

# Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die Große Kreisstadt Sebnitz  
(Neuaufstellung 2017)

---

für die  
**Große Kreisstadt Sebnitz**  
Der Oberbürgermeister  
Kirchstraße 5  
01855 Sebnitz

**Ihre Ansprechpartner**

Dr. Ulrich Kollatz  
Ute Menrath

**BBE Handelsberatung GmbH**

Uferstraße 21  
04105 Leipzig  
Deutschland

Tel +49 341 98386-73  
Fax +49 341 98386-80  
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 6. November 2017

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Sebnitz.....</b>	<b>4</b>
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung.....	4
2.2. Siedlungsstruktur innerhalb des Stadtgebietes .....	6
2.3. Einzelhandelsrelevanter Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet.....	7
<b>3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030 .....</b>	<b>9</b>
3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung .....	9
3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017 .....	11
3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030 .....	14
3.4. Das Einkaufsverhalten der in Sebnitz und Umgebung ansässigen Bevölkerung .....	16
3.5. Touristische Potenziale der Stadt Sebnitz .....	26
<b>4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Sebnitz.....</b>	<b>28</b>
4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung .....	28
4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Sebnitz .....	28
4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Sebnitz.....	33
4.4. Unternehmerbefragung zur wirtschaftlichen Situation und zum Einzelhandelsstandort Sebnitz .....	37
<b>5. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Sebnitz .....</b>	<b>43</b>
5.1. Räumliche Entwicklungsperspektiven als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort .....	43
5.2. Branchenmix und Angebotskonzepte der Sebnitzer Innenstadt .....	44
5.3. Innenstadtentwicklung im digitalen Spannungsfeld – Thesen zur Wechselwirkung stationärer Einzelhandel vs. E-Commerce .....	51
<b>6. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren-     und Standortkonzept.....</b>	<b>54</b>
6.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Sebnitz .....	54
6.2. Standortkonzept für die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung .....	57
<b>7. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Sebnitz .....</b>	<b>59</b>
7.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Sebnitz .....	59
7.2. Leitziele einer abgestimmten Zentren- und Standortentwicklung.....	60
7.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems Sebnitz .....	62
7.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Sebnitz .....	67

7.4.1. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz .....	67
7.4.2. Integrierte Nahversorgungslagen .....	70
7.4.3. Einbindung und Entwicklung eines Ergänzungsstandortes .....	72
<b>8. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Sebnitz.....</b>	<b>74</b>
8.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente .....	74
8.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Sortimentsliste Sebnitz“ .....	76
8.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Sebnitz.....	81
<b>9. Verzeichnis der Anlagen .....</b>	<b>85</b>

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Sebnitz im regionalen Vergleich .....	11
Abbildung 2:	Soziodemographische Strukturen der Befragung .....	16
Abbildung 3:	Generell bevorzugter Einkaufsort .....	17
Abbildung 4:	Generell bevorzugter Einkaufsort .....	18
Abbildung 5:	Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich .....	19
Abbildung 6:	Einkaufsorientierung in der Warengruppe Bekleidung und Schuhe / Lederwaren .....	20
Abbildung 7:	Einkaufsorientierung in den Warengruppen Sportartikel / Fahrräder und Spielwaren .....	21
Abbildung 8:	Einkaufsorientierung im sonstigen Einzelhandel .....	22
Abbildung 9:	Zufriedenheit mit Einkaufsatmosphäre und Angebot & Auswahl des Einzelhandels .....	23
Abbildung 10:	Vorschläge für zusätzliche Angebote und Verbesserungsvorschläge .....	24
Abbildung 11:	Weiterempfehlung der Sebnitzer Innenstadt als Einzelhandelsstandort .....	25
Abbildung 12:	Touristisches Nachfragepotenzial der Übernachtungsgäste in Sebnitz .....	27
Abbildung 13:	Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Sebnitzer Einzelhandelsstandorten .....	29
Abbildung 14:	Unternehmenssituation .....	37
Abbildung 15:	Bedeutung des Tourismus für die Gewerbetreibenden .....	38
Abbildung 16:	Investitionen in das Unternehmen .....	39
Abbildung 17:	Bewertung der Einkaufsstadt Sebnitz .....	40
Abbildung 18:	Weiterempfehlung der Stadt Sebnitz als Einzelhandelsstandort .....	41
Abbildung 19:	Wünsche und Erwartungen .....	41
Abbildung 20:	Trends der Handelsentwicklung und Konsequenzen für die Sebnitzer Innenstadt .....	45
Abbildung 21:	Handlungsfelder zur Entwicklung einer multifunktionalen Innenstadt .....	46
Abbildung 22:	Kriterien für zeitgemäße Angebotskonzepte im Einzelhandel .....	47
Abbildung 23:	Ansprüche und Erwartungen an Innenstadt und Einzelhandelsangebot .....	49
Abbildung 24:	Verkehrerschließung Markt .....	50
Abbildung 25:	Begriff der qualifizierten Grundversorgung .....	54
Abbildung 26:	Zentren- und Standortkonzept der Großen Kreisstadt Sebnitz .....	64
Abbildung 27:	Ansichten zu den innerstädtischen Einzelhandelslagen .....	68
Abbildung 28:	Abgrenzung Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal .....	72
Abbildung 29:	Ansichten zum Einkaufspark Sebnitztal .....	73

