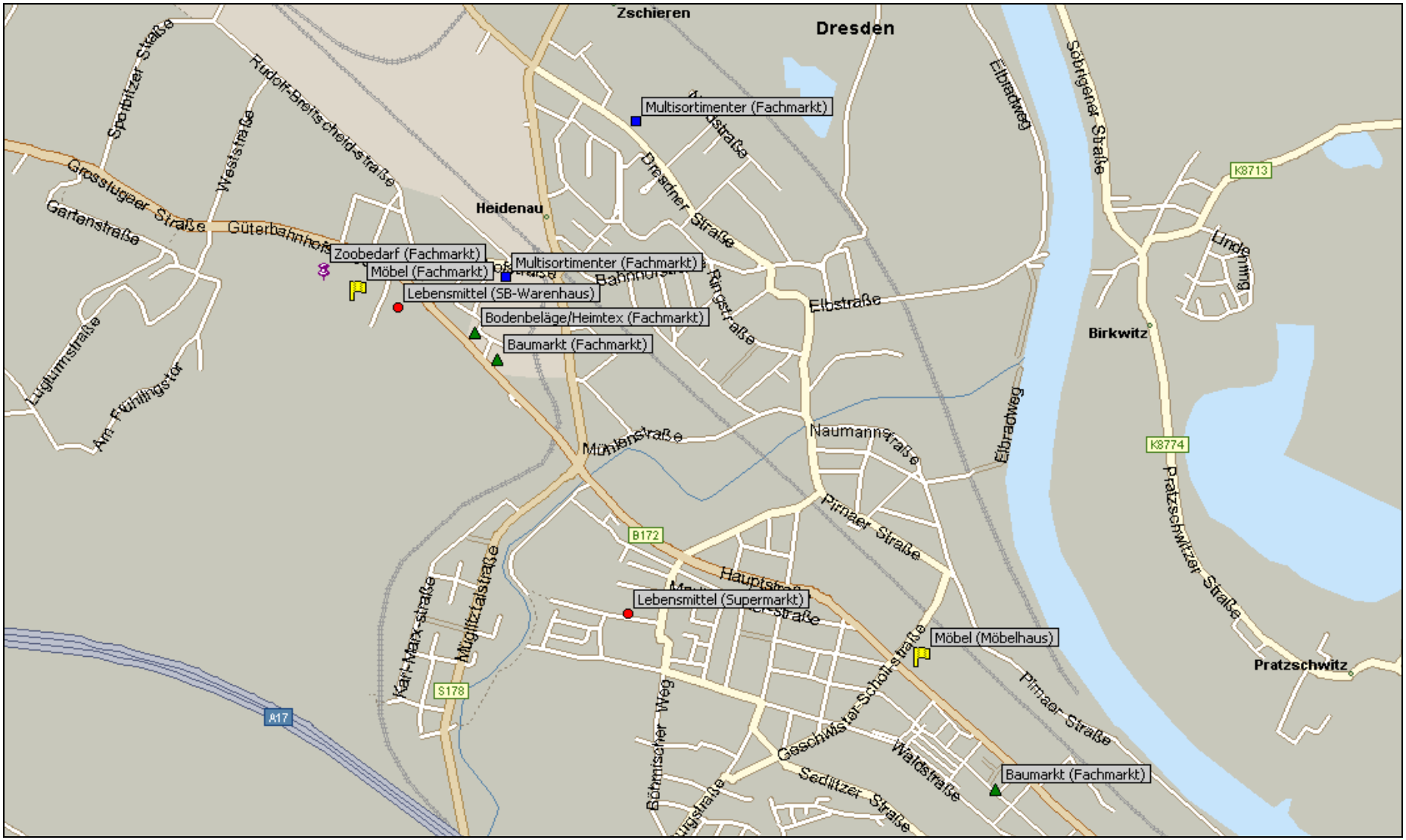
| | Lage | | |
|---|---|---|---|
| | Nahversorgungs-lagen | Dezentrale Lagen | Gesamt |
| Lebensmittel | 1 | 1 | 2 |
| Zoo | | 1 | 1 |
| Möbel | | 2 | 2 |
| Baumarkt / Baustoffe | 1 | 1 | 2 |
| Bodenbeläge / Heimtextilien | | 1 | 1 |
| Multisortiment | 2 | | 2 |
| Gesamt | 4 | 6 | 10 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Insgesamt vier großflächige Einzelhandelsbetriebe weisen ein nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment auf. Sie sind schwerpunktmäßig der Baumarkt- bzw. Möbel-/Raumausstattungsbranche zuzuordnen. Auf Grund der großvolumigen Waren und der Notwendigkeit eines problemlosen Transports sind diese Einzelhandelsbetriebe auf dezentrale Standortlagen ausgerichtet.

Nachfolgender Kartenausschnitt verdeutlicht die Verteilung der großflächigen Handelsbetriebe im Heidenauer Stadtgebiet.

**Abb. 8: Darstellung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

## 3.5 Lebensmittelrelevante Einzelhandelsbetriebe

Nachfolgend wird die räumliche Verteilung der Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet von Heidenau analysiert. Ausgehend von der Verkaufsflächendichte der Gesamtstadt von ca. 0,81 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner ist davon auszugehen, dass grundsätzlich ein hoher Versorgungsgrad besteht.

Die (größeren) Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels sind relativ gleichmäßig über die Siedlungsschwerpunkte von Heidenau verteilt. In einer schematischen Darstellung der fußläufigen Einzugsbereiche (Radius von 500 m bzw. 8 bis 10 Gehminuten) der wichtigsten Lebensmittelanbieter (Vollsortimenter) wird deutlich, dass der Großteil der Einwohner in den Siedlungsschwerpunkten derzeit adäquat versorgt wird. Lediglich in dem Wohngebiet zwischen Dohnaer und Gabelsberger Straße ist eine äußerst geringe Versorgungslücke der fußläufigen Nahversorgung ist gegeben, so dass zum Erreichen des nächstgelegenen Lebensmittelanbieters aus diesem Gebiet ein geringfügig längere fußläufige Distanz zu überwinden ist. Eine tatsächliche Unterversorgung dieses Gebietes ist jedoch nicht festzustellen.

Ungeachtet des Gesamtwertes ist festzustellen, dass die Ausstattung der Stadtquartiere und der Siedlungsbereiche stark variiert. Insbesondere die nicht verstädterten Ortslagen weisen dabei erfahrungsgemäß auf Grund ihrer niedrigen Einwohnerzahl bzw. der polyzentrischen Siedlungsstruktur eine unterdurchschnittliche Ausstattung auf, welche unter dem gesamtstädtischen Niveau liegt.

**Tab. 14: Verkaufsflächendichte der Branche Lebensmittel in Heidenau**

| | Verkaufsfläche m² | Einwohner | Verkaufsflächendichte m²/Einwohner |
|---|---|---|---|
| Lebensmittel | 13.400 | 16.405 | 0,82 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, 08/2009

Anmerkung: Die Verkaufsflächenausstattung in vergleichbaren Orten liegt bei ca. 0,40 bis 0,50 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,35 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Die Verkaufsflächenstruktur des Lebensmitteleinzelhandels in Heidenau ist durch eine flächenmäßige Dominanz der Betriebsform SB-Warenhaus gekennzeichnet, welche im Vergleich zum Bundesdurchschnitt über einen hohen Ausstattungsgrad verfügt.

Der flächenmäßige Anteil des Betriebstyps Discounter liegt im Vergleich mit bundesdurchschnittlichen Werten eher niedrig.

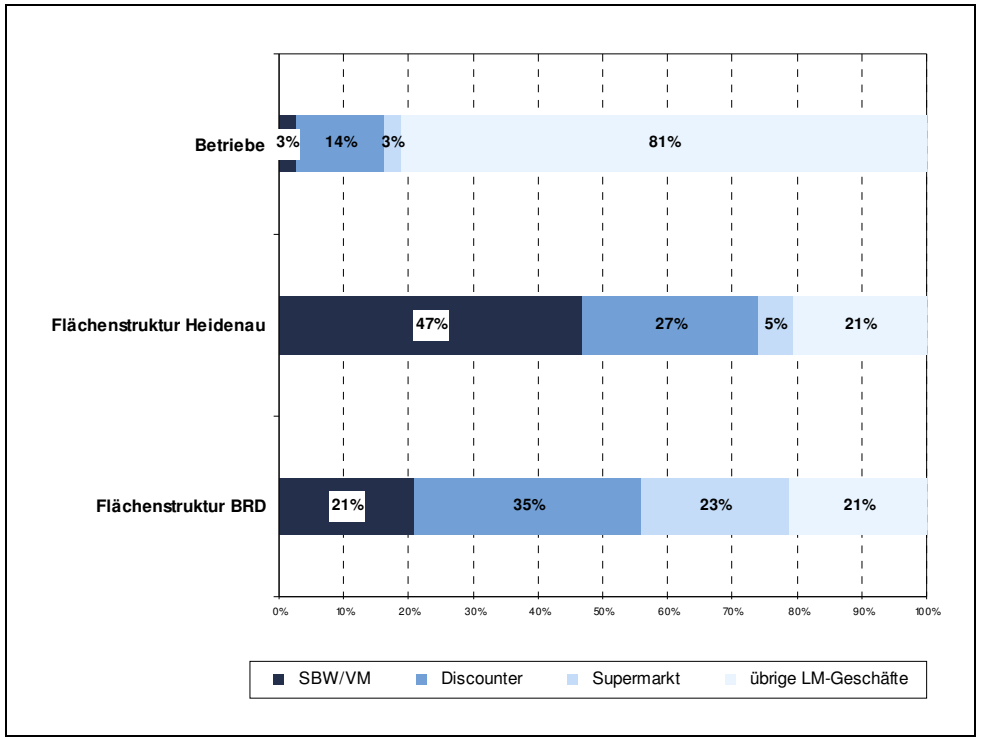
Weit unterdurchschnittlich liegt der Anteil der Betriebsform Supermarkt, da lediglich ein Anbieter in Heidenau vorhanden ist.

Die zahlreichen übrigen Lebensmittel-Geschäfte (inkl. Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker etc.) erreichen in Summe einen bundesdurchschnittlich vergleichbaren Marktanteil. Hinsichtlich der Anzahl ist der Großteil der Anbieter diesem Betriebstyp zuzuordnen.

Auf Grund der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen sowie der Verteilung der Anbieter über den Untersuchungsbezirk ist festzustellen, dass ein relativ ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden ist.

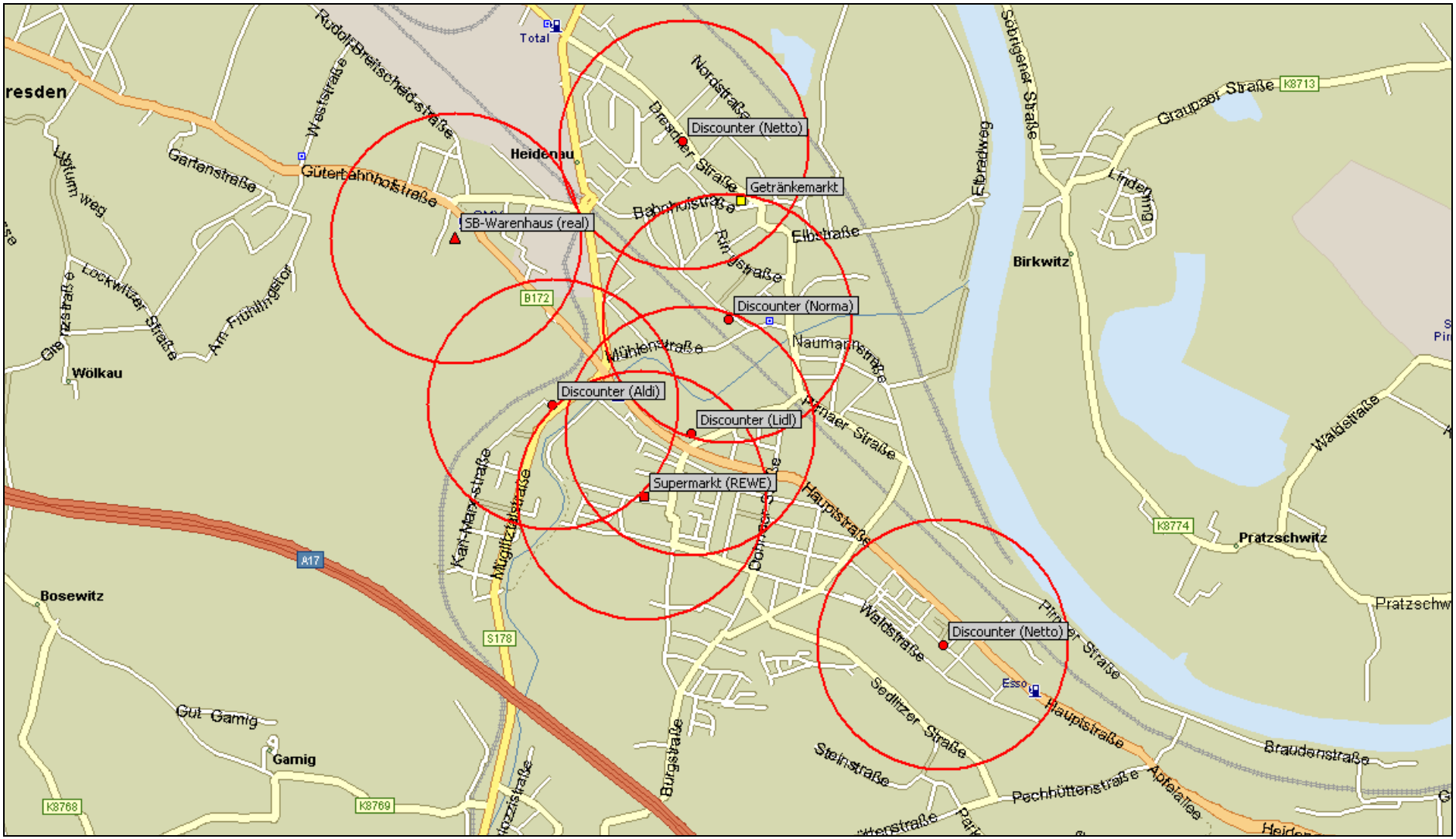
Nachfolgend wurde die Verteilung der für die Versorgung der Bevölkerung wichtigsten Lebensmittelanbieter mit dem fußläufigen Einzugsgebiet (500 m-Radius) dargestellt.

**Abb. 9: Struktur des Lebensmitteleinzelhandels in Heidenau**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

**Abb. 10: Darstellung der wesentlichen Lebensmittelanbieter**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung
Anmerkung: Als fußläufiger Einzugsbereich wurde ein Radius von 500 m angesetzt, dies entspricht ca. 10 Gehminuten; topographische Besonderheiten wurden dabei nicht berücksichtigt.

## 3.6 Branchenspezifische Zentralitäten

Durch die Gegenüberstellung des vorhandenen Marktvolumens und der generierten Umsätzen in Heidenau können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (Zentralität > 100) oder Kaufkraftabflüsse (Zentralität < 100) existieren.

Aus den erzielten Werten können entsprechende Aussagen abgeleitet werden, ob bzw. in wie weit quantitative Angebotslücken des Heidenauer Einzelhandels bei der Versorgung der Einwohner der Stadt, des ausgewiesenen Einzugsgebietes und des Ferneinzugsgebietes vorhanden sind. Aus den berechneten Ergebnissen werden unter Berücksichtigung qualitativer Aspekte in der Folge generelle Aussagen über Ansiedlungsoptionen getroffen.

Zusammenfassend ist einzuschätzen, dass der Einzelhandelszentralitätsindex für Heidenau mit 158 weit über 100 liegt, so dass der örtliche Einzelhandel per Saldo einen Umsatzzufluss aus dem Umland nach Heidenau induziert.

**Tab. 15: Kaufkraftbindungsquoten des Heidenauer Einzelhandels**

| | Kaufkraftbindungsquote Heidenau |
|---|---|
| Kurzfristiger Bedarfsbereich | 166% |
| Mittelfristiger Bedarfsbereich | 105% |
| Langfristiger Bedarfsbereich | 176% |
| Gesamt | 158% |

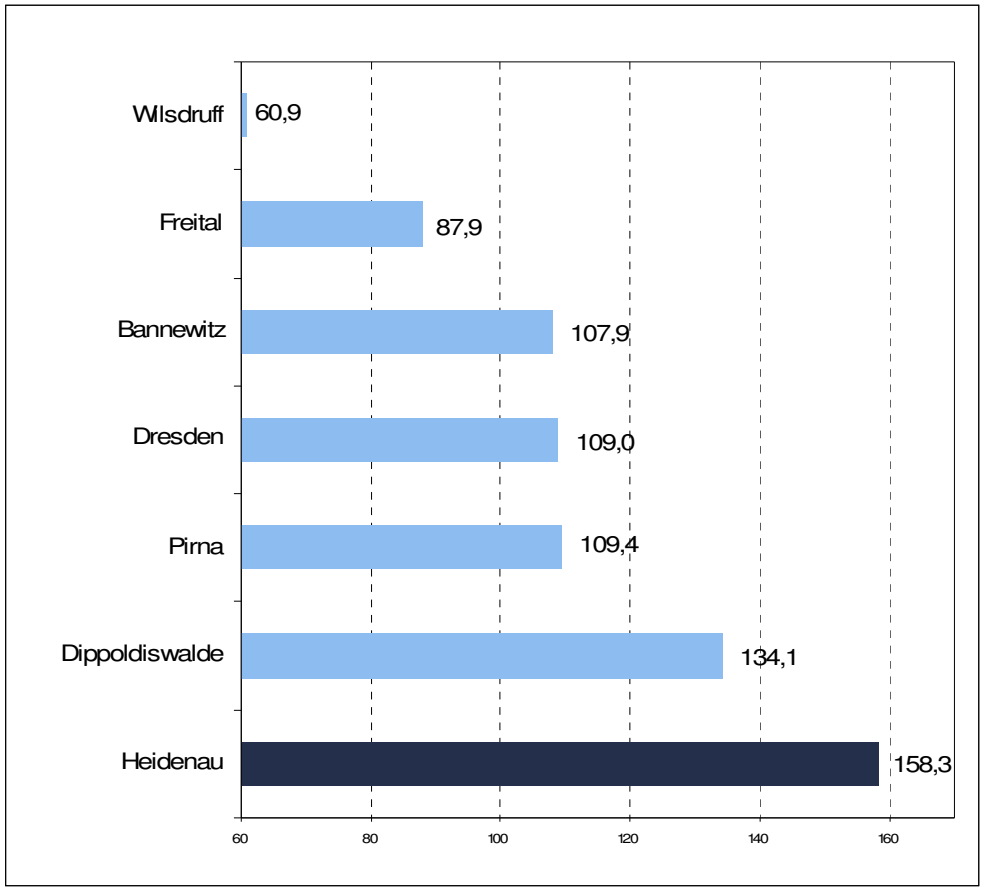
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Vergleich mit umliegenden Städten ist die Einzelhandelszentralität von Heidenau als überdurchschnittlich einzustufen. Bei der Betrachtung der Zentralitätskennziffern für die Gesamtstadt bzw. die Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass alle Branchen zusammengefasst wurden. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können also durch andere Branchen innerhalb der Bedarfsbereiche ausgeglichen werden.

Aus diesem Grund wurden die Bindungsquoten für die einzelnen Bedarfsbereiche und Branchen ermittelt und dargestellt.

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** weist Heidenau per Saldo einen hohen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet auf, welcher in allen angesiedelten Branchen generiert wird. Einen hohen Kaufkraftzufluss induziert das SB-Warenhaus real, welches neben der Branche Lebensmittel auch Drogeriewaren führt. Der Kaufkraftzufluss ist vor allem durch die Attraktivität der Betriebsform sowie die verkehrsgünstige Lage bedingt, so dass auch Kaufkraft außerhalb des dargestellten Einzugsgebietes gebunden wird. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass alle im SB-Warenhaus vorhandenen Branchen über eine hohe Verkaufsflächenausstattung und somit auch über einen hohen Marktanteil verfügen.

