



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Freiberg am Neckar



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeiter:

Dipl.-Ing. Antje Schnacke-Fürst
Marthe Bernhard, M.Sc. Raumplanung
Dipl.-Geograph Peter Helbig

Lörrach/ Nürnberg, 06.07.2020

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	4
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG	4
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	5
2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung.....	7
2.1.3 Online-Handel.....	10
2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES	13
2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich	13
2.2.2 Sortimentsliste	14
2.2.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	15
2.2.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels.....	19
2.3 KONSEQUENZEN FÜR GENEHMIGUNGSVERFAHREN.....	21
2.4 FAZIT - PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN.....	22
3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE	24
3.1 METHODISCHES VORGEHEN - EINZELHANDELSERHEBUNG IN VERBINDUNG MIT EINER BEFRAGUNG DER HÄNDLER.....	24
3.2 ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES IN DER STADT FREIBERG A.N.	26
3.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE: BINDUNGSQUOTEN	27
3.4 ERGEBNISSE DER EINZELHÄNDLERBEFRAGUNG: UMSATZHERKUNFT, UMSATZENTWICKLUNG, VERBLEIBQUOTE UND ONLINE-HANDEL.....	31
3.4.1 Umsatzherkunft, Verbleibquote und Umsatzentwicklung.....	31
3.4.2 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung.....	33
3.5 BEURTEILUNG DER EINZELHANDELSSITUATION AUS HÄNDLERSICHT.....	35
3.6 FAZIT - EINZELHANDELSSITUATION.....	38
4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE	40
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME.....	40
4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT FREIBERG A.N.....	42
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	42
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	43
4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	45
4.3 NAHVERSORGUNGSZENTRUM HEUTINGSHEIM	50
4.4 MÖGLICHES NAHVERSORGUNGSZENTRUM BEIHINGER PLATZ.....	53
5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES	56
5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN IN NICHT INTEGRIERTER LAGE	56
5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES	57
5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION.....	58



6. ZIELKATALOG DES EINZELHANDELSKONZEPTES	61
7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES	65
7.1 METHODISCHES VORGEHEN	65
7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage.....	67
7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite.....	69
7.2 PROGNOSEERGNISSE	72
7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt.....	72
7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraumes	76
7.2.3 Fazit Prognoseergebnis	78
8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG	80
8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE	81
8.1.1 Kriterien.....	81
8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Freiberg a.N.....	82
8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste	85
8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG	87
8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	87
8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....	89
8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN	90
8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (perspektivisch).....	91
8.3.2 Nahversorgungsbereich Heutingsheim (perspektivisch)	94
8.3.3 Nahversorgungsbereich Beihinger Platz (perspektivisch)	95
8.3.4 Vorschläge zur Nahversorgung	96
8.3.5 Gewerbegebiete	97
8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG	98
8.4.1 Öffentliche Information	98
8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste	99
8.4.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig	100
8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen.....	102
8.5 ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG	103
GLOSSAR	105
ANHANG	109



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Vergleich Einzelhandelsangebot 2019 zu 2011 und HGZ 1993 (2019, 2011: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen)	27
Tab. 2:	Ist-Situation im Einzelhandel in der Stadt Freiberg am Neckar: Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet), Umsatz und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquote in Prozent	30
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	44
Tab. 4:	Prognoserahmen	69
Tab. 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben auf 25 m ² gerundet	74
Tab. 6:	Vorschlag für die künftige "Freiberg a.N. Sortimentsliste"	86
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Freiberg a.N.: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet).....	109
Tab. A - 2:	Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Freiberg a.N.: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m ² gerundet).....	109
Tab. A - 3:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (auf 25 m ² gerundet), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"	110
Tab. A - 4:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Freiberg a.N. nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m ² gerundet.....	111
Tab. A - 5:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2025 und 2030 in Mio. €	112
Tab. A - 6:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben auf 25 m ² gerundet.....	113
Tab. A - 7:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose - Angaben auf 25 m ² gerundet.....	114
Tab. A - 8:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Auswahl/ Angebot Einzelhandel	115
Tab. A - 9:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Parkplätze	115
Tab. A - 10:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Erreichbarkeit/ Frequenz.....	115
Tab. A - 11:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität	115
Tab. A - 12:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Zusammenarbeit Stadt-EH/EH-EH	116
Tab. A - 13:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Kundenverhalten.....	116
Tab. A - 14:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Auswahl/Angebot Dienstleistungen.....	116
Tab. A - 15:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Sonstiges.....	116



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Umsätze im Online-Handel sowie im Einzelhandel insgesamt	10
Abb. 2:	Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. € und jährliche Zuwachsraten.....	11
Abb. 3:	Beteiligung Händlerbefragung 2019.....	25
Abb. 4:	Vergleich Bindungsquoten 2019 - 2011.....	29
Abb. 5:	Umsatzherkunft 2019	31
Abb. 6:	Vergleich Verbleibquote 2019 - 2011	32
Abb. 7:	Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Standorttypen (Auskunft 34 Betriebe/ 68%).....	33
Abb. 8:	Änderungsabsichten (Auskunft 39 Händler/ 78%).....	34
Abb. 9:	Internetauftritt (Auskunft 40 Händler/ 80%).....	35
Abb. 10:	Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht 2019 (Auskunft 38 Betriebe/ 76%).....	36
Abb. 11:	Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht 2011 (Auskunft 56 Betriebe/ 79%).....	37
Abb. 12:	Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen 2019	57
Abb. 13:	Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Standorttypen 2019 und 2011	58
Abb. 14:	Einwohnerentwicklung und -vorausberechnung Stadt Freiberg am Neckar.....	67
Abb. 15:	Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp	83
Abb. 16:	Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp	84



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	43
Karte 2:	Stärken zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	46
Karte 3:	Schwächen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	48
Karte 4:	Nahversorgungszentrum Heutingsheim Abgrenzung	50
Karte 5:	Nahversorgungsbereich Beihinger Platz.....	53
Karte 6:	Einzelhandelskonzentrationen	56
Karte 7:	Nahversorgungssituation in Freiberg am Neckar schematisch	60
Karte 8:	Perspektivische Abgrenzung der Innenstadt.....	92
Karte 9:	Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	93
Karte 10:	Perspektivische Abgrenzung und Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungsbereiches Heutingsheim	94
Karte 11:	Perspektivische Abgrenzung und Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungsbereiches Beihinger Platz.....	96



FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Lebensmittelmarkt als Magnetfunktion.....	46
Foto 2:	Inhabergeführtes Bekleidungsgeschäft	46
Foto 3:	Außengastronomie mit Aufenthaltsqualität	47
Foto 4:	Busbahnhof	47
Foto 5:	Platzbereich am Rathaus.....	47
Foto 6:	nördl. Hauptstraße - Leerstand.....	48
Foto 7:	unattraktive Zugänge	48
Foto 8:	rückwärtige Bereiche.....	49
Foto 9:	Möblierung	49
Foto 10:	Dienstleistungsangebot	51
Foto 11:	Moderne Wohnbebauung.....	51
Foto 12:	Außengastronomie	51
Foto 13:	Dienstleistungsangebot	51
Foto 14:	Leerstände	52
Foto 15:	Brachfläche.....	52
Foto 16:	sanierungsbedürftiges Gebäude.....	52
Foto 17:	Umbau	52
Foto 18:	Identifikationsfunktion	54
Foto 19:	Dienstleistungen	54
Foto 20:	Gaststätte Kuhstall.....	54
Foto 21:	Leerstand.....	55
Foto 22:	Trennwirkung.....	55
Foto 23:	Brachfläche.....	55
Foto 24:	wenige Einzelhandelsangebote	55



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Freiberg a.N. hatte aus dem Gutachten, das durch das Büro Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung im Jahr 2011 erarbeitet wurde, ein Einzelhandelskonzept abgeleitet. Darin wurden neben der damaligen Versorgungssituation der Stadt einzelhandelsbezogene und städtebaulich-funktionale Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Seither hat es sowohl Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft der Stadt als auch hinsichtlich der allgemeinen Rahmenbedingungen im Einzelhandel (u.a. Thema Online-Handel) gegeben.

Die Herausforderungen der Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Freiberg a.N. bestehen vor allem darin, diese Veränderungen im Sinne einer positiven Entwicklung für die Zentren zu beeinflussen, insbesondere da in zentralen Lagen funktionale und auch städtebauliche Defizite im Bereich des Einzelhandels sichtbar sind, die konkrete Handlungsoptionen erfordern. Zusätzlich zur Zentrenentwicklung ist die Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung von Bedeutung.

Aus diesem Grund beabsichtigt die Stadt Freiberg a.N. die Fortschreibung und Anpassung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes. Als Grundlage für ein solches Konzept wurde das Büro Dr. Acocella damit beauftragt, ein entsprechendes Gutachten zu erstellen.

Im Hinblick auf die **Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes** sind die folgenden Fragen zu beleuchten:

- Wie stellt sich die Versorgungssituation in den einzelnen Sortimentsbereichen dar und wie hat sich diese gegenüber 2011 verändert?
- Wie verteilt sich der Einzelhandel in der Stadt Freiberg a.N. auf die unterschiedlichen Standortlagen und wie hat sich diese Verteilung gegenüber 2011 verändert?
- Wie ist die aktuelle Leerstandssituation zu bewerten?
- Ist die 2011 vorgenommene Abgrenzung der Innenstadt und des Nahversorgungszentrums Heutingsheim beizubehalten oder anzupassen?
- Welcher wettbewerbsneutrale quantitative Entwicklungsbedarf (sortimentsweise) ist perspektivisch zu erwarten?



- Ist vor dem Hintergrund der festgestellten Veränderungen eine Anpassung der Einstufung der Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz ("Freiberger Sortimentsliste") erforderlich?
- Können die 2011 vorgeschlagenen Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung beibehalten werden oder sind diese anzupassen?
- Welche räumlichen und inhaltlichen Entwicklungsoptionen ergeben sich für den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich und für das Nahversorgungszentrum Heutingsheim?
- Wie sind die aktuellen Leerstände im Hinblick auf künftige Nutzungsoptionen zu bewerten?

In Anbetracht der Erkenntnis, dass eine, zwar den formalen Ansprüchen genügende, Einzelhandelskonzeption erfahrungsgemäß nicht alle relevanten Akteure (z.B. Immobilienbesitzer, Dienstleister, Gastronomen) einbezieht, wird der Untersuchungsansatz in diesem Gutachten wie schon 2011 so gewählt, dass mit den Ergebnissen auch diese angesprochen werden können. **Zentrales Anliegen ist es jedoch, eine Aktualisierung der städtebaulichen Begründungen für die Weiterführung der bisherigen räumlichen Steuerung des Einzelhandels zu erarbeiten.**

Das Einzelhandelskonzept entspricht, wenn es durch den Gemeinderat beschlossen wird, auf kommunaler Ebene einem städtebaulichen Entwicklungskonzept nach § 1 (6) Nr. 11 BauGB. Somit bestünde die Möglichkeit der Anwendung des § 9 (2a) BauGB.

Projektbegleitende Arbeitsgruppe

Für die Erarbeitung des Einzelhandelsgutachtens wurde eine projektbegleitende Arbeitsgruppe mit Vertretern aus der Verwaltung sowie der Marktplatz-Einzelhändler gebildet. Aufgabe der Arbeitsgruppe war es, die vorgestellten Zwischenergebnisse - ggf. nach einer Ergänzung oder Änderung - als Grundlage zur weiteren Bearbeitung zu bestimmen. Ein solches Vorgehen erhöht erfahrungsgemäß die Akzeptanz für das Konzept und beschleunigt den gesamten Arbeitsprozess sowie die anschließende Umsetzung.



Insgesamt fanden drei Sitzungen der projektbegleitenden Arbeitsgruppe statt:

- Im Mittelpunkt der ersten Sitzung am 30.04.2019, an der ausschließlich Vertreter der Verwaltung teilnahmen, standen die Vorgehensweise bei der Gutachtenerstellung und die Besprechung der Fragebögen für die Einzelhändlerbefragung.
- Am 25.09.2019 wurden die Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung und der städtebaulich-funktionalen Stärken-Schwächen-Analyse in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe vorgestellt und diskutiert.
- Die konzeptionellen Ergebnisse und Empfehlungen stellte das Büro Dr. Acocella am 08.01.2020 vor.



2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Einleitend werden vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet. Anschließend werden die aktuellen planungsrechtlichen Vorgaben, welche diesem Gutachten zugrunde liegen, dargestellt.

2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln.

Ein lebendiges Ortszentrum bzw. eine lebendige Innenstadt mit einem vielfältigen Angebot ist ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels, hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte seit Mitte der 1970er Jahre, wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Auf Grund der Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" - auch als Folge der Genehmigungspolitik der Baugenehmigungsbehörden - kam es zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte ausgerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Gemeinden und Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die zentrenprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern - bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.



2.1.1 Handelendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter als auch durch die Nachfrager/ Konsumenten bestimmt.

Bedeutung handelendogener Faktoren

- Veränderungen auf Anbieterseite (handelendogene Faktoren) sind die Konzeption von Betriebstypen ("Tante-Emma-Laden", Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus etc.), die Standortdynamik oder die Sortimentspolitik der unterschiedlichen Anbieter:
- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung, als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren, ist verbunden mit einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscountern, Factory-Outlet-Centern (FOC), Sonderpostenmärkten und traditionellen (Lebensmittel-)Discountern, einem Anstieg der Verkaufsfläche je Betriebseinheit in vielen Branchen und einer kontinuierlichen Abnahme der (inhabergeführten) Fachgeschäfte. Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der Einzelhandelsbetriebe häufig außerhalb gewachsener Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren beiträgt bzw. beitragen kann. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhanden kommen kann.
- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen fortwährend selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung ist dadurch aufgebrochen, sodass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen i.d.R. Randsortimente oder auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte oder anderer Zentren.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - oftmals dazu, dass autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen werden. Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Er-



höhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu Innenstädten, sodass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann.

Weiterhin hat sich eine Funktionsteilung der Betriebstypen der unterschiedlichen Einzelhandelsnetze herausgebildet. Während höherwertige, service-intensive, und damit vor allem von Fachgeschäften angebotene Waren vornehmlich in den innerstädtischen Zentren sowie teilweise in den Zentren zu finden sind, werden preisgünstige Waren häufig in peripheren Lagen angeboten.

Bedeutung handelsexogener Faktoren

Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität und Einkaufsverhalten sowie soziodemografische und rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Prognosen zur Einwohnerentwicklung in Deutschland zeigen aktuell je nach Szenario, anders als in der Vergangenheit erwartet, nur noch einen leichten Bevölkerungsrückgang bzw. tlw. konstante Zahlen. Dies ist auf eine anhaltende Zuwanderung sowie aktuell zunehmende Geburtenraten zurückzuführen. Dabei nimmt der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zu. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an gesundheitsfördernden Artikeln und die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden: Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland weiterhin an, die durchschnittliche Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der signifikanten Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, sind weitere Trends, die bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden müssen.
- **Mobilität:** Eine hohe Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufig wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen und/ oder zum Wegfall der Nahversorgung.



- **Konsumgewohnheiten:** Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten, in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das sogenannte One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden Zentren häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente, wie Bekleidung oder Schuhe, aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts hoher Mobilitätskosten und einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden. Weiterhin kommt in Teilen der Gesellschaft dem Thema der Nachhaltigkeit eine größer werdende Rolle bei Einkaufsentscheidungen zu.
- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führ(t)en zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Darüber hinaus erfolgt zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf).

Es ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage (Kunden) reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.

2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung

- Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadt- bzw. gemeindezentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten bzw. Ortszentren (und weiteren zentralen Bereichen).
- Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in mehreren Einzelhandelsbranchen weiter an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte und Ortszentren. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.



- Die kommunale Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Ortszentren (und der sonstigen zentralen Bereiche) als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren. Nur zum Teil werden autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Städte und Gemeinden an öffentliche Verkehrsmittel angebunden. Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem großen Aufkommen des Individualverkehrs.
- Die wohnungsnahe Grundversorgung ist nicht mehr garantiert. U.a. als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassene) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit entsteht, mit diesen größeren Betriebs-einheiten auch entsprechend höhere Umsätze zu erwirtschaften. Damit vergrößert sich der notwendige Einzugsbereich jedes Betriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch kleinere Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Die Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt/ Gemeinde der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.
- Nahezu unabhängig von der Einwohnerzahl einer Kommune sind gerade ältere Menschen in besonders hohem Maße von einer unzureichenden Nahversorgung betroffen. Zurückzuführen ist dies u.a. auf:
 - Mangelnde finanzielle Möglichkeiten für den Besitz und die Nutzung eines Pkws für den Einkauf,
 - den noch immer überdurchschnittlich hohen Anteil von Personen, insbesondere Frauen, ohne Führerschein in dieser Altersgruppe sowie
 - auf die fehlenden gesundheitlichen/ körperlichen Voraussetzungen zum Führen eines Pkws.



- Der Flächenverbrauch einzelner Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.
- Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen bzw. innerörtlichen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt bzw. Zentrum von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz optimal geplanter Shopping-Center mit guter Verkehrsanbindung, Flanierambiente, hochwertigen Anbietern und hohem Organisationsgrad (Werbung, Öffnungszeiten etc.) sowie mit Angeboten zur Freizeitgestaltung stellen. Dies erfordert wiederum insbesondere an innerstädtischen Standorten eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" zu schaffen bzw. diesen auszubauen.



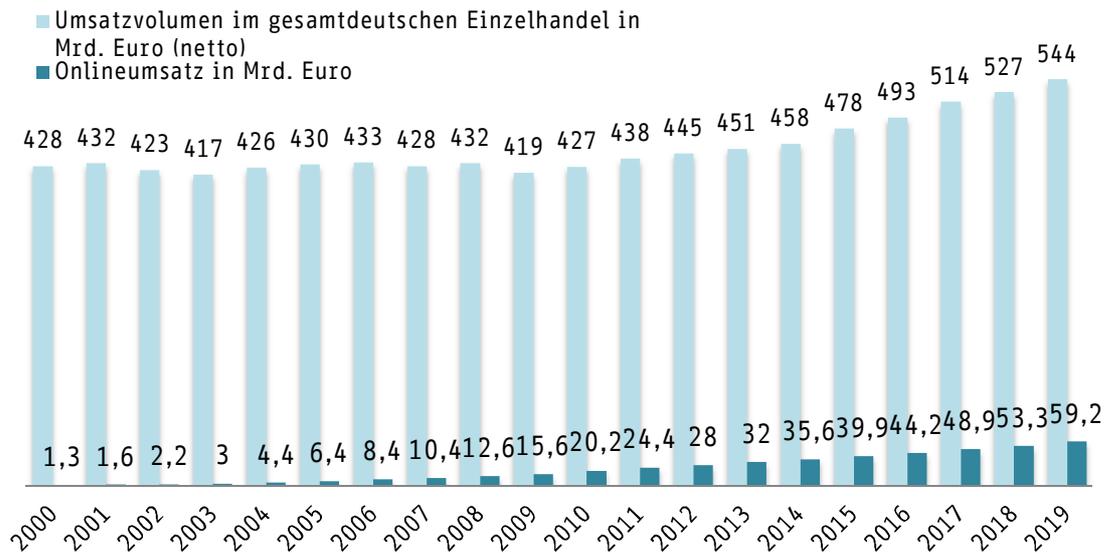
2.1.3 Online-Handel

Das Internet ist zu einem Teil der Handelslandschaft geworden, aber der Distanzhandel, zu dem auch der Online-Handel gehört, ist schon seit jeher ein Teil der Handelsformen.

In Abb. 1 ist zu erkennen, dass der Online-Handel - trotz der hohen Zuwächse in den vergangenen Jahren (vgl. Abb. 2) - 2019 nur einen Anteil von rd. 11% am Gesamtumsatz des Einzelhandels erreichte. Der größte Teil des Einzelhandelsumsatzes wurde weiterhin im stationären Handel erwirtschaftet, sodass der räumlichen Steuerung des Einzelhandels weiterhin besondere Bedeutung beizumessen ist - selbst bzw. gerade wenn der Umsatzanteil des Online-Handels vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie 2020 deutlich steigen sollte.

Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass im Online-Handel auch die über das Internet erzielten Umsätze des stationären Einzelhandels enthalten sind.

Abb. 1: Umsätze im Online-Handel sowie im Einzelhandel insgesamt

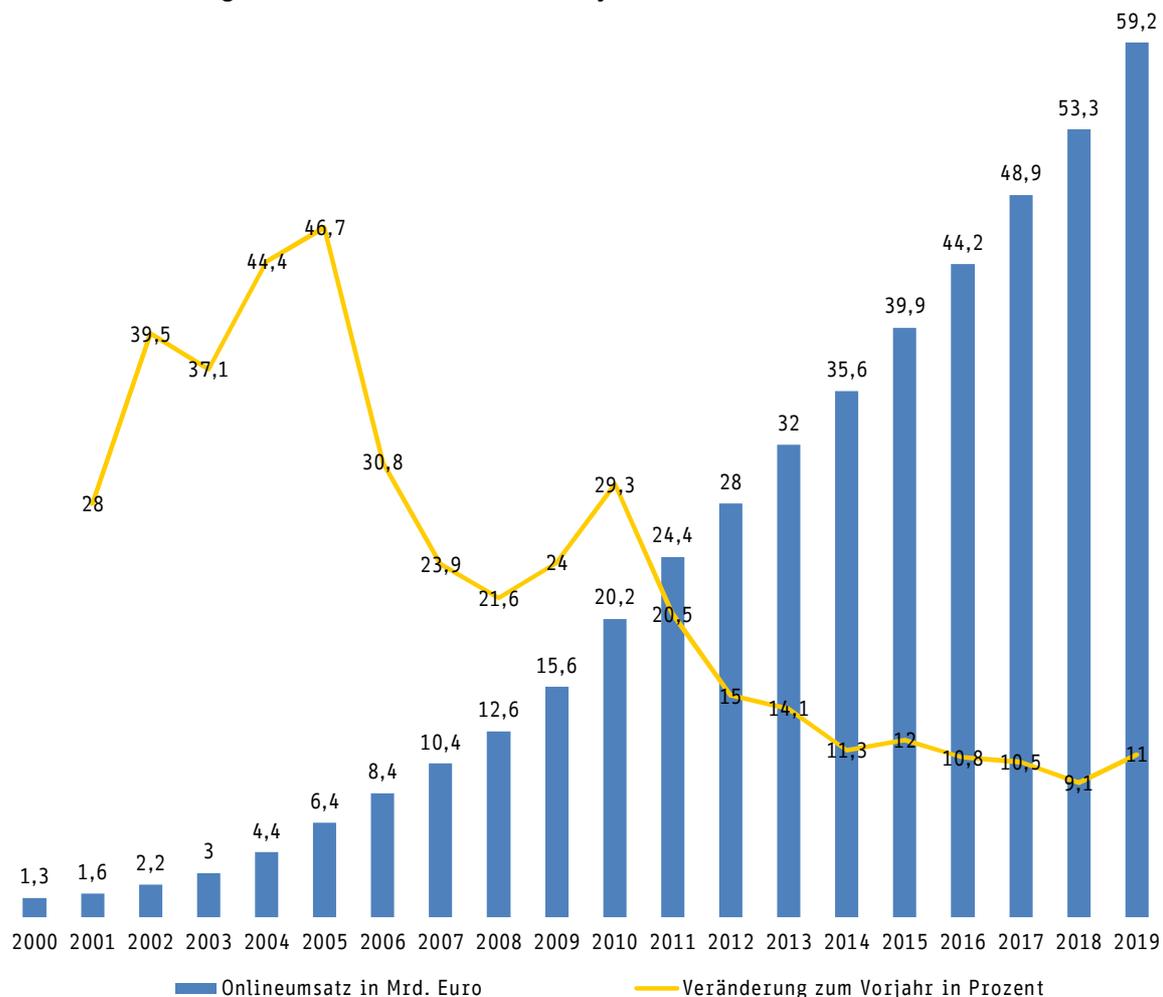


Quelle: HDE Handelsverband Deutschland: Online-Monitor 2020



In Abb. 2 wird deutlich, dass der Online-Umsatz bis zum Jahr 2018 absolut betrachtet zwar anstieg, der prozentuale Anstieg jedoch deutlich rückläufig war. 2019 war auch ein prozentualer Anstieg zu verzeichnen, für 2020 ist dies ebenfalls - jedoch in einem höheren Maß als 2019 - zu erwarten.