**Abb. 11: Zentralitätskennziffern ausgewählter Städte**




Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, Zentralitätskennziffern 2008

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** liegt die Bindungsquote per Saldo bei knapp über 100, so dass in geringem Maße Kaufkraft zum Standort Heidenau zufließt. Dies betrifft vor allem die Branchen Sportartikel, Sanitätsbedarf, Papier-/Büro-/Schreibwaren sowie die Zoobranche. Als negativ ist jedoch der Kaufkraftabfluss in den modischen Branchen Textil und Schuhe zu sehen, da ein Teil der Bevölkerung die Nachfrage nach modischen Artikeln außerhalb von Heidenau abdeckt. Insbesondere wird in diesen Branchen Kaufkraft aus dem Heidenauer Marktgebiet durch konkurrierende Standorte (Dresden, Pirna) gebunden. Der Kaufkraftzufluss wird unter anderem von dem SB-Warenhaus real induziert, welches leistungsstarke Fachabteilungen in den Branchen Zoo, Textil, Schuhe, Bücher, Sport und Spielwaren besitzt.
- Die Umsatzbindung des **langfristigen Bedarfsbereichs** liegt in Summe bei knapp 180. Der hohe Kaufkraftzufluss ist vor allem auf die leistungsstarken Fachmärkte der Branchen Möbel, Baumarkt- und Hausratartikel sowie Raumausstattung zurückzuführen. Ferner bindet das SB-Warenhaus real wesentliche Umsatzanteile in den Branchen Fahrrad, Haushaltwaren und Kinder-/Babyausstattung. In den Branchen Optik und Uhren/Schmuck induzieren die vorhandenen Fachgeschäfte einen Umsatzzufluss aus dem Einzugsgebiet. Größere Kaufkraftabflüsse weist vor allem die Heimelektronikbranche (Elektroartikel/Unterhaltungselektronik/PC/Foto) auf.

Zusammenfassend ist einzuschätzen, dass vor allem die an verkehrsgünstigen Standorten angesiedelten Branchen, welche zudem noch über hohe Verkaufsflächen verfügen, Kaufkraft nicht nur aus Heidenau, sondern auch über das Einzugsgebiet hinaus binden.

**Tab. 16: Branchenbezogene Kaufkraftbindungsquoten in Heidenau**

| Nr. | Branche | Kaufkraftbindungsquote Heidenau |
|---|---|---|
| 1 | Lebensmittel | 188% |
| 2 | Reformwaren/Naturkost | 0% |
| 3 | Apotheken | 114% |
| 4 | Drogerie/Parfümerie | 106% |
| 5 | Blumen (Floristen & Gartenmarkt/-center) | 131% |
| 6 | Oberkleidung (Damen/Herren/Kinder) | 79% |
| 7 | Heimtextilien/Kurzwaren | 34% |
| 8 | Sportartikel/-bekleidung/-schuhe/Camping | 174% |
| 9 | Schuhe | 77% |
| 10 | Sanitätshäuser | 237% |
| 11 | Bücher | 89% |
| 12 | Papier-/Büro-/Schreibwaren | 104% |
| 13 | Spielwaren | 158% |
| 14 | Zoobedarf | 428% |
| 15 | Möbel/Antiquitäten | 300% |
| 16 | Baumarktartikel/Eisenwaren | 273% |
| 17 | Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat | 186% |
| 18 | Farben/Bodenbelag/Raumausstattung | 237% |
| 19 | Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik | 59% |
| 20 | Foto | 34% |
| 21 | Optik | 140% |
| 22 | Uhren/Schmuck | 109% |
| 23 | Lederwaren | 0% |
| 24 | Musikinstrumente/Musikalien | 0% |
| 25 | Fahrräder | 247% |
| 26 | Autoteile/-zubehör/-reifen | 0% |
| 27 | PC/Telekommunikation/Büroorganisation | 85% |
| 28 | Baby-/Kinderausstattung | 248% |
| 29 | diverse Branchen | 265% |
| Gesamt | | 158% |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

# 4. Konzeptentwicklung für den Heidenauer Einzelhandel

## 4.1 Zukünftiger Verkaufsflächenbedarf

### 4.1.1 Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung

Zur Ermittlung des künftigen Verkaufsflächenbedarfs wurde zunächst die weitere Entwicklung der Bevölkerung analysiert. Die Prognosen der Bevölkerungsentwicklung für die Stadt Heidenau und den zum Einzugsgebiet gehörenden Ort gehen bis zum Jahr 2015 sowie auch darüber hinaus von einem weiteren Rückgang der Bevölkerung aus.

Es ist in 2015 mit einer Bevölkerungszahl in Heidenau von ca. 16.300 Einwohnern zu rechnen. Im Einzugsgebiet, d.h. in Dohna wird eine Bevölkerung von ca. 6.100 Einwohnern angenommen. (vgl. Anlage 2).

**Tab. 17: Bevölkerungsprognose für Heidenau und das Einzugsgebiet**

| | Einwohner | | Veränderung |
|---|---|---|---|
| | 2008 | 2015 | % |
| Heidenau | 16.405 | 16.300 | -0,6 |
| Einzugsgebiet | 6.161 | 6.070 | -1,5 |

Quelle: Bevölkerungsprognosen Heidenau / Dohna, siehe Anlage 2

### 4.1.2 Prognostizierte Kaufkraftentwicklung

Für die Entwicklung des Kaufkraftvolumens bis zum Jahr 2015 wurden neben der Bevölkerungsprognose noch folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

- Die regionale einzelhandelsrelevante Kaufkraft steigt im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt – wenn auch langsam – an. Es ist langfristig von einer Angleichung der Lohnverhältnisse an das Bundesniveau auszugehen (vgl. Abb. 4).
- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal". Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens auszugehen.
- Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage ist nicht davon auszugehen, dass die Binnennachfrage wesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der Ausgaben im Einzelhandel wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen weiter vermindern. Dies ist durch den stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, Privatvorsorge etc.) im Verhältnis zu den Preisen für Einzelhandelswaren zu begründen.
- Eine wesentliche Ausweitung des Heidenauer Marktgebietes (vgl. Pkt. 2.1) ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine eher vorsichtige Prognose des Nachfragevolumens des Heidenauer Einzelhandels. In 2015 ist unter Berücksichtigung der Bevölkerungsprognose von einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen im Heidenauer Marktgebiet von ca. 123 Mio. EUR auszugehen.

**Tab. 18: Entwicklung des Marktvolumens bis 2015**

| | Marktpotenzial | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2008 | 2015 | Veränderung | |
| | Mio. EUR | Mio. EUR | Mio. EUR | % |
| Heidenau | 80,49 | 80,03 | -0,46 | -0,6 |
| Einzugsgebiet | 31,91 | 31,45 | -0,46 | -1,4 |
| Streupotenziale | 11,68 | 11,40 | -0,28 | -2,4 |
| Gesamt | 124,08 | 122,88 | -1,20 | -1,0 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

### 4.1.3 Künftiger Verkaufsflächenbedarf

Der zukünftige Verkaufsflächenbedarf für den Einzelhandel in Heidenau wird unter Verwendung unterschiedlicher Prämissen für den Prognosezeitraum 2015 berechnet. Es wurden folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

- Bevölkerungsprognose,
- Kaufkraftprognose,
- vorhandene Verkaufsflächen,
- aktuelle Umsatzbindung der einzelnen Branchen,
- anzusetzende Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung.

Der Verkaufsflächenbedarf wird aus dem prognostizierten Nachfragevolumen 2015 unter Beachtung der durchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivität errechnet. Die zukünftige Entwicklung der Verkaufsflächenproduktivität (*2) wird dabei als konstant angenommen. Ferner werden für die Modellrechnung die nebenstehenden Ziel-Kaufkraftbindungsquoten der einzelnen Branchen berücksichtigt, welche auf den erreichten Ist-Werten (vgl. Tab. 16) basieren. Somit wird eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

Es wird perspektivisch davon ausgegangen, dass die Stadt Heidenau ihre Kaufkraftbindung in den Branchen ausbauen kann, wo derzeit ein Kaufkraftabfluss aus Heidenau vorhanden ist. Ferner ist eine erweiterte Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet durch eine Verbesserung der Angebotsstruktur möglich.

Ziel-Zentralitäten nach Bedarfsbereichen

| | Ziel-Zentralität |
|---|---|
| Kurzfristiger Bedarfsbereich: | 100 |
| Mittelfristiger Bedarfsbereich: | 110 |
| Langfristiger Bedarfsbereich: | 110 |

(*2) Die Verkaufsflächenproduktivität eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Bruttoumsatz pro m² Verkaufsfläche.

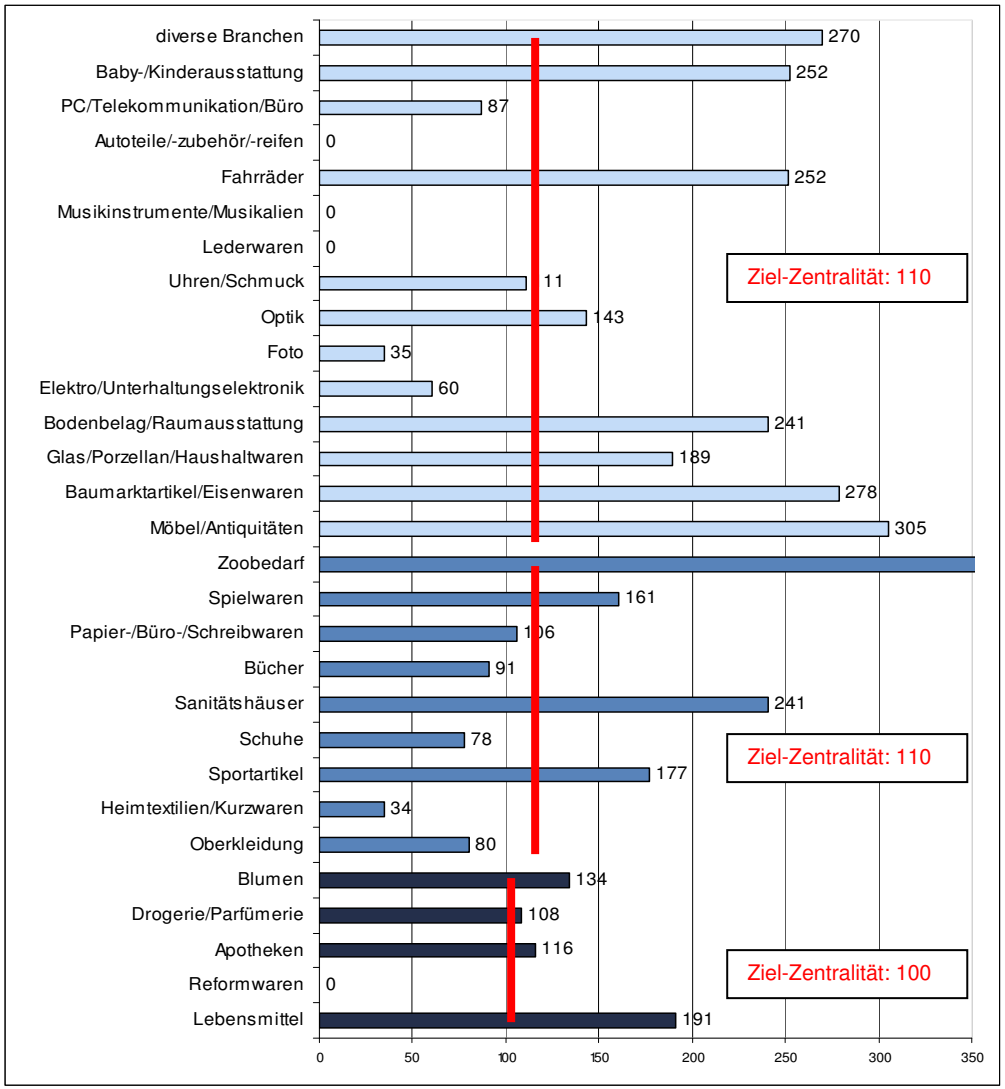
Aus raumordnerischen Gründen werden die Ziel-Zentralitäten so angesetzt, dass keine Beeinträchtigung der umliegenden höherzentralen Orte anzunehmen ist. Es ist auch zukünftig davon auszugehen, dass Heidenau lediglich für den räumlich-funktional verflochtenen Nachbarort Dohna eine Versorgungsfunktion mit übernehmen wird. Somit kann Heidenau dem Ziel des Regionalplans entsprechen, dass Grundzentren für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereiches die Voraussetzungen zur Sicherung der Grundversorgung unter anderem im Einzelhandel für den allgemeinen Bedarf schaffen bzw. erhalten sollen (vgl. Anl. 1 bzw. Pkt. 1.2.).

In der nebenstehenden Darstellung wurden die bereits erreichten Zentralitätswerte der einzelnen Branchen sowie die Ziel-Zentralitäten dargestellt. Auf Grund der in 2015 prognostizierten niedrigeren Marktvolumina der einzelnen Branchen stimmen die dargestellten Werte nicht mit den aktuellen Zentralitäten (vgl. Tab. 16) überein.

Mit Blick auf die Ziel-Zentralitäten sowie unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnen sich in der Bestandssituation in der Mehrzahl der Branchen quantitative Überhänge ab. Somit ist für die Gesamtstadt in den meisten Branchen kein wesentlicher zusätzlicher quantitativer Entwicklungsbedarf vorhanden. Nachfolgend wurden diejenigen Branchen einer gesonderten Betrachtungsweise unterzogen, welche die dargestellten Ziel-Zentralitäten noch nicht erreichen und somit ein Mehrbedarf vorhanden ist. Dabei wurden lediglich die Verkaufsflächengrößen ausgewiesen, welche einen qualifizierten Betrieb (Mindestbetriebsgrößen) eines Einzelhandelsgeschäftes zulassen.

Die dargestellten Ziel-Zentralitäten sollen lediglich von den Branchen erreicht werden, welche derzeit unter diesen Zielwerten liegen. In den Branchen, welche bereits einen Kaufkraftzufluss induzieren, ergibt sich kein Veränderungs- bzw. Erweiterungsbedarf.

**Abb. 12: Aktuelle und angestrebte Zentralitäten für den Heidenauer Einzelhandel**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die nebenstehend angegebenen Größenordnungen sind als grobe Orientierungswerte (Mindestwerte) für eine tragfähige, geeignete Erweiterung des Heidenauer Verkaufsflächenbestandes zu sehen. Bei der Berechnung wurden noch keine möglichen Betreiberkonzepte oder sonstigen fachspezifische Erfordernisse berücksichtigt.

Grundsätzlich wurde bei den Berechnungen eine Kaufkraftbindungsquote angenommen, welche das Nachfragepotenzial des Heidenauer Marktgebietes (Heidenau inkl. Einzugsgebiet, ohne Streupotenziale) in 2015 nur zu einem gewissen Teil abdeckt, um einen wirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenbestand in Heidenau zu erreichen. Es wurde daher eine differenzierte Ziel-Zentralität von ca. 100 bzw. 110 % (vgl. Abb. 12) angesetzt. Dabei wurde insbesondere berücksichtigt, dass im Einzugsgebiet bereits Handelseinrichtungen im kurzfristigen Bedarfsbereich (v.a. Lebensmittel) vorhanden sind, welche zum Teil eine Nahversorgung darstellen.

Die berechneten Potenzialflächen sind nicht als starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, welche im Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind.

Nachfolgend werden geplante Einzelhandelsansiedlungen in Heidenau kurz dargestellt, welche bereits einen Teil des zusätzlichen Verkaufsflächenbedarfs abdecken können.

**Tab. 19: Verkaufsflächenmehrbedarf in Heidenau in 2015**

| Branche | Verkaufsfläche m² |
|---|---|
| Reformwaren/Naturkost | 90 |
| Oberbekleidung | 800 |
| Schuhe | 160 |
| Bücher | 90 |
| Schreibwaren | 30 |
| Elektro / Unterhaltungselektronik | 690 |
| Foto | 60 |
| Lederwaren | 120 |
| Musikinstrumente / Musikalien | 80 |
| Autoteile/-zubehör | 550 |
| PC/Telekommunikation/Büroorganisation | 110 |
| Gesamt | 2.760 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

### 4.1.4 Geplante Einzelhandelsprojekte

Laut Angaben der Stadtverwaltung Heidenau sind zum Zeitpunkt der Berichtslegung folgende weitere Einzelhandelsvorhaben geplant bzw. bereits in der Umsetzung.

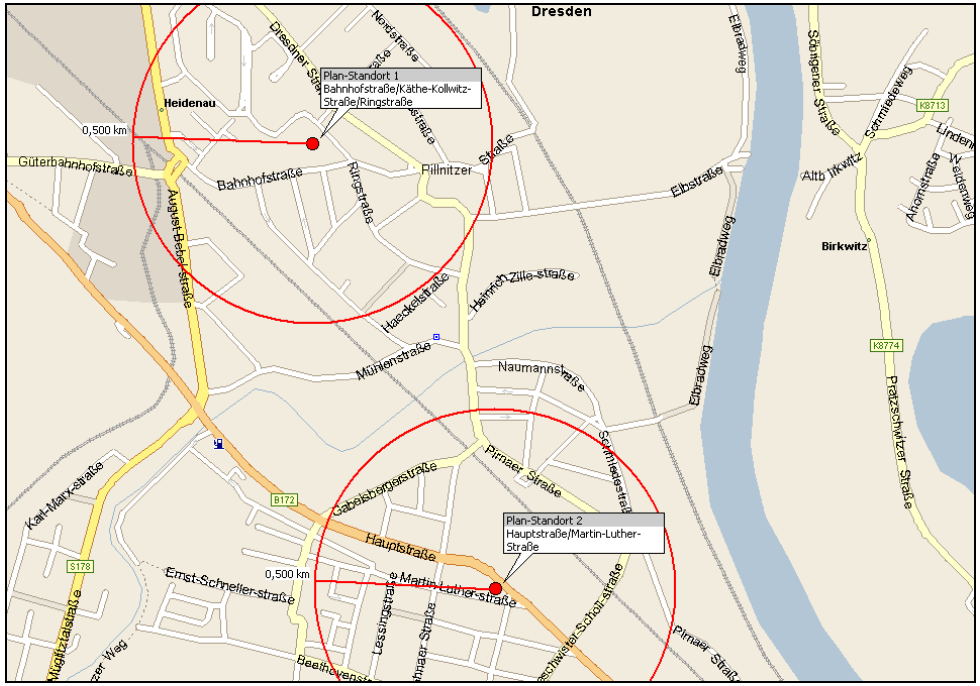
**1. Fachmarktansiedlung Bahnhofstraße/Käthe-Kollwitz-Straße/Ringstraße**

Ein Investor plant auf der Fläche zwischen den o.g. Straßenzügen, welche von der Kommune einer Brachflächenrevitalisierung unterzogen worden ist, innerstädtischen Einzelhandel im Komplex zu entwickeln. Es sind ein Lebensmittelmarkt (ca. 1.400 m² VK), ein Drogeriefachmarkt (ca. 650 m² VK), ein Textilfachmarkt (ca. 470 m² VK) sowie ein Schuhfachmarkt (ca. 340 m² VK) geplant.

Der Standort ist als Nahversorger für die umliegende Wohnbebauung zu charakterisieren und ist auf Grund der Lage als städtebaulich integriert einzustufen. Das geplante Vorhaben kann ferner wesentlich zur Stärkung der Versorgungsfunktion der Innenstadt beitragen, da der Standort an die Hauptgeschäftslage von Heidenau grenzt und sich in die örtliche Einzelhandelslandschaft integriert. Es sind zudem Branchen bzw. Betriebstypen geplant, welche in der Innenstadt derzeit noch nicht angesiedelt sind.

Der Standort in der Stadtmitte befindet sich derzeit in der Umsetzung. Das Bebauungsplanverfahren wurde abgeschlossen sowie die Baugenehmigung erteilt.

**Abb. 13: Lage der geplanten Einzelhandelsvorhaben**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

## 2. Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes inkl. Nahrungsmittelhandwerker in der Hauptstraße / Martin-Luther-Straße

Es ist geplant, Grundstücke an dem o.g. Standort mit einem Lebensmittel-Discountmarkt zu bebauen. Der Standort ist einerseits grundsätzlich verkehrgünstig gelegen, anderseits kann der Standort aus der südlich liegenden Wohnbebauung fußläufig problemlos erreicht werden. In unmittelbarer Nähe befindet sich mit einer Schule zudem eine öffentliche Nutzung. Die Verkaufsfläche ist mit 745 m² zuzüglich 55 m² für einen Bäcker und Fleischer projektiert.