Abb. 2: Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. € und jährliche Zuwachsraten



Quelle: HDE Handelsverband Deutschland: Online-Monitor 2020 (Umsatzangaben netto: ohne Umsatzsteuer; ohne Dienstleistungen; ohne Streaming und ohne Online-Mietservices; ohne Retouren)

Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen der Zuwachs im Online-Handel auf die Entwicklung unserer Städte und Gemeinden hat:

- In größeren Städten und Großstädten ist der Druck auf die Stadtteilzentren schon lange als Auswirkung der großen Zentren und der dezentralen Standorte zu beobachten. In kleineren Städten und Gemeinden ist dieser Druck von den dezentralen Standorten auf die Innenstädte und Ortszentren ebenso erkennbar. Der Onlinehandel verstetigt bzw. verstärkt diesen Prozess, auch auf Grund der Reaktion bzw.



teilweisen Nichtreaktion des stationären Handels, zusätzlich. Der Online-Handel setzt vor allem die "unrentierlichen" Standorte in Randlagen unter Druck bzw. "ersetzt" entstandene Netzlücken.

- Zentren mit hohem inhabergeführten Besatz - also eher die kleineren - sind latent stärker gefährdet, weil der inhabergeführte Einzelhandel zum Großteil die Potenziale des Online-Handels weniger stark nutzt und selbst geringfügige Umsatzrückgänge weniger gut verkraften kann als Filialunternehmen.
- Online-Handel erzeugt Investitionsdruck - insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel - und verschärft damit die Nachfolgeregelungen.
- Es besteht durch den Onlinehandel ein höherer Bedarf an Logistikflächen an Standorten, die auch für produzierendes Gewerbe attraktiv sind und verschärft damit die Nachfrage nach Gewerbeflächen in vielen Städten und Gemeinden. Zudem kommt es durch den zunehmenden Lieferverkehr zu einer deutlich ansteigenden Verkehrsbelastung.
- Insgesamt sind die Auswirkungen des Online-Handels insbesondere als betriebswirtschaftliche Effekte zu verstehen, auf die der Handel auch selbst reagieren muss.
- Die Städte und Gemeinden haben mit Einzelhandelskonzepten oder anderen Steuerungsinstrumenten nur geringe Ansatzmöglichkeiten, um den Auswirkungen des Onlinehandels entgegenzutreten. Generell können Städte und Gemeinden nur die Voraussetzungen für die Digitalisierung im Handel unterstützen, diese aber nicht ersetzen. Hauptakteur bei der Digitalisierung ist der Handel selbst; jeder Einzelhändler muss selbst aktiv werden. Zudem sollten gemeinschaftliche Konzepte der Einzelhändler untereinander, aber auch der Händlerverbände und der Wirtschaftsförderung sowie Industrie- und Handelskammern, angestrebt werden.
- **Eine konsequente Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung ist vor dem Hintergrund der Entwicklung des Online-Handels unverändert wichtig bzw. gewinnt nochmals an Bedeutung, sofern dessen Anteil weiter und deutlicher als bisher ansteigen sollte.**



2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt bzw. das einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielt. Durch das EAG Bau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 (6) Nr. 4 BauGB die "*Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche*" festgeschrieben. Hiernach können sich Kommunen, im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB, nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, auch außerhalb der näheren Umgebung, zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt bzw. Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist¹. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

¹ Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.



Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes in dieser Sache sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*"². Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss³.

2.2.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss bzw. soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist⁴. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*⁵.

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur analysiert worden (vgl. Kap. 3 - 5) und eine Überprüfung der Sortimentsliste in Freiberg a.N. in Kap. 8.1 erfolgt.

² BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.

³ "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07).

⁴ Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

⁵ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.



2.2.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen⁶, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung, insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens, entfalten. Eine grundsätzliche räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugesuchen** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt abgewendet werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen⁷. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Sperrwirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 (1, 2 und 3) BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 (1) BauGB vorliegt, aufgeführt.

⁶ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 (2) Satz 1.

⁷ Vgl. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt/ Gemeinde, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben *"nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist"* und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 (2a) BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan, ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Bau-nutzungsverordnung, die Zulässigkeit nach § 34 (1 und 2) BauGB beschränkende Festsetzungen, namentlich zum Einzelhandel, zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Hierdurch werden planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 (3) BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"*⁸ gerichtet sein.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 (3) BauNVO (**großflächige Einzelhan-**

⁸ Söfker, W. (2007): Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrages im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin.



delsbetriebe) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory-Outlet-Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig⁹. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁰ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 (3) BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten¹¹ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind¹². Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 (5 und 9) BauNVO** geschaffen:

"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2, 4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zu-

⁹ Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

¹⁰ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

¹¹ Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

¹² Birk (1988), a.a.O., S. 284.



lässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt."¹³

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können."*¹⁴

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden¹⁵; eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich¹⁶. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche¹⁷ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe¹⁸.

Eine wesentliche planungsrechtliche Erkenntnis ergibt sich aus einem Urteil des Europäischen Gerichtshofes zur Steuerung des Einzelhandels vor dem Hintergrund der EU-Dienstleistungsrichtlinie:

"Zwar ist nicht auszuschließen, dass im Lichte der Entscheidung des EuGH zukünftig in Normenkontrollverfahren die Rechtmäßigkeit von standortsteuernden Einzelhandelsfestsetzungen im Hinblick auf ihre Rechtfertigung vermehrt in Zweifel gezogen werden wird. Insoweit sind die Gemeinden gut beraten, sich der Notwendigkeit bewusst zu sein, Festsetzungen zur Einzelhandelssteuerung auch unter dem Blickwinkel des Unionsrechts nachvollziehbar und aus städtebaulichen Gründen belastbar be-

¹³ BauNVO § 1 (5) i.d.F. vom 23.01.1990.

¹⁴ BauNVO § 1 (9) i.d.F. vom 23.01.1990.

¹⁵ Vgl. dazu z.B. BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31/98, BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04 Rn. 6.

¹⁶ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

¹⁷ Vgl. z.B. Müller, M.: Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

¹⁸ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.



gründen zu können und dies entsprechend - in der Begründung des Bebauungsplans oder den Aufstellungsvorgängen - zu dokumentieren.“¹⁹

In diesem Urteil wird auf die - eigentlich selbstverständliche und bereits in der Vergangenheit vom Büro Dr. Acocella beachtete - Grundregel verwiesen, dass diese Steuerungskonzepte vor allem und schergewichtig städtebaulich motiviert sein müssen. Dabei sind stadtsoziologische und stadtverkehrliche sowie ökologische Aspekte Teil der städtebaulichen Begründung.

Keine hinreichende Begründung sind wettbewerbliche Fragen. Dies bezieht sich sowohl auf den Wettbewerb zwischen Handelsangeboten als auch zwischen Städten.

2.2.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung aufgeführt.

Der **Landesentwicklungsplan (LEP) 2002** bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in Baden-Württemberg. Entsprechend den Zielen des LEP sollen sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind²⁰.

Die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten soll den Einzugsbereich des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches nicht wesentlich überschreiten, die verbrau-

¹⁹ Wahlhäuser, J. in UPR 5/ 18, S. 165ff.: Anmerkung zum Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 in dem Vorabentscheidungsverfahren C-31/16 Raad van State (Visser Vastgoed Beleggingen BV/Raad van de Gemeente Appingedam).

²⁰ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Z).



chernae Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden²¹.

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Sie sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden²².

Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden²³.

Insbesondere das Beeinträchtigungsverbot und das Kongruenzgebot nach den Plansätzen 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des Landesentwicklungsplans stellen Ziele der Raumordnung und damit nicht abwägbare Vorgaben dar.

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung werden im **Regionalplan für die Region Stuttgart** konkretisiert.

Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher sind nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Unterzentren an integrierten Standorten zuzulassen, ausreichende Parkmöglichkeiten und eine gute Anbindung an das ÖPNV-Netz sind sicherzustellen²⁴.

Der Einzugsbereich solcher Vorhaben soll den Verflechtungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes nicht überschreiten; die örtliche Grundversorgung im Einzugsgebiet soll nicht beeinträchtigt werden²⁴.

Neben diesem Rahmen regelt der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg raumordnungs- und bauplanungsrechtliche Zulässigkeiten von Vorhaben²⁵. Dieser ist inzwischen zwar formal außer Kraft getreten, ist jedoch weiterhin als Auslegungshilfe heranzuziehen.

²¹ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.1 (Z).

²² Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.2 (Z).

²³ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.4 (G).

²⁴ Vgl. Regionalplan Region Stuttgart, Plansatz 2.7.2 (Z) und Plansatz 2.7.1 (G).

²⁵ Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 2001.



2.3 KONSEQUENZEN FÜR GENEHMIGUNGSVERFAHREN

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird²⁶.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 (6) Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentralen Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 (2a) BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine für die Aufstellung des Bebauungsplanes unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten²⁷.

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten

²⁶ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

²⁷ Vgl. Söfker (2007), a.a.O.



Anlass, z.B. einem Bauantrag, oder auf Grund eines solchen konkreten²⁸ Planvorhabens erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung²⁹, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für die **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in Freiberg a.N. und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

2.4 FAZIT - PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Gutachten es ermöglicht, systematisch Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Freiberg a.N. im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB, substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Freiberg a.N., die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung**

²⁸ Vgl. dazu z.B. BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW: Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

²⁹ Vgl. dazu z.B. OVG NRW: Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



ist allerdings, dass sich die Stadt Freiberg a.N. selbst an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.



3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird die Versorgungssituation in der Stadt Freiberg a.N. auf gesamtstädtischer Ebene dargestellt und mit wesentlichen Ergebnissen von 2011 verglichen (vgl. Kap. 3.2). Die Untersuchungen 2011 und 2019 basieren jeweils auf einer Einzelhändlerbefragung; dieses kongruente Vorgehen ermöglicht eine weitgehende Vergleichbarkeit. In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich und auf weitere Zentren sowie auf die räumliche Verteilung des Einzelhandels innerhalb von Freiberg a.N. eingegangen.

3.1 METHODISCHES VORGEHEN - EINZELHANDELSERHEBUNG IN VERBINDUNG MIT EINER BEFRAGUNG DER HÄNDLER

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Freiberg a.N. wurde auf der Basis einer flächendeckenden Erhebung des gesamten Einzelhandelsbesatzes mit gleichzeitiger Befragung sämtlicher Einzelhändler im Juni und Juli 2019 erfasst. Dabei wurde - wie bereits 2011 - nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Apotheken und Lebensmittelhandwerk; darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Nahrungs-/ Genussmittel führen³⁰.

In jedem Einzelhandelsbetrieb erfolgte eine mündliche Kurzbefragung anhand eines Fragebogens. Die Befragung bezog sich auf folgende Aspekte:

- Verkaufsfläche insgesamt und je Sortiment,
- Eigentumsverhältnisse,
- Anzahl der Beschäftigten,
- Umsatz im Jahr 2018,
- Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren,
- Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil,
- Änderungs- bzw. Investitionsabsichten,
- Vorhandensein von Homepage/ Onlineshop,
- Einschätzung der Einzelhandelssituation in der Stadt Freiberg a.N. in Form einer offen gestellten Frage (Was finden Sie gut?/ Was finden Sie schlecht?)

³⁰ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.

Die Erfassung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte - wiederum analog zu 2011 - sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

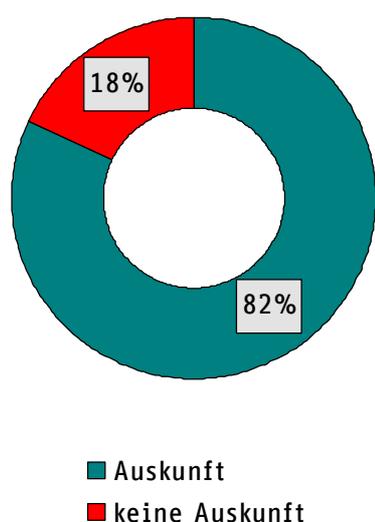
Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer stadtspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

Alle wesentlichen Bausteine, d.h. auch die Vor-Ort-Arbeiten, wurden durch wissenschaftliche MitarbeiterInnen des Büros Dr. Acocella durchgeführt.

Übersicht über die Beteiligung an der Einzelhändlerbefragung

An der Befragung beteiligten sich rd. 82% aller Einzelhändler in Freiberg a.N. (vgl. Abb. 3).

Abb. 3: Beteiligung Händlerbefragung 2019



Anzahl Betriebe:	51	
Verkaufsfläche:	10.475 m ²	
Umsatz:	47,1 Mio. €	
	Anteil an Betrieben	Anteil an Verkaufsfläche
Angaben zum Umsatz	30%	15%
Angaben zur Verkaufsfläche	68%	76%

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Sofern die Händler keine Angaben zur Verkaufsfläche machten, wurden die Verkaufsflächen von Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella selbst ermittelt. Somit sind in den Daten alle Einzelhandelsbetriebe in Freiberg a.N. enthalten.

Angaben zum Umsatz machten rd. 30% der Händler. Für die Betriebe ohne Umsatzangabe wurde der Umsatz auf Grundlage vorliegender Daten zur sortiments- und betreiberbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben rechnerisch ermittelt.

3.2 ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES IN DER STADT FREIBERG A.N.

Insgesamt wurde in Freiberg a.N. von den 51 ermittelten Betrieben (einschließlich Betriebe des Lebensmittelhandwerkes und Tankstellen) auf einer Verkaufsfläche von rd. 10.475 m² ein Umsatz von rd. 47,1 Mio. € erzielt (vgl. hierzu auch Abb. 3, S. 25).

Seit 2011 ist in Freiberg a.N. die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe deutlich zurückgegangen (vgl. Tab. 1, wobei aus Gründen der Vergleichbarkeit zur Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) von 1993 nur der Einzelhandel i.e.S., d.h. ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk dargestellt ist).

Dabei zeichnet sich in Bezug auf die Betriebe in Freiberg a.N. zum Teil eine ähnliche Entwicklung ab, wie sie durch unser Büro auch in anderen Städten in den vergangenen rd. 10 bis 15 Jahren festgestellt wurde (u.a. Mannheim, Lahr, Fellbach, Horb am Neckar): Die seit vielen Jahren wachsenden Verkaufsflächen pro Betriebs Einheit wirken sich verzögert in rückläufigen Betriebszahlen aus. In Freiberg a.N. kam es jedoch zusätzlich zu einem relativ deutlichen Rückgang der Verkaufsfläche, wohingegen es in den meisten untersuchten Städten und Gemeinden in den vergangenen Jahren zu einer Stagnation oder sogar zu einem leichten Wachstum der Verkaufsfläche kam. Dies ist in Freiberg a.N. zum einen auf den sehr deutlichen Rückgang der Betriebszahl und zum anderen auf vor 2011 stattgefundene große Verkaufsflächenzuwächse zurückzuführen. Zudem entfällt rd. ein Drittel des Verkaufsflächenrückgangs auf Betriebe, die 2019 eindeutig dem Großhandel zuzuordnen waren, 2011 jedoch noch als Groß- und Einzelhandelsbetriebe erfasst wurden.



**Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot 2019 zu 2011 und HGZ 1993
(2019, 2011: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen)**

	2019	2011	HGZ 1993	Änderung zu 2011	Änderung zu HGZ 1993
Betriebe	40	58	50	-31%	-20%
Verkaufsfläche (auf 50 m ² gerundet)	10.100	12.900	8.200	-22%	+23%
Umsatz (Mio. €)	43,5	48,8	32,8	-11%	+32%
Flächenproduktivität (€/m ² VKF)	4.310	3.781	4.004	+14%	+8%

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

3.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE: BINDUNGSQUOTEN

Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

*Die Relation des in Freiberg a.N. erzielten Umsatzes zu der in Freiberg a.N. verfügbaren Kaufkraft³¹ ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralitäten genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Freiberg a.N., vermindert um die Abflüsse aus Freiberg a.N.) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Freiberg a.N. abfließt.*

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt *Freiberg a.N.* beträgt rd. 37% (vgl. Abb. 4 und Tab. 2). Es sind somit sehr deutliche per Saldo Kaufkraftabflüsse festzustellen. Im Vergleich zum Jahr 2011 (Gesamtbindungsquote 56%) haben diese Abflüsse sogar noch einmal deutlich zugenommen; zurückzuführen ist diese Entwicklung einerseits auf Verkaufsflächen- und damit (i.d.R.) auch Umsatzrückgänge sowie auf Steigerungen der Kaufkraft in den meisten Sortimentsbereichen.

In keinem Sortimentsbereich erreicht Freiberg a.N. eine Bindungsquote von über

³¹ Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019).



100%, es ist somit in keinem Sortimentsbereich eine rechnerische Vollversorgung der eigenen Bevölkerung gegeben.

Dies gilt auch für die Sortimente des **kurzfristigen Bedarfsbereichs** (in der Abbildung rot dargestellt), in denen jede Kommune eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten sollte (entsprechend einer Bindungsquote von 100%). In Freiberg a.N. fließen in den für die Grund-/ Nahversorgung besonders wichtigen Sortimentsbereichen Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) und Drogerie/ Parfümerie/ Apotheke jedoch per Saldo rd. 35% bzw. rd. 60% der Kaufkraft ab. Dabei sind in den Sortimentsbereichen Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk die Bindungsquoten gegenüber 2011 noch einmal signifikant zurückgegangen.

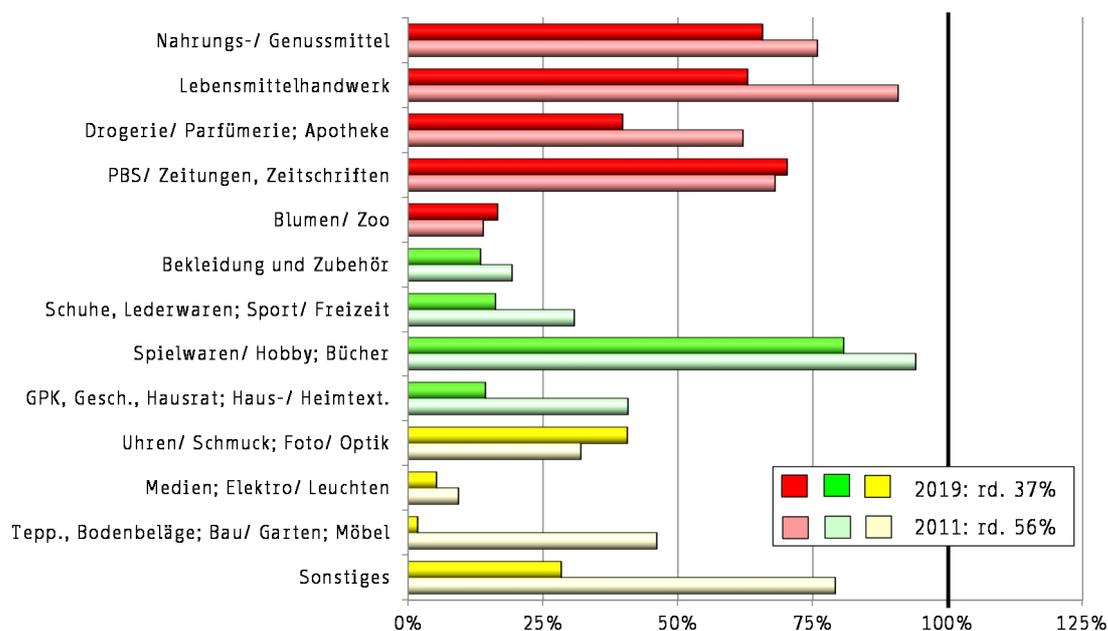
Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) bestehen bei allen Sortimenten per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse. Der Sortimentsbereich mit der höchsten Bindungsquote ist Spielwaren/ Hobby; Bücher mit rd. 81%, dieser vergleichsweise hohe Wert ist insbesondere auf einen großflächigen Spielwarenfachmarkt zurückzuführen. Alle Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches verzeichneten 2019 noch einmal per Saldo stärkere Kaufkraftabflüsse als 2011, bedingt durch Verkaufsflächen-/ Umsatzrückgänge und zudem teilweise auch deutliche Kaufkraftsteigerungen.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) konnte der Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik einen Anstieg der Bindungsquote gegenüber 2011 verzeichnen; in den sonstigen Sortimentsbereichen sind hingegen deutliche Rückgänge der Bindungsquoten zu verzeichnen, wiederum bedingt durch Verkaufsflächen-/ Umsatzrückgänge und zudem meist auch deutliche Kaufkraftsteigerungen.

Insbesondere in den Sortimentsbereichen Medien; Elektro/ Leuchten und Teppiche/ Bodenbeläge; Baumarkt-/ Gartencenter; Möbel besteht in Freiberg a.N. nur ein sehr geringes Angebot.



Abb. 4: Vergleich Bindungsquoten 2019 - 2011



PBS= Papier/ Büro/ Schreibwaren; GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019 sowie 2011;

IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (ehem. BBE Köln); eigene Berechnungen

Die in nahezu allen Sortimentsbereichen per Saldo deutlichen Kaufkraftabflüsse sind vor allem durch die besondere Wettbewerbssituation bedingt. Dazu zählt insbesondere die unmittelbare Nähe zu Ludwigsburg und dem dort direkt an der Stadtgrenze zu Freiberg a.N. gelegenen Einkaufszentrum Breuningerland sowie der relativen Nähe zur Landeshauptstadt Stuttgart.

In Tab. 2 ist das Einzelhandelsangebot in der Stadt Freiberg a.N. nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Die Verteilung der Verkaufsflächen zeigt, dass die des kurzfristigen Bedarfsbereichs mit Abstand am höchsten ist und hier wiederum das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel den größten Teil verzeichnet. Dies ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass fast alle größeren Betriebe in Freiberg a.N. (Verkaufsfläche größer als 400 m²) das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, auf das im Übrigen annähernd ein Drittel der gesamten Kaufkraft entfällt, als Kernsortiment führen.



Tab. 2: Ist-Situation im Einzelhandel in der Stadt Freiberg am Neckar: Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet), Umsatz und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquote in Prozent

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	5.025	25,1	38,2	66%
Lebensmittelhandwerk	350	3,4	5,3	63%
Drogerie/ Parfümerie/ Apotheke	750	6,6	16,6	40%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	225	1,0	1,4	70%
Blumen/ Zoo	200	0,3	2,0	17%
kurzfristiger Bedarf	6.575	36,4	63,5	57%
Bekleidung und Zubehör	525	1,4	10,2	13%
Schuhe/ Lederwaren; Sport/ Freizeit	500	0,9	5,7	16%
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstr.; Bücher	1.575	3,5	4,3	81%
GPK/ Geschenke/ Hausrat; Haus-/ Heimtextilien	300	0,4	2,7	14%
mittelfristiger Bedarf	2.900	6,2	23,0	27%
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik	250	1,3	3,2	41%
Medien; Elektro/ Leuchten	225	0,5	9,9	5%
Teppiche/ Bodenbeläge; Baumarkt-/Gartencenter; Möbel	275	0,3	17,7	2%
Sonstiges	250	2,4	8,5	28%
langfristiger Bedarf	1.025	4,5	39,2	12%
Summe	10.475	47,1	125,7	37%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Relationen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IfH Köln; eigene Berechnungen

3.4 ERGEBNISSE DER EINZELHÄNDLERBEFRAGUNG: UMSATZHERKUNFT, UMSATZENTWICKLUNG, VERBLEIBQUOTE UND ONLINE-HANDEL

3.4.1 Umsatzherkunft, Verbleibquote und Umsatzentwicklung

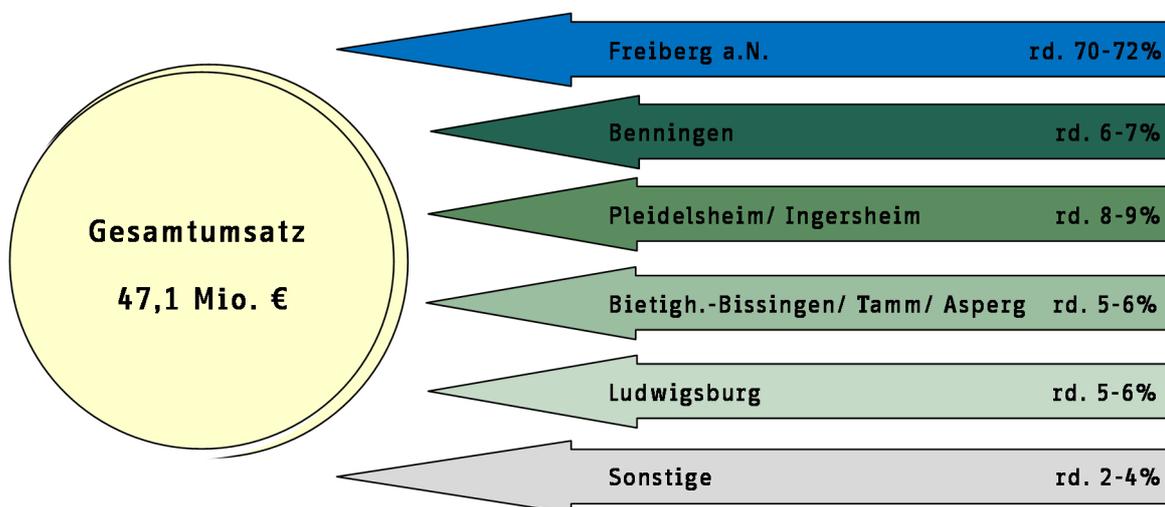
Umsatzherkunft

Eine zuverlässige Möglichkeit zur Ermittlung von Kaufkraftströmen stellt die Befragung der Einzelhändler nach der **Umsatzherkunft** dar³². Zwar handelt es sich i.d.R. um geschätzte Werte, dennoch lässt sich näherungsweise eine Tendenz ermitteln, aus der sich Bandbreiten für die Umsatzherkunft und damit für den Einzugsbereich - differenziert nach Bereichen/ Regionen - ermitteln lassen (vgl. Abb. 5). Zur Umsatzherkunft machten 38 Betriebe (rd. 75%) Angaben.