Grundsätzlich ist einzuschätzen, dass der Standort u.a. der Nahversorgung dient und die (fußläufig geringfügige) Versorgungslücke (vgl. Abb. 10) schließen kann. Anderseits sind die hohe Wettbewerbsdichte sowie der bereits bestehende Verdrängungswettbewerb in Heidenau zu erwähnen.

Für den Standort wurde eine Baugenehmigung erteilt. Erste Maßnahmen zur Baufeldfreimachung sind ebenfalls bereits erfolgt.

**Tab. 20: Geplante Verkaufsflächen in Heidenau**

| | Geplante Verkaufsflächen m² |
|---|---|
| Lebensmittel | 2.200 |
| Drogerie | 650 |
| Textil | 470 |
| Schuhe | 340 |
| Summe | 3.360 |

Quelle: Stadtverwaltung Heidenau, 2009

## 4.2 Branchen- und Standortkonzept Heidenau

Zur Verbesserung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Heidenau werden zur quantitativen Verkaufsflächenausstattung die in der vorstehenden Tabelle 19 aufgeführten Ergänzungen vorgeschlagen.

Auf Grund der Erkenntnisse aus der Markt- und Standortanalyse werden im Folgenden Nutzungsmöglichkeiten erarbeitet. Diese beziehen sich auf Nutzungen, die auf Basis der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen in Heidenau umsetzbar sind. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit sowie betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische betreiberabhängige Gesichtspunkte berücksichtigt. Aus diesem Grund können auch die empfohlenen Verkaufsflächen teilweise von dem berechneten Verkaufsflächenbedarf abweichen.

Die Aussagen zu den offenen Potenzialen sind zunächst als rechnerisch erfasste Ansiedlungsmöglichkeiten zu verstehen. Sie können nicht die zukünftigen Trends bei der Entwicklung der einzelnen Branchen berücksichtigen und ersetzen in Bezug auf konkrete Einzelfälle keine betriebswirtschaftlichen Machbarkeitsberechnungen.

Nachfolgend wurde eine Präzisierung der Ansiedlungsvorschläge für die einzelnen Bedarfsbereiche unter Berücksichtigung der geplanten Einzelhandelsprojekte (vgl. Pkt. 4.1.4) erarbeitet:

- Der berechnete Verkaufsflächenbedarf sieht keine Erweiterung der Verkaufsfläche für **Lebensmittel** vor. Dies ist unter dem Aspekt der hohen Verkaufsflächendichte sowie der sich daraus ergebenden Marktabdeckung zu sehen. Allerdings ist vor dem Hintergrund der räumlichen Verteilung des bestehenden Besatzes festzustellen, dass in der Haupteinkaufszone ein unterdurchschnittlich ausgeprägtes Angebot in diesem Segment vorhanden ist. Aus diesem Grund ist die vorgesehene Ansiedlung eines Supermarktes mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche an der Bahnhofstraße (vgl. Pkt. 4.1.4), welcher hinsichtlich der Sortimentsbreite und –tiefe sowie auch der Präsentation und Frische als ansprechender Anbieter einzustufen ist, als zentralitätsbildend für die Innenstadt zu bewerten. Weiterhin wird sich damit die Verkaufsflächenstruktur in Heidenau (vgl. Abb. 9) zugunsten des Betriebstyps Supermarkt verändern.

  Grundsätzlich sollte möglichst eine funktionierende Nahversorgung in allen Ortsteilen gewährleistet werden, wobei sich hier die geringe Nachfrage und die somit fehlenden ökonomischen Potenziale erschwerend auf mögliche stationäre Ansiedlungen auswirken, so dass ggf. mobile Versorgungseinrichtungen in Frage kommen.

- Im Bereich **Drogeriewaren** ist kein wesentlicher Verkaufsflächenbedarf gegeben. Da jedoch das SB-Warenhaus real einen hohen Verkaufsflächenanteil gegenüber der Innenstadt einnimmt, ist die geplante Ansiedlung von ca. 650 m² Verkaufsfläche im Rahmen des innerstädtischen Einkaufszentrumsprojekts (vgl. Pkt. 4.1.4) generell zu befürworten. Der erhöhte Wettbewerb wird sich dadurch u.a. auch mit dem SB-Warenhaus real entwickeln, welches sich jedoch an einem peripher gelegenen und somit nicht schützenswerten Standort befindet.

- In der Branche **Reformwaren/Naturkost** ist ein Bedarf für ein Fachgeschäft mit knapp 100 m² vorhanden, welches möglichst in der Innenstadt an einem gut frequentierten Standort, idealerweise im Zusammenhang mit anderen Lebensmittelanbieter angesiedelt werden sollte.
- Ein zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf ergibt sich in der **Bekleidungsbranche**, welcher grundsätzlich auf die Innenstadt gelenkt werden sollte. Die Branche gilt als innerstädtische Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivierung des Zentrums bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern induziert zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. reduziert den derzeitigen Kundenabfluss.

  Im Rahmen des bereits genannten Ansiedlungsvorhabens in der Bahnhofstraße (vgl. Pkt. 4.1.4) ist ein Textilfachmarkt geplant, welcher eine gute Ergänzung des höherwertigen Angebots in der Innenstadt darstellt. Weitere stadtzentrale Verkaufsflächen mit einer Gesamtfläche von ca. 330 m² sind empfehlenswert. Die derzeitige wirtschaftliche Entwicklung im textilen Einzelhandel lässt jedoch nur wenig Spielraum für den Facheinzelhandel zu. Als positiver ist die Entwicklung von Textilfachmärkten bzw. von überregionalen Filialisten zu bewerten, welche eine hohe Anziehungskraft auf die Konsumenten besitzen.
- Die **Schuhbranche**, welche ebenfalls zur Aufwertung eines Stadtzentrums beiträgt, ist derzeit deutlich unterrepräsentiert. Das geplante Projekt in der Bahnhofstraße (vgl. Pkt. 4.1.4) kann diese Unterdeckung abbauen. Obwohl die Verkaufsfläche über den empfohlenen Werten liegt, sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu befürchten, da als wesentlicher Anbieter derzeit nur das SB-Warenhaus real fungiert. Prinzipiell wäre eine weitere Ansiedlung in Form eines Fachgeschäfts in der Innenstadt zu empfehlen, da diese Betriebsform derzeit überhaupt nicht präsent ist.

  Ein weiteres Fachgeschäft in der Innenstadt mit mindestens 150 m² Verkaufsfläche würde trotz eines gewissen gesamtstädtischen Überbesatzes zur Verbesserung der Angebotsvielfalt im modischen Bereich beitragen. Eine Vergrößerung der Betriebsflächen bestehender Anbieter ist ebenfalls denkbar, wird jedoch durch die räumlichen Gegebenheiten der Betriebe stark eingegrenzt.
- In dem Sortiment **Bücher** sowie **Papier-/Büro-/Schreibwaren** ist ein Arrondierungsbedarf in einer Größenordnung von ca. 90 m² bzw. 30 m² Verkaufsfläche vorhanden, welcher wirtschaftlich möglich und versorgungsstrukturell sinnvoll wäre. Die diesbezügliche Verkaufsfläche sollte in der Innenstadt neu entwickelt bzw. durch die Erweiterung eines bestehenden Betriebes geschaffen werden.
- Im Bereich **Lederwaren** ist derzeit kein Anbieter vorhanden, so dass die Kaufkraft vollständig abfließt. Ansiedlungschancen könnten bspw. im Stadtzentrum auch in Kombination mit einem Schuhgeschäft genutzt werden, da für dieses Sortiment eine gut frequentierte Geschäftslage wichtig ist. Als Mindestbetriebsgröße ist eine Verkaufsfläche von 100 m² zu sehen.

- Mit den wenigen, vor allem kleinerflächigen Anbietern, lässt sich das Umsatzpotenzial der Branche **Unterhaltungselektronik/Elektro/PC** derzeit nicht vollständig abschöpfen, so dass Umsätze zum dezentralen Standort des SB-Warenhauses real sowie auch aus Heidenau abfließen. Aus diesem Grund ist ein Fachmarktkonzept zu empfehlen, welches ein Vollsortiment anbietet. Eine rechnerisch mögliche Ergänzungsfläche von knapp 700 m² ist jedoch für einen Fachmarkt zu gering dimensioniert, da erfahrungsgemäß moderne Fachmarktkonzepte eine Verkaufsfläche von minimal 1.200 m² erfordern. Sollte deshalb ein mögliches Ansiedlungsvorhaben oberhalb der Verkaufsfläche über 700 m² avisiert werden, sind die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen des Vorhabens auf die bestehenden Versorgungsstrukturen auch von umliegenden Gemeinden zu ermitteln und zu bewerten. Prinzipiell sind jedoch die Erweiterung bestehender innerstädtischer Anbieter bzw. eine Neuansiedlung in der Innenstadt von Heidenau denkbar.
- Der Sortimentsbereich der „braunen“ und „weißen“ Ware kann durch das Sortiment **Foto** ergänzt werden, welches einen Mindestbedarf von ca. 60 m² besitzt.
- Im Bereich **Musikinstrumente/Musikalien** ist kein Anbieter vorhanden. Auf Grund des Spezialcharakters des Sortiments sind warenseitig sowie betriebswirtschaftlich schwierige Voraussetzungen gegeben. Ansiedlungschancen mit einer Mindestbetriebsgröße von 100 m² könnten bspw. auch in einer Nebenlage genutzt werden, da für dieses Sortiment auf Grund der Zielkundschaft keine hoch frequentierte Hauptgeschäftslage notwendig ist.
- In der Branche **Autoteile/Autozubehör** ist eine Ansiedlung mit ca. 500 m² Verkaufsfläche empfehlenswert, welche an einem dezentralen Standort bei gleichzeitig guter verkehrlicher Erreichbarkeit erfolgen sollte. Eine Werkstatt bzw. Serviceangebote sollte das Sortiment ergänzen.
- Die Sortimente **PC/Telekommunikation/Büroorganisation** können im Zusammenhang mit der Branche Unterhaltungselektronik/Elektro angeboten werden, da hohe Kopplungseffekte zwischen den einzelnen Sortimenten vorhanden sind. Bei einer solitären Ansiedlung sollte ein gut erreichbarer Innenstadtstandort gewählt werden.

Es ist darauf zu verweisen, dass die ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe auf einer Steigerung der Marktbedeutung des Heidenauer Einzelhandels im eigenen Stadtgebiet sowie auch im abgegrenzten Einzugsgebiet basieren. Sie gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine gewisse Erhöhung der Marktanteile des Heidenauer Einzelhandels. Selbige sind jedoch raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter sowie der geplanten Neuansiedlungen noch erheblich unter dem Marktvolumen im dargestellten Einzugsbereich liegen. Somit wird der Induktion von Umsätzen außerhalb des Einzugsgebietes im gewissen Sinne vorgebeugt. Ferner wird als Ansiedlungsstandort größtenteils die Innenstadt von Heidenau vorgeschlagen, welcher derzeit sowie auch perspektivisch keine überregionale Versorgungsbedeutung übernehmen kann.

Bei Umsetzung der geplanten Ansiedlungsvorschläge ist weiterhin davon auszugehen, dass sich der Wettbewerb im Heidenauer Zentrum nicht maßgeblich verschärfen wird. Als Wettbewerber ist in vielen Branchen vielmehr das dezentral gelegene SB-Warenhaus real zu sehen.

Umseitig wurde eine Zusammenfassung der Ansiedlungsvorschläge eingefügt. Dabei wurden betreiberabhängige Größendimensionierungen mit berücksichtigt, so dass die nachfolgend empfohlen Erweiterungsbedarfe von dem rechnerischen Verkaufsflächenbedarf (vgl. Tab. 19) abweichen können. Ferner wurden bereits geplante Einzelhandelsprojekte (vgl. Punkt 4.1.4) berücksichtigt.

Sollten sich Vorhaben, welche auf Grund ihrer Dimensionierung eine Ausdehnung des dargestellten Einzugsbereiches erwarten lassen, nach einer ersten Einschätzung nicht in diesen Entwicklungskorridor einordnen lassen, sind ggf. gesonderte Stellungnahmen erforderlich, welche die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen der Region im Detail aufzeigen.

**Tab. 21: Entwicklungspotenziale für Heidenau bis 2015**

| Branche | Verkaufs-fläche (ca.) m² | Empfohlene Lage | Empfohlene Strategie | Betriebstyp/ Betriebsform |
|---|---|---|---|---|
| Reformwaren/Naturkost | 90 | Innenstadt | Neuansiedlung | Fachgeschäft |
| Oberbekleidung | 330 | Innenstadt | Neuansiedlung | Textilfachmarkt/Fachgeschäfte |
| Bücher | 90 | Innenstadt | Neuansiedlung/Erweiterung | Fachgeschäft |
| Schreibwaren | 30 | Innenstadt | Erweiterung | Fachgeschäft |
| Unterhaltungselektronik/Elektro/PC | 700 | Innenstadt | Neuansiedlung/Erweiterung | Fachmarkt |
| Foto | 60 | Innenstadt | Neuansiedlung/Erweiterung | Fachgeschäft |
| Lederwaren | 120 | Innenstadt | Neuansiedlung | Fachgeschäft |
| Musikinstrumente/Musikalien | 100 | Innenstadt/Innenstadtrandlage | Neuansiedlung | Fachgeschäft |
| Autoteile | 500 | Dezentraler Standort | Neuansiedlung | Fachmarkt |
| PC/Telekommunikation/Büroorganisation | 110 | Innenstadt/Innenstadtrandlage | Neuansiedlung/Erweiterung | Fachgeschäft |
| Verkaufsflächenbedarf gesamt | 2.130 | | | |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

## 4.3 Identifikation und Bewertung von Potenzialflächen

Nach einer intensiven Ortsbegehung sowie nach Rücksprache mit der Stadtverwaltung konnten nachfolgende Potenzialflächen im Stadtkern eruiert werden, welche für eine Ansiedlung von Einzelhandel geeignet wären. Dabei wurde nach Flächen für eine mögliche Neubebauung sowie nach Leerstandsobjekten unterschieden. Es wurden lediglich Grundstücke aufgenommen, welche eine ausreichende Grundstücksgröße für eine mögliche Bebauung aufweisen. Selbiges trifft auf die Leerstände zu, wo ebenfalls nur größere innerstädtische Potenzialflächen dargestellt wurden.

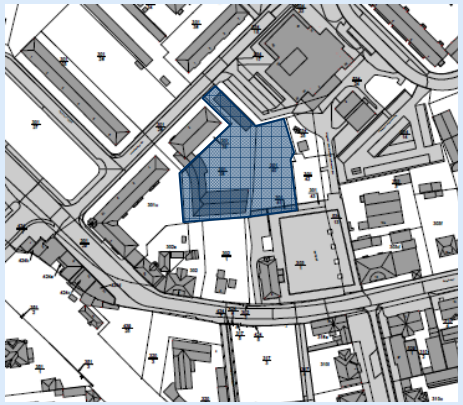
Weitere Verkaufsflächenpotenziale sind vor allem in Nebenlagen außerhalb der Innenstadt vorhanden, so dass ggf. bei einer verstärkten innenstadtrelevanten Nachfrage diese Angebotsreserven wieder aktiviert werden könnten. Es ist jedoch einzuschätzen, dass auf Grund der Standortqualität einige Leerstandsobjekte keiner Einzelhandelsnutzung wieder zugeführt werden können.

An dezentralen Standorten bestehen derzeit ausreichende Möglichkeiten, nicht-zentrenrelevante Sortimente zu entwickeln. Grundsätzlich sollten dabei vor allem eventuelle Randsortimente auf eine Innenstadtverträglichkeit untersucht werden bzw. bei möglichen schädlichen Auswirkungen grundsätzlich ausgeschlossen oder flächenbegrenzt werden.

Die Flächen der bereits verbindlich geplanten Einzelhandelsvorhaben (vgl. Pkt. 4.1.4) werden an dieser Stelle nicht mehr aufgeführt.

**Potenzialfläche „Quartier am Markt“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Direkt am Marktplatz<br>BrunnenEck und neu geplantes Einkaufszentrum liegen im Umfeld |
| Größe: | Grundstücksgröße ca. 4.200 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Brach-, Stellplatz- und Nebengebäudeflächen |
| Mögliche Nutzung: | Bebauung mit Einzelhandelsimmobilie möglich |
| Standortbewertung: | Sehr gute Standortqualität und exponierte Innenstadtlage<br>Sehr gute Standortvoraussetzungen für eine Einzelhandelsnutzung |
| Sonstiges: | Grundstücke befinden sich zum Großteil im Eigentum der Stadt<br>Günstige Anbindung über von-Stephan- bzw. Bahnhofstraße |

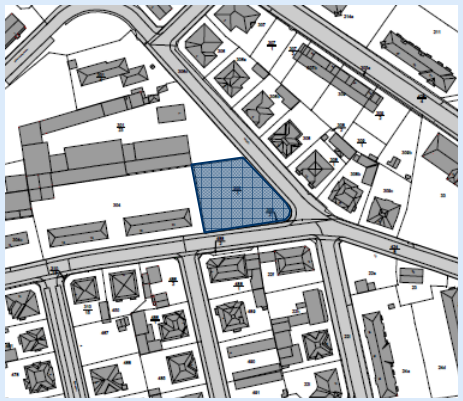


**Potenzialfläche „Areal Käthe-Kollwitz-Straße“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Zentrale Innenstadtlage<br>Zwischen BrunnenEck und neu geplantem Einkaufszentrum |
| Größe: | Grundstücksgröße ca. 2.600 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Stellplatz-, Lager- und Nebengebäudeflächen |
| Mögliche Nutzung: | Bebauung mit Einzelhandelsimmobilie möglich |
| Standortbewertung: | Gute Standortqualität und zentrale Lage in der Innenstadt<br>Gute Standortvoraussetzungen für eine Einzelhandelsnutzung |
| Sonstiges: | Grundstück befindet sich im Eigentum der Stadt<br>Eingeschränkte Erreichbarkeit und Einsehbarkeit |

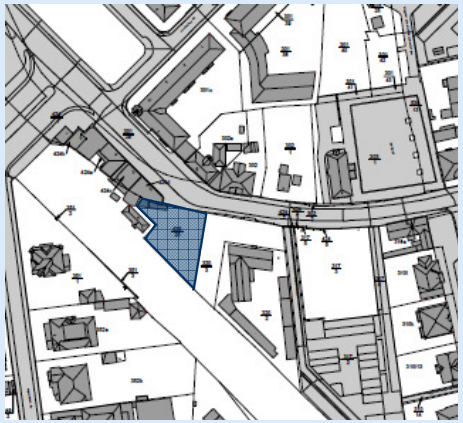
**Potenzialfläche „Areal Ringstraße“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Von der Bahnhof- und Ringstraße begrenzt<br>Östlich an das geplante Einkaufszentrum anschließend |
| Größe: | Grundstücksgröße ca. 1.900 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Grünfläche |
| Mögliche Nutzung: | Bebauung mit Einzelhandelsimmobilie möglich |
| Standortbewertung: | Gute Standortqualität innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs<br>Gute Standortvoraussetzungen für eine Einzelhandelsnutzung |
| Sonstiges: | Grundstück befindet sich im Eigentum der Stadt<br>Günstige Anbindung über Bahnhof- und Ringstraße |