Gut 70% des Gesamtumsatzes werden demnach mit Kunden aus Freiberg a.N. erzielt. Der restliche Umsatz kommt überwiegend aus Städten und Gemeinden im unmittelbaren Umfeld der Stadt, wobei der Bereich Pleidelsheim/ Ingersheim mit rd. 8% bis 9% den höchsten Wert aufweist.

Gegenüber 2011 zeigt sich eine Erhöhung des Umsatzanteils aus Freiberg a.N., der damals mit rd. 60% bis 70% angegeben wurde.

Abb. 5: Umsatzherkunft 2019



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; eigene Berechnungen

³² Dies zeigt sich regelmäßig bei einem Vergleich mit zeitgleich durchgeführten Passantenbefragungen.



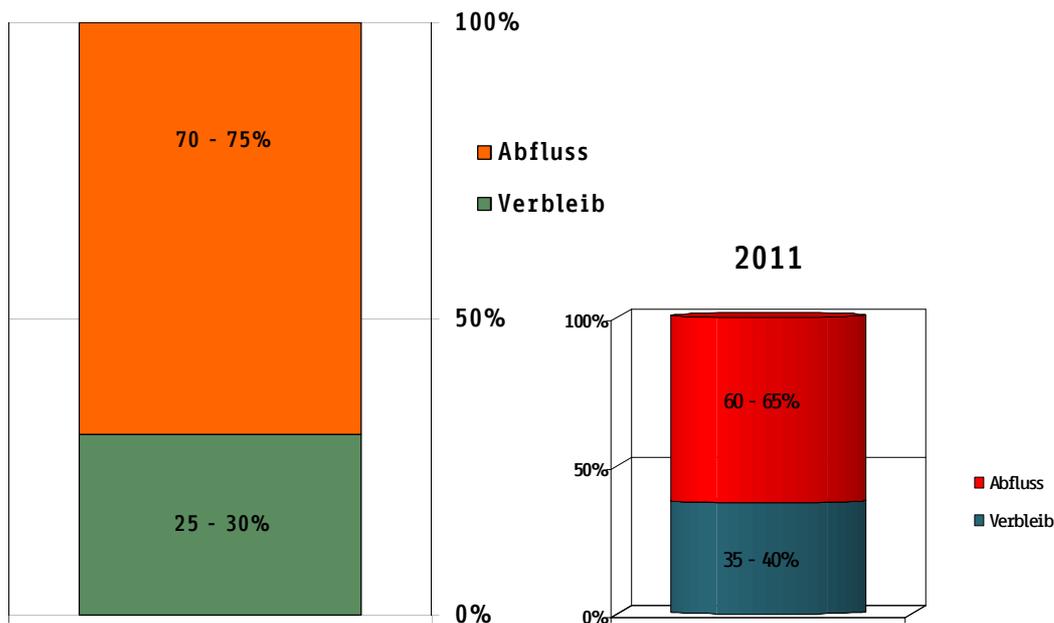
Verbleibquote

Aus den Angaben zur Kundenherkunft lässt sich zusätzlich die Verbleibquote ableiten.

*Die **Verbleibquote** errechnet sich, indem der aus Freiberg a.N. stammende Umsatz in Relation zur Kaufkraft in Freiberg a.N. gesetzt wird. Die Verbleibquote gibt damit den Teil der örtlichen Kaufkraft an, der durch den Einzelhandel in der Stadt Freiberg a.N. gebunden werden kann.*

In Freiberg a.N. können nur rd. 25% bis 30% der eigenen einzelhandelsbezogenen Kaufkraft durch den örtlichen Handel gebunden. Dies entspricht in der Summe einem Abfluss der ortsansässigen Kaufkraft in Höhe von etwas mehr als 90 Mio. €. Gegenüber 2011 hat der Kaufkraftabfluss relativ wie auch absolut (auf Grund des absoluten Anstiegs der Kaufkraft) noch einmal deutlich zugenommen.

Abb. 6: Vergleich Verbleibquote 2019 - 2011



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019 sowie 2011; eigene Berechnungen

Umsatzentwicklung

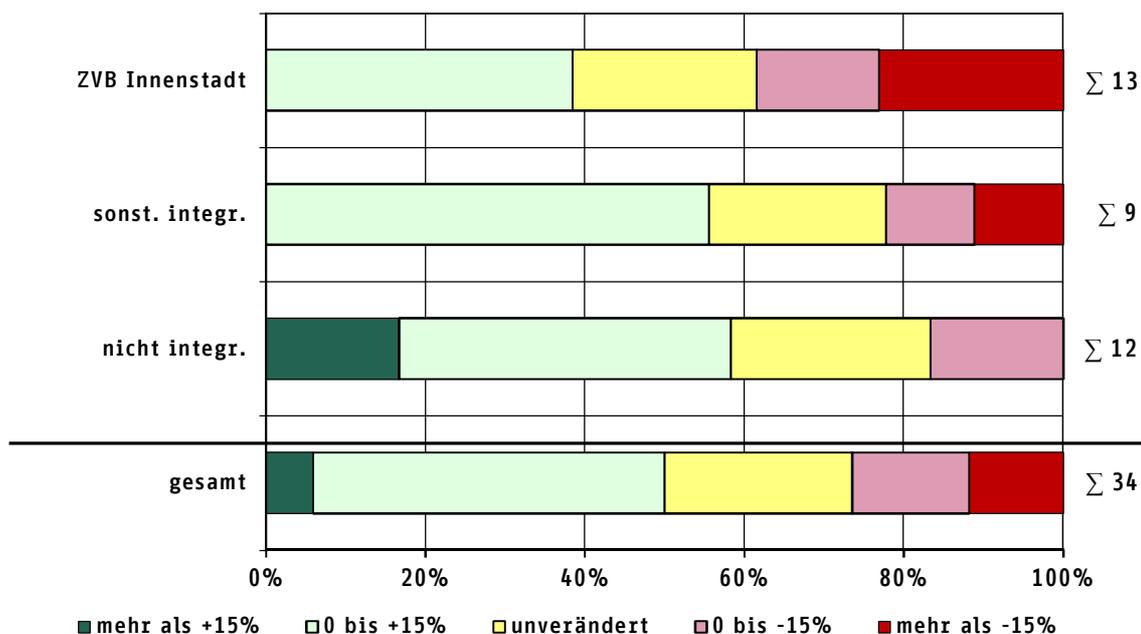
Im Rahmen der Interviews wurden die Händler auch gefragt, wie sich der Umsatz ihres Betriebes in den vergangenen drei Jahren entwickelt hat. Von den 34 Händlern, die sich zu dieser Frage äußerten, verzeichnete die Hälfte eine positive Umsatzent-



wicklung. Der Anteil derjenigen Betriebe, die in den vergangenen drei Jahren verloren haben, liegt bei knapp 10%.

Die Frage nach der Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren wurde in anderen Städten ähnlich beantwortet.

Abb. 7: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Standorttypen (Auskunft 34 Betriebe/ 68%)



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

3.4.2 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung

Neben Angaben zur Einzelhandelssituation und Umsätzen konnten im Rahmen der Einzelhändlerbefragung noch weitere Informationen gesammelt werden. Dazu zählen mögliche Änderungsabsichten und Informationen zum Internetauftritt.

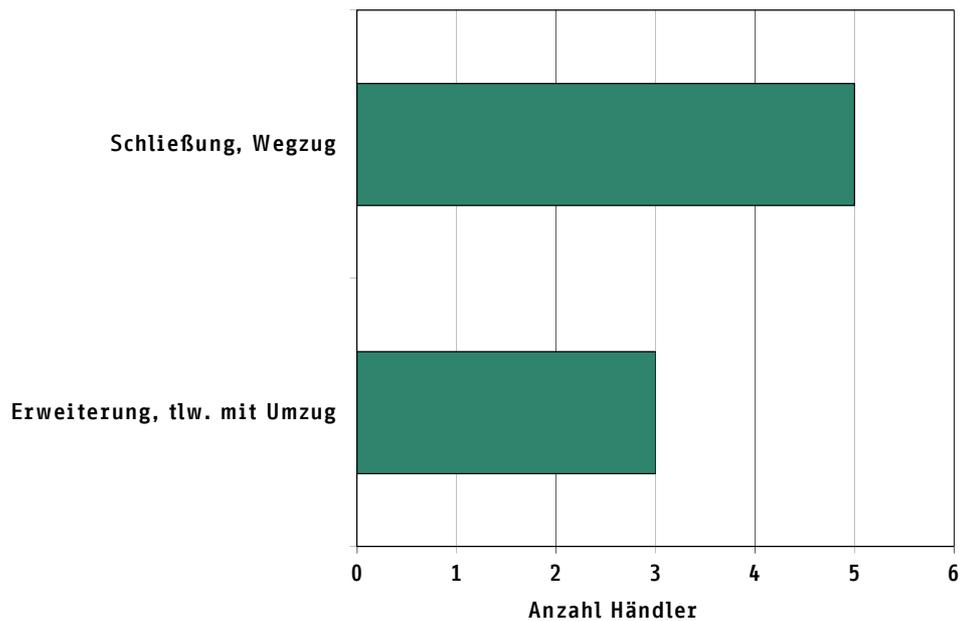
Änderungsabsichten

Von 39 antwortenden Händlern gaben 31 Händler keine Änderungsabsichten an. Fünf Händler planen eine Schließung bzw. einen Wegzug ihres Geschäftes; drei Betriebe beabsichtigen hingegen eine Erweiterung, teilweise in Verbindung mit einem Umzug innerhalb des Stadtgebietes.

Verglichen mit Untersuchungen in anderen Städten ist die - gemessen an der Gesamtbetriebszahl - hohe Anzahl an Schließungs-/ Wegzugsabsichten auffällig.



Abb. 8: Änderungsabsichten (Auskunft 39 Händler/ 78%)



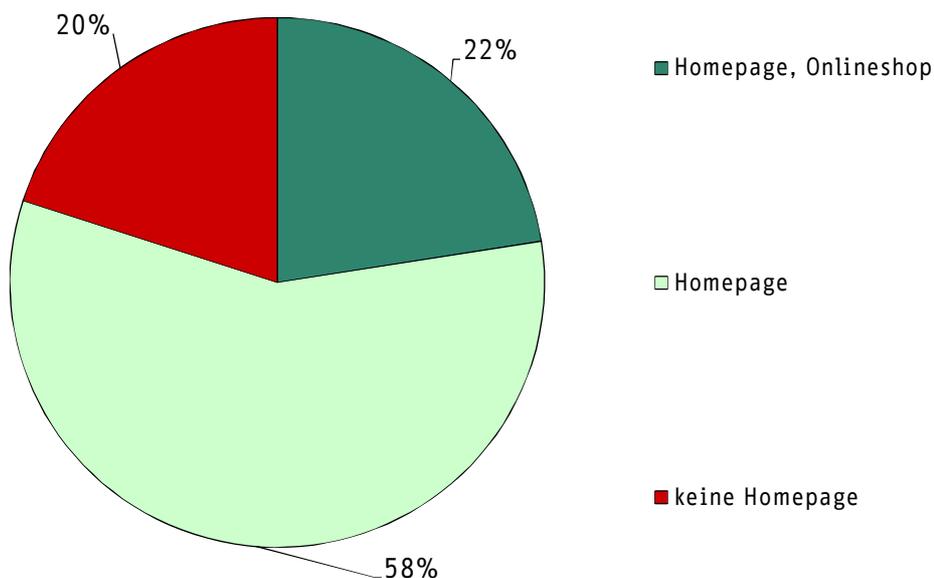
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Internetauftritt

Rd. 80% der insgesamt 40 antwortenden Händler, die sich zum Thema Internetauftritt äußerten, haben eine Homepage; von diesen verfügen wiederum gut ein Viertel über einen Onlineshop.

Sowohl der Anteil derjenigen, die eine Homepage haben, als auch der Anteil derjenigen die einen Onlineshop betreiben, ist im Vergleich zu anderen, hinsichtlich der Einwohnerzahl und Einzelhandelsstrukturen vergleichbaren Städten überdurchschnittlich hoch. Die Einzelhändler der Stadt Freiberg a.N. sind somit im Hinblick auf das Thema Internet insgesamt betrachtet vergleichsweise gut vorbereitet.

Abb. 9: Internetauftritt (Auskunft 40 Händler/ 80%)



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

3.5 BEURTEILUNG DER EINZELHANDELSITUATION AUS HÄNDLERSICHT

Die Befragung soll, neben der Erfassung wichtiger Einzelhandelsdaten, den Händlern die Gelegenheit geben, ihre persönliche Meinung und Stimmungslage in die Analyse einzubringen. Diese Aussagen sind von großer Bedeutung für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N.

Die Einzelhändler wurden demzufolge im Zuge der Befragung gebeten, sich in einer offen gestellten Frage³³ (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeit) zu positiven und negativen Aspekten im Hinblick auf die Einzelhandelssituation in der Stadt Freiberg a.N. zu äußern. Die Auskünfte der Einzelhändler wurden zu den in Abb. 11 dargestellten Themenbereichen zusammengefasst. Eine detaillierte Übersicht der Ergebnisse, in der die einzelnen Aspekte eines jeden Themenbereiches differenziert aufgezeigt werden, befindet sich im Anhang.

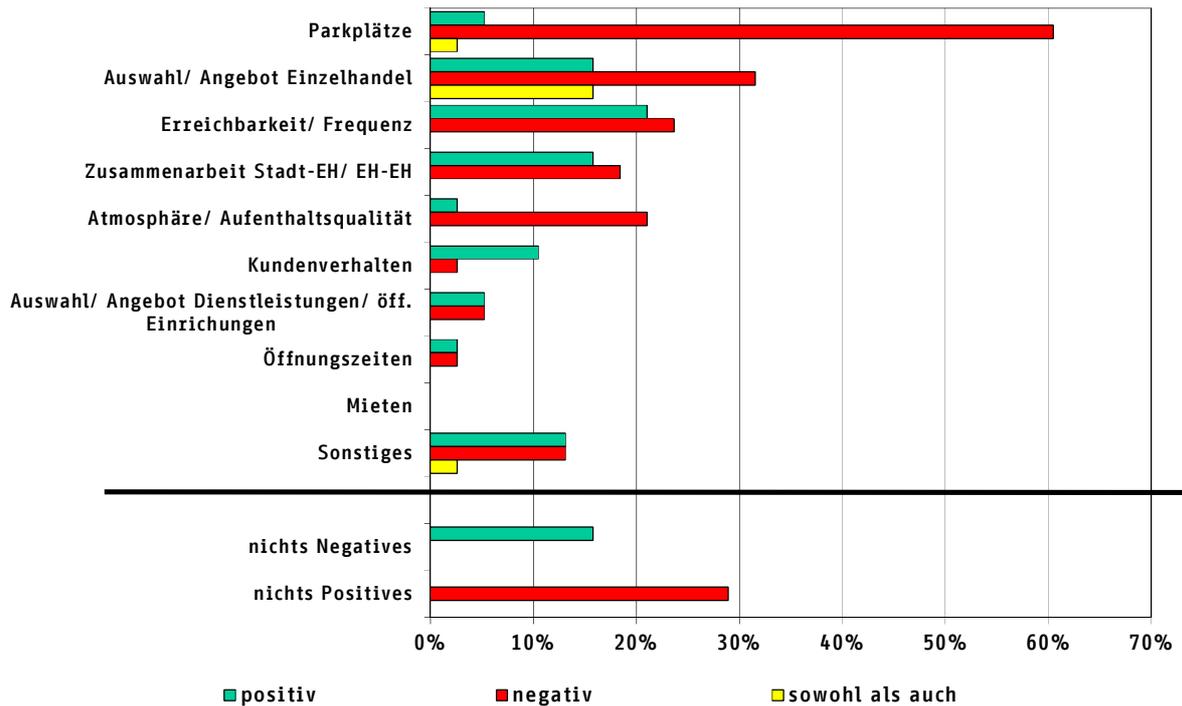
Die Abbildung spiegelt die allgemeine Stimmungslage der Händler zum Befragungszeitpunkt wider und verschafft gleichzeitig einen Überblick über aktuelle Themenschwerpunkte der Einzelhändler. Insgesamt haben 38 der befragten Händler auf die offene Frage geantwortet.

³³ "Was finden Sie an der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. gut bzw. schlecht?"



Für die Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass bei offen gestellten Fragen i.d.R. negative Aussagen überwiegen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass positive Sachverhalte häufig als selbstverständlich aufgefasst werden, während negative Aspekte präsenter sind und daher spontaner geäußert werden. Deshalb ist den positiven Angaben ein größeres Gewicht beizumessen.

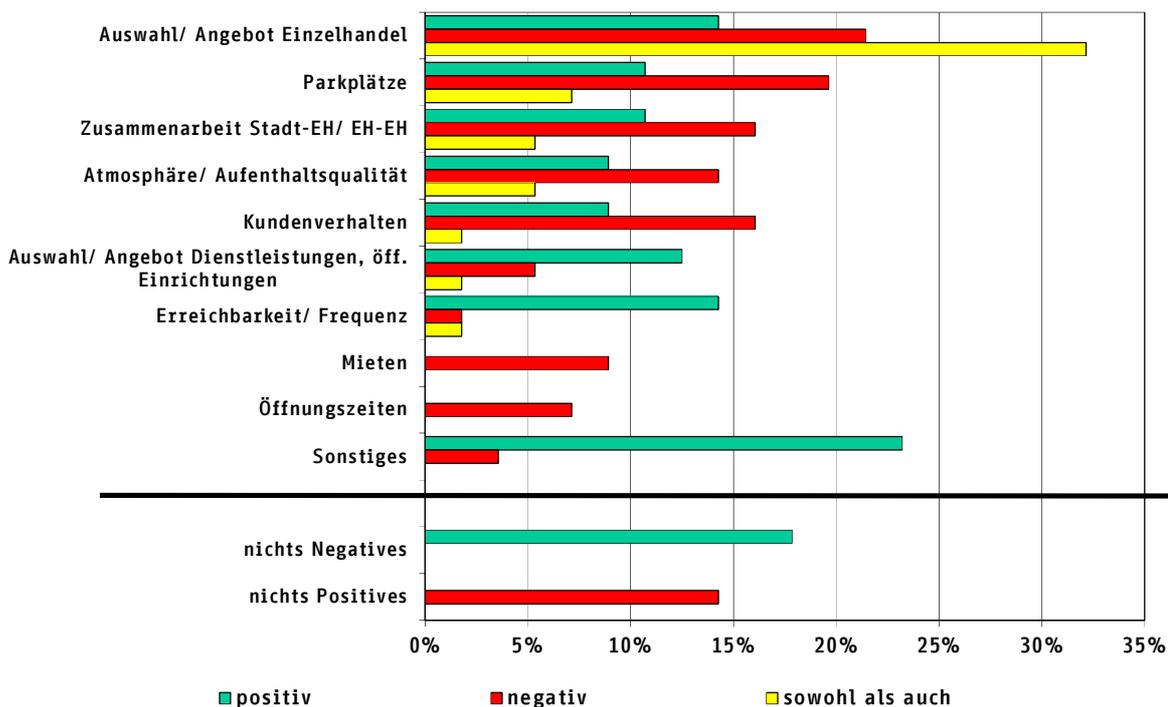
**Abb. 10: Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht 2019
(Auskunft 38 Betriebe/ 76%)**



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Insgesamt ist festzustellen, dass sich das Stimmungsbild der Einzelhändler in Freiberg a.N. seit 2011 verschlechtert hat. So sagten fast 30% der teilnehmenden Händler, dass ihnen nichts Positives zur Einzelhandelssituation einfalle. 2011 waren es weniger als 15%; demgegenüber nannten 2011 mit rd. 23% deutlich mehr Händler ausschließlich positive Aspekte als 209 mit rd. 16%.

**Abb. 11: Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht 2011
(Auskunft 56 Betriebe/ 79%)**



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung 2011

Aus der Befragung konnten insgesamt neun Themenbereiche abgeleitet werden. Sowohl 2019 als auch 2011 überwogen in den meisten Themenbereichen die negativen Nennungen.

Das Thema "**Parken**" wurde 2019 am deutlichsten negativ beurteilt. Ein ähnliches, wenngleich etwas weniger negatives Bild war bereits 2011 zu verzeichnen. 2019 entfielen zahlreiche Antworten zu diesem Thema auf die zu geringe Anzahl an Parkplätzen insgesamt bzw. im Bereich des Marktplatzes.

Zu berücksichtigen ist diesbezüglich, dass das Thema Parken im Rahmen von ähnlichen Befragungen in fast allen Städten und Gemeinden als deutlich überwiegend negativ bezeichnet wird.

Das Thema "**Auswahl/ Angebot Einzelhandel**" wurde von den Einzelhändlern ebenfalls überwiegend negativ beurteilt. In den Interviews bewerteten viele Händler das Angebot allgemein als zu gering; konkret wurden vor allem fehlende Fachgeschäfte im Bereich Bekleidung und Schuhe genannt.



Das Thema "**Erreichbarkeit/ Frequenz**" wurde teils negativ, teils positiv bewertet. Die Auswirkungen der vielen Baustellen wurden dabei als negativ genannt. Die Frequenz in der Innenstadt insgesamt wurde hingegen als positiv herausgestellt.

Beim Themenkomplex "**Zusammenarbeit**" wurde diese im Hinblick auf die Stadt mehrheitlich als negativ bezeichnet, während hinsichtlich der Zusammenarbeit der Händler untereinander positive Aspekte knapp überwiegen.

Deutlich überwiegend negativ wurde das Themenfeld "**Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität**" bewertet. 2011 gab es hier neben den negativen Nennungen noch zahlreiche positive Aspekte, 2019 wurden kaum noch positive Punkte genannt. Als Defizite wurden seitens der Händler Gestaltungsdefizite im Bereich des Marktplatzes und eine mangelnde Sauberkeit in der Innenstadt genannt.

Der Themenbereich "**Kundenverhalten**" ist der einzige Themenbereich, zu dem in den Interviews überwiegend positive Nennungen gemacht wurden. Insbesondere wurden die Stammkunden von den Händlern herausgestellt.

Auf die Themenbereiche "**Angebot Dienstleistungen/ Öffentliche Einrichtungen**" und "**Öffnungszeiten**" entfielen nur vereinzelte, ausschließlich negative Aussagen in den Interviews. 2011 wurde in den Interviews zudem die hohen "**Mieten**" als negativ bezeichnet, 2019 wurde dieser Aspekt im Rahmen der Gespräche von den Einzelhändlern nicht in einem signifikanten Umfang thematisiert.

Unter der Rubrik "**Sonstiges**" wurden Äußerungen zusammengefasst, die auf Grund der geringen Anzahl der Nennungen keinen eigenständigen Themenbereich bilden.

3.6 FAZIT - EINZELHANDELSITUATION

Seit 2011 sind in Freiberg a.N. die Anzahl der Betriebe und auch die Gesamtverkaufsfläche deutlich zurückgegangen. Eine Bindungsquote von rd. 37% und eine Verbleibquote von weniger als einem Drittel der städtischen Kaufkraft zeigen, dass die Einwohner von Freiberg a.N. ihren Bedarf zu einem großen Teil außerhalb der eigenen Stadt decken. Vor allem in den Sortimentsbereichen des mittel- und des langfristigen Bedarfsbereichs ist dies der Fall. Zurückzuführen ist im Wesentlichen auf



die große Wettbewerbssituation, in der sich der Einzelhandel von Freiberg a.N. befindet (Breuningerland in Ludwigsburg, Landeshauptstadt Stuttgart). Zudem sind in Freiberg a.N. - außer einigen größeren/ großflächigen Betrieben mit grund-/ nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (insbesondere Lebensmittelbetrieben) und einem Spielwarenfachmarkt an einem nicht integrierten Standort - keine Einzelhandelsbetriebe mit deutlicher, (über-)örtlicher Frequenzbringer- und Magnetbetriebsfunktion zu verzeichnen.

Weiterhin fällt auf, dass sich die Stimmungslage innerhalb der Händlerschaft gegenüber 2011 signifikant verschlechtert hat; zudem beabsichtigt ein - gemessen an der Gesamtbetriebszahl - großer Teil der befragten Betriebe eine Schließung oder einen Wegzug aus Freiberg a.N.



4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Freiberg a.N. dar³⁴. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG³⁵ (vgl. Kap. 2.2.1).

Welche Bereiche unter diese Kategorie fallen und welche Kriterien diese erfüllen müssen, wird im Folgenden erläutert.

4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte und Ortszentren nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella mit mittlerweile über 50.000 Passanten in verschiedenen Städten und Gemeinden unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bum-meln als häufigstes **Motiv für den Besuch eines Ortszentrums oder einer Innen-stadt** genannt wird. Dies unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für ein funktionsfähiges Ortszentrum.

Ein attraktives Zentrum wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch die funktionale Mischung sowie die städtebaulichen und ver-kehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt und ggf. weiterer Zentren mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung der zentralen Versor-gungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zu-sammenhängen. Dabei ist im Einzelhandelskonzept eine parzellenscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erforderlich.

³⁴ Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

³⁵ Vgl. BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung haben muss, sodass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentraler Versorgungsbereich, neben der **Wohnfunktion**, das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Das Vorhandensein von - in der Regel publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist. Die räumliche Abgrenzung der Ränder derartiger Bereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzungen wie zusammenhängender Wohnbebauung oder Büro/ Gewerbe/ Industrie auftreten.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- Verkehrliche Barrieren (z.B. Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug)
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe) sowie
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

Um den Voraussetzungen der Kompaktheit und Dichte Rechnung zu tragen, sind überdies **städtebauliche Qualitäten** aufzunehmen und zu beschreiben. Insbesondere die



Gestaltung des öffentlichen Raumes übernimmt je nach Qualität eine unterstützende Wirkung für das Aufsuchen eines Zentrums, das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz, die für das Funktionieren der Einzelhandelslage eine unverzichtbare Voraussetzung darstellt.

Entsprechend der o.g. Kriterien wurden im Gutachten 2011 die Innenstadt sowie das Nahversorgungszentrum Heutingsheim als zentrale Versorgungsbereiche identifiziert. Für diese beiden Bereiche wurde im Rahmen der aktuellen Untersuchung eine ausführliche funktionale und städtebauliche Analyse durchgeführt. Dabei wurden die Abgrenzungen überprüft sowie, insbesondere beim Nahversorgungszentrum Heutingsheim, die generelle Einstufung des Bereiches als zentraler Versorgungsbereich gemäß der oben beschriebenen Kriterien vorgenommen. Im Gutachten aus dem Jahr 2011 wurde zudem die perspektivische Entwicklung eines Nahversorgungszentrums Beihinger Platz empfohlen. Aus diesem Grund erfolgte auch für diesen Bereich eine entsprechende städtebauliche Analyse.

4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT FREIBERG A.N.

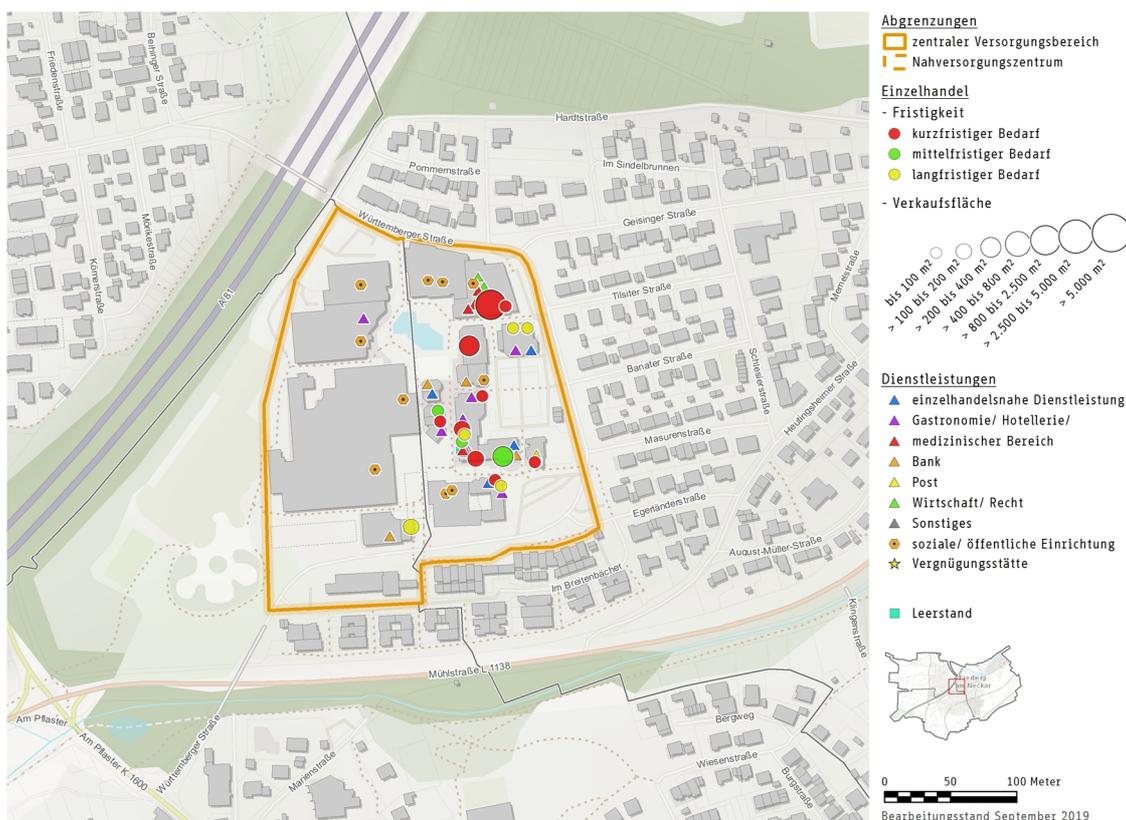
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Im Rahmen einer Begehung wurden das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot, die Leerstände sowie die öffentlichen Einrichtungen in der Innenstadt als Grundlage für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches kartiert. Die Karte 1 zeigt den aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz.

Ebenso wie 2011 konzentriert sich das Einzelhandelsangebot im Wesentlichen um den Marktplatz. Zudem sind in diesem Bereich einige ergänzende Dienstleistungsangebote vorhanden. Der westliche und nördliche Teil wird nahezu ausschließlich von öffentlichen Einrichtungen (v.a. schulischen Einrichtungen) geprägt.

Im Vergleich zu 2011 erfolgte keine Änderung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Karte 1: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019. Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befanden sich zum Erhebungszeitpunkt Juni/ Juli 2019 rd. 33% aller Einzelhandelsbetriebe von Freiberg a.N. mit rd. 27% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (vgl. auch Abb. 12, S. 57). Von den insgesamt 17 innerstädtischen Einzelhandelsbetrieben stellt nur einer einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche dar. Der übrige Einzelhandelsbesatz ist überwiegend kleinteilig: Zehn Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von weniger als 100 m².

Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Innenstadt hat seit 2011 von 22 auf 17 Betriebe abgenommen. Dennoch befinden sich innerhalb der Innenstadt wie bereits 2011 quasi keine Leerstände (zum Erhebungszeitpunkt ein Leerstand). Es erfolgte demnach eine Nachnutzung der leergezogenen Betriebe durch Dienstleistun-



gen oder Wohnnutzungen. Die Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt ist hingegen nahezu konstant geblieben.

Rd. 80% der Verkaufsfläche des Einzelhandelsangebotes der Innenstadt entfallen auf den kurzfristigen Bedarfsbereich und dabei insbesondere auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel. Dies ist insbesondere auf einen im zentralen Versorgungsbereich gelegenen Supermarkt zurückzuführen, welcher eine bedeutende Magnetfunktion für die Innenstadt erfüllt. Daneben stellt ein Drogeriemarkt den weiteren Magnetbetrieb aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich dar.

Typische innerstädtische, zentrenrelevante Leitsortimente aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich wie Bekleidung oder Schuhe sind hingegen in der Innenstadt nur in einem sehr geringen Umfang bzw. gar nicht zu finden.

Tab. 3: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel; Lebensmittelhandwerk	1.300	6,8
sonstiger kurzfristiger Bedarf	675	6,2
kurzfristiger Bedarf	1.975	13,0
Bekleidung und Zubehör; Spielwaren/ Hobby; Bücher	525	1,7
Schuhe/ Lederwaren; Sport/ Freizeit	0	0,0
GPK, Geschenke, Hausrat; Haus-/ Heimtextilien	75	0,2
mittelfristiger Bedarf	600	1,8
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik	250	1,3
Teppiche/ Bodenbeläge; Bau/ Garten; Möbel	0	0,0
Medien; Elektro/ Leuchten ; Sonstiges	50	0,2
langfristiger Bedarf	300	1,4
Summe	2.875	16,3

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
aus Datenschutzgründen mussten Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst werden

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die Abgrenzung und die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap. 8.3.1).

Bereits im Gutachten von 2011 wurde eine Stärken-Schwächen-Analyse für die Innenstadt von Freiberg a.N. dargelegt; es erfolgte auch damals eine kartografische Darstellung sowie eine Aufführung der wesentlichen Aspekte. Im Vergleich gegenüber der Begehung von 2011 kam es nur zu wenigen Veränderungen.

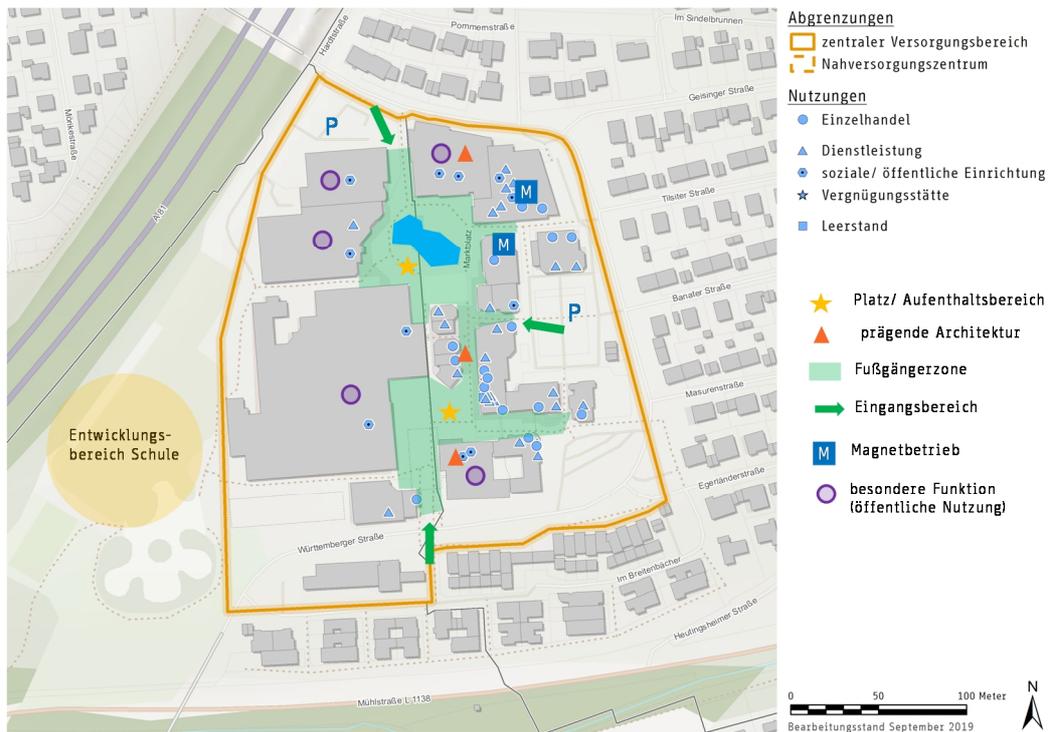
Stärken

funktional

- vielfältiges Nahversorgungsangebot
- Magnetfunktion: Lebensmittelmarkt und Drogeriemarkt
- Fachgeschäfte, u.a. Musikalien, Käse, Elektro
- Dienstleistungsbetriebe, u.a. Geldinstitute, Frisör, medizinische Einrichtungen, Post
- verschiedene gastronomische Angebote, u.a. Cafés, Imbiss, Speiserestaurants
- öffentliche Nutzungen, u.a. Bibliothek, Rathaus, Schule, Schwimmhalle, Kultur- und Veranstaltungszentrum Prisma, Stadthalle
- weiterhin stabile Situation - keine Leerstände



Karte 2: Stärken zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019, Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Foto 1: Lebensmittelmarkt als Magnetfunktion



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 2: Inhabergeführtes Bekleidungsgeschäft



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

städtebaulich

- gestalteter öffentlicher Raum
- Platzbereich am Rathaus mit Skulptur
- Platzbereich am Prisma mit Wasserfläche und Sitzgelegenheiten
- überdachte Ladenpassage mit Außengastronomie

- kompakte Struktur
- Aufenthaltsqualität im autofreien Innenstadtbereich
- lebendige Atmosphäre
- Parkplätze rund um Innenstadt/ Busbahnhof

Foto 3: Außengastronomie mit Aufenthaltsqualität



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 4: Busbahnhof



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 5: Platzbereich am Rathaus



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 8: überdachte Ladenpassage



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

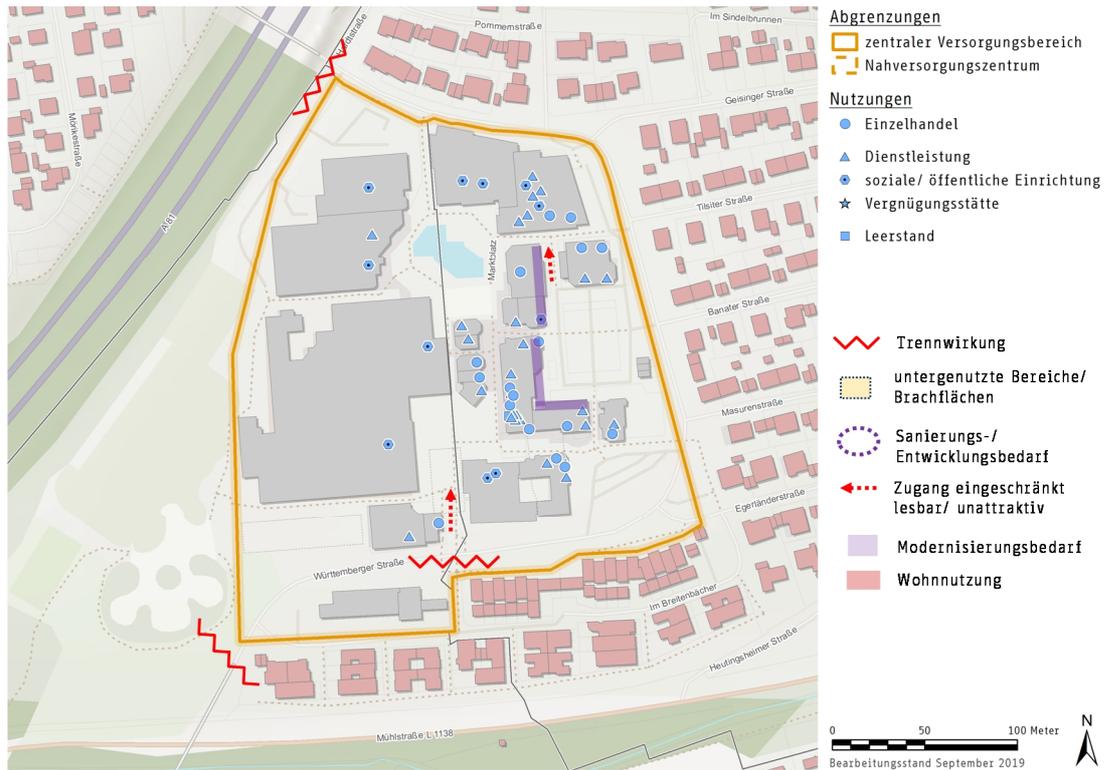
Schwächen

funktional

- geringe Angebotsvielfalt
- kaum klassische innenstadtrelevante Sortimente wie z.B. Schuhe, Bekleidung
- wenige Angebote in Konkurrenzsituation
- sehr kleinteilige Betriebsstruktur



Karte 3: Schwächen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019, Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Foto 6: nördl. Hauptstraße - Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 7: unattraktive Zugänge



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 11: Mangel an Barrierefreiheit



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 8: rückwärtige Bereiche



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

städtebaulich

- z.T. Mangel an Barrierefreiheit, z.B. Zugang zum Rathaus, Zugang zur Unterführung Richtung Bahnhof
- Mangel an identitätsstiftender Architektur
- z.T. modernisierungsbedürftige Möblierung, Sanierungsbedarf
- rückwärtige Bereiche/ Hinterhofbereiche/ z.T. unattraktive Zugänge
- Mangel an räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten (70er-Jahre-Komplex)
- Innenstadt kaum fußläufig erreichbar angesichts Trennwirkung Verkehrsstrassen und Topographie

Foto 9: Möblierung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 14: Mangel an Barrierefreiheit



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019



4.3 NAHVERSORGUNGSZENTRUM HEUTINGSHEIM

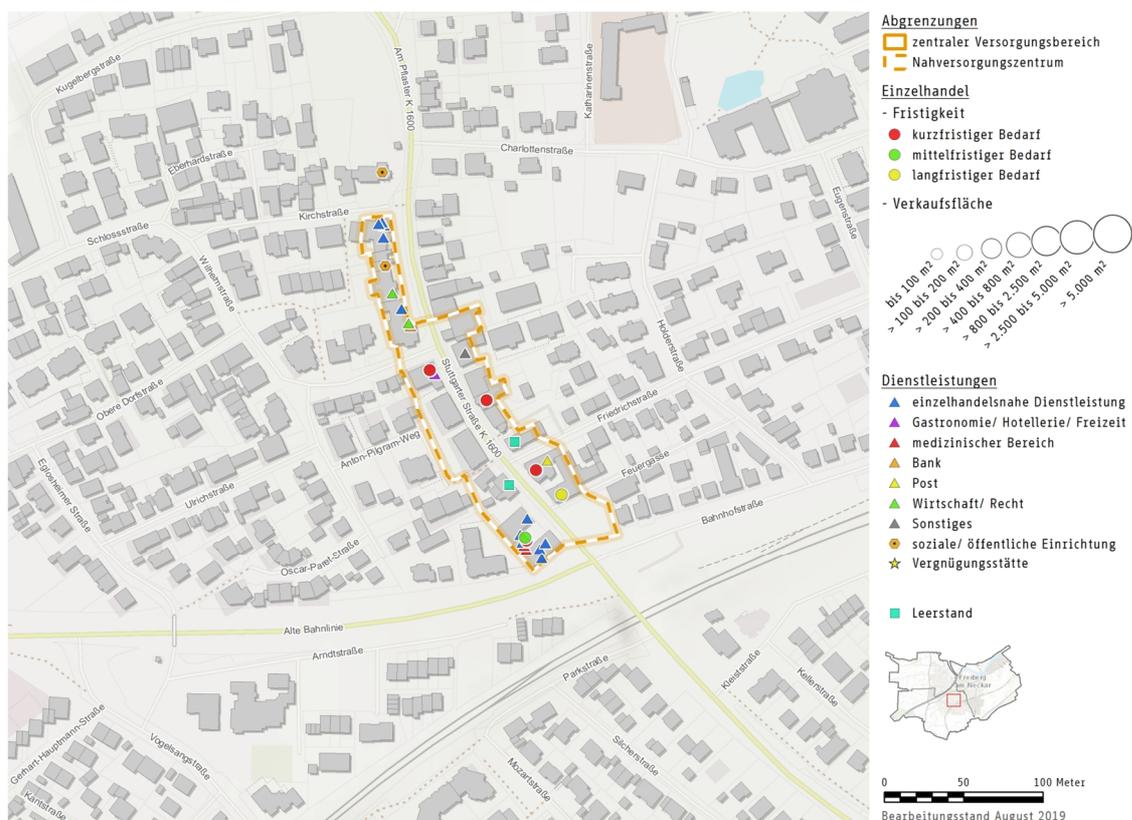
Abgrenzung und Ausstattung

Das Nahversorgungszentrum Heutingsheim befindet sich südlich der Innenstadt im Stadtteil Heutingsheim und erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Stuttgarter Straße. Die Abgrenzung des Bereiches hat sich gegenüber 2011 nicht verändert.

Zum Erhebungszeitpunkt befanden sich innerhalb des Bereiches nur ein geringer und sehr kleinteiliger Einzelhandelsbesatz (sechs Einzelhandelsbetriebe). Das vorhandene Einzelhandelsangebot (u.a. Bäcker, Metzger, Apotheke) erfüllt lediglich eine Versorgungsfunktion für den unmittelbaren Nahbereich, sodass das Nahversorgungszentrum Heutingsheim nach den genannten funktionalen Kriterien nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich bezeichnet werden kann.

Die Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analyse entsprechen im weitesten den Ergebnissen von 2011 und werden im Folgenden stichpunktartig aufgeführt.

Karte 4: Nahversorgungszentrum Heutingsheim Abgrenzung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019. Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- einige Nahversorgungsangebote: Bäcker, Metzger, Apotheke
- ergänzende Dienstleistungen, u.a. Friseur, medizinische Angebote, Geldinstitut
- Kirche mit Identifikationsfunktion
- z.T. breite Gehwegbereiche/ Außengastronomie Bäckerei
- neu im Vergleich zu 2011: moderne, hochwertige Wohnbebauung

Foto 10: Dienstleistungsangebot



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 11: Moderne Wohnbebauung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 12: Außengastronomie



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 13: Dienstleistungsangebot



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Schwächen

- insgesamt wenige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote
- unvollständige Nahversorgung
- sehr lückenhafter Besatz



- Leerstände und sanierungsbedürftige Gebäude/ Brachfläche/ untergenutzte rückwärtige Bereiche
- Geschäftsschließungen gegenüber 2011, z.B. Drogeriemarkt

Foto 14: Leerstände



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 15: Brachfläche



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 16: sanierungsbedürftiges Gebäude



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 17: Umbau



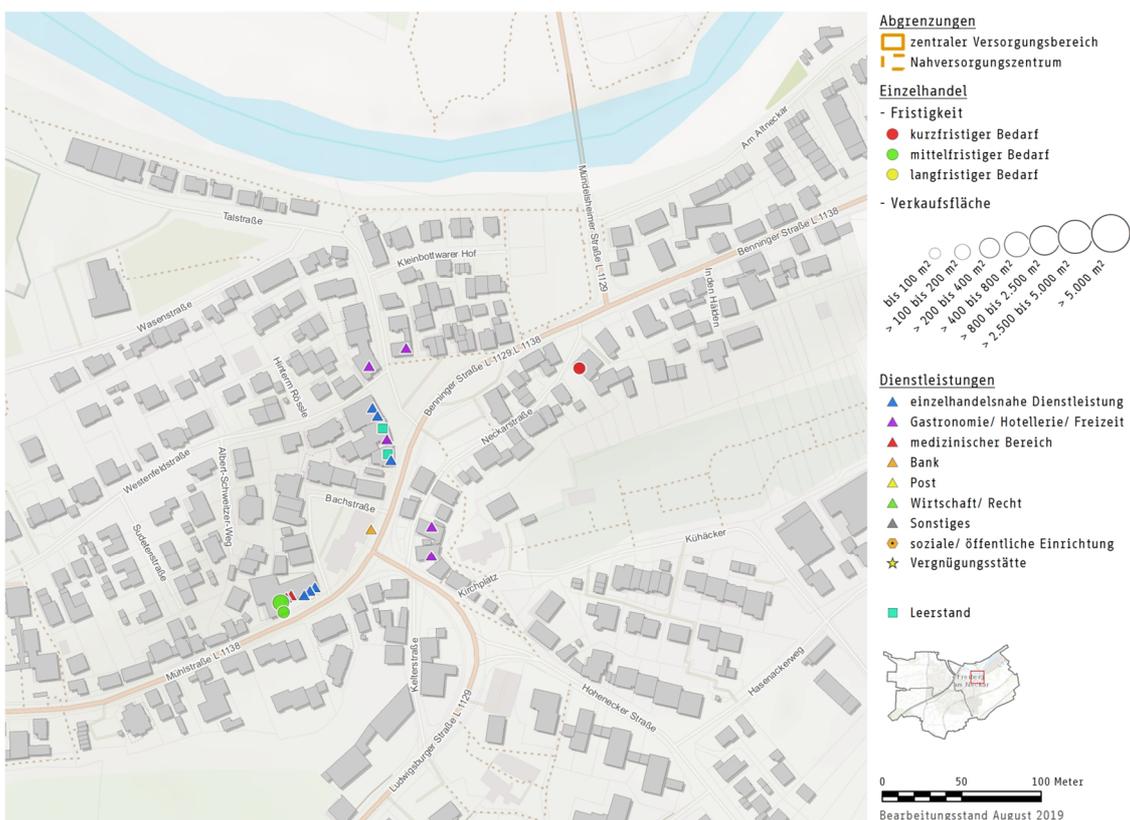
Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass das Nahversorgungszentrum zwar wichtige Nahversorgungsfunktion für das unmittelbare Umfeld bietet, aber - wie bereits erwähnt - auf Grund des geringen funktionalen Besatzes zukünftig nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich bezeichnet werden kann. Eine perspektivische Entwicklung erscheint unwahrscheinlich. Trotzdem soll diesem Bereich im Rahmen des Konzeptes (vgl. dazu Kap. 8.3.2) besondere Bedeutung zukommen. Er wird daher zukünftig als Nahversorgungsbereich bezeichnet; dieser Standorttyp findet in den Zielen und Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung des Konzeptes besondere Erwähnung.