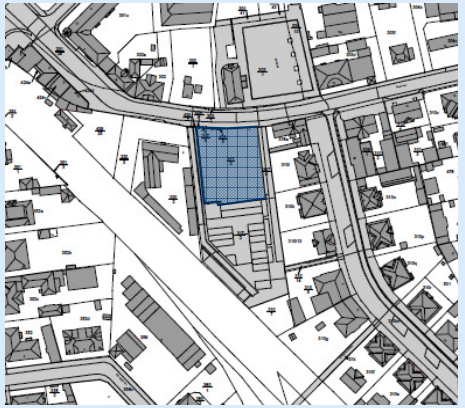
**Potenzialfläche „Areal Bahnhofstraße I“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Verbindungslage zwischen Ernst-Thälmann-Straße und Bahnhofsbereich |
| Größe: | Grundstücksgröße ca. 900 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Grünfläche |
| Mögliche Nutzung: | Bebauung mit Einzelhandelsimmobilie möglich |
| Standortbewertung: | Gute Standortqualität innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs<br>Gute Voraussetzungen für eine Einzelhandelsnutzung |
| Sonstiges: | Grundstück befindet sich im Eigentum der Stadt<br>Günstige Anbindung über die Bahnhofstraße |



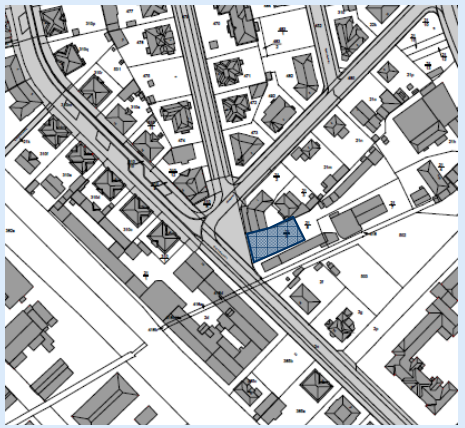
**Potenzialfläche „Areal Bahnhofstraße II“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Verbindungslage zwischen Ernst-Thälmann-Straße und Bahnhofsbereich |
| Größe: | Grundstücksgröße ca. 1.800 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Grünfläche |
| Mögliche Nutzung: | Bebauung mit Einzelhandelsimmobilie möglich |
| Standortbewertung: | Gute Standortqualität innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs<br>Gute Voraussetzungen für eine Einzelhandelsnutzung |
| Sonstiges: | Grundstück befindet sich im Eigentum der Stadt<br>Günstige Anbindung über die Bahnhofstraße<br>Lage direkt gegenüber dem Quartier am Markt |



**Potenzialfläche „Areal Am Mühlgraben“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Ergänzungslage an der Ernst-Thälmann und Einsteinstraße |
| Größe: | Grundstücksgröße ca. 600 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Brachfläche |
| Mögliche Nutzung: | Bebauung mit Wohn-/Geschäftshaus möglich |
| Standortbewertung: | Gute Standortqualität innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches<br>Gute Voraussetzungen u.a. für eine Geschäftsnutzung |
| Sonstiges: | Grundstück befindet sich im Eigentum der Stadt<br>Günstige Anbindung über die Ernst-Thälmann-Straße |



**Potenzialobjekt „Ernst-Thälmann-Straße 3“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Hauptgeschäftsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 80 m² |
| Derzeitige Nutzung: | (Teil-)Leerstand EG links |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Zusammenhängende Verkaufsfläche<br>Guter Ladenzuschnitt, große Schaufenster<br>Moderne Fassade, umgebungsangepasster Neubau |

**Potenzialobjekt „Ernst-Thälmann-Straße 11“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Hauptgeschäftsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 70 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Leerstand, dekoriert, Nutzung vormals durch Textilgeschäft |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Kleinere Ladeneinheit, zurückgesetzter Eingang<br>Große Schaufenster<br>Modernisierte Fassade, sanierter Altbau |

**Potenzialobjekt „Ernst-Thälmann-Straße 13“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Hauptgeschäftsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 90 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Leerstand |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Zusammenhängende Verkaufsfläche, geringe Ladentiefe<br>Große Schaufenster<br>Modernisierte Fassade, sanierter Altbau |

**Potenzialobjekt „Ernst-Thälmann-Straße 17“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Hauptgeschäftsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 50 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Leerstand (nicht einsehbar, mit Werbung) |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Kleinere Ladeneinheit, kein stufenfreier Zugang<br>Große Schaufenster<br>Modernisierte Fassade, sanierter Altbau |

**Potenzialobjekt „Ernst-Thälmann-Straße 19“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Südlicher Hauptgeschäftsbereich |
| Größe: | Mögliche Verkaufsflächengröße ca. 100 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Wohnen (gegenwärtig Leerstand) |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Einbau eines Ladenlokals grundsätzlich möglich<br>Hohe Investitionskosten durch bauliche Veränderungen (Schaufenster, Fassadenmodernisierung, Eingangslösung etc.) |

**Potenzialobjekt „Ernst-Thälmann-Straße 21“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Beginn / Ende südlicher Hauptgeschäftsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 900 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Second-Hand-Waren, ausländische Lebensmittel |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft/Fachmarkt, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Keine Schaufenster<br>Kein direkter Zugang zur Ernst-Thälmann-Straße<br>eingeschränkte Werbung wg. Denkmalstatus<br>Hohe Ausbaukosten |

**Potenzialobjekt „Bahnhofstraße 15“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Zentralen Versorgungsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 50 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Wohnen (früher Geschäft) |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Wiedereinbau eines Ladenlokals perspektivisch möglich<br>Große Schaufenster<br>Attraktive und modernisierte Fassade, sanierter Altbau |

**Potenzialobjekt „Robert-Koch-Straße 2“**

| | |
|---|---|
| Lage: | Nebenlage im Zentralen Versorgungsbereich |
| Größe: | Geschätzte Verkaufsflächengröße ca. 400 m² |
| Derzeitige Nutzung: | Leerstand, Nutzung vormals durch Möbeleinzelhandel |
| Mögliche Nutzung: | Fachgeschäft, diverse Branchen möglich |
| Sonstiges: | Ungünstige Verkaufsraumaufteilung<br>Zersplittete Verkaufsfläche<br>Hohe Ausbaukosten |

# 5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Heidenau

## 5.1 Zentrenkonzept Heidenau

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation und der prognostizierten Entwicklungsspielräume wurde für Heidenau ein Zentrenkonzept abgeleitet. Zielsetzung des Konzepts ist eine Standortsteuerung von Einzelhandelsbetrieben. Rechtsinstrumente zur städtebaulichen und landesplanerischen Einzelhandelssteuerung stellen dabei vor allem die Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3) sowie das Baugesetzbuch (§ 2 Abs. 2 / § 9 Abs. 2a / § 34 Abs. 3) dar. In erster Linie kann hiermit die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben gesteuert und sowie damit auch der Schutz von Zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) sichergestellt werden.

Bei dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche im Gebiet einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwG 11.10.2007 - 4 C 7.07). Neben Handelsbetrieben sollte der Zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Einzelhandelsrelevante Flächenpotenziale können in gewissem Umfang auch einbezogen werden. Grundsätzlich existiert für einen Zentralen Versorgungsbereich keine Mindestgröße.

Dem Zentralen Versorgungsbereich muss die Funktion eines städtebaulichen Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teils davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind Zentrale Versorgungsbereiche - insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrer - verkehrsgünstig angebunden.

Innerhalb von Gemeinden kann es mehr als einen Zentralen Versorgungsbereich und somit auch unterschiedliche Typen von Versorgungsbereichen (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Grund- und Nahversorgungszentrum) geben.

- Ein Innenstadtzentrum (A-Zentrum) versorgt meist einen größeren Einzugsbereich (Stadtgebiete und darüber hinaus) und bietet regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich an. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch die öffentliche Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Postunternehmen, freie Berufe, Gastronomie, Entertainment- und Kulturanbieter.
- Nebenzentren (B-Zentren) haben meist einen mittleren Einzugsbereich (Stadtteile, Stadtbezirke größerer Städte), in denen ein breiteres Spektrum von Waren des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch des langfristigen) Bedarfs angeboten wird. Nebenzentren können auch eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums übernehmen, jedoch bleiben der Umfang des Angebots (Verkaufsfläche) sowie die Diversifizierung (Sortimentsbreite und –tiefe) deutlich hinter dem Angebot eines Innenstadtzentrums zurück.

- Nahversorgungszentren (C-Zentren) besitzen einen kleineren Einzugsbereich (Stadtquartiere, Wohnortlagen), in denen vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs und auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren.

Ergänzt wird das in den zentralen Versorgungslagen verortete Einzelhandelsangebot üblicherweise durch Agglomerationsstandorte bzw. (großflächige) Sonderstandorte des Einzelhandels, welche vor allem durch eine Ansiedlung von Fachmärkten in meist dezentraler Lage gekennzeichnet sind. Die meistens auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind vor allem außerhalb von Wohnquartieren an verkehrsgünstig gelegenen Standorten mit einer großzügig dimensionierten Parkplatzanlage angesiedelt. Diese Lagen sind als nicht schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung einzustufen.

Weiterhin sind solitäre Nahversorgungsstandorte bzw. -läden vorhanden, welche funktional und städtebaulich keinen Zentrencharakter haben. Diese Lagen dienen vorwiegend der Versorgung der umliegenden örtlichen Bevölkerung und zeichnen sich vor allem durch eine zentrale Lage in einem Wohngebiet mit meist eingeschränkten Parkmöglichkeiten aus. Ferner stammt ein großer Teil des Umsatzes bzw. der Kunden aus dem fußläufigen Einzugsgebiet (bis maximal ca. 750 m bzw. ca. 10 Gehminuten). Der Sortimentsschwerpunkt wird vor allem durch nahversorgungsrelevante Angebote bzw. den kurzfristigen Bedarfsbereich bestimmt. Hierbei handelt es sich insbesondere um Anbieter der Lebensmittelbranche (Supermarkt, Discounter), welcher meist durch Nahrungsmittelhandwerker ergänzt werden. Eine Schutzmöglichkeit dieser Nahversorger ist aus Gründen eines damit gegebenen individuellen Konkurrenzschutzes einzelner Anbieter unzulässig, so dass diese Lagen nicht als stadtentwicklungsbezogen schützenswerte Versorgungsbereiche eingestuft werden können.

Die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei muss ein Zentraler Versorgungsbereich nicht zwingend dem Hauptgeschäftsbereich entsprechen und muss bspw. auch nicht mit einer Kerngebietsausweisung in Baubauungsplänen übereinstimmen.

Entscheidend für das tatsächliche Vorhandensein eines Zentralen Versorgungsbereiches ist die augenscheinliche Bildung einer funktionalen Einheit, die neben Einzelhandelsnutzungen noch weitere Komplementärnutzungen umfasst. Als wesentliche Abgrenzungskriterien gelten weiterhin:

- Quantitative Kriterien (z.B. Verkaufsflächenbestand, Branchenmix, vorhandene Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Nutzungen)
- Qualitative Kriterien (z.B. Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation)
- Bevölkerung (z.B. ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Gemeindeteil)
- Nahversorgungscharakter (z.B. fußläufige Erreichbarkeit, ÖPNV-Anschluss)

Auf Basis der vorstehenden Ausführungen sowie der örtlichen Gegebenheiten wurde das Bestehen von tatsächlichen Zentralen Versorgungsbereichen in Heidenau geprüft. Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur wurden in der Stadt Heidenau aus gutachterlicher Sicht zunächst nachfolgende ortsspezifischen Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von Zentralen Versorgungsbereichen definiert.

**Tab. 22: Kriterien der Zentrenklassifizierung für Heidenau**

| Kriterien | A-Zentrum (Innenstadtzentrum) | B-Zentrum (Nebenzentrum) | C-Zentrum (Nahversorgungszentrum) |
|---|---|---|---|
| Einzugsgebiet: | gesamtstädtisch, überörtlich | teilstädtisch<br>mind. ca. 5.000 Einwohner | v.a. Wohnquartiere, z.T. teilstädtisch<br>mind. ca. 2.000 Einwohner |
| Lage: | Hauptzentrum als größte integrierte Geschäftslage | Nebenzentrum in städtebaulich integrierter Geschäftslage | Nahversorgungszentrum in städtebaulich integrierter Geschäftslage |
| Branchen: | alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs | v.a. kurz- und mittelfristiger Bedarfsbereich, Ergänzung durch langfristigen Bedarfsbereich | v.a. kurzfristiger Bedarfsbereich, Ergänzung durch mittelfristigen Bedarfsbereich |
| Sortimente: | hohe Sortimentsbreite und -tiefe | teilweise hohe und tiefe Sortimentsbreite | hohe Sortimentsbreite (v.a. bei Lebensmitteln) |
| Betriebsanzahl/-flächen: | Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe | mind. 15 Betriebe, davon ein großflächiger Lebensmittelanbieter,<br>mind. 5.000 m² Gesamtverkaufsfläche | mind. 5 Betriebe, davon ein Lebensmittelanbieter,<br>mind. 1.000 m² Gesamtverkaufsfläche |
| Kundenmagneten: | in allen Bereichen | Verbrauchermarkt/Supermarkt, Fachmarkt | Supermarkt/Discounter, ggf. Fachmarkt |
| Betriebstypen: | alle Betriebstypen | Verbrauchermarkt/Supermarkt/Discounter, Fachmarkt, Fachgeschäfte | Supermarkt/Discounter, Fachgeschäfte, ggf. Ergänzung durch Fachmarkt |
| Preisniveau: | v.a. mittleres bis gehobenes Niveau | gehobenes Niveau in ausgewählten Branchen, mittleres Niveau in den meisten Branchen | unteres bis mittleres Niveau |
| Komplementärnutzungen: | Öffentliche Verwaltung, finanz-, personal und konsumorientierte Dienstleister, Kreditinstitute, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter | Außenstellen öffentlicher Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale, Postfiliale, Ärzte, Gastronomie, Sport-/Fitnessangebote | Dienstleister, Cash-Point, Ärzte, Gastronomie (zumeist nur teilweise vorhanden) |
| Verkehrserschließung: | Parkraumkonzept, Berollbarkeit, ÖPNV-Zentralhaltestelle, Fußgänger bzw. verkehrsberuhigte Zone | Parkierungsflächen, Berollbarkeit, ÖPNV-Haltepunkt, Fuß- und Fahrradweganbindung | PKW-Stellplätze, Anbindung ÖPNV, Fuß- und z.T. Fahrradweganbindung |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

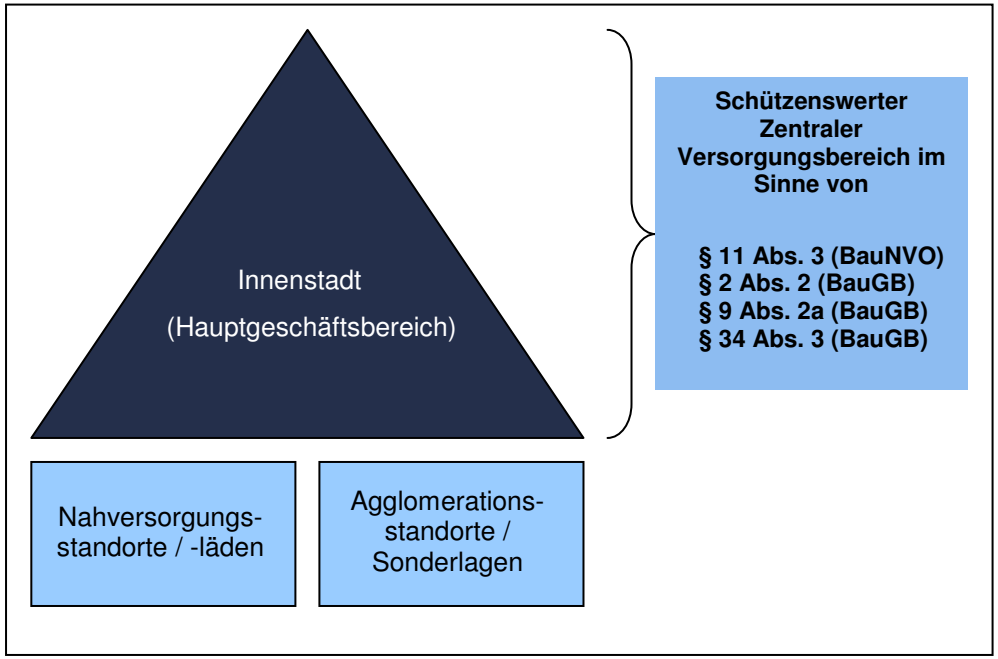
Das künftige Zentrenleitbild für die Einzelhandelsentwicklung von Heidenau beinhaltet nebenstehende funktionale Gliederung, welche auf Basis der differenzierten sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse erstellt wurde.

Als Zentraler Versorgungsbereich ist der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt (A-Zentrum) von Heidenau festzulegen. Die vorstehend aufgeführten Ausstattungskriterien für ein potenzielles B-Zentrum konnten von keinem vorhandenen Versorgungsbereich erfüllt werden, so dass auf die Ausweisung eines B-Zentrums in der Stadt Heidenau zu verzichten ist. Ein Nahversorgungszentrum (C-Zentrum), welches die aufgestellten Mindestkriterien erfüllt, konnte ebenfalls aktuell nicht identifiziert werden.

Die Entwicklung weiterer Zentraler Versorgungsbereiche ist in Heidenau nicht sinnvoll bzw. nicht zu empfehlen. Dies ist u.a. durch die gegebene Einzelhandelsstruktur sowie auch die perspektivische Bevölkerungsentwicklung zu begründen.

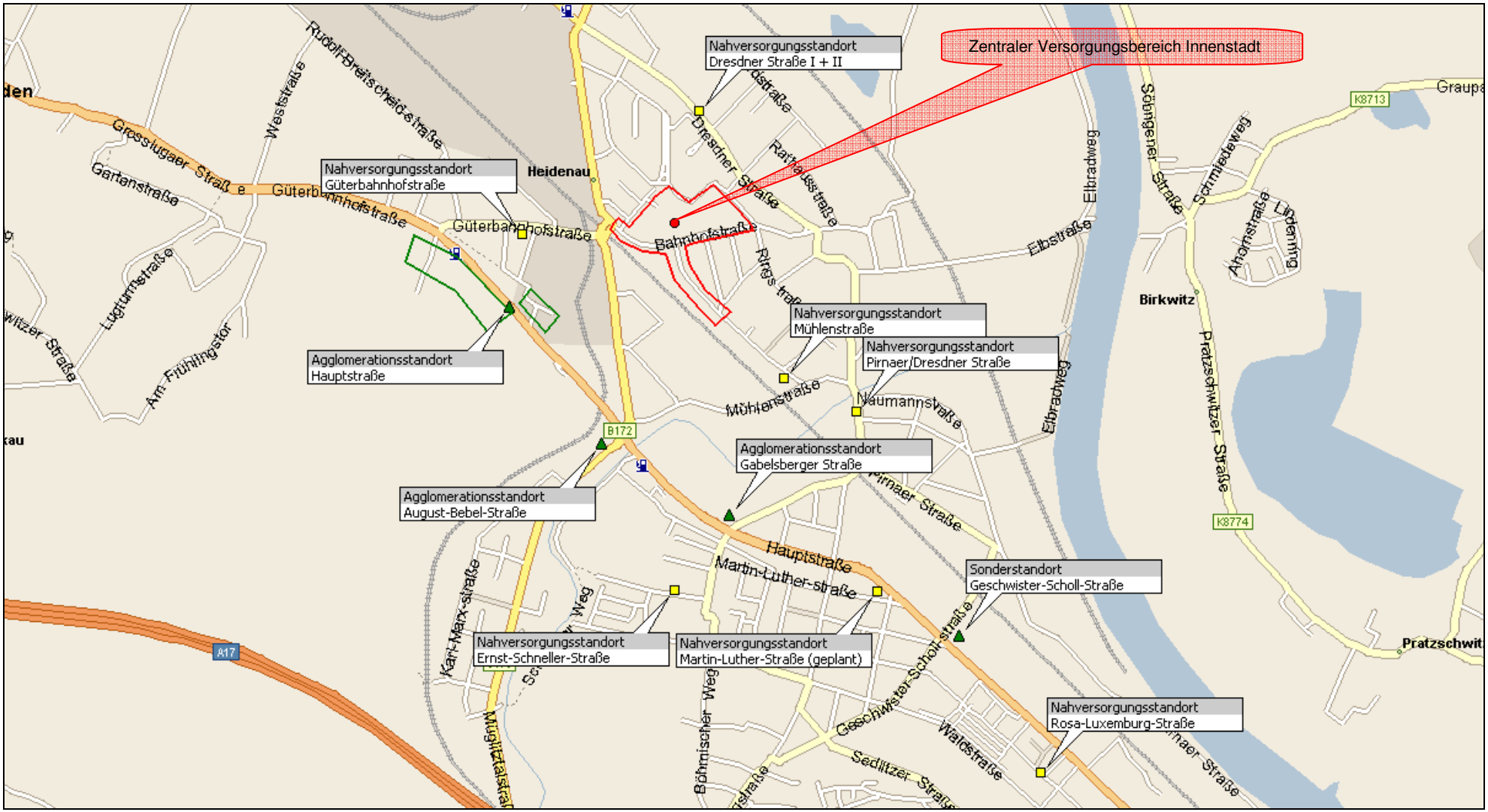
Nachfolgend wurde eine Übersichtsdarstellung der einzelnen Versorgungsbereiche eingefügt. Eine genauere kartographische Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches erfolgt unter dem Punkt 5.2.