4.4 MÖGLICHES NAHVERSORGUNGSZENTRUM BEIHINGER PLATZ

Im Rahmen des Konzeptes aus dem Jahr 2011 wurde - insbesondere mit dem Ziel die Nahversorgungssituation im Stadtteil Beihingen zu verbessern - eine Entwicklung des Bereiches Beihinger Platz zu einem Nahversorgungszentrum empfohlen. Diese sollte insbesondere durch die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelbetriebes angestoßen werden. Eine solche Ansiedlung ist bis zum heutigen Zeitpunkt jedoch noch nicht erfolgt. Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich im Bereich Beihinger Platz nur wenige Einzelhandelsangebote, wobei der Besatz verglichen mit 2011 sogar noch abgenommen hat. Aktuell kann der Bereich funktional und städtebaulich nicht als zentraler Versorgungsbereich bezeichnet werden, wie die für diesen Bereich durchgeführte und im nachfolgenden dargelegte Analyse gezeigt hat.

Karte 5: Nahversorgungsbereich Beihinger Platz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019. Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



Stärken

- Nahversorgung: Bäckerei
- Dienstleistungen, u.a. Hotel, Frisör, medizinische Angebote, Geldinstitut
- gastronomische Angebote mit Treffpunktfunktion/ Außengastronomie
- Kirche und Fachwerkgebäude mit Identifikationsfunktion

Foto 21: Treffpunktfunktion



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 18: Identifikationsfunktion



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 19: Dienstleistungen



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 20: Gaststätte Kuhstall



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Schwächen

- Mangel an Einzelhandelsbetrieben
- Lebensmittelgeschäft geschlossen
- Leerstände und sanierungsbedürftige Gebäude
- Trennwirkung Benninger Straße/ hohes Verkehrsaufkommen

Foto 21: Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 22: Trennwirkung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 23: Brachfläche



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Foto 24: wenige Einzelhandelsangebote



Quelle: eigenes Foto, Juli 2019

Das Ziel, den Bereich als Nahversorgungszentrum zu entwickeln, erscheint zum aktuellen Zeitpunkt als zu ambitioniert. Dennoch soll für den Stadtteil Beihingen (weiterhin) perspektivisch eine Verbesserung der Nahversorgung und die Entwicklung eines Identifikationspunktes angestrebt werden (vgl. dazu Kap. 8.3.3).

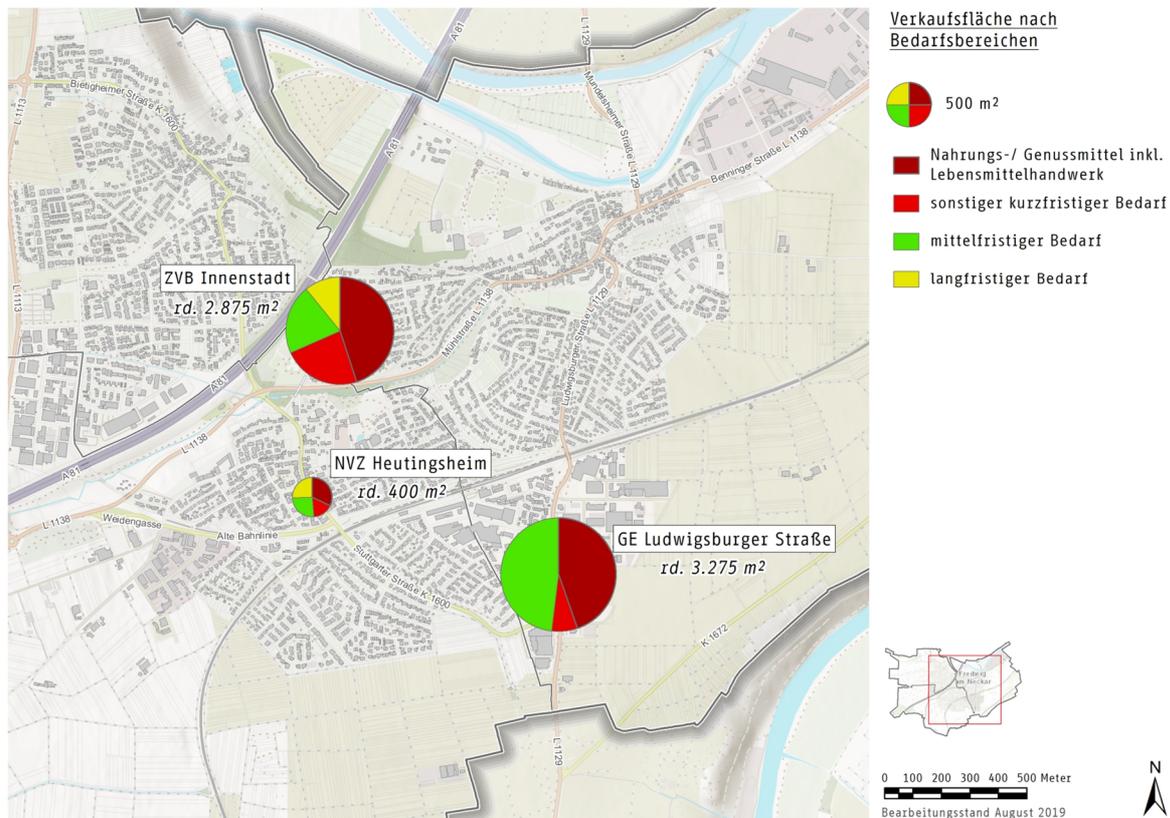


5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN IN NICHT INTEGRIERTER LAGE

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gibt es in Freiberg a.N. mit dem Standort Gewerbegebiet Ludwigsburger Straße noch einen weiteren quantitativ bedeutsamen Einzelhandelsstandort, der sich in nicht integrierter Lage befindet (vgl. Karte 6).

Karte 6: Einzelhandelskonzentrationen



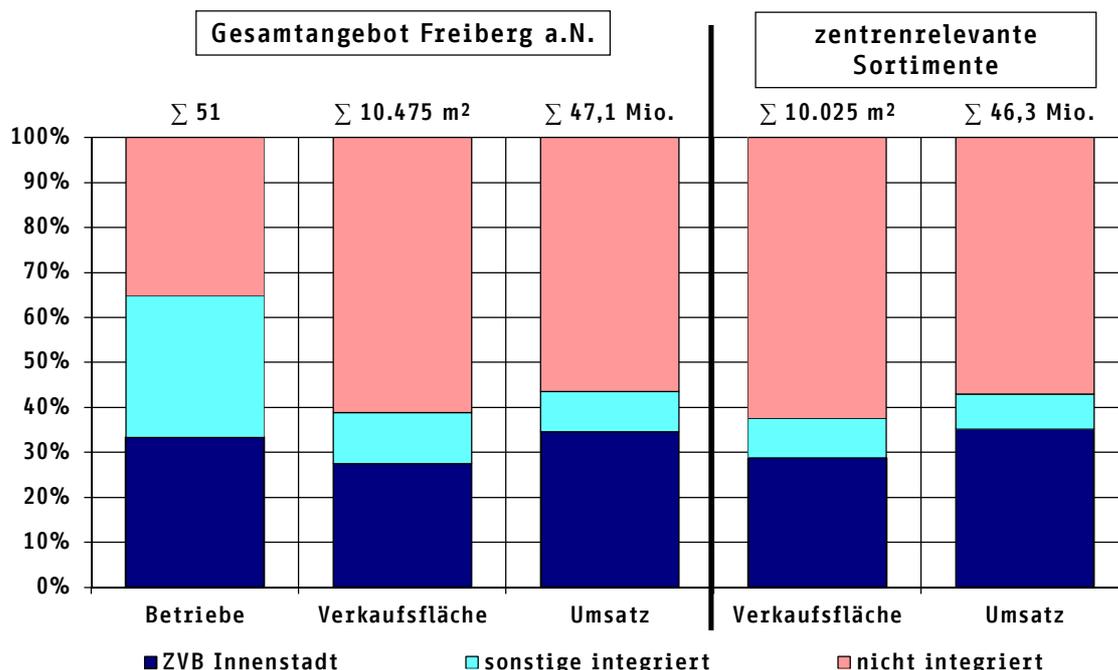
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

In Karte 6 wird deutlich, dass das Gewerbegebiet Ludwigsburger Straße, bezogen auf die Verkaufsfläche, den größten Einzelhandelsstandorte in Freiberg a.N. darstellt. Auf diesen Standort entfallen ausschließlich Sortimente des kurzfristigen und des mittelfristigen Bedarfs. Geprägt wird der Standort durch einen großen Supermarkt sowie einen großflächigen Spielwarenmarkt.

5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation, differenziert nach Lage(typ) der Betriebe innerhalb der Stadt, aufgezeigt. Es wird untergliedert nach dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den sonstigen integrierten Lagen (einschließlich dem Nahversorgungszentrum Heutingsheim und dem Bereich Beihinger Platz) und nicht integrierten Lagen (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).

Abb. 12: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen 2019



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttyp (vgl. Abb. 12) zeigt:

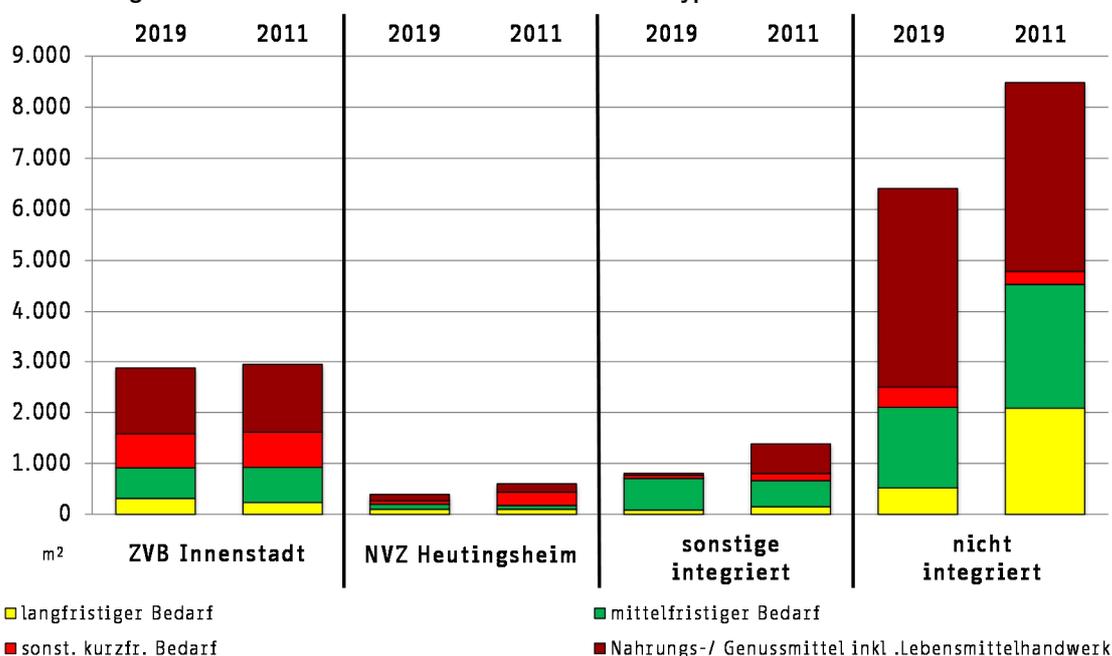
- Gemessen an der Zahl der Betriebe ist knapp ein Drittel des Angebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu finden.
- Wird die Verteilung der Verkaufsfläche betrachtet, so entfällt mit mehr als 60% der größte Teil des Einzelhandelsangebotes auf nicht integrierte Lagen.
- Bei der Betrachtung der zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich, dass weniger als ein Drittel der Verkaufsfläche in der Innenstadt angesiedelt ist. Der Anteil der nicht integrierten Standorte beträgt wiederum mehr als 60%



In besonderem Maße negativ im Sinne der Ziele des vorliegenden Gutachtens ist der hohe Anteil zentrenrelevanter Sortimente an nicht integrierten Standorten zu bewerten.

Der Vergleich der Verkaufsflächenausstattung nach Standort(typ)en und Bedarfsbereichen von 2019 und 2011 zeigt, dass die grundsätzliche räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes unverändert geblieben ist. Der Rückgang des Angebotes an nicht integrierten Standorten ist u.a. auf einige Betriebe zurückzuführen, die 2019 eindeutig als Großhandel identifiziert und somit nicht mehr berücksichtigt wurden.

Abb. 13: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Standorttypen 2019 und 2011



Basis Abgrenzung 2011

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019 sowie 2011; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Freiberg a.N. bei einer Bindungsquote von rd. 66% keine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung erreicht wird, sondern per Saldo rd. ein Drittel der Kaufkraft aus Freiberg a.N. abfließt (vgl. Kap. 3.3).



Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes jedoch, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich, auch die Frage nach dessen räumlicher Verteilung von Bedeutung.

Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welcher Teil der Einwohner der Stadt Freiberg a.N. sich fußläufig nahversorgen kann: Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu (mindestens) einem Lebensmittelbetrieb mit einem hinreichendem Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann.

Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 7 die in der Stadt Freiberg a.N. ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt. Um die Lebensmittelbetriebe mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m²³⁶ wurde jeweils ein Bereich von 500 Metern gezogen.

Karte 7 macht deutlich, dass nicht einmal die Hälfte der Einwohner von Freiberg a.N. in einer Entfernung von bis zu 500 Metern einen Lebensmittelmarkt erreichen kann. Der Nahversorgungsanteil beträgt rd. 44%.

Im Vergleich zu anderen Kommunen weist Freiberg a.N. damit eine eher unterdurchschnittliche räumliche Nahversorgung auf. Ursache hierfür ist im Wesentlichen die Lage der Nahversorgungsbetriebe überwiegend an nicht integrierten Standorten bzw. in Randlage zur Wohnbebauung.

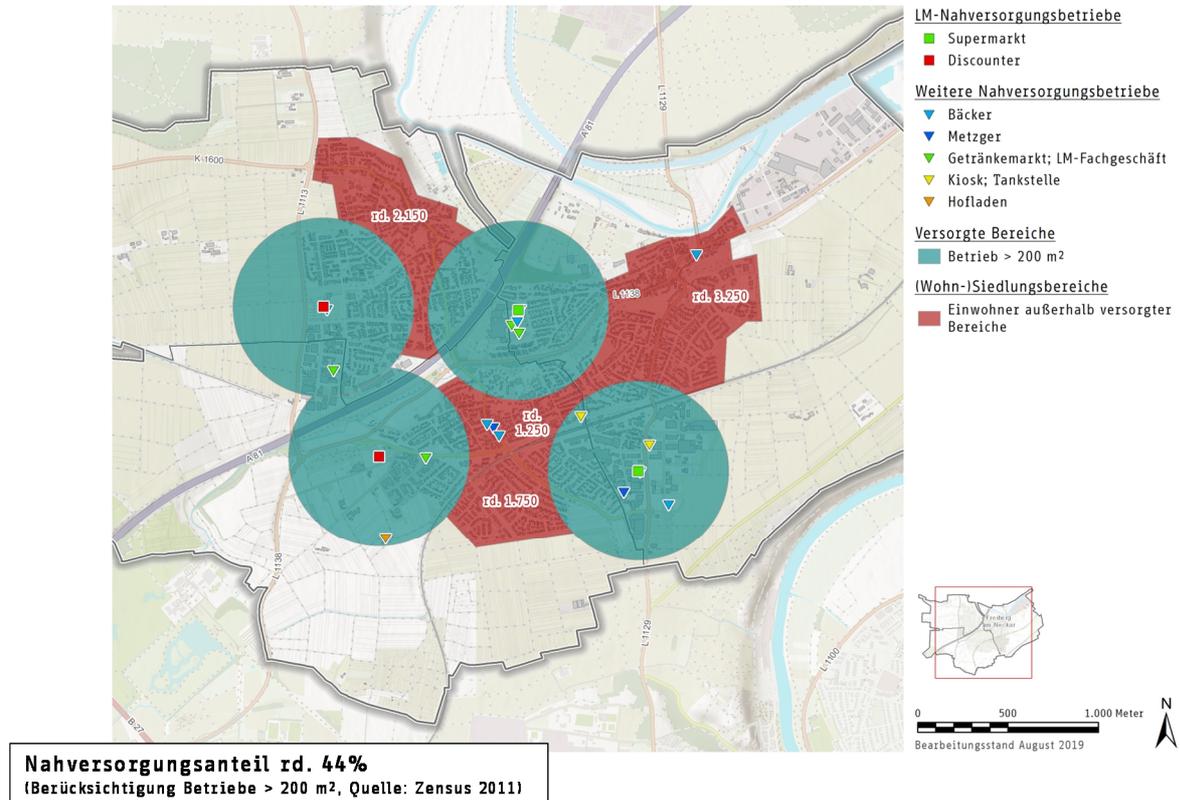
In Freiberg a.N. bestehen vier größere Siedlungsbereiche, die räumlich betrachtet nicht nahversorgt sind. Anders als in vielen anderen untersuchten Städten ist die Anzahl der Bewohner in den räumlich nicht nahversorgten Bereichen relativ groß.

³⁶ In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m² davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für (zumindest temporär) immobile Menschen haben. Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 m² sind aktuell in der Stadt Freiberg a.N. jedoch nicht vorhanden.



Insbesondere der Stadtteil Beihingen weist mit mehr als 3.000 Einwohnern ein grundsätzlich hinreichendes Bevölkerungspotenzial für die Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes auf.

Karte 7: Nahversorgungssituation in Freiberg am Neckar schematisch



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



6. ZIELKATALOG DES EINZELHANDELSKONZEPTES

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Freiberg a.N. auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern. Auch wenn der neue § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Freiberg a.N., des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und der Nahversorgungsbereiche, wie dies bereits dem geltenden Einzelhandelskonzept von 2011 zugrunde gelegt ist.

Dementsprechend wurde der vorhandene Zielkatalog vor dem Hintergrund der Ist-Situation und den sonstigen Rahmenbedingungen überprüft. Dabei hat sich gezeigt, dass der Zielkatalog von 2011 weitestgehend auch weiterhin zugrunde gelegt werden kann. Jedoch erfolgte eine Ergänzung einzelner Ziele und die Erweiterung dieser in Bezug auf die neu eingeführte Kategorie der Nahversorgungsbereiche, womit diesen eine besondere Bedeutung innerhalb der Stadt Freiberg a.N. zugemessen wird.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG VERSORGENGSFUNKTION DER STADT FREIBERG A.N. ALS KLEINZENTRUM

Ein wichtiges Ziel liegt in der Erhaltung und Stärkung der durch die Landesplanung zugewiesenen Versorgungsfunktion der Stadt Freiberg a.N. als Kleinzentrum. In einem Kleinzentrum soll der häufig wiederkehrende überörtliche Bedarf für den entsprechenden Verflechtungsbereich gedeckt werden können.³⁷ Als Verflechtungsbereich/ Nahbereich ist dem Kleinzentrum Freiberg a.N. im Regionalplan Stuttgart neben Freiberg a.N. selbst die Gemeinde Pleidelsheim zugeordnet³⁸.

Die Stadt Freiberg a.N. weist mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 37% deutliche Kaufkraftabflüsse auf. Im kurzfristigen Bedarfsbereich, in dem sich jede Kommune selbst versorgen können sollte, wurden bei sortimentsweisen Bindungsquoten von

³⁷ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 2.5.11 (Ziel)

³⁸ Vgl. Regionalplan Region Stuttgart (2010), S. 49.



bis zu rd. 70% Versorgungsdefizite festgestellt. Die ermittelten Kaufkraftabflüsse (per Saldo) sind - insbesondere bei den zentrenrelevanten Sortimenten des mittelfristigen und des langfristigen Bedarfs - u.a. auf die räumliche Nähe zu Ludwigsburg, insbesondere das Breuningerland, und die Stuttgarter Innenstadt zurückzuführen; weiterhin ist zu berücksichtigen, dass Freiberg a.N. in seiner Funktion als Kleinzentrum in diesen Sortimenten nur eine nachgeordnete Rolle im Sinne einer verbrauchernahen Grundversorgung zukommt.

Das Kleinzentrum Freiberg a.N. sollte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten perspektivisch eine vollständige rechnerische Versorgung der Bevölkerung anstreben (Bindungsquote von 100%). Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich erscheint in den meisten Sortimenten eine Verbesserung der derzeitigen Versorgungssituation im Sinne einer verbrauchernahen Grundversorgung (s.o.) sinnvoll.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER VERSORGFUNKTION DES ZENTRALEN VERSORGBEREICHES INNENSTADT UND DER NAHVERSORGBEREICHE

Die europäische Stadttradition weist der Innenstadt weiterhin eine besondere Funktion zu. Das Ziel der Stärkung der Versorgungsfunktion (Zentralität) in dem zentralen Versorgungsbereich kann aus der Bedeutung des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstadt abgeleitet werden.

Die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt hinsichtlich seiner Versorgungsfunktion sollte ein Hauptziel der zukünftigen (Einzelhandels-)Entwicklung in Freiberg a.N. sein. Das Hauptaugenmerk der künftigen Ansiedlungspolitik sollte auf den nahversorgungs- und insbesondere zentrenrelevanten Sortimenten liegen.

Weiterhin sollen in Zukunft auch die Nahversorgungsgebiete besondere Berücksichtigung erfahren und vor dem Hintergrund des Ziels zur Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsstruktur (siehe unten) im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente besonders gestärkt werden.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS- UND FUNKTIONSVIELFALT DES ZENTRALEN VERSORGBEREICHES INNENSTADT UND DER NAHVERSORGBEREICHE

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die in der Innenstadt bestehende Mischung von Einzel-



handel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen, erhalten und gestärkt werden. Daneben sollte der Einzelhandel weiterhin von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität des zentralen Versorgungsbereiches formen.

Die funktionale Vielfalt, sowohl bezüglich unterschiedlicher Branchen als auch hinsichtlich Betriebstypen, ist im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von Freiberg a.N. zu stärken. Das Zusammenspiel aus der städtebaulichen Entwicklung der Innenstadt und Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung sind notwendig, um die Versorgungsfunktion der Innenstadt entsprechend stärken zu können.

Gleiches gilt zukünftig auch für die Nahversorgungsbereiche Heutingsheim und Beihinger Platz, wobei sich hier die Vielfalt auf den Bereich der Grund-/ Nahversorgung beziehen sollte.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES INNENSTADT

Die unverwechselbare Identität einer Innenstadt wird durch verschiedene Faktoren (Architektur, Gestaltung öffentlicher Raum, historische Gebäude, Einzelhandels- und Dienstleistungsmix etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb und den Online-Handel ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) der Zentren gewinnt angesichts der stetig zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.

Dabei sollte in der Stadt Freiberg a.N. ein Hauptaugenmerk auf die Gestaltung des Marktplatzes als Kern des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches gelegt werden.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")

Ein kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt erfüllt diese Voraussetzung in hohem Maße.



Darüber hinaus ist, insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen, eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Dadurch wird überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die entstehenden Umweltbelastungen reduziert. Diesbezüglich sind in Teilbereichen von Freiberg a.N. deutliche Defizite zu erkennen.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR

Der Verkürzung der Wege dient auch eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel: Es soll eine wohnungsnaher Versorgung ermöglicht werden.

Gerade vor dem Hintergrund der geringen Bindungsquote im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und des hohen Anteils an fußläufig nicht nahversorgten Einwohnern in der Stadt Freiberg a.N. sollte der Ausbau von Nahversorgungsangeboten in größeren räumlich nicht nahversorgten Bereichen im Fokus stehen, wo dies auf Grund der im engeren Umfeld vorhandenen Mantelbevölkerung sinnvoll ist.

SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz des zentralen Versorgungsgebietes assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass dieser vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden soll. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.



7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende fortgeschriebene Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Freiberg a.N. darstellen. Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und der Nahversorgungsbereiche (vgl. Kap. 4) hängt auch davon ab, ob, wo und in welcher Dimension weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, neben der Beschreibung der Ist-Situation im Einzelhandel (Kap. 3 bis 5), mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen.

Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde daher eine Verkaufsflächenprognose berechnet. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 8.3 beschrieben.

7.1 METHODISCHES VORGEHEN

Die Methodik zur Berechnung der Verkaufsflächenprognose entspricht grundsätzlich der im Rahmen der Fortschreibung von 2011 angewandten Methode.

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind demzufolge wiederum die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2.1), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern³⁹.

Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Freiberg a.N. im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gehalten bzw. gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

³⁹ Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 6 und Kap. 8.2) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 8.3) ab. Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich (während der Bestand kaum zu lenken ist⁴⁰).

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden - wie 2011 - zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2025 sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2030.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden - ebenfalls wie 2011 - eine obere und eine untere Variante erarbeitet, sodass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 7.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (vgl. Kap. 7.1.2). Die derzeit noch nicht absehbaren Folgen der Corona-Pandemie in den verschiedenen Branchen sind dabei nicht berücksichtigt. Dementsprechend ist nach unserer Einschätzung die im Folgenden als Wettbewerbsprognose bezeichnete Variante in der Gesamtbetrachtung und insbesondere in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten als realistisch(er) anzusehen, wobei hier aus Gründen der Vorsicht tendenziell eine Orientierung an der unteren Variante stattfinden sollte.

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose wiederum auf den Einzelhandel i.e.S.⁴¹

⁴⁰ Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

⁴¹ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

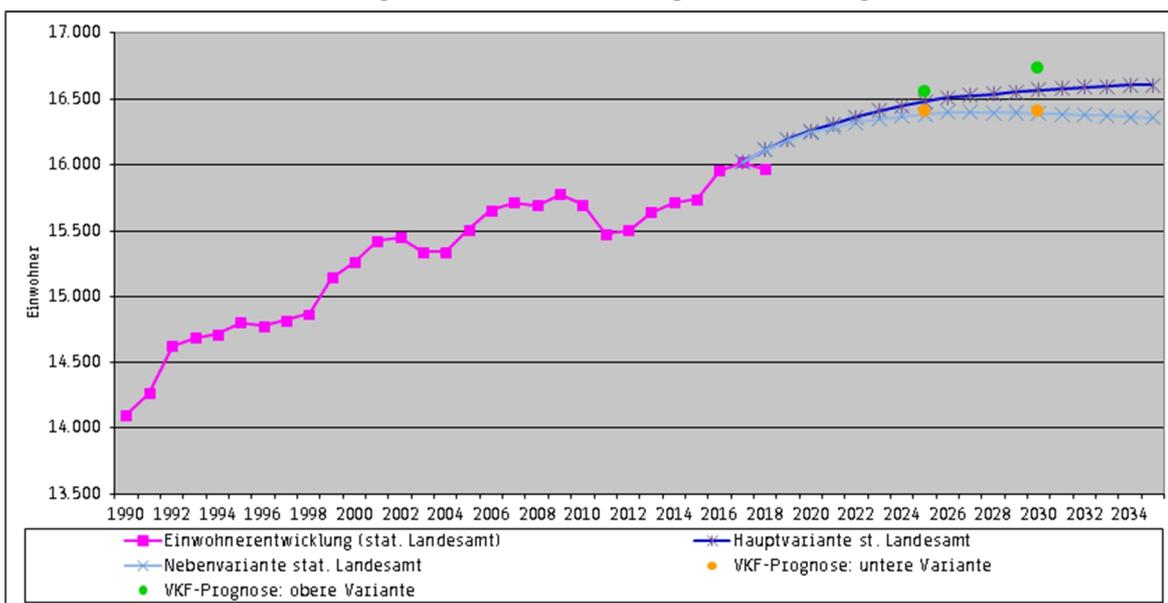
7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung (vgl. Abb. 14). Dabei ist in Freiberg a.N. zu beobachten, dass die Einwohnerzahl seit 1990 nahezu kontinuierlich von rd. 14.000 auf rd. 16.000 Einwohner angestiegen ist. Die Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes geht in der Hauptvariante für die kommenden Jahre von einem weiteren Anstieg der Einwohner aus, wengleich ab 2024 nur noch ein leichter Zuwachs bzw. im weiteren Verlauf ab 2030 nahezu eine Stagnation prognostiziert werden.

Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung wurden im Rahmen der durchgeführten Prognose folgende Einwohnerwerte herangezogen, die letztlich einen Korridor um die Werte der Hauptvariante des Statistischen Landesamtes darstellen:

- In der unteren Variante wird von einer Einwohnerzahl von rd. 16.400 Einwohnern im Jahr 2025 ausgegangen, welche bis zum Jahr 2030 unverändert bleibt. Diese Werte entsprechen nahezu der Nebenvariante der Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes.
- In der oberen Variante werden für das Jahr 2025 rd. 16.550 Einwohner und für das Jahr 2030 rd. 16.725 Einwohner veranschlagt. Diese Annahmen liegen über den Werten der Hauptvariante der Einwohnervorausberechnung des Statistischen Landesamtes.

Abb. 14: Einwohnerentwicklung und -vorausberechnung Stadt Freiberg am Neckar



Quelle: Stadt Freiberg a.N.; Statistisches Landesamt



Im Hinblick auf die derzeitigen wirtschaftskonjunkturellen Unsicherheiten - insbesondere vor dem Hintergrund der derzeitigen Corona-Pandemie sowie die anstehende Integration von Flüchtlingen und deren jeweilige Auswirkung - ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Zu berücksichtigen ist dabei, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortdauerndem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen. Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen (wie dies beispielsweise im Bereich Lebensmittel auch derzeit der Fall ist).

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund

- bis 2030 in der unteren Variante eine Stagnation und
- in der oberen Variante in den Jahren 2019 bis 2021 ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2030 um 1,0% angenommen.

Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Online-Handels (vgl. dazu Kap. 2.1.3) ist damit bereits berücksichtigt (vgl. aber auch Kap. 7.1.2).

Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteiles der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Freiberg a.N. sind in Tab. 4 als Übersicht dargestellt.



Das Kaufkraftpotenzial liegt in der Stadt Freiberg a.N. im Jahr 2030 um rd. 2% bis 15% über dem aktuellen Niveau, d.h. zwischen rd. 112 und 126 Mio. €.

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenziales nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 5).

Tab. 4: Prognoserahmen

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2025	16.400	16.550
Einwohner 2030	16.400	16.725
Kaufkraftzuwachs 2019 - 2021 (p.a.)	0,0%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2021 - 2030 (p.a.)	0,0%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2019 - 2030 insgesamt	0,0%	5,1%
Kaufkraft/ Einwohner (Freiberg a.N.) 2019 (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken)	6.806 €	
Kaufkraft/ Einwohner (Freiberg a.N.) 2025	6.806 €	7.153 €
Kaufkraft/ Einwohner (Freiberg a.N.) 2030	6.806 €	7.518 €
Kaufkraftpotenzial Freiberg a.N. 2019 in Mio. €	109,1	
Kaufkraftpotenzial Freiberg a.N. 2025 in Mio. €	111,6	118,4
Änderung gegenüber 2019	2,3%	8,6%
Kaufkraftpotenzial Freiberg a.N. 2030 in Mio. €	112	126
Änderung gegenüber 2019	2%	15%

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln; Stadt Freiberg a.N.; eigene Berechnungen

7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben⁴². Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien - Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprog-

⁴² Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann - z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte - sei hier angemerkt.



nose - berechnet. Ferner wurde - ausschließlich zum Vergleich - eine Status-quo-Prognose berechnet, um die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Freiberg a.N. aufzuzeigen.

Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.3, insbes. Abb. 4, S. 29 sowie Tab. 2, S. 30) werden fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. (Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Freiberg a.N. erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Freiberg a.N. in den einzelnen Sortimenten zumindest geringfügig gestärkt werden kann. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" unterstellt werden.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich sollte jede Stadt unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, ihre Einwohner selbst zu versorgen. Demzufolge wird in der oberen Variante eine Steigerung der Bindungsquote auf 100% in allen Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs angenommen. Da aktuell keines der Sortimente eine entsprechende Bindungsquote aufweist, wird in der unteren Variante lediglich eine perspektivisch erreichbare Bindungsquote in Höhe von 75% angesetzt.

Im Sortiment Blumen/ Zoo wird auf Grund der aktuell sehr niedrigen Bindungsquote von nur rd. 17% in der unteren Variante sogar nur eine perspektivisch erreichbare Bindungsquote von 50% veranschlagt.



- In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wurden für alle Sortimente in der unteren Variante eine Zielbindungsquote von rd. 33% und der oberen Variante von rd. 50% angenommen. Ausnahmen bilden die Sortimente Sport/ Freizeit, Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Haushaltsware/ Bestecke, Foto/ Optik und Sonstiges, die aktuell überdurchschnittliche Bindungsquoten von annähernd 30% und mehr erreichen. Für diese wurde auch in der unteren Variante eine perspektivisch erreichbare Bindungsquote von 50% unterstellt.

Sofern die aktuelle Bindungsquote in einem Sortiment über den veranschlagten perspektivisch erreichbaren Bindungsquoten liegt, wird diese fortgeschrieben.

Es wurde jeweils angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2030 erreicht werden können, um zu berücksichtigen, dass die Steigerung in einem längerfristigen Prozess erfolgt.

Für die im Jahr 2030 zu erwartende Bindungsquote bedeuten die Änderungen, dass diese gegenüber dem derzeitigen Niveau von rd. 36% (ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) auf rd. 55% bzw. 73% (untere bzw. obere Variante) ansteigt.

Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, stärkerer Bedeutungszuwachs des Internets als unterstellt, erhöhter Wettbewerb mit den Nachbarkommunen o.ä.). Dabei wurde von einem Umsatzrückgang um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen. Vor dem Hintergrund der aktuell noch nicht absehbaren Auswirkungen der Corona-Krise auf die Umsatzentwicklung im Einzelhandel sollte die Wettbewerbsprognose aktuell, anders als 2011, als wahrscheinlichere Prognose herangezogen werden.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung



(obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁴³. Bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ eine bestimmte (Steigerung der) Kaufkraftbindung zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraumes, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgungsbereiche und der Nahversorgung insgesamt insbesondere nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 8.2).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine höhere bzw. hohe Identifikation mit Freiberg a.N. und insbesondere mit der Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie - eine gute funktionale Mischung - auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie - vor allem in der Innenstadt erreicht bzw. gehalten werden kann. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

7.2 PROGNOSEERGBNISSE

7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für die Stadt Freiberg a.N. prognostiziert.

⁴³ Nach dem Rückgang der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe⁴⁴. Infolge

- des bei der Wettbewerbsprognose in einigen Sortimenten angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
 - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
 - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben.

Hier wurde unterstellt, dass diese *nicht* zu einem tatsächlichen Abschmelzen der vorhandenen Verkaufsfläche führen, sondern der Umsatzrückgang zu einem Rückgang (bzw. zu einer geringeren Steigerung) der Flächenleistung führt.

Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist, kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

Tab. 5 zeigt den rechnerisch ermittelten Flächenspielraum für die Stadt Freiberg a.N. für die **Wettbewerbsprognose**⁴⁵.

⁴⁴ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Befragung im Juni/ Juli 2019 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind/ werden, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-) Entwicklungsspielraum.

⁴⁵ Eine entsprechende Darstellung für die Ergebnisse der Entwicklungsprognose kann dem Anhang entnommen werden.



Tab. 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		125	1.375	200	2.625
Drogerie/ Parfümerie		225	450	375	825
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	50	0	100
Blumen/ Zoo		200	525	350	1.000
kurzfristiger Bedarf		550	2.400	925	4.550
Bekleidung und Zubehör		325	675	575	1.275
Schuhe/ Lederwaren		175	300	325	550
Sport/ Freizeit		100	125	175	250
Spielwaren		---	50	---	50
Bücher		25	75	50	150
GPK/ Geschenke/ Hausrat		100	125	175	225
Haus-/ Heimtextilien		125	200	225	375
mittelfristiger Bedarf		850	1.550	1.525	2.875
Uhren/ Schmuck		50	75	75	125
Foto/ Optik		0	0	---	0
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		200	325	375	650
Elektro/ Leuchten		125	250	225	500
Teppiche/ Bodenbeläge		100	150	150	275
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		1.050	1.750	1.925	3.325
Möbel		625	1.025	1.175	1.950
Sonstiges		100	100	150	200
langfristiger Bedarf		2.250	3.675	4.075	7.025
Summe		3.650	7.625	6.525	14.450

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis 2025 trotz einer angenommenen Verschlechterung der Rahmenbedingungen ein Entwicklungsspielraum von rd. 3.650 bis 7.625 m². Bis zum Jahr 2030 erhöht sich dieser Spielraum auf insgesamt rd. 6.525 bis 14.450 m². Eine Realisierung der bis 2030 errechneten Entwicklungsspielräume entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 9.950 m² einer Steigerung um rd. 66% bis 145%. Pro Jahr bedeutet dies - über alle Sortimente hinweg betrachtet - ein durchschnittliches Potenzial von rd. 600 bis 1.325 m².



Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung des bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Freiberg a.N. derart erhöht, dass über die hier angenommenen "Zielbindungsquoten" hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker durch den örtlichen Einzelhandel gebunden werden kann.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass in der Stadt Freiberg a.N. erhebliche Entwicklungsspielräume für die Verkaufsflächenentwicklung vorhanden sind und das sogar unter der Annahme von deutlichen Umsatzrückgängen (Wettbewerbsprognose) vor dem Hintergrund der derzeit absehbaren Auswirkungen der Corona-Krise. **Auch wenn die dargestellten Entwicklungsspielräume eine deutliche Steigerung der derzeitigen Verkaufsfläche bedeuten, empfiehlt es sich vor dem Hintergrund der lokalen und regionalen Wettbewerbssituation die räumliche Einzelhandelsentwicklung weiterhin konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten.**

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordern die unterstellten Steigerungen von Bindungsquoten eine Änderung von Kaufkraftströmen; diese erfolgen in einem längerfristigen Prozess.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Spielraum im Laufe von mehr als einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Freiberg a.N. gesteigert bzw. die Kaufkraftabflüsse aus Freiberg a.N. reduziert werden. Entsprechend kann bei der Realisierung



eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden.

Hinsichtlich der Bewertung des Prognoseergebnisses vor dem Hintergrund des Online-Handels ist festzustellen, dass der weit überwiegende Teil des gesamten Einzelhandelsumsatzes im stationären Einzelhandel erwirtschaftet wird. Demzufolge ist die Bedeutung bzw. Erfordernis der räumlichen Steuerung unverändert hoch. An dieser Stelle ist weiterhin anzumerken, dass die Bedeutung des Multi Channel für den stationären Einzelhandel stetig wächst, wie der in den letzten gut zehn Jahren stetig steigende Umsatzanteil des eCommerce im stationären Einzelhandel zeigt.

Jedoch erzeugt eine häufig noch festzustellende mangelnde Digitalisierung im stationären Einzelhandel ein Frequenzdefizit, das die Innenstädte funktional und städtebaulich belastet. Gleichzeitig erzeugt der Online-Handel einen Investitionsdruck insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel und verschärft damit nochmals die durch die Filialisierung hervorgerufene Nachfolgeproblematik.

Weiterhin reduziert der Online-Handel in einzelnen Sortimenten die nötigen Verkaufsflächen, wie sich beispielsweise im Bereich der Elektromärkte ablesen lässt; dies erhöht im Gegenzug die städtebauliche Integrationsfähigkeit entsprechender Betriebe.

Diese Auswirkungen tragen zusätzlich dazu bei, dass neben den noch abzuschätzenden Auswirkungen der Corona-Krise, die Wettbewerbsprognose als maßgebliche Prognose herangezogen werden sollte.

7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraumes

Die in Kap. 7.2.1 dargestellten Gesamt-Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Stellen die räumliche Realisierung dieses Entwicklungsspielraumes erfolgen sollte (vgl. Kap. 8.3).

Bei der räumlichen Verteilung des für Freiberg a.N. insgesamt ermittelten Flächen-spielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionserhaltung und -stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, einer Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt in den Nahversorgungsbereichen sowie der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungstruktur zu berücksichtigen (vgl.



Kap. 6). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten auch künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel zugelassen werden (vgl. Kap. 8.1; Kap. 8.2.1).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Entwicklungsspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger Bedarf und Teile des langfristigen Bedarfs) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt. Dabei wird insbesondere auf die Ergebnisse der Wettbewerbsprognose eingegangen (vgl. Tab. 5, S. 74).

- Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Spielraum nach der Wettbewerbsprognose von rd. 925 bis 4.550 m². Dies stellt einen erheblichen Korridor dar und verdeutlicht die Abhängigkeit der Prognoseergebnisse von den verschiedenen Einflussfaktoren. Der Entwicklungsspielraum in diesem Sortimentsbereich sollte möglichst wohnortnah realisiert werden. In der Wettbewerbsprognose entfallen rd. 200 bis 2.625 m² auf das Sortiment **Nahrungs-/ Genussmittel**: Damit könnten bis zum Jahr 2030 in der oberen Variante maximal drei zusätzliche Lebensmittelbetriebe (in Abhängigkeit ihrer Dimensionierung) wettbewerbsneutral angesiedelt werden - insbesondere, wenn zudem Spielraum für Erweiterungen bestehender Betriebe genutzt wird. Potenzial für eine Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht jedoch nur dann, wenn es zu einer tendenziell positiven Einwohner- und Kaufkraftentwicklung kommt, wobei die Stadt Freiberg a.N. am ehesten Einfluss auf die Einwohnerentwicklung nehmen kann. Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie beträgt der Entwicklungsspielraum nach der Wettbewerbsprognose max. rd. 825 m², was für eine wettbewerbsneutrale Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit derzeit üblicherweise realisierter Verkaufsfläche hinreichend wäre; dieser Entwicklungsspielraum kann jedoch auch durch das entsprechende Randsortiment zusätzlicher Lebensmittelbetriebe realisiert werden.
- Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis zum Jahr 2030 nach der Wettbewerbsprognose ein Entwicklungsspielraum von rd. 1.975 bis 3.650 m². Entsprechende Angebote sollten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt untergebracht werden (vgl. Kap. 8.3).



Werden die o.g. Entwicklungsspielräume mit der derzeitigen Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (rd. 2.875 m²) verglichen, so zeigt sich, dass sogar trotz einer zurückhaltenden bis negativen Entwicklung gemäß der Wettbewerbsprognose ein erhebliches Potenzial zur funktionalen Erweiterung / Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt besteht. Die Frage der Ansiedlung und Unterbringung von zusätzlichen Betrieben ist dabei jedoch zu klären, um das Potenzial für die Stärkung dieses zentralen Versorgungsbereiches auch zu nutzen.

Sortimentsbezogen entfällt der größte Entwicklungsspielraum sonstiger zentrenrelevanter Sortimente auf Bekleidung und Zubehör.

- Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente und Möbel) ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum nach der Wettbewerbsprognose von rd. 3.625 bis 6.250 m².

Insbesondere bei den bau-/ gartenmarktspezifischen Sortimenten besteht in der oberen Variante der Wettbewerbsprognose ein erkennbares Entwicklungspotenzial mit bis zu rd. 3.325 m² Verkaufsfläche, was jedoch allenfalls die Ansiedlung eines kleineren Baumarktes ermöglichen würde.

Zwar ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, aber bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, insbesondere an nicht integrierten Standorten, ist auf die, häufig von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment angebotenen, zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 8.2.2).

7.2.3 Fazit Prognoseergebnis

Insgesamt ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum von rd. 6.525 bis 14.450 m² Verkaufsfläche nach der Wettbewerbsprognose, die auf Grund der noch nicht absehbaren Auswirkungen der Corona-Krise und der Entwicklungen im Online-Handel - auch bezogen auf den eCommerce des stationären Einzelhandels - als vorrangige Variante zu betrachten ist. **Auch wenn die voranstehenden Entwicklungsspielräume der Wettbewerbsprognose eine relativ deutliche Steigerung der derzeitigen Verkaufsfläche bedeuten, empfiehlt es sich vor dem Hintergrund der lokalen und regionalen Wettbewerbssituation, die räumliche Einzelhandelsentwicklung weiterhin konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten**



- zumal die Spielräume auf Sortimentsebene selbst in der oberen Variante der Wettbewerbsprognose teilweise gering ausfallen.

Weiterhin zeigen die Prognoseergebnisse, dass ein deutliches Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation - insbesondere bezogen auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - nach den Ergebnissen der Wettbewerbsprognose letztlich nur bei einer tendenziell positiven Entwicklung der Einwohner- und Kaufkraftentwicklung besteht: Langfristig, d.h. bis zum Jahr 2030, ist in diesem Fall die wettbewerbsneutrale Ansiedlung von maximal drei Lebensmittelbetrieben - in Abhängigkeit ihrer Dimensionierung - möglich.

Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten besteht nach den Ergebnissen der Wettbewerbsprognose ein deutlicher Entwicklungsspielraum zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, wobei die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote zu klären ist.

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten,
- bei deutlich mehr zusätzlicher Verkaufsfläche Umsatzumverteilungen zu erwarten sind und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten, bis zum Jahr 2030 ermittelten Entwicklungsspielraumes vermieden werden sollte.



8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Kapitel wird ein planerisches Konzept erarbeitet, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

Für die planerische Umsetzung des Konzeptes werden die Steuerungsinstrumente dargestellt. Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist die auf die Stadt Freiberg a.N. abgestimmte **Sortimentsliste**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet (vgl. Kap. 8.1.3). Dabei wurde die bisherige Liste von 2011 auf Grundlage der Bestandserhebung hinsichtlich der zukünftigen Einstufung der Sortimente überprüft, wobei wiederum auch allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der aktuellen Ist-Situation (vgl. Kap. 3ff.) werden vor dem Hintergrund der Ziele (vgl. Kap. 6), des aktuell ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraumes (vgl. Kap. 7.2) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 8.2) **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Nahversorgungsbereiche abgeleitet (vgl. Kap. 8.3.1). Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen. Darüber hinaus werden, abgeleitet aus der Stärken-Schwächen-Analyse, Empfehlungen zur städtebaulichen Entwicklung aufgezeigt.

Neben den Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgungsbereiche werden Möglichkeiten zur **Verbesserung der Nahversorgungssituation** dargestellt (vgl. Kap. 8.3.4).

Abschließend wird ein **Verfahrensvorschlag** unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht (vgl. Kap. 8.4). Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen.



8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungsrelevanten⁴⁶, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet⁴⁷. Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, der zwischenzeitlich zwar formal außer Kraft getreten ist, jedoch weiterhin als Auslegungshilfe heranzuziehen ist, bildet dabei eine Grundlage, die je nach örtlicher Situation zu konkretisieren ist.

Da in Freiberg a.N. bereits eine Sortimentsliste gilt, war diese zu überprüfen.

8.1.1 Kriterien

Wie 2011 wurde der folgende Kriterienkatalog für die Zuordnung der Sortimente herangezogen, der sich auf Grund zahlreicher Erfahrungen herausgebildet hat:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf; diese Sortimente sind zugleich auch **nahversorgungsrelevant**, was eine zusätzliche Kategorie darstellt (s.u.);
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- im zentralen Versorgungsbereich am stärksten vertreten sind.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;
- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

⁴⁶ Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.

⁴⁷ Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.



Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Freiberg a.N.

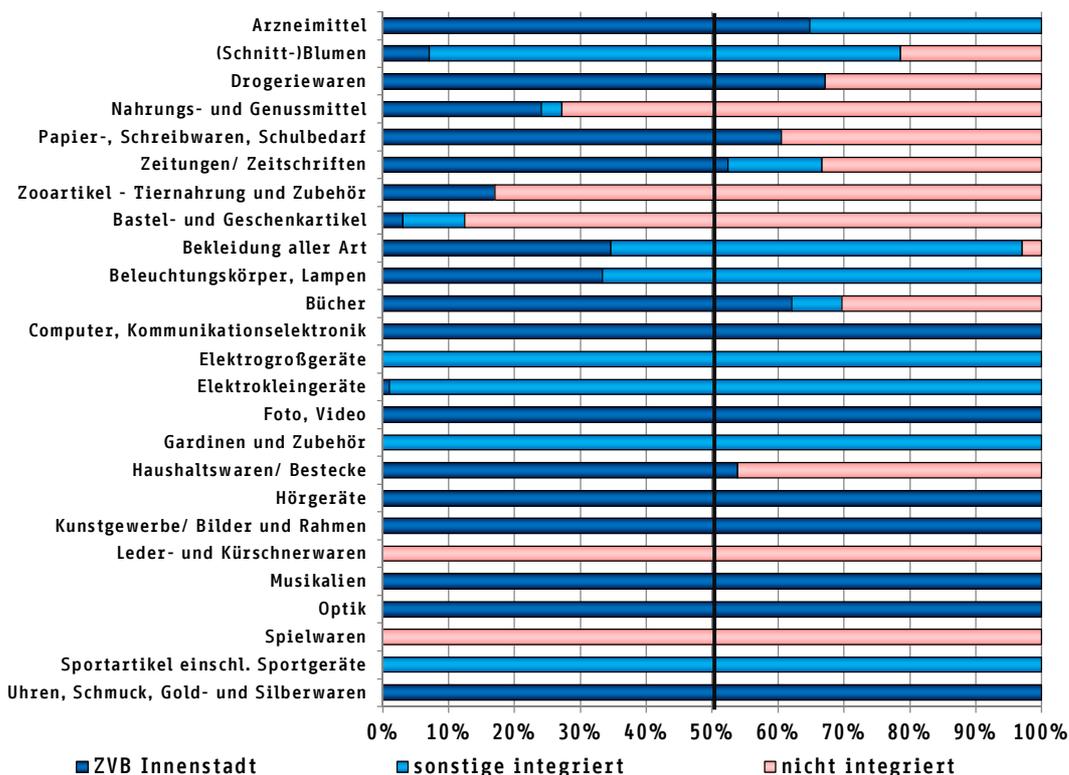
Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird auch die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Freiberg a.N. zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht in den zentralen Versorgungsbereichen zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen⁴⁸.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 15 wird die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Freiberg a.N. gezeigt.