**Abb. 14: Modell der Standortstruktur von Heidenau**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

**Abb. 15: Zentrenkonzept in Heidenau in 2015**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die Zentrenstruktur weist mit einem tatsächlichen **Innenstadtzentrum** (A-Zentrum) den größten Einzelhandelsstandort der Gesamtstadt in punkto Arbeitsstätten auf, so dass eine gewisse Branchen- und Auswahlvielfalt gegeben ist. Die gesamtörtliche Einzelhandelsfunktion wird durch zahlreiche Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie, medizinische Einrichtungen, öffentliche Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleistungen, sonstiges Kleingewerbe) ergänzt. Die Anbindung an den ÖPNV (Bahn, Bus) ist gegeben.

Auf Grund der relativ niedrigen Verkaufsflächenanteile sowie der hohen Attraktivität der dezentralen Einzelhandelsstandorte sind bei der weiteren Entwicklung der Versorgungsfunktion der Innenstadt noch Entwicklungspotenziale gegeben, welche konsequent genutzt werden müssen.

Zukünftig sind als Handlungsschwerpunkte im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vor allem die Bestandssicherung der angesiedelten Betriebe sowie der weitere schwerpunktmäßige Ausbau des innerstädtischen Versorgungsangebots zu sehen, um Heidenau in seiner grundzentralen Versorgungsbedeutung zu stärken. Die Sortimentsergänzung sollte vor allem durch größerflächige Einzelhandelsbetriebe erfolgen, welche eine verstärkte Kundenfrequenz in der Innenstadt induzieren.

Zusammenfassend sollten nebenstehende Leitlinien bei der Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt zu Grunde gelegt werden:

**Leitlinien zur Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt**

- Fokussierung des Einzelhandelsangebots auf die Innenstadt und Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen
- Entwicklung der Innenstadt als dominierenden Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente und Stärkung der Handelszentralität in sämtlichen Bedarfsbereichen
- Ausschluss von großflächigen Ansiedlungs- bzw. auch Erweiterungsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb des ausgewiesenen Hauptgeschäftszentrums
- Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Sicherung der Funktionsvielfalt der Innenstadt
- Optimierung der ÖPNV- sowie sonstigen verkehrlichen Anbindung
- Bereitstellung eines ausreichenden Stellplatzangebots für motorisierte Kunden

Weiterhin ergänzen **Nahversorgungsstandorte** das Einzelhandelsangebot, welche vorwiegend der Versorgung der umliegenden örtlichen Bevölkerung dienen. Die vorhandenen Nahversorgungslagen sind durch eine zentrale Lage in einem Wohngebiet mit einer Mantelbevölkerung gekennzeichnet und generieren einen großen Teil des Umsatzes aus dem umliegenden fußläufigen Einzugsgebiet. Als Ziel ist vor allem die Sicherung der bestehenden Standorte und ggf. ein maßvoller Ausbau mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu empfehlen.

Es wurden folgende Nahversorgungsstandorte identifiziert:

- Dresdner Straße (Lebensmittelmarkt Netto / Auktionshaus Wreesmann),
- Ernst-Schneller-Straße (Lebensmittelmarkt REWE),
- Güterbahnhofstraße (Shop Center Key West),
- Martin-Luther-Straße (Lebensmittelmarkt Netto – geplant).
- Mühlenstraße (Lebensmittelmarkt Norma)
- Pirnaer/Dresdner Straße (diverse Einzelhandelsgeschäfte),
- Rosa-Luxemburg-Straße (Lebensmittelmarkt Netto),

Die dargestellten Lagen erfüllen derzeit nicht die fachlichen Kriterien eines Zentralen Versorgungsbereiches und können deshalb nicht im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB unter Schutz gestellt werden. Diese Bereiche haben zwar eine versorgungsstrukturelle Bedeutung, können aber die Nahversorgung mit einem notwendigen Mindestangebot (vgl. Tab. 22) nicht vollständig darstellen. Somit scheidet u.a. auch eine Schutzmöglichkeit aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes einzelner Anbieter aus.

Zusammenfassend sollten nebenstehende Leitlinien bei der Entwicklung des Einzelhandels an den Nahversorgungsstandorten zu Grunde gelegt werden:

**Leitlinien zur Entwicklung der Nahversorgungsstandorte**

- Sicherung der wohngebietsbezogenen Nahversorgungsfunktion der einzelnen Standorte
- Ausschluss der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel
- Aufwertung des Nahversorgungsangebots durch Komplementärfunktionen
- Gewährleistung der Fußgänger- und Radfahrererreichbarkeit sowie eines qualifizierten ÖPNV-Anschlusses

Über das gesamte Stadtgebiet von Heidenau sind vor allem in integrierten Lagen weitere, vor allem kleinere **Nahversorgungsläden** vorhanden. Selbige Anbieter sind ein weiteres typisches Element in der Einzelhandelsstruktur der Stadt Heidenau. Bei diesem Betriebs- bzw. Anlagentyp handelt es sich vor allem um Anbieter mit folgender Verkaufsflächen- bzw. Sortimentsstruktur:

- Geschäfte - meist in Familienbesitz, d.h. nicht filialisiert - mit einer Verkaufsfläche bis ca. 150 m², die v.a. ein breites Warenangebot im Food- und/oder Non-Food-Bereich anbieten,
- Nachbarschaftsläden, aber auch Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) oder Frischeanbieter (Obst, Gemüse) mit Angebotsschwerpunkt im Food-Bereich,
- Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Non-Food-Sortimenten, welche ein bedarfsgruppenorientiertes oder branchenspezifisches Sortiment mit ergänzenden Dienstleistungen bzw. starker Serviceausprägung führen.

Die Standorte dieser Nahversorgungsläden („Heidenauer Laden“) befinden sich i.d.R. in direkter räumlich-funktionaler Zuordnung zu Wohngebietslagen. Die Standorte sind wie folgt zu charakterisieren:

- Die Läden sind meist in Erdgeschosszonen in Mehrfamilienhäusern oder Wohn- und Geschäftshäusern angesiedelt.
- Die Standorte befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen mit einer Mantelbevölkerung im fußläufigen Umfeld sowie meist entlang zentral gelegener Wege mit einer untergeordneten Funktion für den Autoverkehr.
- Die Standorte befinden sich in der Nähe von Hauptverkehrsstraßen bzw. auch in Nebenstraßen, hier traditionell v.a. in Eckgebäuden; meist sind weitere Komplementärfunktionen (Finanzdienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung etc.) im Umfeld verortet.

Dem „Heidenauer Laden“ kommt eine städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Bedeutung zu. Diese Geschäfte versorgen vor allem wenig mobile Bevölkerungsgruppen, dienen oft - insbesondere für ältere Menschen - als Identifikationsbereiche urbanen Lebens (Kontakt, Begegnung) und tragen durch diese Identifikationswirkung auch zur Erhaltung und Schaffung sozial stabiler Bewohnerstrukturen bei.

Der „Heidenauer Laden“ entspricht u.a. auch auf Grund seiner Standortanforderungen den Maßgaben von speziellen branchenspezifischen mittelständischen Handelsbetrieben, welche einen stark ausgeprägten Service- bzw. Dienstleistungsanteil haben. Als Vorteil sind die direkte räumlich-funktionale Zuordnung zu Wohngebieten und damit die Nähe zum Verbraucher bzw. zur Kundschaft zu sehen.

Als stadtentwicklungspolitisches Ziel von Heidenau ist zu empfehlen, dass der „Heidenauer Laden“ auf Grund der dargestellten städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Bedeutung erhalten und auch dort angesiedelt werden sollte, wo positive Effekte auf die Stärkung und Entwicklung von Siedlungsbereichen zu erwarten sind.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass von der vorstehend beschriebenen Betriebsform - auch bei einer Agglomeration von mehreren Betrieben - vor allem auf Grund seiner geringen Größe keine schädlichen Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich von Heidenau zu erwarten ist. Dies ist im Rahmen der Steuerung des Einzelhandels mittels Bauleitplanung zu berücksichtigen.

Zusammenfassend sollten nebenstehende Leitlinien bei der Entwicklung des Einzelhandels bezüglich der Nahversorgungsläden zu Grunde gelegt werden:

**Leitlinien zur Entwicklung der Nahversorgungsläden**

- Sicherung der verbrauchernahen Versorgungsfunktion der einzelnen Läden, insbesondere im Segment Lebensmittel inkl. Nahrungsmittelhandwerk
- Ausschluss von Neuansiedlungen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs bei Nichteinhaltung der Ladenkriterien
- Neuansiedlungen möglichst in der Nähe von Nahversorgungsstandorten
- Gewährleistung einer günstigen fußläufigen Anbindung und ggf. eines ÖPNV-Anschlusses

Neben den bereits dargestellten Versorgungsbereichen existieren noch weitere Einzelhandelsareale, welche als **Agglomerationsstandorte** bzw. **Sonderlagen** einzustufen sind. Im Wesentlichen sind das

- der Agglomerationsstandort August-Bebel-Straße (Aldi / Netto (Dohna)),
- der Agglomerationsstandort Gabelsberger Straße (Lidl / Fristo),
- der Agglomerationsstandort Hauptstraße (Einkaufszentrum real / Roller / Fressnapf / Hammer / Praktiker) und
- Sonderstandort Geschwister-Scholl-Straße (Möbelhaus Bastian).

Die vorstehenden Standorte erfüllen insbesondere hinsichtlich der Lage nicht die Kriterien von Zentralen Versorgungsbereichen. Die Standorte sind überdies zumeist durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt, welche ein überörtliches Einzugsgebiet besitzen und somit größere Marktgebiete erschließen.

Zusammenfassend sollten nebenstehende Leitlinien bei der Entwicklung des Einzelhandels an den Agglomerationsstandorten bzw. Sonderlagen zu Grunde gelegt werden.

Nachfolgend wurde die Zentrenstruktur von Heidenau zusammenfassend dargestellt.

**Leitlinien zur Entwicklung der Agglomerationsstandorte bzw. Sonderlagen**

- Restriktiver Umgang bei Ansiedlungsbegehren an nicht integrierten verkehrsorientierten Standorten
- Keine Neuansiedlung mit zentrenrelevanten Sortimenten
- Keine Sortimentsänderungen bzw. Sortimentsverschiebungen von nicht-zentrenrelevanten zu zentrenrelevanten Sortimenten
- Keine Erweiterungsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten

**Tab. 23: Zentrenstruktur von Heidenau**

| Zentraler Versorgungsbereich (Zentraler VB)<br>Sonstiger Versorgungsbereich (Sonstiger VB) | | Verkaufsfläche<br>m² | Anzahl der Einzelhandels-betriebe<br>abs. | Versorgungsgebiet | Lage | Zentrentyp |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Innenstadt (div. Einzelhandel) | Zentraler VB | 2.020 | 30 | gesamtstädtisch | integriert | A |
| Hauptstraße (u.a. Real/Roller/Praktiker) | Sonstiger VB (Agglomerationsstandort) | 33.420 | 16 | regional | nicht integriert | - |
| August-Bebel-Straße (u.a. Aldi) | Sonstiger VB (Agglomerationsstandort) | 930 | 5 | gesamtstädtisch | nicht integriert | - |
| Gabelsberger Straße (u.a. Lidl / Fristo) | Sonstiger VB (Agglomerationsstandort) | 1.130 | 3 | gesamtstädtisch | nicht integriert | - |
| Geschwister-Scholl-Straße (Möbel Bastian) | Sonstiger VB (Solitärstandort) | * | 1 | regional | nicht integriert | - |
| Dresdner Straße (u.a. Netto/Wreesmann) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | 2.570 | 9 | Nahbereich | integriert | - |
| Rosa-Luxemburg-Straße (u.a. Netto) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | * | 2 | Nahbereich | integriert | - |
| Ernst-Schneller-Straße (u.a. REWE) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | 1.060 | 3 | Nahbereich | integriert | - |
| Ernst-Thälmann-Straße (u.a. Norma) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | 660 | 5 | Nahbereich | integriert | - |
| Güterbahnhofstraße (Key West) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | 1.560 | 5 | Nahbereich | integriert | - |
| Pirnaer/Dresdner Straße (div. Einzelhandel) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | 570 | 9 | Nahbereich | integriert | - |
| Martin-Luther-Straße (u.a. Lebensmittel) | Sonstiger VB (Nahversorgungsstandort) | | in Planung | Nahbereich | integriert | - |
| Gesamt | Zentrale VB | 2.020 | 30 | | | |
| | Sonstige VB | 48.340 | 58 | | | |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellungen

*) Aus Datenschutzgründen werden bei sehr geringen Fallzahlen nur aggregierte Werte ausgewiesen.

## 5.2 Versorgungsbereiche, -standorte und -lagen in Heidenau

### 5.2.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die Innenstadt von Heidenau nimmt eine branchenspezifische Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt wahr. Eine überörtliche Attraktivität ist auf Grund des relativ geringen Verkaufsflächenanteils jedoch nicht gegeben. Im Vergleich mit anderen integrierten Versorgungslagen kommt diesem Bereich besonders hinsichtlich der Anzahl der Ladeneinheiten sowie der Branchenvielfalt eine wichtige Bedeutung zu.

Angebotsstruktur:

Die Angebotsstruktur der Innenstadt wird im Wesentlichen von der Modebranche sowie durch die Drogeriewarenbranche geprägt. Im interkommunalen Vergleich fällt auf, dass größere Betriebseinheiten bspw. mit den Angeboten Bekleidung, Sport oder Technik nicht vertreten sind. Die durchschnittliche Betriebsgröße je Ladeneinheit liegt im Zentralen Versorgungsbereich mit ca. 67 m²/Geschäft relativ niedrig.

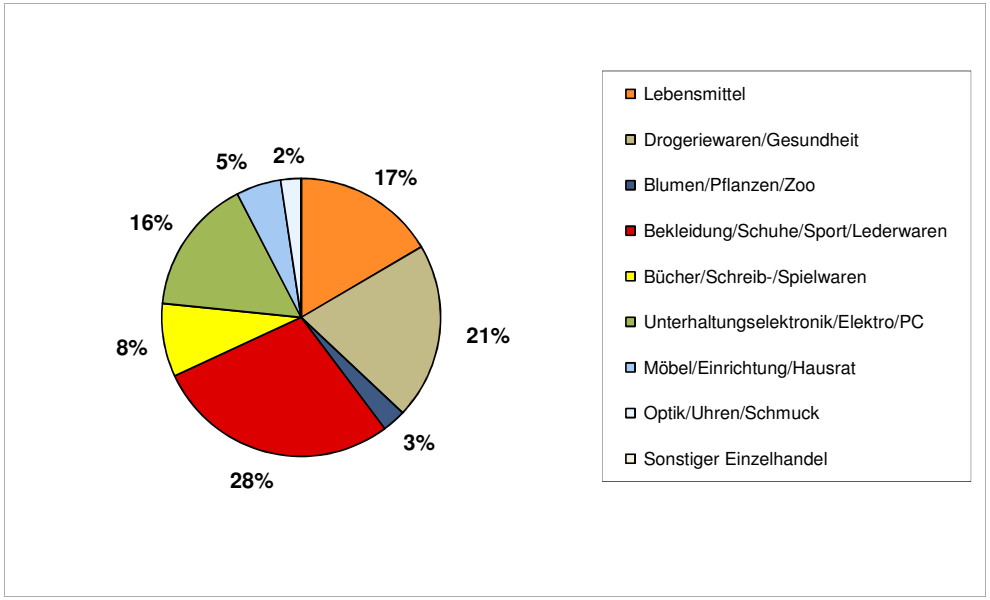
Zukünftig wird durch das geplante Einkaufszentrum Stadtmitte mit einem Lebensmittelvollsortimenter sowie Fachmärkten für Drogeriewaren, Textilien und Schuhen das innerstädtische Angebot sowohl quantitativ als auch qualitativ deutlich verbessert.

Die Einzelhandelsfunktion dieses Versorgungsbereiches wird durch zahlreiche Komplementärfunktionen ergänzt. Diese umfassen insbesondere Dienstleistungen, die öffentliche Verwaltung sowie die Gastronomie.

Einzugsgebiet:

Der Einzugsbereich dieses Versorgungsbereiches umfasst das Stadtgebiet von Heidenau.

**Abb. 16: Verkaufsflächenstruktur des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt**




Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, 08/2009

Abgrenzung des Versorgungsbereiches:

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt wird westlich durch die Bahnstrecke begrenzt, welche eine Zäsur darstellt. Die nordwestliche Begrenzung stellt der Platz der Freiheit mit der bedeutenden ÖPNV-Übergangsstelle dar. Im Norden endet der Versorgungsbereich am Wohngebiet Mügeln. Das BrunnenEck liegt noch innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Mit in den Versorgungsbereich wird das östlich gelegene Projektgrundstück an der Bahnhofstraße / Käthe-Kollwitz-Straße / Ringstraße einbezogen, wo eine Einzelhandelsansiedlung (EKZ Stadtmitte) fest geplant ist. Süd-östlich bzw. südlich verläuft der Versorgungsbereich Innenstadt entlang der Bebauung an der Bahnhofstraße bzw. der Ernst-Thälmann-Straße und endet hinter der Kreuzung Röntgenstraße. Das westlich gelegene Fabrikgrundstück, welches gegenwärtig u.a. zu Lofts umgebaut wird, sowie das gegenüber liegende Grundstück, welches zur Zeit als Abstellfläche genutzt wird, sollten als Entwicklungsflächen mit eingeschlossen werden.

Erreichbarkeit / Parken / ÖPNV:

Der Zentrale Versorgungsbereich ist für die örtlichen Verhältnisse verkehrlich vorteilhaft angebunden und kann von der Hauptdurchfahrtsstraße (B 172) zügig erreicht werden, so dass eine gute Erreichbarkeit aus allen Stadtteilen gegeben ist. Jedoch stellt die Bahnlinie, welche den Hauptgeschäftsbereich bzw. den Stadtteil Mügeln räumlich von dem restlichen Stadtgebiet trennt, eine Zäsur dar und kann nur an zwei hier relevanten Stellen (Platz der Freiheit und Mühlenstraße) unterfahren werden.

Die Parkmöglichkeiten befinden sich meist straßenbegleitend entlang der Einkaufsstraßen bzw. vor den Verkaufsstätten. Ein öffentlicher Platz mit zentralen Abstellmöglichkeiten existiert in Form des „Platzes an der Bahn“, welcher in nicht-störender Rücklage von der Bahnhofstraße aus anfahrbar ist und eine direkte Verbindung zur Ernst-Thälmann-Straße für nicht-motorisierte Verkehrsteilnehmer hat.

Am Rande des Zentralen Versorgungsbereiches befindet sich die wichtigste „Drehscheibe“ des öffentlichen Personennahverkehrs, welche eine hohe Frequentierung aufweist (Platz der Republik). Sie wird von Stadt- und Regionalbuslinien sowie der S- und Regionalbahn bedient. Als Komplexvorhaben wird der Platz der Freiheit derzeit durchgreifend aufgewertet.