⁴⁸ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

Abb. 15: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp



ZVB = zentraler Versorgungsbereich
 Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

In Freiberg a.N. werden viele der gemäß der Sortimentsliste als zentrenrelevant eingestuft Sortimente nicht überwiegend in der Innenstadt angeboten.

Die Sortimente **Bastel- und Geschenkartikel**, **Leder- und Kürschnerwaren** sowie **Spielwaren** werden aktuell fast ausschließlich an nicht integrierten Standorten angeboten. Da diese Sortimente wichtige Frequenzbringer für die Innenstadt sind und auch die weiteren, oben genannten Kriterien zentrenrelevanter Sortimente erfüllen, wird empfohlen diese auch weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.

Nahrungs-/ Genussmittel sowie **Zooartikel - Tiernahrung und Zubehör** werden hauptsächlich an nicht integrierten Standorten angeboten. Da es sich dabei um Sortimente handelt, die täglich bzw. wöchentlich nachgefragt werden und - insbesondere das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - eine wichtige Frequenzbringerfunktion aufweisen, sollten diese insbesondere im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (vgl. Kap. 8.2.1), sowie auch in den beiden Nahversorgungsbereichen angeboten werden: Erfahrungsgemäß sind Lebensmittelbetriebe gerade in Innenstädten



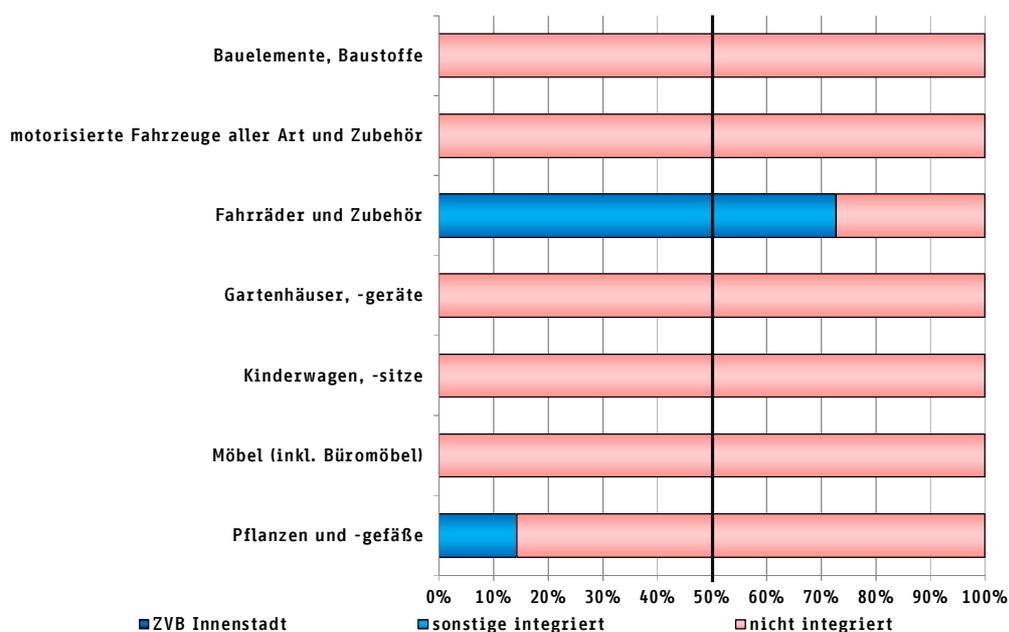
von kleinen und mittleren Städten unabdingbar als Frequenzbringer. Zudem sollen nahversorgungsrelevante Sortimente - vor dem Hintergrund einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung - auch an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt werden. Demzufolge werden die beiden o.g. Sortimente als nahversorgungsrelevant eingestuft.

Überwiegend bzw. ausschließlich an sonstigen integrierten Standorten sind die Sortimente **Gardinen und Zubehör, Bekleidung aller Art, Beleuchtungskörper, Lampen, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte und Sportartikel inkl. Sportgeräte** - welche alle nur in geringem Umfang angeboten werden - zu finden. Diese Sortimente sind für ein vielfältiges Angebot in einer Innenstadt von Bedeutung und stellen tlw. wichtige Leitsortimente für eine solche dar, sodass diese Sortimente auch weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden sollten.

Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 16 zeigt die Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Dabei ist festzustellen, dass die meisten der bisher als nicht zentrenrelevant eingestuften Sortimente überwiegend funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt sind.

Abb. 16: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp



ZVB = zentraler Versorgungsbereich

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019



Nicht zentrenrelevante Sortimente sind aktuell in Freiberg a.N. kaum vorhanden. Das geringe Angebot wird aktuell fast ausschließlich an nicht integrierten Standorten angeboten. Lediglich das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** ist aktuell hauptsächlich an sonstigen integrierten Standorten zu finden. Auf Grund des hohen Flächenbedarfs, welches dieses Sortiment auf Grund des sehr breiten und diversifizierten Angebots aufweist, sollte es dennoch zukünftig weiterhin als nicht zentrenrelevant eingestuft werden - zumal es auch nicht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angeboten wird.

8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die überprüfte "Freiberger Sortimentsliste" (vgl. Tab. 6) dargestellt. Dieser wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in Freiberg a.N. und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch.

Der Vorschlag entspricht der bisher bestehenden Freiberger Sortimentsliste. Es wurde lediglich bei einigen Sortimenten eine Änderung bzw. Ergänzung der bisherigen Bezeichnung durchgeführt. Einige Sortimente wurden aus der Liste gestrichen⁴⁹, da diese Sortimente Bestandteile anderer genannter Sortimentsgruppen sind.

Auch zukünftig findet eine Untergliederung der zentrenrelevanten Sortimente in sonstige zentrenrelevante Sortimente und nahversorgungsrelevante Sortimente statt. Diese Untergliederung ermöglicht eine differenziertere Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung, die dem Ziel einer wohnortnahen Versorgung besser gerecht wird (vgl. Kap. 8.2.1).

⁴⁹ Briefmarken, Nähmaschinen, Reformwaren



Tab. 6: Vorschlag für die künftige "Freiberg a.N. Sortimentsliste"

Nahversorgungsrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • (Schnitt-)Blumen • Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel • Kosmetika und Parfümerieartikel • Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Getränke) • Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf • Pharmazeutika (Apothekerwaren) • Zeitungen/ Zeitschriften • Zooartikel - Tiernahrung und Zubehör 	<ul style="list-style-type: none"> • Bad-, Sanitäreinrichtungen und Zubehör • Bauelemente, Baustoffe • Beschläge, Eisenwaren • Bodenbeläge, Teppiche • Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse • Boote, Bootszubehör • Büromaschinen (ohne Computer) • Fahrräder, E-Bikes und Zubehör • Farben, Lacke, Tapeten • Fliesen • Gartenhäuser, -geräte, sonst. Gartenbedarf • Kamine, (Kachel-)Öfen • Holz • Installationsmaterial • Kinderwagen, Kindersitze • Küchen (inkl. Einbaugeräte) • Maschinen und Werkzeuge • motor. Fahrzeuge aller Art inkl. Zubehör • Möbel (inkl. Büromöbel) • Pflanzen und -gefäße • Rollläden und Markisen • Zooartikel - Tiermöbel und lebende Tiere
<p data-bbox="180 566 778 600">Sonst. zentrenrelev. Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bastel- und Geschenkartikel • Bekleidung aller Art • Beleuchtungskörper, Lampen • Bücher • Computer, Software, Kommunikationselektronik • Elektrogroßgeräte • Elektrokleingeräte • Foto, Video • Gardinen und Zubehör • Glas, Porzellan, Keramik • Haus-/ Heimtextilien, Stoffe • Haushaltswaren/ Bestecke • Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen • Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle • Leder- und Kürschnerwaren • Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien • Optik und Akustik • Sanitärwaren • Schuhe und Zubehör • Spielwaren • Sportartikel inkl. Sportgeräte und Campingartikel • Tonträger • Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren • Unterhaltungselektronik und Zubehör • Waffen, Jagdbedarf 	

Quelle: gutachterlicher Vorschlag

Die Sortimentsliste stellt einen gutachterlichen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Gemeinderates; eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch inhaltlich zu begründen. Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevante Sortimente relativ unproblematisch, da dies eine politische Willensbekundung darstellt.



8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Für die Stadt Freiberg a.N. ergibt sich bis 2030 entsprechend der Wettbewerbsprognose ein Verkaufsflächenentwicklungsspielraum von rd. 6.525 bis 14.450 m² (vgl. Kap. 7.2). In Bezug auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich damit durchaus deutliche funktionale Entwicklungsspielräume für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Freiberg a.N.

Die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist hierbei insbesondere unter Berücksichtigung der in Kap. 6 formulierten Ziele von zentraler Bedeutung. Um die in Kap. 6 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen. Diese entsprechen weitgehend den Grundsätzen von 2011 und wurden lediglich bzgl. der Regelungen für die Nahversorgungsbereiche angepasst.

8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz:

Zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- a) zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
- b) **Ausnahme** Nahversorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen:
 - nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig
 - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig
- c) **Ausnahme** für nicht integrierte Lagen: zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 3% der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 350m²).

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Tab. 6) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben künftig großflächig vorrangig im abgegrenzten **zentralen Versorgungsbereich** Innenstadt angesiedelt werden. Dies wird auch für Betriebe unter-



halb der Großflächigkeit⁵⁰ vorgeschlagen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erhalten und gestärkt werden, soweit die jeweilige Ansiedlung mit den entsprechenden Vorgaben und Zielen der Landes- und Regionalplanung vereinbar ist (vgl. Kap. 2.2.4).

In den Nahversorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten sollen nahversorgungsrelevante Sortimente nur ausnahmsweise und nur in Betrieben unterhalb der Großflächigkeit angesiedelt werden. Nahversorgungsrelevante Sortimente können ausnahmsweise auch in großflächigen Betrieben angesiedelt werden, sofern sie standortgerecht dimensioniert sind und der Stärkung bzw. Sicherung der Nahversorgung dienen. Bezüglich sonstiger integrierter Standorte ist zudem auf eine Gebietsversorgung zu achten.

Weiterhin können ausnahmsweise auch großflächige Lebensmittelbetriebe in den Nahversorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt werden, sofern diese standortgerecht dimensioniert sind (ausreichende Mantelbevölkerung⁵¹) und der Stärkung bzw. Sicherung der Nahversorgungssituation - quantitativ und räumlich - dienen⁵². Die Vorgaben und Regelungen der Landes- und Regionalplanung sind wiederum zu beachten (vgl. Kap. 2.2.4).

Eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, ist jeweils zu vermeiden (Schutz der verbrauchernahen Versorgung); die Ansiedlung ist im Einzelfall zu prüfen.

An nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder sonstigem zentrenrelevanten Hauptsortiment angesiedelt werden⁵³.

⁵⁰ Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. Vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.2005.

⁵¹ Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m² rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt.

⁵² Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden.

⁵³ Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.



Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment erscheint nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Es muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die zentrenrelevanten Randsortimente in der Summe auf 3% der Verkaufsfläche bei insgesamt maximal 350 m² zu beschränken. Eine Beschränkung der Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist im Übrigen auch in den beiden Nahversorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten erforderlich.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment festzusetzen ist. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz:

Nicht zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich und außerhalb (sonstige und nicht integrierte Lagen).

- Sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden.

Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandel **in Gewerbegebieten** umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezo-



gen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob es sich die Stadt Freiberg a.N. leisten kann/ will, dem Einzelhandel gewerbliche Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Daher wird empfohlen, auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten planerisch zu steuern.

Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, erscheint es für Freiberg a.N. sinnvoll, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass dadurch lediglich die Position bestehender Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt und in den Nahversorgungsbereichen, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebiete), geschwächt wird.

"Leerstandsdomino"

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbebestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.

8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Nach dieser grundsätzlichen räumlichen Festlegung zur Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb der Stadt Freiberg a.N. wird nachfolgend dargestellt, an welchen konkreten Standorten in der Stadt eine räumliche Entwicklung sinnvoll möglich ist. Dabei werden die bestehenden Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt hinsichtlich ihrer räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten bewertet und Vorschläge zur Verbesserung der Nahversorgung aufgezeigt.



Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt soll es in Freiberg a.N. zukünftig zwei Nahversorgungsbereiche geben. Während die Innenstadt weiterhin gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen soll, kommen den Nahversorgungsbereichen wichtige Grund-/ Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner im Umfeld zu.

Beide Nahversorgungsbereiche erfüllen aktuell und wohl auch perspektivisch nicht die Anforderungen für einen zentralen Versorgungsbereich; sie sollen jedoch zukünftig wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen und auch Identifikationsfunktion für die jeweiligen Stadtteile darstellen. Aktuell verfügt insbesondere der Nahversorgungsbereich Beihinger Platz noch über kein entsprechendes Angebot. Mittels einer entsprechenden Entwicklung an diesem Standort könnte jedoch zukünftig auch eine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation des Stadtteils Beihingen erfolgen. Daher steht die Entwicklung des Nahversorgungsbereiches Beihinger Platz in einem engen Zusammenhang mit dem Ziel der Stärkung der Versorgungsstruktur in der Stadt Freiberg a.N.

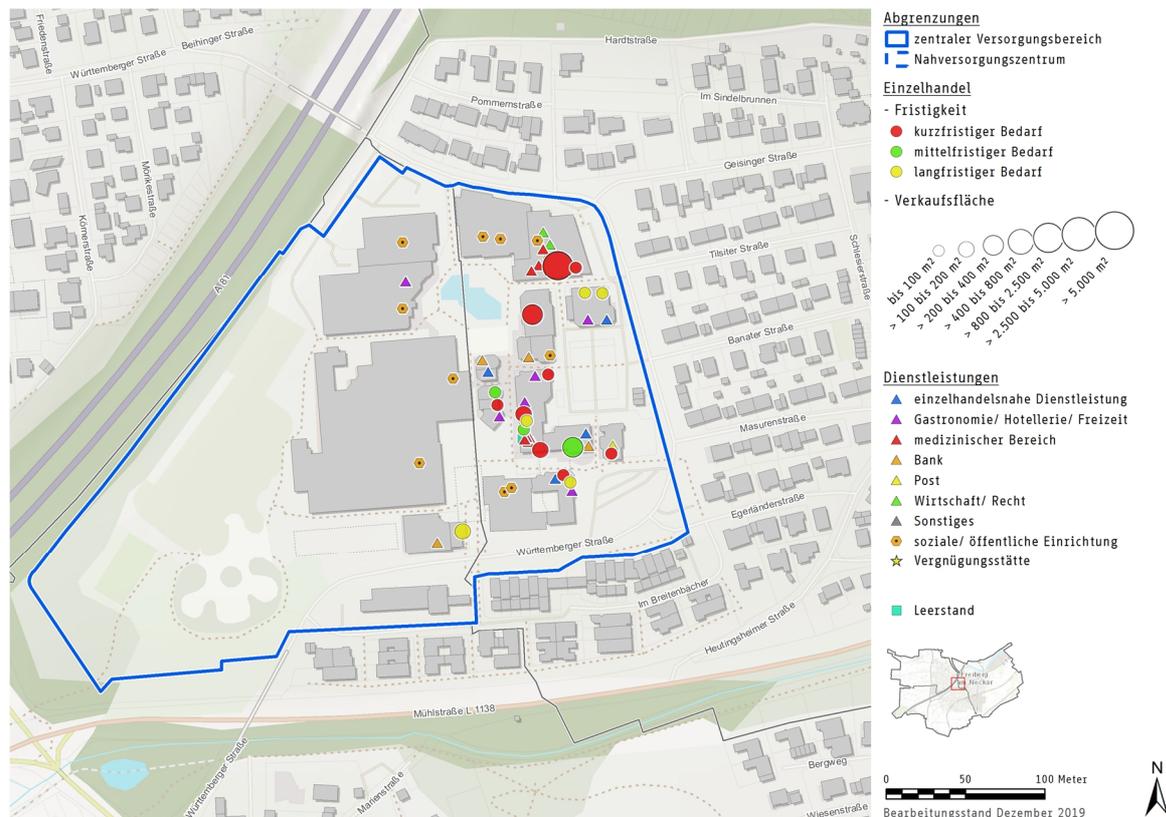
Nachfolgend werden zunächst die Empfehlungen zur räumlichen Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und der beiden Nahversorgungsbereiche dargestellt. Anschließend werden Maßnahmen zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgung in der Gesamtstadt und Empfehlungen für die Entwicklung der Gewerbegebiete aufgezeigt.

8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (perspektivisch)

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt soll perspektivisch unverändert bleiben. Im Fokus der Entwicklung der Innenstadt sollen die Stärkung und der Ausbau der Einzelhandelsfunktion dieser sowie der Ausbau der eigenen Identität der Innenstadt von Freiberg a.N. liegen. Dazu sollte vor allem die Aufenthaltsqualität gesteigert und dazu der Marktplatz für die Bevölkerung als attraktiver Anziehungs- und Treffpunkt herausstehen.



Karte 8: Perspektivische Abgrenzung der Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019. Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Nachfolgend sind die Handlungsempfehlungen getrennt nach funktionalen und städtebaulichen Aspekten zusammenfassend aufgeführt:

Empfehlungen - funktional

- Stärkung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort
- Umbau Zentrum nutzen, um einen Teil des rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial zu realisieren
- Magnetbetriebe ansiedeln - möglichst große zusammenhängende Verkaufsflächen im Erdgeschoss schaffen
- Ausbau Angebotsvielfalt - nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente
- Funktionsvielfalt:
 - Ergänzung durch Gastronomie und sonstige Dienstleister
 - Wohnen weiterhin stärken/ attraktive Wohnungen

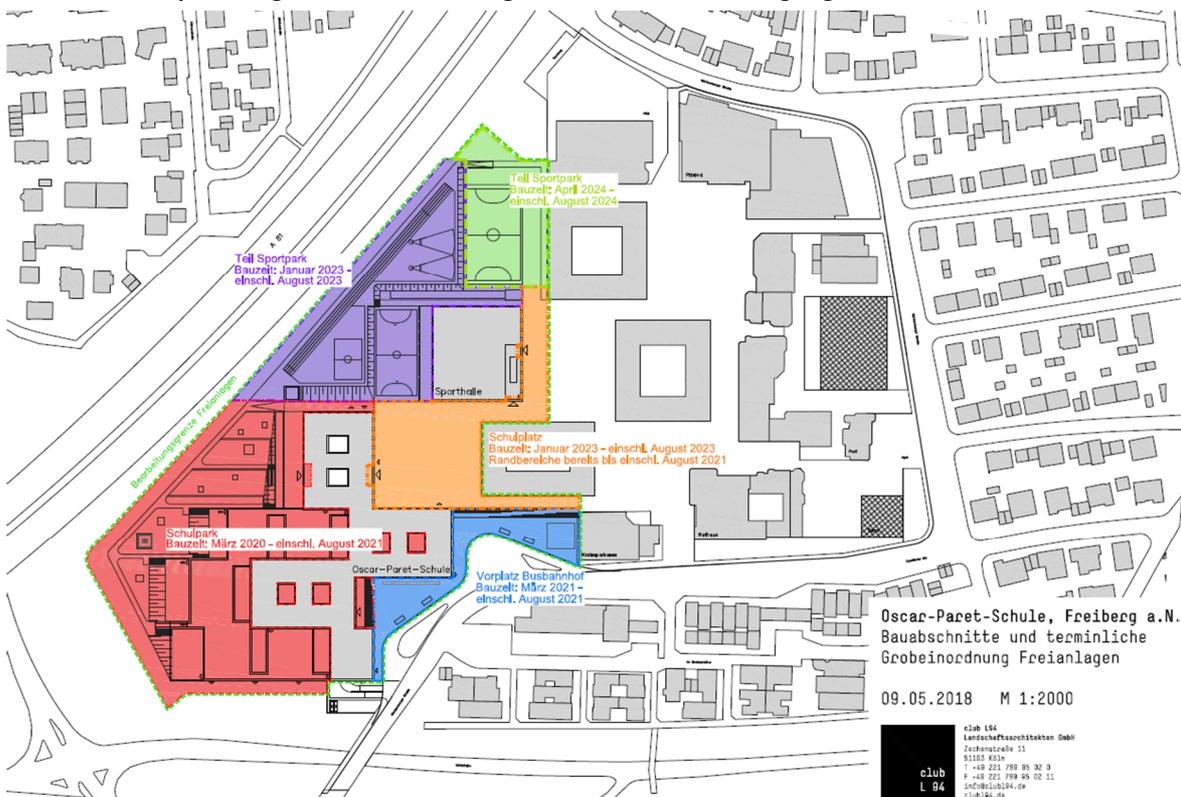
- Erhaltung/ Stärkung öffentliche Nutzungen
- Ansiedlung medizinische Angebote, ggf. Ärztehaus

Empfehlungen - städtebaulich

- Modernisierung und Aufwertung öffentlicher Raum
- Platzbereich mit hoher Nutzungsdichte und Aufenthaltsqualität
- identitätsstiftende Architektur
- rückwärtige Bereiche/ Hinterhofbereiche/ unattraktive Zugänge beseitigen
- Vernetzung Innenstadt mit übrigen Stadtgebiet - attraktives Rad- und Fußwegnetz
- Barrierefreiheit schaffen, z.B. Zugang zum Rathaus, Zugang zur Unterführung Richtung Bahnhof

Für die Innenstadt bestehen bereits konkrete Planungen, insbesondere für die Entwicklung des Schulbereiches im Süden, des Sportparks und des Bahnhofvorplatzes (siehe Karte 9).

Karte 9: Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



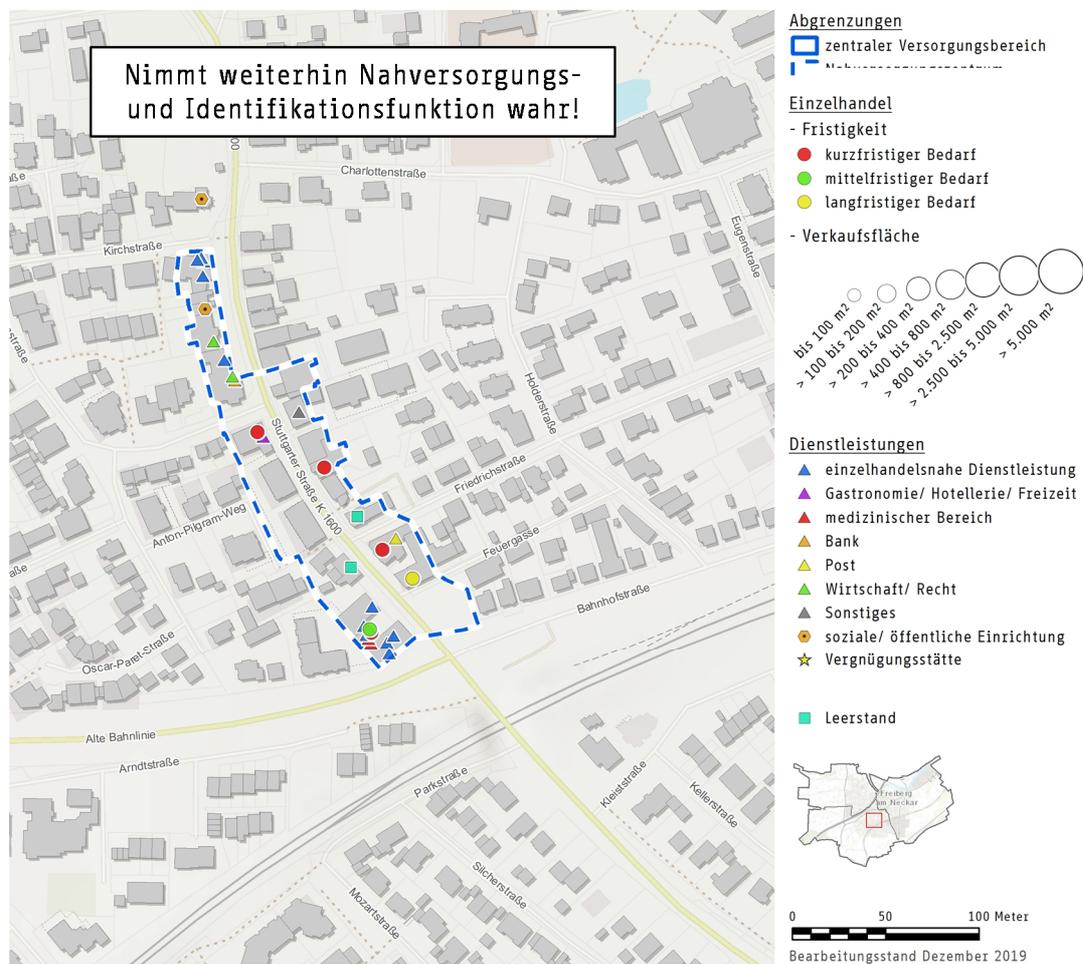
Quelle: club L94 Landschaftsarchitekten GmbH; Stadt Freiberg a.N.



8.3.2 Nahversorgungsbereich Heutingsheim (perspektivisch)

Die städtebauliche Analyse (vgl. Kap. 4.3) hat ergeben, dass der Bereich Heutingsheim sowohl funktional als auch städtebaulich nicht die Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich erfüllt und daher zukünftig nicht mehr als ein solcher bezeichnet werden kann. Daher erfolgt zukünftig auch keine parzellenscharfe Abgrenzung für diesen Bereich.

Karte 10: Perspektivische Abgrenzung und Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungsbereiches Heutingsheim



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019. Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Dennoch gilt es, die vorhandenen Versorgungs- und Identifikationsfunktion des Bereiches für die umliegende Wohnbebauung und den Stadtteil Heutingsheim zu erhalten. Insbesondere für die Nahversorgung nimmt der Bereich eine wichtige Versor-



gungsfunktion ein. Daher sollten die vorhandenen Angebote unbedingt erhalten bleiben.

Hinsichtlich bestehender Leerstände sollte jedoch die Möglichkeit geprüft werden, ob diese in Wohnnutzungen umgewandelt werden können. Zudem wäre es wünschenswert, wenn innerhalb des Bereiches Querungsmöglichkeiten für die Stuttgarter Straße gestaltet werden würden, da das hohe Verkehrsaufkommen auf diese eine erhebliche Trennwirkung darstellt welche durch z.B. Zebrastreifen, Verkehrsinseln oder Ampeln abgemildert werden können.

8.3.3 Nahversorgungsbereich Beihinger Platz (perspektivisch)

Bereits im Gutachten zum Einzelhandelskonzept 2011 wurde eine Weiterentwicklung des Bereiches Beihinger Platz angestrebt; Zu diesem Zeitpunkt noch mit der Zielsetzung, ein Nahversorgungszentrum zu entwickeln. In den vergangenen Jahren hat eine entsprechende Entwicklung jedoch nicht stattgefunden. Vielmehr hat mit der Schließung eines Lebensmittelbetriebes die Versorgungsfunktion des Bereiches deutlich abgenommen.

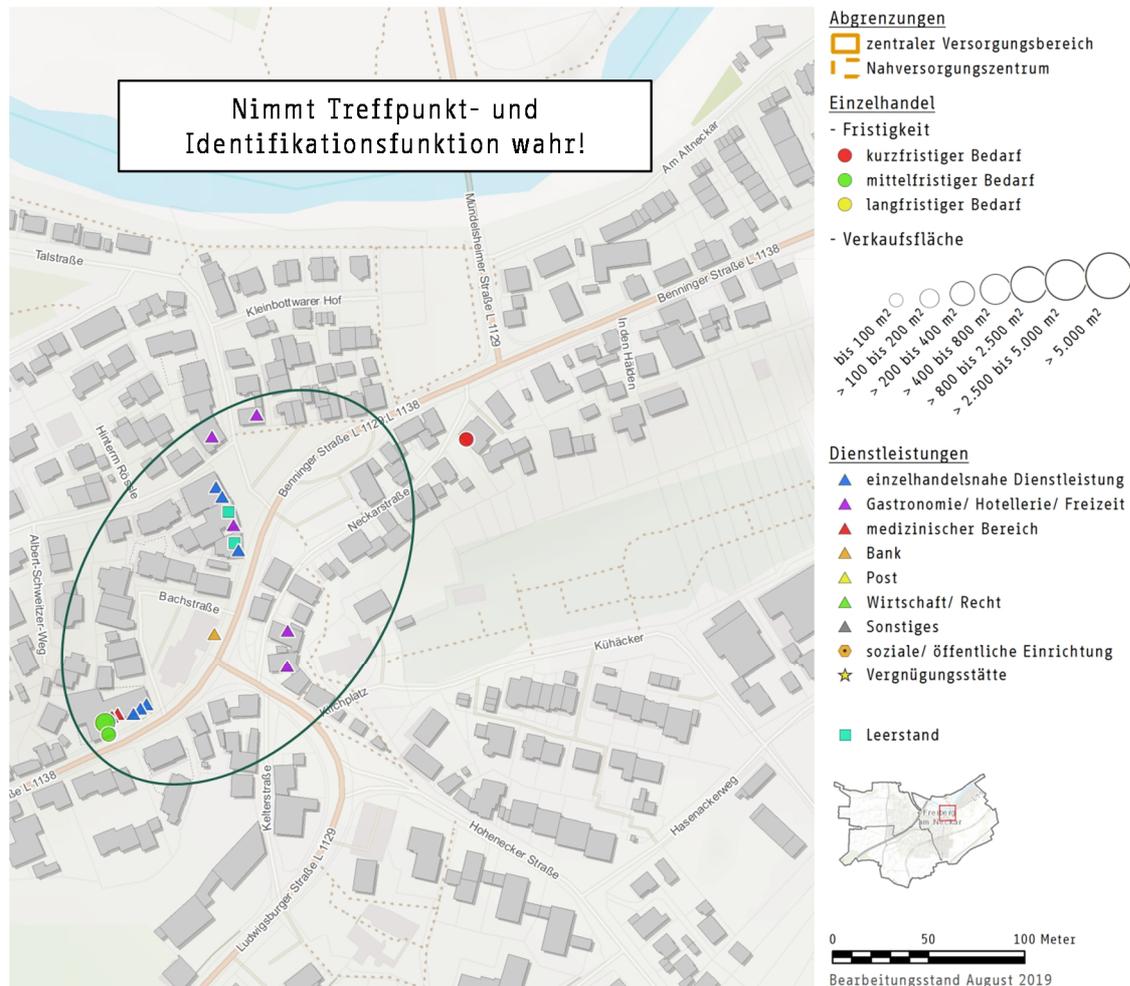
Die Entwicklung zu einem zentralen Versorgungsbereich entsprechend den in Kap. 4.1 genannten Kriterien scheint perspektivisch unwahrscheinlich. Dazu wäre neben der Ansiedlung entsprechender Einzelhandelsangebote auch eine städtebauliche Gestaltung eines Zentrums notwendig. Dennoch sollte insbesondere vor dem Hintergrund der Verbesserung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Beihingen (vgl. dazu auch Kap. 5.3 und 8.3.4) die Ansiedlung eines (standortgerecht dimensionierten) Lebensmittelbetriebes und weiterer nahversorgungsrelevanter Angebote angestrebt werden, sofern entsprechende Flächenpotenziale zur Verfügung stehen bzw. realisiert werden können.

Das vorhandene Einzelhandelsangebot sollte zudem erhalten bleiben.



Außerdem besteht eine hohe Verkehrsbelastung auf der Benninger Straße, welche eine Trennwirkung für den Bereich darstellt. Diese kann durch gestaltete Querungshilfen (z.B. Zebrastreifen, Fußgängerampel) abgemildert werden.

Karte 11: Perspektivische Abgrenzung und Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungsbereiches Beihinger Platz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019. Kartengrundlage: Stadt Freiberg a.N.; Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

8.3.4 Vorschläge zur Nahversorgung

Wie in Kap. 5.3 bereits erläutert, besteht in Freiberg a.N. sowohl quantitativ als auch räumlich betrachtet eine eher unterdurchschnittliche Nahversorgungssituation. Per Saldo fließt rd. ein Drittel der sortimentsbezogenen Kaufkraft ab; mehr als die Hälfte der Bevölkerung wohnt in einer Entfernung von mehr als 10 Minuten Fußweg



zum nächstgelegenen Lebensmittelbetrieb⁵⁴. Es bestehen demzufolge auch einige größere Nahversorgungslücken, insbesondere in Beihingen sowie auch in Heutingsheim und in Geisingen.

Eine flächendeckende Nahversorgung ist vor dem Hintergrund der aktuellen Verteilung im Bestand nicht möglich. Hinzu kommen niedrige Einwohnerpotenziale in den nicht versorgten (Teil-)Bereichen in Heutingsheim und Geisingen mit jeweils deutlich weniger als 3.000 Einwohnern; lediglich Beihingen verfügt über ein ausreichendes Potenzial an Einwohnern für die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes.

Weiterhin besteht auch ein Mangel an geeigneten Potenzialflächen an den richtigen (städtebaulich integrierten) Standorten.

Im Fokus zukünftiger Entwicklungen sollten daher der Erhalt und die Stärkung der Nahversorgungssituation stehen. Eine Neuansiedlung von Nahversorgungsangeboten sollte für den Bereich Beihingen (Nahversorgungsbereich Beihinger Platz) angestrebt werden. Erweiterungen im Bestand infolge von Modernisierungsmaßnahmen etc. sind auch vor dem Hintergrund der langfristigen Erhaltung des vorhandenen Angebotes wünschenswert, jedoch primär in der Innenstadt bzw. sonstigen integrierten Standorten.

Darüber hinaus sollte eine Prüfung möglicher Neuansiedlungen von Nahversorgungsangeboten auch die Entwicklung alternativer Nahversorgungskonzepte, wie z.B. kleinflächige Lebensmittelbetriebe, Direktvermarkter/ Hofläden, Liefer-/ Bringservices, Verkaufswagen sowie Bäcker/ Metzger mit Lebensmittelangebot, umfassen.

Zudem sollte zur besseren Erreichbarkeit der bestehenden Nahversorgungsangebote das Rad- und Fußwegenetz ausgebaut werden.

8.3.5 Gewerbegebiete

Für den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel sollte in der Stadt Freiberg a.N. kein weiterer Standort ermöglicht werden. Bei den bestehenden zen-

⁵⁴ Bei Berücksichtigung von Lebensmittelbetrieben, die eine Verkaufsfläche von 200 m² oder größer aufweisen.



trenrelevanten Einzelhandelsbetrieben sollten sich Erweiterungen nur im Rahmen der Bestandssicherung bewegen. Für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bestehen aktuell in der Stadt nahezu keine Standorte. Eine Ansiedlung entsprechender Angebote sollte im Rahmen der Prognose genau geprüft werden und nur an solchen Standorten ermöglicht werden, die ohnehin bereits durch Einzelhandel geprägt sind. Eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente muss dabei unbedingt erfolgen (vgl. Kap. 8.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche in den Gewerbegebieten geachtet werden.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist.

8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Als Grundlagen für die Überprüfung des Konzeptes zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dient

- die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4),
- die Aktualisierung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1),
- die Anpassung der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. 8.2),
- die räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 8.3) und
- die Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 7.2).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

8.4.1 Öffentliche Information

Damit das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft die Bauleitplanung insgesamt und speziell die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information/ Beteiligung bzw. Offenlegung in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich. Empfohlen wird auch eine Einbindung der Träger öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 BauGB.



Dafür sollte eine Auslegung des aus dem vorliegenden Gutachten abgeleiteten *Entwurfs der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes* (vgl. Kap.2.2) sowie des Gutachtens selbst (als Begründung) erfolgen (z.B. Homepage der Stadt, Papierexemplar im Rathaus). Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

Das *endgültige fortgeschriebene Einzelhandelskonzept* kann dann vom Gemeinderat beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise, die weitgehend der 2011 vorgeschlagenen entspricht.

8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste

Die bestehende Sortimentsliste wurde im Rahmen des Fortschreibungsgutachtens überprüft und teilweise angepasst. Die in Kap. 8.1.3 dargestellte örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.

Der Gemeinderat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderte - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem aktuellen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert bestätigt.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Freiberg a.N., welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden soll. Das aktualisierte Konzept muss auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Diese aktualisierte Sortimentsliste muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.



8.4.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche überprüft, diese entsprechen dem zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB und sind seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen⁵⁵.

Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. Vorschläge für gewerblich geprägte Standorte unten).

Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sowie evtl. vorgesehene Komplett-ausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Gemeinderat zu beschließen.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden: Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, sodass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.2) beziehen sich im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. §§ 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

⁵⁵ BVerwG: Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07.

1. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
2. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen (Lkw, Pkw, Motorräder), Kraftfahrzeugzubehör sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
3. **Festsetzungstyp** *Gemäß §§ 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente⁵⁶ bis maximal 10% der Verkaufsfläche zulässig.*

Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m², der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
4. **Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerkes der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m² zulässig (Handwerkerprivileg)⁵⁷. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).*
5. **Festsetzungstyp** *Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.*

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

⁵⁶ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

⁵⁷ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m²-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden häufig die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Gemeinderates wird das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen

Damit nicht "versehentliche" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt Freiberg a.N. durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, §§ 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Solche Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfes stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch



weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Bezug nehmen.

8.5 ZUSAMMENFASSENDER BEWERTUNG

Mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept kann die Stadt Freiberg am Neckar auch weiterhin planerisch und politisch den Rahmen für eine positive Entwicklung des Einzelhandels und des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie der Nahversorgungsbereiche setzen.

Im vorliegenden Gutachten wurden u.a. die Grundlagen für die Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches und ein Vorschlag für eine Sortimentsliste erstellt. Grundvoraussetzung für eine rechtssichere Planung ist die Klärung der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse und Gegebenheiten, die sich auf eine Verkaufsflächenerhebung und eine städtebaulich-funktionale Bestandsaufnahme in der Stadt Freiberg a.N. stützt.

Mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der ortsspezifischen Sortimentsliste kann in der Stadt flächendeckend jede Anfrage zur Ansiedlung von zumindest zentrenrelevantem Einzelhandel unmittelbar bewertet werden: Es ist direkt feststellbar, an welchen Standorten zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft zulässig und an welchen Standorten er unzulässig sein wird. Jede Standortbewertung - zumindest im Hinblick auf zentrenrelevante Angebote - stellt nichts anderes dar als eine Anwendung der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.

Neben der Stadt Freiberg a.N., die durch das (fortgeschriebene) Einzelhandelskonzept den Rahmen für eine positive Entwicklung vorgeben kann, sind für die tatsächliche positive Entwicklung auch weiterführende verkehrliche und städtebauliche



Maßnahmen für die Sicherung bzw. Stärkung der Zentralität und Identität der Innenstadt bzw. der Stadt Freiberg a.N. notwendig. Auch weitere Akteure, insbesondere Einzelhändler, Gastronomen und Immobilieneigentümer sind für eine positive Entwicklung der Innenstadt mit verantwortlich.

Auch wenn eine große Zahl an Akteuren im öffentlichen wie privaten Sektor im Zusammenwirken einen attraktiven Einzelhandelsstandort entstehen lässt, darf nicht übersehen werden, dass ein **Kernelement** für die Attraktivitätssteigerung des Zentrums das **Einzelhandelskonzept** ist. Ohne ein solches Konzept, an das sich zunächst vor allem die Politik halten muss, sind solche (ergänzenden) Maßnahmen, wie sie im Gutachten von 2011 vorgeschlagen wurden, kaum für eine nachhaltige Qualitätssteigerung ausreichend; das Fehlen eines solchen Konzeptes führt dazu, dass öffentliche und private Investitionen entwertet werden.

Die Wirkungen eines umgesetzten Einzelhandelskonzeptes sind teilweise erst nach Jahren zu erkennen: Die Schaffung von Vertrauen, dass sich die Stadt Freiberg a.N. an das Einzelhandelskonzept halten wird, erfordert aber kontinuierliche Verlässlichkeit unabhängig von zeitnahen Erfolgsmeldungen.

Aus diesem Grund ist es wichtig, dass sich der Gemeinderat konsequent an dieses Konzept hält, wenn er es beschließt. Dies schließt auch ein Überprüfungserfordernis der Wirkungen des Konzeptes nach erfahrungsgemäß rd. fünf Jahren ein.



GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%) (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Freiberg a.N.) bezeichnet.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachdiscounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfes in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt, oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen in der Innenstadt gewählt. Die Verkaufsverfahren sind



Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Innenstadt/ zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Innenstadt/ des zentralen Versorgungsbereiches.

Als **Innenstadt/ Ortszentrum** ist das Gebiet einer Gemeinde zu verstehen, in dem sich die bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung der begrenzten Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentliches Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt/ des Ortszentrums heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Gemeinde.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt (s.a. Nachfrage).

Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten



der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die IFH Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z): $U = KK - A + Z$.

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete: $V = KK - A$.

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb: $U = V + Z$.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt (siehe auch Kaufkraft).

Verbleibquote (s. Kaufkraftverbleib)

Zentraler Versorgungsbereich (s. Innenstadt / Ortszentrum).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereiches umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereiches, aber angrenzend an diesen, zu finden sind.

In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.



Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen⁵⁸.

⁵⁸ Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Freiberg a.N.: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet)

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ² ¹⁾	Anteil
bis 50 m ²	17	33%	475	5%
51 bis 100 m ²	18	35%	1.450	14%
101 bis 200 m ²	6	12%	825	8%
201 bis 800 m ²	6	12%	2.625	25%
Ab 801 m ²	4	8%	5.075	48%
Gesamt	51	100%	10.475	100%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; eigene Berechnungen

Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Freiberg a.N.: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet)

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ² ¹⁾	Anteil
bis 50 m ²	5	29%	150	5%
51 bis 100 m ²	6	35%	450	16%
101 bis 200 m ²	3	18%	400	14%
ab 201 m ²	3	18%	1850	65%
Gesamt	17	100%	2.875	100%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

aus Datenschutzgründen werden die Betriebe über 201 m² nicht differenziert ausgewiesen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; eigene Berechnungen



Tab. A - 3: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (auf 25 m² gerundet), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	"unechte" Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	1.300	6,8	43,5	16%
sonstiger kurzfristiger Bedarf	675	6,2	20,0	31%
kurzfristiger Bedarf	1.975	13,0	63,5	20%
Bekleidung und Zubehör; Spielwaren/ Hobby; Bücher	525	1,7	14,5	11%
Schuhe/ Lederwaren; Sport/ Freizeit	0	0,0	5,7	0%
GPK, Geschenke, Hausrat; Haus-/ Heimtextilien	75	0,2	2,7	6%
mittelfristiger Bedarf	600	1,8	23,0	8%
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik	250	1,3	3,2	41%
Teppiche/ Bodenbeläge; Bau/ Garten; Möbel	0	0,0	17,7	0%
Medien; Elektro/ Leuchten; Sonstiges	50	0,2	18,4	1%
langfristiger Bedarf	300	1,4	39,2	4%
Summe	2.875	16,3	125,7	13%

; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen
aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln; eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Einzelhandelsangebot in der Stadt Freiberg a.N. nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet

Sortimente	ZVB Innen- stadt	sonstige integriert	nicht inte- griert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel; Lebensmittelhandwerk	1.300	175	3.900	5.375
Sonstiger kurzfristiger Bedarf	675	125	400	1.200
kurzfristiger Bedarf	1.975	300	4.300	6.575
Bekleidung und Zubehör; Spielwaren/ Hobby; Bücher	525	325	1.250	2.100
Schuhe/ Lederwaren; Sport/ Freizeit	0	375	125	500
GPK, Geschenke, Hausrat; Haus-/ Heimtextilien	75	25	200	300
mittelfristiger Bedarf	600	725	1.575	2.900
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik	250	0	0	250
Teppiche/ Bodenbeläge; Bau/ Garten; Möbel;	0	0	275	275
Medien; Elektro/ Leuchten Sonstiges	50	175	250	500
langfristiger Bedarf	300	175	525	1.000
Summe	2.875	1.200	6.400	10.475

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019; eigene Berechnungen



Tab. A - 5: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2025 und 2030 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		38,5	40,9	39	43
Drogerie/ Parfümerie		5,4	5,8	5	6
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		1,5	1,6	1	2
Blumen/ Zoo		2,0	2,1	2	2
kurzfristiger Bedarf		47,4	50,3	47	53
Bekleidung und Zubehör		10,5	11,2	11	12
Schuhe/ Lederwaren		2,9	3,0	3	3
Sport/ Freizeit		3,0	3,2	3	3
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstr.		2,7	2,9	3	3
Bücher		1,8	1,9	2	2
GPK/ Geschenke/ Hausrat		1,3	1,4	1	1
Haus-/ Heimtextilien		1,4	1,5	1	2
mittelfristiger Bedarf		23,6	25,0	24	27
Uhren/ Schmuck		1,5	1,5	1	2
Foto/ Optik und Zubehör		1,8	1,9	2	2
Medien		6,6	7,0	7	7
Elektro/ Leuchten		3,4	3,6	3	4
Teppiche/ Bodenbeläge		0,7	0,7	1	1
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		10,7	11,4	11	12
Möbel		7,0	7,4	7	8
Sonstiges		8,7	9,2	9	10
langfristiger Bedarf		40,2	42,7	40	45
Summe		111,2	118,0	111	125

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln; BBE; eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		450	1.825	775	3.450
Drogerie/ Parfümerie		275	525	475	975
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		25	75	25	150
Blumen/ Zoo		225	600	400	1.125
kurzfristiger Bedarf		975	3.025	1.675	5.700
Bekleidung und Zubehör		400	775	700	1.475
Schuhe/ Lederwaren		200	325	375	625
Sport/ Freizeit		150	175	250	300
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstr.		75	150	75	225
Bücher		50	75	75	175
GPK/ Geschenke/ Hausrat		125	150	225	275
Haus-/ Heimtextilien		125	200	250	400
mittelfristiger Bedarf		1.125	1.850	1.950	3.475
Uhren/ Schmuck		50	75	75	150
Foto/ Optik		0	25	0	25
Medien		225	375	425	700
Elektro/ Leuchten		150	300	275	550
Teppiche/ Bodenbeläge		100	150	175	300
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		1.175	1.950	2.150	3.725
Möbel		700	1.125	1.300	2.175
Sonstiges		125	125	200	250
langfristiger Bedarf		2.525	4.125	4.600	7.875
Summe		4.625	9.000	8.225	17.050

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose
- Angaben auf 25 m² gerundet**

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		75	325	75	575
Drogerie/ Parfümerie		25	50	25	75
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		0	25	0	25
Blumen/ Zoo		0	25	0	25
kurzfristiger Bedarf		100	425	100	700
Bekleidung und Zubehör		25	50	25	50
Schuhe/ Lederwaren		0	0	0	0
Sport/ Freizeit		25	25	25	50
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstr.		75	150	75	225
Bücher		0	0	0	0
GPK/ Geschenke/ Hausrat		0	25	0	25
Haus-/ Heimtextilien		0	0	0	0
mittelfristiger Bedarf		125	250	125	350
Uhren/ Schmuck		0	0	0	0
Foto/ Optik		0	25	0	25
Medien		0	0	0	0
Elektro/ Leuchten		0	25	0	25
Teppiche/ Bodenbeläge		0	0	0	0
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		0	25	0	25
Möbel		0	0	0	0
Sonstiges		0	25	0	25
langfristiger Bedarf		0	100	0	100
Summe		225	775	225	1.150

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 8: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Auswahl/ Angebot Einzelhandel

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Auswahl/ Angebot insgesamt	4	8	12
Auswahl/ Angebot im Bereich Marktplatz	3	4	7
einzelne Sortimente (v.a. Schuhe, Bekleidung) fehlen	0	7	7
Sonstiges	5	6	11
Gesamt	12	25	37

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Tab. A - 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Parkplätze

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Anzahl im Bereich Marktplatz	0	10	10
Anzahl insgesamt	1	6	7
Anzahl im NVB Heutingsheim	1	3	4
durch Mitarbeiter und Lehrer belegt	0	3	3
zu schnell Strafzettel	0	4	4
Sonstiges	1	4	5
Gesamt	3	30	33

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Tab. A - 10: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Erreichbarkeit/ Frequenz

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Frequenz allgemein	4	1	5
Auswirkungen durch Baustellen	0	3	3
Sonstiges	4	5	9
Gesamt	8	9	17

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Tab. A - 11: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Sauberkeit	0	3	3
Gestaltung Gebäude/ Architektur Markplatz	1	3	4
Gestaltung öffentlicher Raum Marktplatz	0	3	3
Aufenthaltsqualität Marktplatz allgemein	0	3	3
Gesamt	1	13	16

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019



Tab. A - 12: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Zusammenarbeit Stadt-EH/EH-EH

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Zusammenarbeit Stadt-EH	4	6	10
Zusammenarbeit Händler	3	2	5
Gesamt	7	8	15

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Tab. A - 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Kundenverhalten

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Sonstiges	4	1	5
Gesamt	4	1	5

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Tab. A - 14: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Auswahl/Angebot Dienstleistungen

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Sonstiges	2	2	4
Gesamt	2	2	4

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019

Tab. A - 15: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Freiberg a.N. aus Händlersicht - Sonstiges

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Entwicklung Marktplatz	1	2	3
Sonstiges	6	5	11
Gesamt	8	8	14

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Juni/ Juli 2019