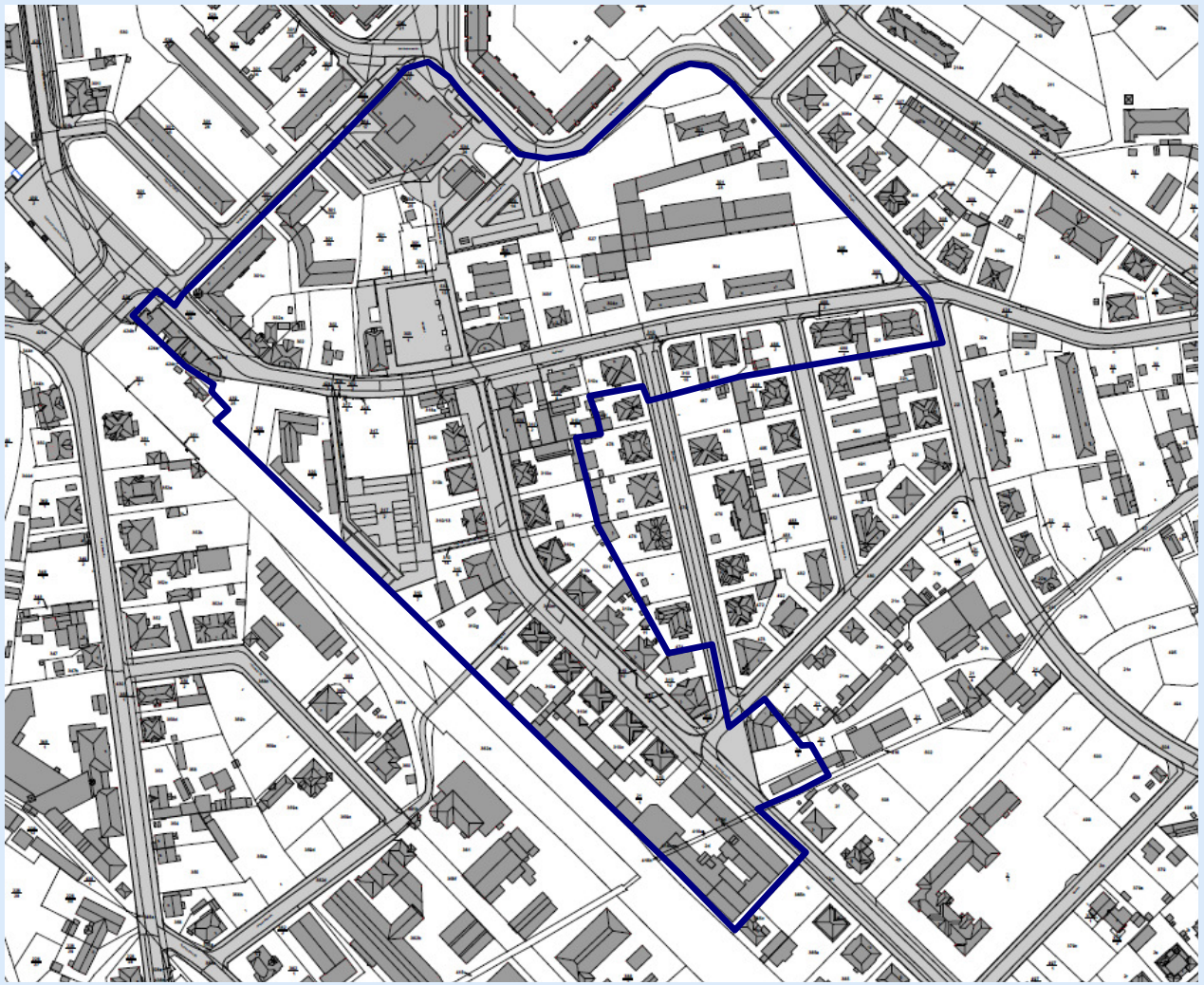
Entwicklungsziele:

Wesentliche Impulse für die Aufwertung der Heidenauer Innenstadt können aus Neuansiedlungen und Verlagerungs- bzw. Erweiterungsmaßnahmen erwachsen. Das gesamtstädtische Volumen der perspektivisch zu entwickelnden Verkaufsfläche umfasst ca. 3.000 m² (vgl. Tab. 21), welches zum großen Teil u.a. durch die Flächenverfügbarkeit im Zentralen Versorgungsbereich realisiert werden kann (vgl. Pkt. 4.3). Eine Ausnahme bildet die nicht-zentrenrelevante Branche Kfz-Zubehör. Die Innenstadt von Heidenau sollte nachhaltig als Angebotsschwerpunkt ausgebaut werden. Dies sollte nicht nur hinsichtlich der Anzahl der Ladeneinheiten, sondern auch im Verkaufsflächenmaßstab (vor allem bei zentrenrelevanten Sortimenten) erfolgen. Ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche sollte für die Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe vorgesehen werden. Nach Möglichkeit sollten auch großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden. Grundsätzlich sollte auch die Verlagerung von Betrieben aus anderen Stadtgebieten, welche keine zusammenhängenden Einzelhandelslagen darstellen, geprüft werden. So kann eine Umleitung von bestehenden Flächen- und Kundenpotenzialen in die Innenstadt induziert werden. Ebenso sind im Einzelfall Erweiterungen schon in der Innenstadt bestehender Betriebe zu prüfen. Der Einzelhandel sollte durch ansprechende Komplementärfunktionen ergänzt werden, um so die Funktionsvielfalt der Innenstadt zu sichern und weiter auszubauen.

Zentrenpass: **Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt**

| | |
|---|---|
| Lage: | geographischer Mittelpunkt des urban geprägten Stadtteils Mügeln, integrierter Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 4.000 Einwohner in fußläufiger Entfernung |
| Einzugsgebiet: | gesamtstädtisch, keine überörtliche Versorgungsfunktion |
| Konkurrenzstandorte: | Angebote in peripheren Lagen von Heidenau (örtlich) /Einkaufszentren in Dresden und Pirna (überörtlich) |
| Verkehrsanbindung: | günstige Verkehrsanbindung an die Hauptverkehrsweg (B 172),<br>Erreichbarkeit ist jedoch eingeschränkt, da Bahnlinie eine Zäsur vom restlichen Stadtgebiet darstellt |
| Parken: | Parken direkt vor den Geschäften eingeschränkt möglich |
| ÖPNV: | Busbahnhof sowie S- und RB/RE-Bahnhof direkt am Zentrumsrand |
| Leitbranchen: | Textil, Drogeriewaren, Sport, Unterhaltungselektronik, Lebensmittel (geplant) |
| Einzelhandelsmagneten: | Rossmann, Sporthaus, HRF Heimelektrik |
| Sortimentsniveau: | alle Preislagen vertreten |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 2.020 m² (ohne Planungen) |
| Leerstände aktuell: | z.T. in der Ernst-Thälmann-Straße sowie der Bahnhofstraße |
| Komplementärnutzungen: | Gastronomie, Dienstleistungen, medizinische Einrichtungen, öffentliche Einrichtungen, Finanzdienstleister |
| Einzelhandelsbedeutung: | umfassende Versorgung aller Bedarfsbereiche, größtenteils mittel- und langfristig |
| Entwicklungsziel: | Lenkung zusätzlicher Verkaufsflächen- und Sortimentsangebote zur intensivierten Nutzung der innerstädtischen Potenziale in den Zentralen Versorgungsbereich |

**Abb. 17: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt**



Quelle: Stadtverwaltung Heidenau
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

### 5.2.2 Nahversorgungsstandorte und -läden

Nachfolgend werden die identifizierten Nahversorgungsstandorte in Heidenau dargestellt. Es sind folgende Nahversorgungsstandorte vorhanden, welche eine relevante Versorgungsbedeutung besitzen:

- Dresdner Straße I / II (Lebensmittelmarkt Netto / Auktionshaus Wreesmann),
- Pirnaer / Dresdner Straße (diverse Einzelhandelsgeschäfte),
- Mühlenstraße (Lebensmittelmarkt Norma u.a.),
- Martin-Luther-Straße (geplant)
- Rosa-Luxemburg-Straße (Lebensmittelmarkt Netto),
- Ernst-Schneller-Straße (Lebensmittelmarkt REWE),
- Güterbahnhofstraße (Shop-Center Key West),

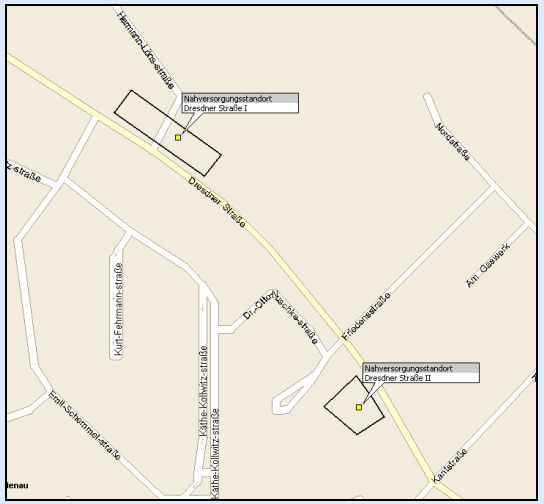
In Anbetracht der relativ starken lokalen Konkurrenzsituation - insbesondere im Lebensmittelbereich - gilt es in erster Linie, die Funktionsfähigkeit der einzelnen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und ggf. mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten gezielt zu ergänzen. Eine direkte Konkurrenzsituation zum Innenstadthandel ist bei Veränderungen im Branchenmix zu verhindern.

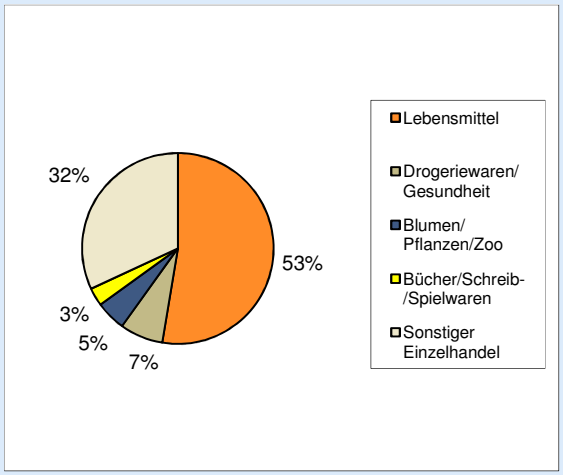
Auf Grund möglicher Wettbewerbsbeziehungen zur Heidenauer Innenstadt ist ein Ausbau bzw. die Erweiterung der Nahversorgungsstandorte mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich nicht empfehlenswert. Mögliche Sortimentsänderungen sollten grundsätzlich im Rahmen einer Einzelfallprüfung begutachtet werden, wobei in jedem Fall negative Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich auszuschließen sind.

Die vorhandenen Nahversorgungsläden sollten aufrechterhalten, ggf. attraktiviert bzw. wohnlagenorientiert gestärkt werden, ohne höherrangige Versorgungsstrukturen negativ zu tangieren. Wegen der dezentralen Kleinteiligkeit ist eine detaillierte Einzeldarstellung hier nicht angebracht.

**Nahversorgungsstandort Dresdner Straße I / II**

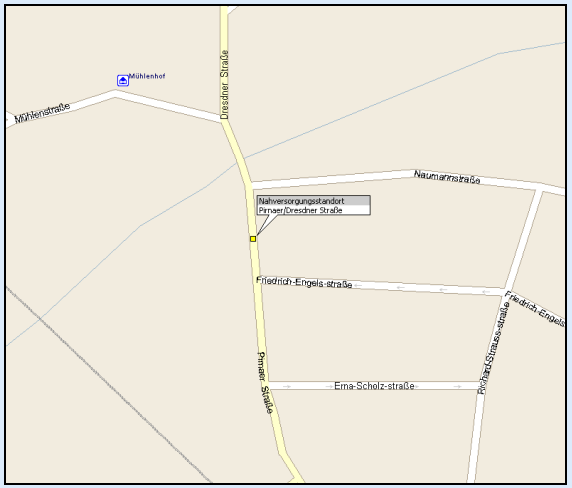
| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter und innenstadtnaher Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 2.000 Einwohner in fußläufigen Entfernung |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger, aber auch örtlicher Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote sowie Non-Food-Discounter |
| Verkehrsanbindung: | verkehrsgünstige Lage an der Dresdner Straße (Hauptverkehrsstraße) |
| Parken: | Parken direkt vor dem Lebensmittelmarkt sowie auch in der jeweiligen Geschäftshausumgebung überwiegend problemlos möglich |
| ÖPNV: | Busanbindung |
| Leitbranchen: | Lebensmittel, Drogeriewaren, Non-Food (Multisortiment) |
| Einzelhandelsmagneten: | Netto, Krone, Schlecker, Aktionshaus Wreesmann |
| Sortimentsniveau: | discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | u.a. Bäcker/Fleischer, Blumen, Schreibwaren/Geschenkartikel |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 2.570 m² |
| Leerstände aktuell: | keine |
| Komplementärnutzungen: | Gastronomie, Dienstleistungen, Büronutzungen, Schule, Kita |
| Einzelhandelbedeutung: | lokaler Versorgungsfunktion, teilweise gesamtörtliche Versorgungsfunktion |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |

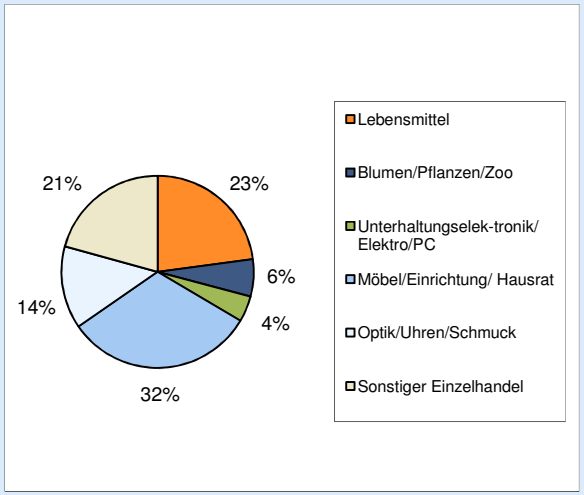


## Nahversorgungsstandort Pirnaer/Dresdener Straße

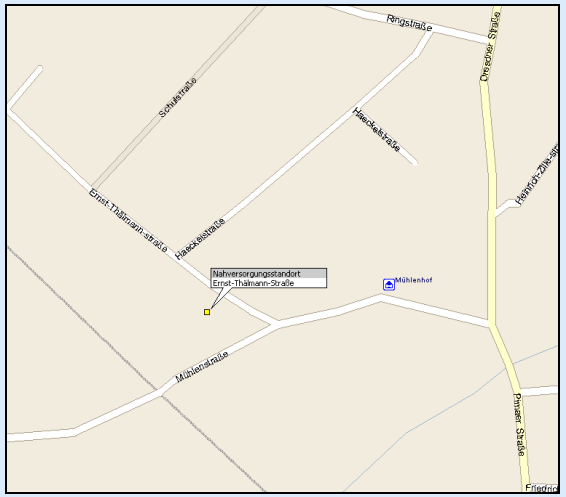
| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 500 Einwohner in fußläufiger Entfernung |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Non-Food-Angebote, v.a. in der Innenstadt bzw. im EKZ real |
| Verkehrsanbindung: | verkehrsgünstige Lage an der Pirnaer / Dresdner Straße (Hauptverkehrsstraße) |
| Parken: | Parken direkt vor den einzelnen Geschäften sehr begrenzt möglich |
| ÖPNV: | Bushaltestelle an der Pirnaer / Dresdner Straße, S-Bahn-Haltepunkt in der Nähe |
| Leitbranchen: | Möbel, Sanitätswaren |
| Einzelhandelsmagneten: | Küchenstudio, Sanitätshaus |
| Sortimentsniveau: | mittelpreisig |
| Einzelhandelsergänzung: | Optik, Blumen, Foto, Lebensmittel (Spezialitäten + Getränke) |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 570 m² |
| Leerstände aktuell: | mehrere Ladeneinheiten |
| Komplementärnutzungen: | Dienstleistungen, Feuerwehr |
| Einzelhandelbedeutung: | lokaler Versorgungsfunktion |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |

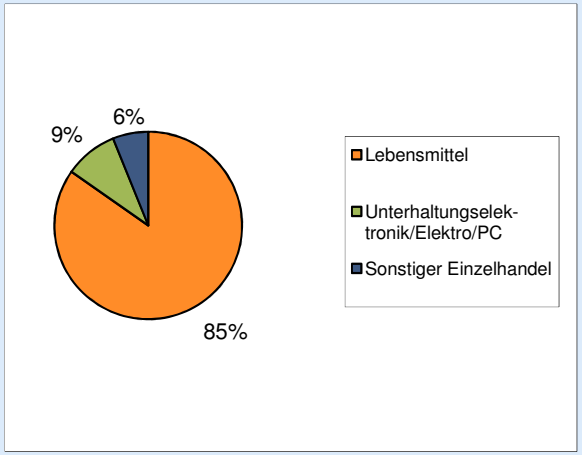


## Nahversorgungsstandort Mühlenstraße

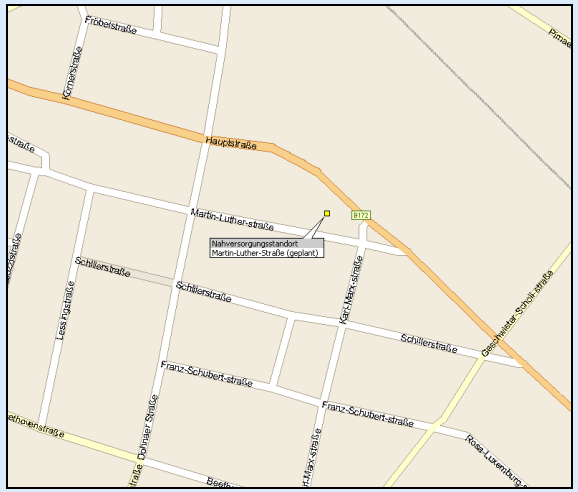
| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter und innenstadtnaher Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 500 Einwohner in fußläufiger Entfernung |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote v.a. in peripheren Lagen |
| Verkehrsanbindung: | Erreichbarkeit eingeschränkt, da Lage in einem Wohngebiet<br>örtliche Zufahrt über Mühlenstraße |
| Parken: | Parken direkt vor bzw. in Parkdeck neben dem Lebensmittelmarkt möglich |
| ÖPNV: | Bushaltestelle in der nähe an der Dresdner Straße gelegen |
| Leitbranchen: | Lebensmittel |
| Einzelhandelsmagneten: | Norma |
| Sortimentsniveau: | Discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | Elektro, Bäcker, Sanitätswaren |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 660 m² |
| Leerstände aktuell: | eine Ladeneinheit |
| Komplementärnutzungen: | Büronutzung, Kleingewerbe, Hotel Schule |
| Einzelhandelbedeutung: | lokale Versorgungsfunktion, v.a. kurzfristiger Bedarfsbereich |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |

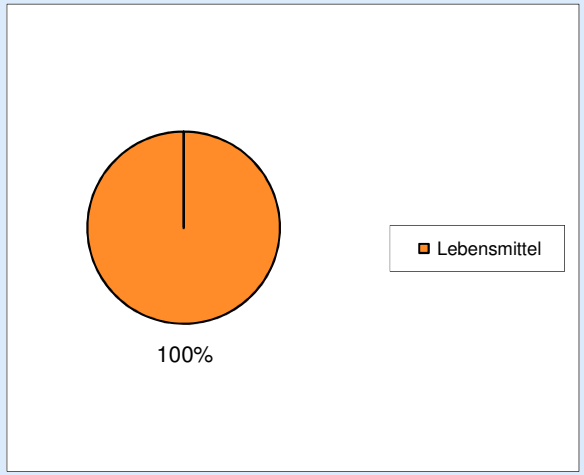


**Nahversorgungsstandort Martin-Luther-Straße (geplant)**

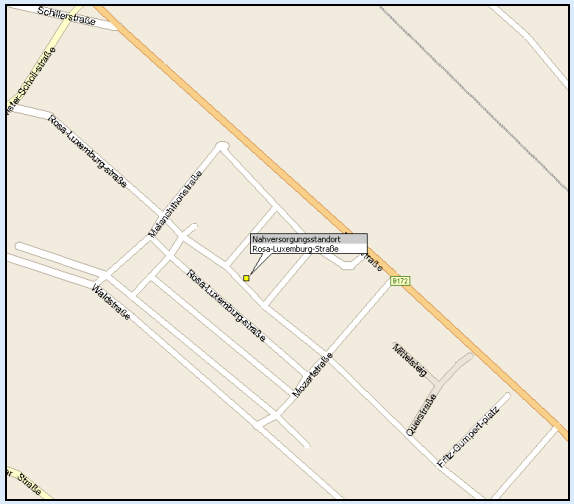
| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 1.000 Einwohner in fußläufiger Entfernung |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger, aber auch örtlicher Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote v.a. in peripheren Lagen |
| Verkehrsanbindung: | Verkehrsgünstige Lage am Hauptverkehrsweg (B 172); Erreichbarkeit ist z.T. eingeschränkt, da Zufahrt zur Hauptstraße nur beschränkt gegeben |
| Parken: | Parken direkt vor dem Lebensmittelmarkt ausreichend möglich |
| ÖPNV: | Bushaltestelle in der Nähe an der Hauptstraße |
| Leitbranchen: | Lebensmittel |
| Einzelhandelsmagneten: | Netto (geplant) |
| Sortimentsniveau: | Discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | keine |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 800 m² |
| Leerstände aktuell: | keine |
| Komplementärnutzungen: | Schule |
| Einzelhandelbedeutung: | lokale Versorgungsfunktion, teilweise örtliche Versorgungsfunktion |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |

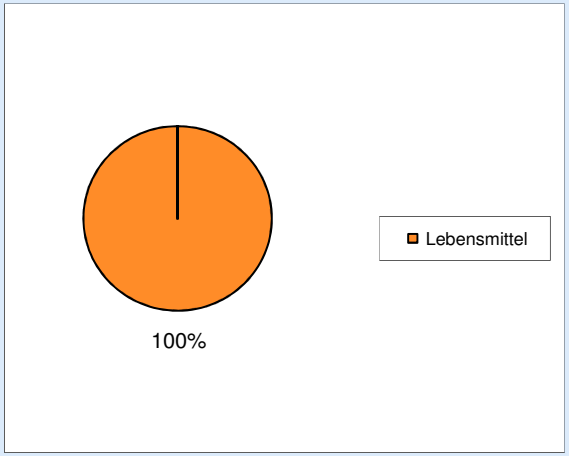


## Nahversorgungsstandort Rosa-Luxemburg-Straße

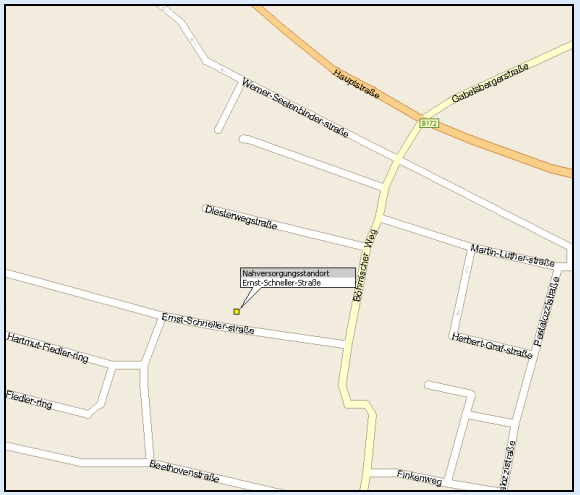
| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 1.000 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote, v.a. in peripheren Lagen von Heidenau |
| Verkehrsanbindung: | verkehrsgünstige Lage am Hauptverkehrsweg (B 172)<br>Erreichbarkeit ist jedoch eingeschränkt, da Zufahrt nur über Rosa-Luxemburg-Straße gegeben |
| Parken: | Parken direkt vor dem Lebensmittelmarkt ausreichend möglich |
| ÖPNV: | Bushaltestelle in der Nähe der Hauptstraße |
| Leitbranchen: | Lebensmittel |
| Einzelhandelsmagneten: | Netto |
| Sortimentsniveau: | discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | Fliesen Ehrlich an der süd-östlichen Rosa-Luxemburg-Straße |
| Verkaufsfläche aktiv: | k.A. |
| Leerstände aktuell: | keine |
| Komplementärnutzungen: | keine |
| Einzelhandelbedeutung: | lokale Versorgungsfunktion, nur kurzfristiger Bedarfsbereich |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |

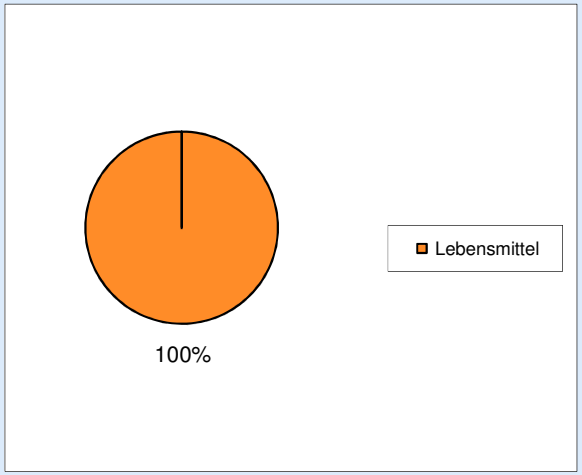


## Nahversorgungsstandort Ernst-Schneller-Straße

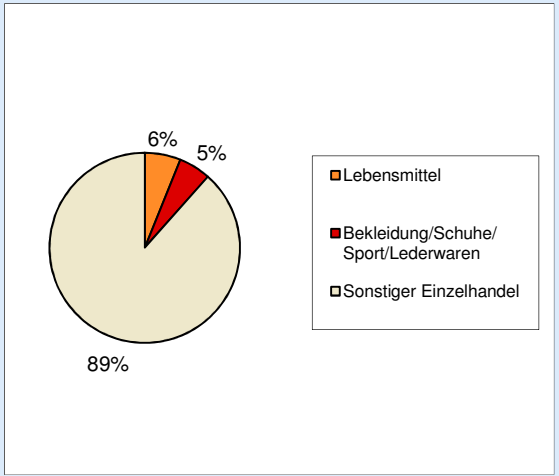
| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 2.000 Einwohner in fußläufiger Entfernung |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote, v.a. in peripheren Lagen |
| Verkehrsanbindung: | Erreichbarkeit ist eingeschränkt, da Lage in einem Wohngebiet<br>örtliche Zufahrt über Böhmischen Weg gegeben |
| Parken: | Parken direkt vor dem Lebensmittelmarkt nur sehr begrenzt möglich |
| ÖPNV: | Bushaltestelle in der Nähe am böhmischen Weg |
| Leitbranchen: | Lebensmittel |
| Einzelhandelsmagneten: | REWE (Supermarkt) |
| Sortimentsniveau: | Mittelpreisig |
| Einzelhandelsergänzung: | Keine |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 1.060 m² |
| Leerstände aktuell: | keine |
| Komplementärnutzungen: | Schule, Kita, Treffpunkt Wohnungsunternehmen, Pflegestützpunkt DRK |
| Einzelhandelbedeutung: | Lokale Versorgungsfunktion, nur kurzfristiger Bedarfsbereich |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |



## Nahversorgungsstandort Güterbahnhofstraße

| | |
|---|---|
| Lage: | Wohngebiet, integrierter und innenstadtnaher Standort |
| Bevölkerung: | geschätzt ca. 500 Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet |
| Einzugsgebiet: | v.a. fußläufiger, aber auch örtlicher Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Non-Food-Discounter |
| Verkehrsanbindung: | verkehrsgünstige Lage an der Güterbahnhofstraße in der Nähe zum Hauptverkehrsweg B 172 |
| Parken: | Parken direkt vor dem kleinen EKZ eingeschränkt möglich |
| ÖPNV: | Busanbindung, Nähe zur ÖPNV-Übergangsstelle am Platz der Freiheit |
| Leitbranchen: | Non-Food (Multisortiment) |
| Einzelhandelsmagneten: | Pfennigfuchser |
| Sortimentsniveau: | discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | Lebensmittel, Textil, Schuhe |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 1.560 m² |
| Leerstände aktuell: | v.a. im Obergeschoss (keine Einzelhandelslage) |
| Komplementärnutzungen: | Gastronomie, Dienstleistungen, medizinische Versorgung |
| Einzelhandelbedeutung: | lokale Versorgungsfunktion, teilweise örtliche Versorgungsfunktion |
| Entwicklungsziel: | Beibehaltung der bestehenden Versorgungsfunktion |



### 5.2.3 Agglomerationsstandorte und Sonderlagen

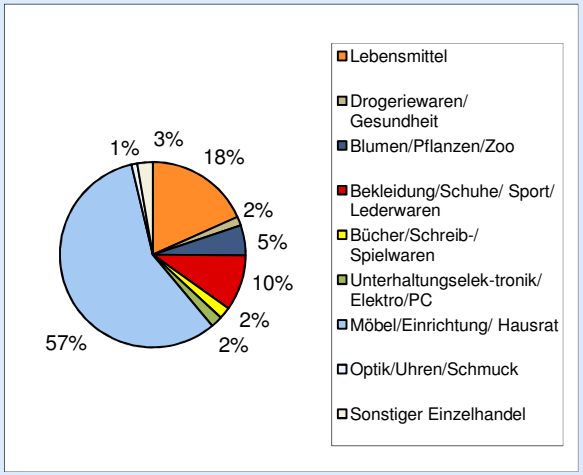
Nachfolgend werden die vorhandenen Agglomerationsstandorte bzw. Sonderlagen des Einzelhandels in Heidenau dargestellt. Es handelt sich dabei um folgende Bereiche:

- Agglomerationsstandort Hauptstraße (Einkaufszentrum real / Roller / Fressnapf / Hammer / Praktiker),
- Agglomerationsstandort August-Bebel-Straße (Aldi / Netto (Dohna)),
- Agglomerationsstandort Gabelsberger Straße (Lidl / Fristo),
- Sonderlage Geschwister-Scholl-Straße (Möbelhaus Bastian).

In Anbetracht der starken Konkurrenzsituation der dargestellten Lagen zum Zentralen Versorgungsbereich sowie den einzelnen Nahversorgungsstandorten ist ein Ausbau bzw. die Verkaufsflächenverschiebung mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich auszuschließen.

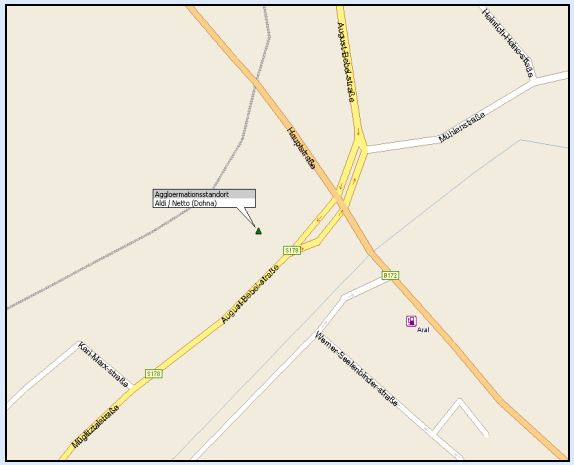
**Agglomerationsstandort Hauptstraße**

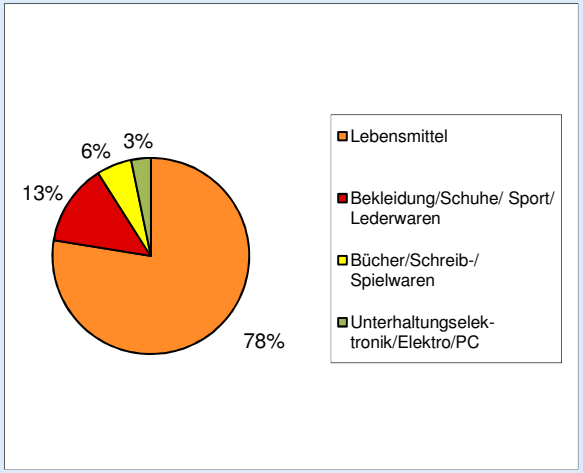
| | |
|---|---|
| Lage: | dezentraler Standort, städtebaulich nicht-integrierte Lage |
| Bevölkerung: | sehr wenig Wohnbevölkerung im unmittelbaren Umfeld |
| Einzugsgebiet: | gesamtörtlicher sowie überörtlicher Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | überörtliche Einkaufszentren sowie Betriebsformen der relevanten Branchen v.a. in Dresden und Pirna |
| Verkehrsanbindung: | hervorragende Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit durch Lage an der B 172 z.T. nur „Rechts-rein-rechts-raus“-Regelung |
| Parken: | Parken direkt vor SB-Warenhaus / Fachmärkten großzügig möglich |
| ÖPNV: | Busanbindung |
| Leitbranchen: | Lebensmittel, Textil, Möbel, Zoo, Raumausstattung, Baumarktartikel |
| Einzelhandelsmagneten: | real, Roller, Fressnapf, Hammer, Praktiker, Ernstings family |
| Sortimentsniveau: | discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | Bäcker/Fleischer, Apotheke, Blumen, Textil, Optik, Uhren/Schmuck, Zeitschriften |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 33.420 m² |
| Leerstände aktuell: | stillgelegte Flächen im OG des SB-Warenhauses (u.a. auch Restaurant) |
| Komplementärnutzungen: | Gastronomie, Dienstleistungen |
| Einzelhandelbedeutung: | überörtliche Versorgungsfunktion mit zahlreichen großflächigen Anbietern |
| Entwicklungsziel: | keine Verkaufsflächenausweitung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente |



## Agglomerationsstandort August-Bebel-Straße

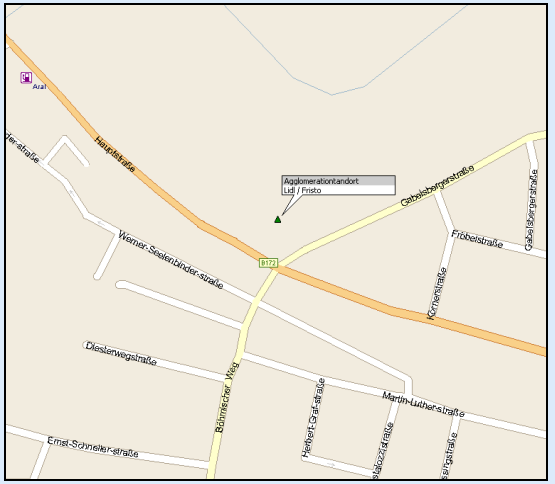
| | |
|---|---|
| Lage: | dezentraler Standort |
| Bevölkerung: | wenig Wohnbevölkerung im unmittelbaren Umfeld |
| Einzugsgebiet: | gesamtörtlicher Einzugsbereich Heidenau und Dohna |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote, v.a. in peripheren Lagen |
| Verkehrsanbindung: | sehr günstige Verkehrsanbindung durch direkte Lage an der S 178 und angrenzende Lage zur B 172 |
| Parken: | Parken direkt vor den Lebensmittelmärkten weitgehend problemlos möglich |
| ÖPNV: | Busanbindung |
| Leitbranchen: | Lebensmittel |
| Einzelhandelsmagneten: | Aldi, Netto |
| Sortimentsniveau: | discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | Bäcker/Fleischer, Textil (Kinder), Büroausstatter |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 930 m² (zzgl. Netto mit ca. 800 m²) |
| Leerstände aktuell: | einige Ladenlokale in der nebenliegenden Einkaufspassage |
| Komplementärnutzungen: | Dienstleistungen, Büronutzungen, Polizei |
| Einzelhandelbedeutung: | gesamtörtliche Versorgungsfunktion für Heidenau und Dohna v.a. für Lebensmittel |
| Entwicklungsziel: | keine Verkaufsflächenausweitung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente |

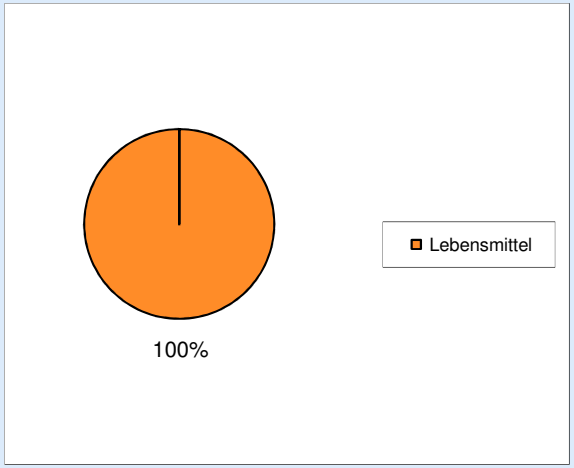


**Agglomerationsstandort Gabelsberger Straße**

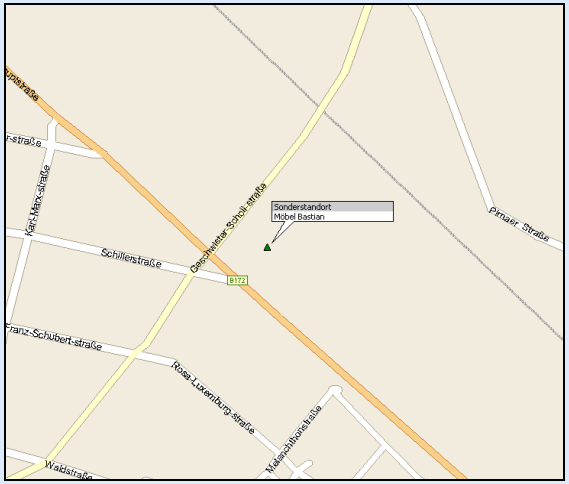
| | |
|---|---|
| Lage: | dezentraler Standort |
| Bevölkerung: | wenig Wohnbevölkerung im unmittelbaren Umfeld |
| Einzugsgebiet: | gesamtörtlicher Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | örtliche Lebensmittelangebote v.a. in peripheren Lagen |
| Verkehrsanbindung: | sehr günstige Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit durch Lage an der B 172 |
| Parken: | Parken direkt vor den Lebensmittelmärkten überaus großzügig möglich |
| ÖPNV: | kein direkter ÖPNV-Anschluss |
| Leitbranchen: | Lebensmittel |
| Einzelhandelsmagneten: | Lidl, Fristo |
| Sortimentsniveau: | discountlastig |
| Einzelhandelsergänzung: | Bäcker |
| Verkaufsfläche aktiv: | ca. 1.130 m² |
| Leerstände aktuell: | ein Ladenlokal neben dem Getränkemarkt |
| Komplementärnutzungen: | keine |
| Einzelhandelbedeutung: | gesamtörtlicher Versorgungsfunktion für Lebensmittel |
| Entwicklungsziel: | keine Verkaufsflächenausweitung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente |

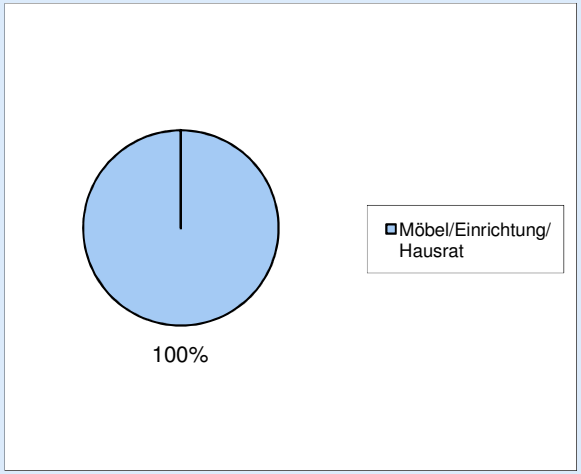


**Sonderstandort Geschwister-Scholl-Straße**

| | |
|---|---|
| Lage: | dezentraler Standort |
| Bevölkerung: | wenig Wohnbevölkerung im unmittelbaren Umfeld |
| Einzugsgebiet: | überörtlicher Einzugsbereich |
| Konkurrenzstandorte: | überörtliche Möbelmärkte v.a. in Dresden und Pirna |
| Verkehrsanbindung: | sehr günstige Verkehrsanbindung durch angrenzende Lage zur B 172 |
| Parken: | Parken direkt vor dem bzw. in Tiefgarage im Möbelhaus möglich |
| ÖPNV: | Busanbindung, Nähe zum S-Bahn-Haltepunkt Heidenau Süd |
| Leitbranchen: | Möbel |
| Einzelhandelsmagneten: | Möbel Bastian |
| Sortimentsniveau: | mittelpreisig |
| Einzelhandelsergänzung: | keiner |
| Verkaufsfläche aktiv: | k.A. |
| Leerstände aktuell: | keine |
| Komplementärnutzungen: | keine |
| Einzelhandelbedeutung: | überörtliche Versorgungsfunktion für Möbel |
| Entwicklungsziel: | keine Verkaufsflächenausweitung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente, v.a. in den Randsortimenten |



## 5.3 Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente in Heidenau

### 5.3.1 Begriffsdefinition

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar und sind als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf die gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, da selbige einen örtlichen Bezug zu der jeweiligen Kommune besitzen („Heidenauer Sortimentsliste“). Nachfolgender Kriterienkatalog dient zur generellen Unterscheidung von zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Die Sonderform der nahversorgungsrelevanten Sortimente wird im nachfolgenden Kapitel erläutert.

**Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich v.a. dadurch aus, dass sie

- einen geringen spezifischen Flächenanspruch haben,
- meist eine hohe Flächenproduktivität erzielen,
- überwiegend leicht bzw. problemlos transportiert werden können und somit zum Transport ist nicht regelmäßig ein Kfz notwendig ist,
- meist auf Frequenzbringer angewiesen sind und häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden,
- eine gewisse Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Verdichtungseffekte auszulösen,
- viele Besucher anziehen und für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind.

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente** sind v.a. dadurch gekennzeichnet, dass

- sie auf Grund der Größe und Beschaffenheit zumeist an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten angeboten werden,
- zum Warenabtransport überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigen,
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfs im Wesentlichen nicht für zentrale Lagen geeignet sind,
- eine relativ niedrige Flächenproduktivität erreichen,
- eine eigene Besucherfrequenz erzeugen und regelmäßig gezielt angefahren werden,
- die zentralen Standorte meist nicht prägen.

### 5.3.2 Sortimentsübersichten

Zentrenrelevante Sortimente tragen maßgeblich zur Attraktivität städtebaulich integrierter Versorgungszentren bei und können positive Dichteeffekte auslösen. Für die Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität gilt es für Heidenau, diejenigen Sortimente im Zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren, welche maßgeblich der Nutzungsvielfalt sowie der Aufwertung dieser Bereiche dienen. Nicht-zentrenrelevante Sortimente kommen dafür in der Regel nicht in Frage.

Ein Ziel der Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz ist es, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Einzelhandelsnutzung in der Innenstadt von Heidenau zu lokalisieren und großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische Maßnahmen auf den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich zu beschränken.

Ferner stellt die Sortimentsliste für die Stadt Heidenau ein wichtiges Element zur Festlegung von Randsortimenten bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (bspw. Möbelhäusern, Bau- und Gartenmärkten, SB-Warenhäusern) dar. Durch eine exakte Festlegung der Randsortimente nach Warengruppen sowie deren flächenmäßige Eingrenzung in Bebauungsplänen kann dem Einzelhandelskonzept der Stadt Rechnung getragen werden

Aber nicht nur bei der Festsetzung der Randsortimente, sondern auch im Rahmen von Bebauungsplänen für den großflächigen Einzelhandel im Allgemeinen kann die Sortimentsliste dazu dienen, zulässige oder ausgeschlossene Sortimente (Positiv-/Negativliste) zu definieren.

Der Erstellung der „Heidenauer Sortimentsliste“ lagen u.a. die grundlegenden Begriffsdefinitionen sowie die sortiments- und lagespezifische Einzelhandelsanalysen vor Ort zu Grunde. Die Sortimentsliste wurde zudem unter Berücksichtigung der tatsächlichen Einzelhandelsstruktur des Zentralen Versorgungslage sowie der darin bereits angesiedelten Branchen abgeleitet.

Neben der Einteilung in zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente wurde ebenfalls eine Unterteilung nach nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Sortimente dienen vorwiegend der kurzfristigen Bedarfsdeckung und sind im Regelfall als zentrenrelevant einzustufen. Eine Ansiedlung kann hier auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche erfolgen, wenn die jeweilige Lage der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dient und der Standort als städtebaulich integriert einzustufen ist.

Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation sowie stadtentwicklungspolitischer Ziele wird die folgende Aufteilung in nahversorgungsrelevante, zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimenten empfohlen.

| Heidenauer Sortimentsliste | |
|---|---|
| **Zentrenrelevante Sortimente** | **Nicht-zentrenrelevante Sortimente** |
| Antiquitäten, Kunstgegenstände<br>Baby- und Kinderartikel<br>Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse<br>Bücher, Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel<br>Computer, Computertechnik, Computerzubehör<br>Elektrogeräte („weiße Ware"), Elektrozubehör, Nähmaschinen, Leuchten<br>Fahrräder, Ersatzteile<br>Foto, Fotozubehör<br>Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren<br>Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren<br>Lederwaren, Kürschnerware, Galanteriewaren<br>Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger<br>Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung<br>Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren, Schulbedarf, Briefmarken<br>Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte<br>Schuhe<br>Spielwaren, Bastelartikel<br>Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen<br>Uhren, Schmuck<br>Unterhaltungselektronik ("braune Ware"), Telekommunikation<br>Zooartikel, Tiere, Tierpflegemittel | Autozubehör, -teile, -reifen<br>Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse<br>Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren<br>Boote und Zubehör<br>Brennstoffe, Holz- und Holzmaterialen, Kohle, Mineralölerzeugnisse<br>Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge<br>Fenster, Türen, Rollläden<br>Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel/–maschinen, Freilandpflanzen<br>Möbel, Küchen, Büromöbel, Matratzen<br>Kamine, Öfen |
| <u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u><br><br>Arzneimittel, Pharmazeutika<br>Blumen, Zimmerpflanzen<br>Zeitungen, Zeitschriften<br>Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel<br>Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren<br>Reformwaren, Naturkost<br>Tiernahrung | |

# 6. Zusammenfassung

Nachfolgend wurden kurz die wichtigsten Punkte des Einzelhandelskonzeptes Heidenau zusammengefasst:

- Die südlich der Landeshauptstadt Dresden gelegene Stadt Heidenau wird raumordnerisch als Unterzentrum eingestuft. Der landesplanerisch ausgewiesene Verflechtungsbereich von Heidenau umfasst die Gemeinde Dohna sowie Teile der Gemeinde Müglitztal mit ca. 23.300 Personen.
- In Heidenau wohnen derzeit ca. 16.400 Einwohner, welche im Landesvergleich über ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau verfügen. Perspektivisch ist von einem weiteren Bevölkerungsrückgang in Heidenau auszugehen.
- Das Einzugsgebiet wird wesentlich von der Landeshauptstadt Dresden sowie der Kreisstadt Pirna eingegrenzt und umfasst inkl. Streupotenziale ca. 25.000 Personen.
- Heidenau besitzt derzeit ein Einzelhandelsangebot von ca. 54.000 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht einer deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsflächendichte von ca. 3,3 m² pro Einwohner. Die Verkaufsflächendichte hat sich seit 1996 von 2,4 m² Verkaufsfläche pro Einwohner um über ein Drittel erhöht.
- Der Großteil der Verkaufsflächen in Heidenau umfasst die Branchen Möbel, Lebensmittel sowie Baumarkt. Der größte Teil des Einzelhandelsangebots ist in dezentralen Stadtteillagen verortet.
- Heidenau weist einen Einzelhandelszentralitätsindex von 158 aus, so dass der örtliche Einzelhandel per Saldo einen relativ hohen Umsatzzufluss aus dem Umland nach Heidenau induziert. Es bestehen jedoch auch Umsatzabflüsse, welche vor allem die modischen Branchen (u.a. Textil, Schuhe) umfassen.
- Die Heidenauer Innenstadt weist derzeit einen im Verhältnis zur Gesamtstadt niedrigen Verkaufsflächenanteil aus. Durch die geplante sowie auch empfohlene Ansiedlung von weiterem Einzelhandel ist jedoch perspektivisch von einem Bedeutungszuwachs auszugehen.
- Auf Basis der prognostizierten Kaufkraftentwicklung sowie auch des vorhandenen Einzelhandelsbestandes ergeben sich begrenzte sortimentsspezifische Entwicklungspotenziale für den Heidenauer Einzelhandel. Diese liegen bei ca. 2.100 m² Verkaufsfläche. Mögliche Potenzialflächen zur Ansiedlung werden vorwiegend in der Heidenauer Innenstadt identifiziert und ausgewiesen.
- Die zukünftige Standortstruktur von Heidenau sollte sich aus dem verbindlich festzusetzenden Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie aus Nahversorgungsstandorten und dezentralen Einzelhandelslagen zusammensetzen. Die Entwicklung weiterer Zentraler Versorgungsbereiche ist auf Grund der gegebenen Einzelhandelsstruktur sowie auch der perspektivischen Bevölkerungsentwicklung nicht sinnvoll bzw. nicht zu empfehlen. Für die Entwicklung der einzelnen Versorgungslagen werden entsprechende Leitlinien erarbeitet.
- Auf Basis der Analyse der Einzelhandelssituation sowie stadtentwicklungspolitischer Ziele wird eine Aufteilung in nahversorgungsrelevante, zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Diese „Heidenauer Liste“ sollte als Instrument zur rechtsicheren Steuerung von zentrenrelevantem und nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel im Rahmen der Bauleitplanung politisch beschlossen werden.

# 7. Schlussbemerkung

Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für die weitere beratende Unterstützung.

Dipl.-oec. Mathias Vlcek
Projektleiter

Dr. Bernreuther

**BBE Handelsberatung GmbH**
Geschäftsstelle Erfurt

Erfurt, den 27. Mai 2010

## Anlagen

**Anl. 1: Einwohner im Verflechtungsbereich Heidenau**

| | Bevölkerung abs. |
|---|---|
| Grundzentrum: | |
| Heidenau | 16.405 |
| Verflechtungsbereich: | |
| Dohna | 6.161 |
| Teile der Gemeinde Müglitztal | 770 |
| (Ortsteile Crotta, Falkenhain, Maxen, Schmorsdorf und Weesenstein) | |
| Gesamt | 23.336 |

Quelle: Regionalplan Oberes Elbtal / Osterzgebirge, 1.Gesamtfortschreibung 2009
Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Einwohner zum 31.12.2008

Bearbeitung: BBE Handelsberatung

**Anl. 2: Einwohnerprognosen für Heidenau und Umgebung 2010 - 2020**

| | Bevölkerung | Bevölkerungsprognosen | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ist | Stadt Heidenau | | Bertelsmann-Stiftung | | Stat. Landesamt (Variante 1) | | Stat. Landesamt (Variante 2) | | Stat. Landesamt (Variante 3) | |
| | abs. | abs. | % | abs. | % | abs. | % | abs. | % | abs. | % |
| 2008 | 16.405 | | 100,0 | | 100,0 | | 100,0 | | 100,0 | | 100,0 |
| 2010 | | 16.400 | 0,0 | 16.400 | -0,0 | 16.300 | -0,6 | 16.300 | -0,6 | 16.200 | -1,2 |
| 2015 | | 16.300 | -0,6 | 16.000 | -2,5 | 16.100 | -1,9 | 16.000 | -2,5 | 15.800 | -3,7 |
| 2020 | | 16.100 | -1,9 | 15.500 | -5,5 | 15.900 | -3,1 | 15.600 | -4,9 | 15.300 | -6,7 |

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 4. Regionalisierte Bevölkerungsprognose 2007
Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Kommune (inkl. Rundungen), 2008
Stadtverwaltung Heidenau, 2009 (Grundlagen: 4. Regionalisierte Bevölkerungsprognose [Mittelwerte aus den Varianten 1 und 3] unter Berücksichtigung der Mittelwerte für die Stadt Dresden und den Landkreis Sächsische Schweiz [inkl. Rundungen])

**Einwohnerprognosen für Dresden, Pirna und Dohna 2015**

| | Bevölkerung | Bevölkerungsprognose 2015 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2008 | Bertelsmann -Stiftung | Stat. Landesamt (Variante 1) | Stat. Landesamt (Variante 2) | Stat. Landesamt (Variante 3) |
| | abs. | abs. | abs. | abs. | abs. |
| Dresden | 512.234 | 533.200 | 524.600 | 517.400 | 520.100 |
| Pirna | 39.132 | 37.300 | 38.900 | 37.900 | 38.000 |
| Dohna | 6.161 | 6.100 | 5.800 | 5.600 | 5.700 |

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 4. Regionalisierte Bevölkerungsprognose, 2007
Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Kommune (inkl. Rundungen), 2008

**Anl. 3: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots**

Es werden folgende Maßgaben bei der Einzelhandelserhebung berücksichtigt:

- Im Rahmen der Untersuchungen wird eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung ist die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann.
- Die Einzelhandelserhebung wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraft- und Brennstoffen, Versandhandel, Handel mit Gebrauchtwaren und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.), Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) und Banken (Filialen, SB-Terminals) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund und somit sind diese Betriebe nicht zum Einzelhandel zu zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen, welche nicht einer Hauptbranche zugeordnet werden können (bspw. SB-Warenhaus real), wird eine Aufteilung der wesentlichen Warengruppen vorgenommen.
- Als Verkaufsfläche werden die Fläche des Verkaufsraumes sowie auch die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen sowie alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) werden nicht erfasst (vgl. Urteile BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005, OVG NRW 7 B 1767/08 vom 06.02.2009).

Insgesamt werden 29 Branchen gemäß folgendem Branchenschlüssel erhoben:

| Nr. | Branchen bzw. Warengruppen |
|---|---|
| 1 | Lebensmittel (inkl. Back- & Konditoreiwaren / Fleischwaren, Getränke, Tabakwaren) |
| 2 | Reformwaren / Naturkost |
| 3 | Apotheken |
| 4 | Drogerie / Parfümerie |
| 5 | Blumen / Gartenbedarf |
| 6 | Oberkleidung (Damen/Herren/Kinder) / Wäsche |
| 7 | Heimtextilien / Kurzwaren |
| 8 | Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe / -geräte / Camping / Angler-/ Jagdbedarf |
| 9 | Schuhe |
| 10 | Sanitätswaren /-bedarf / medizinische und orthopädische Artikel / Hörgeräte |
| 11 | Bücher (inkl. Zeitungen/Zeitschriften) |
| 12 | Papier-/ Büro-/ Schreibwaren |
| 13 | Spielwaren (inkl. Hobby- /Bastelbedarf) |
| 14 | Zoobedarf |
| 15 | Möbel / Antiquitäten (inkl. Küchen- und Matratzenstudios) |
| 16 | Baumarktartikel / Eisenwaren |
| 17 | Glas / Porzellan / Geschenkartikel / Hausrat / Haushaltwaren |
| 18 | Farben / Lacke / Tapeten / Bodenbelag / Raumausstattung |
| 19 | Elektrogeräte / Leuchten / Unterhaltungselektronik |
| 20 | Foto |
| 21 | Optik |
| 22 | Uhren / Schmuck |
| 23 | Lederwaren |
| 24 | Musikinstrumente / Musikalien |
| 25 | Fahrräder / Fahrradzubehör |
| 26 | Autoteile /-zubehör |
| 27 | Computer / Peripheriegeräte / Telekommunikation / Büroorganisation /-maschinen |
| 28 | Baby- / Kinderausstattung (inkl. Kinderwagen, Hartware) |
| 29 | diverse Branchen (Erotikartikel, Waffen, Aktionswaren, Schnäppchenshops) |

**Anl. 4: Einzelhandelsausstattung von Heidenau nach Sortimenten**

| Nr. | Branche | Verkaufsfläche m² | % | Umsatz Mio. EUR | % | Betriebsanzahl abs. | % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Lebensmittel | 13.400 | 25 | 58,21 | 46 | 37 | 27 |
| 2 | Reformwaren/Naturkost | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Apotheken | 310 | 1 | 8,10 | 6 | 4 | 3 |
| 4 | Drogerie/Parfümerie | 950 | 2 | 2,98 | 2 | 5 | 4 |
| 5 | Blumen/Gartenbedarf | 1.120 | 2 | 2,35 | 2 | 8 | 6 |
| 6 | Oberkleidung (Damen/Herren/Kinder) / Wäsche | 1.980 | 4 | 5,00 | 4 | 10 | 8 |
| 7 | Heimtextilien/Kurzwaren | * | * | * | * | 2 | 2 |
| 8 | Sportartikel/-bekleidung/-schuhe/Camping | 1.770 | 3 | 2,19 | 2 | 3 | 2 |
| 9 | Schuhe | 320 | 1 | 1,13 | 1 | 6 | 4 |
| 10 | Sanitätswaren | * | * | * | * | 2 | 2 |
| 11 | Bücher | 310 | 1 | 1,13 | 1 | 4 | 3 |
| 12 | Papier-/Büro-/Schreibwaren | 250 | 0 | 1,18 | 1 | 5 | 4 |
| 13 | Spielwaren | * | * | * | * | 2 | 2 |
| 14 | Zoobedarf | 1.020 | 2 | 1,61 | 1 | 3 | 2 |
| 15 | Möbel/Antiquitäten | 14.650 | 27 | 13,19 | 10 | 3 | 2 |
| 16 | Baumarktartikel/Eisenwaren | 10.290 | 19 | 13,69 | 11 | 6 | 4 |
| 17 | Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat | * | * | * | * | 2 | 2 |
| 18 | Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung | * | * | * | * | 1 | 1 |
| 19 | Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik | 840 | 2 | 2,52 | 2 | 5 | 4 |
| 20 | Foto | * | * | * | * | 1 | 1 |
| 21 | Optik | 230 | 0 | 1,38 | 1 | 3 | 2 |
| 22 | Uhren/Schmuck | 110 | 0 | 0,88 | 1 | 3 | 2 |
| 23 | Lederwaren | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0 |
| 24 | Musikinstrumente/Musikalien | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0 |
| 25 | Fahrräder | * | * | * | * | 2 | 2 |
| 26 | Autoteile/-zubehör | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0 |
| 27 | PC/Telekommunikation/Büroorganisation | 260 | 0 | 1,85 | 1 | 7 | 5 |
| 28 | Baby-/Kinderausstattung | 180 | 0 | 0,47 | 0 | 3 | 2 |
| 29 | diverse Branchen | 2.960 | 5 | 3,40 | 3 | 6 | 4 |
| Summe | | 54.240 | 100 | 127,39 | 100 | 133 | 100 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, August 2009
Anmerkung: Die einzelnen Fachabteilungen des SB-Warenhauses real wurden bei der folgenden Analyse jeweils als ein eigenständiger Betrieb gewertet.
*) Aus Datenschutzgründen wurden bei sehr geringen Fallzahlen nur aggregierte Werte ausgewiesen.

**Anl. 5: Definitionen von Lebensmittel-Vertriebsformen**

Lebensmittel-SB-Geschäft

- Verkaufsfläche unter 400 m².
- Allgemeines Lebensmittelsortiment mit Frischwaren, mitunter jedoch ohne Frischfleisch. Umsatzanteil branchenüblicher Non-Food-Artikel ca. 8 - 12 %.
- Beispiele: Edeka-Nachbarschaftsläden, Rewe-Nahkauf, (Spar).

Lebensmittel-Discounter

- Meist Betriebsgrößen von ca. 800 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 600 bis 1.200), Non-Food-Umsatzanteil ca. 10 - 13 %.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke) mit wenigen Frischwaren.
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- Beispiele: Aldi, Lidl, Norma, Netto, Penny.

Supermarkt

- Ca. 400 bis 1.500 m² Verkaufsfläche (neue Konzepte auch bis 3.000 m²).
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Non-Food-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 25 %.
- Standorte vor allem in Wohngebieten und verkehrsgünstigen Lagen.
- Hauptkundenpotenzial innerhalb von ca. 750 Metern Umkreis.
- Beispiele: Tengelmann, Tegut, Rewe, Edeka.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 bis ca. 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil bis ca. 20 %, Non-Food-Flächenanteil bis ca. 30 %.
- Meist autokundenorientierter Standort.
- Beispiele: E-Center/Herkules, Handelshof, Kaufland, Marktkauf.

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 60 - 75 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration.
- Beispiele: Globus, Toom, Marktkauf, Real.