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung von Sebnitz .....	4
Karte 2:	Grundzentrum Sebnitz mit Verflechtungsbereich gemäß Regionalplan 2009 .....	5
Karte 3:	Ortsteile in der Stadt Sebnitz .....	6
Karte 4:	Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet des Sebnitzer Einzelhandels .....	7
Karte 5:	Standortstruktur zur Nahversorgung im Stadtgebiet Sebnitz 2017 .....	57
Karte 6:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Sebnitz.....	65
Karte 7:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Sebnitz .....	67

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohner im Verflechtungsbereich des Grundzentrums Sebnitz (Stand 31.12.2016) .....	9
Tabelle 2:	Einwohnerentwicklung in der Stadt Sebnitz und im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge.....	10
Tabelle 3:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Sebnitz 2017.....	12
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Verflechtungsbereich Sebnitz 2017 .....	13
Tabelle 5:	Nachfrageentwicklung in der Stadt Sebnitz bis 2030 .....	15
Tabelle 6:	Touristische Kennzahlen der Stadt Sebnitz und dem Reisegebiet Sächsische Schweiz.....	26
Tabelle 7:	Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Sebnitzer Einzelhandels .....	30
Tabelle 8:	Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Sebnitzer Einzelhandels .....	31
Tabelle 9:	Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Sebnitz 2017 .....	34
Tabelle 10:	Kaufkraftbindung des Sebnitzer Einzelhandels im Verflechtungsbereich 2017 .....	35
Tabelle 11:	Aktuelle Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Sebnitz.....	55

## 1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die Große Kreisstadt Sebnitz beauftragte die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig, mit der Neuaufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Die schriftliche Beauftragung erfolgte per Schreiben vom 06.12.2016.

Als Vorläufer des neu aufzustellenden Einzelhandelskonzeptes verfügt die Stadt Sebnitz über eine „Markt- und Strukturuntersuchung zur Erhaltung und Förderung der Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Sebnitz unter Einbeziehung ausgewählter mittelständischer Handwerksbetriebe“, erarbeitet von der BBE Handelsberatung in Leipzig–Erfurt GmbH im Jahr 2001. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches 2007 sind jedoch neue Herausforderungen an Einzelhandels- und Zentrenkonzepte erwachsen, die immanenter Bestandteil des vorliegenden Konzeptes sind. Ebenso maßgeblich für die Aufgabenstellung ist die Eingemeindung der Gemeinde Kirnitzschtal in die Stadt Sebnitz zum 01. Oktober 2012.

Der Gesetzgeber hat den Kommunen mit der Novellierung ein Instrumentarium an die Hand gegeben, das die kommunale Steuerung des Einzelhandels vereinfachen aber auch eine rechtssichere Bauleitplanung ermöglichen soll. Die Einzelhandelsentwicklung bewegt sich dabei im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen. Die Notwendigkeit eines konzeptionellen Handlungsrahmens für kommunale Entscheidungsträger und Investoren resultiert aus der Dynamik eines forcierten Standortwettbewerbs. Aber auch Veränderungen im Nachfrageverhalten und der Nachfragestruktur erfordern einen Handlungsleitfaden für die Entwicklung einer zukunftsfähigen Einzelhandelsstruktur. Letztere sollte mit den städtebaulichen Zielvorstellungen von Sebnitz korrespondieren, um eine nachhaltige städtebauliche Qualität und Versorgung für die Bevölkerung zu gewährleisten.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept greift die aktuellen, virulenten Fragen der Nachfrage- und Angebotsentwicklung in Sebnitz auf. Unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Angebotsstrukturen und Entwicklungspotenziale werden für die fortführende Bewertung auch diejenigen Sortimente bestimmt und ausgewiesen, die für die Funktionsfähigkeit des Sebnitzer Zentrums von besonderer Bedeutung sind („Sortimentsliste Sebnitz“ zentrenrelevanter Sortimente). Anhand der Liste können auch perspektivisch Einzelhandelsansiedlungen gezielt beurteilt werden.

Darüber hinaus ist im Jahr 2013 der neue Landesentwicklungsplan für den Freistaat Sachsen in Kraft getreten. Die Grundsätze und Ziele des LEP 2013 sind in die weitere Einzelhandelsstandortentwicklung der Kommunen zu überführen.

Um den vorgenannten Anforderungen gerecht zu werden, ist eine komplexe städtische Gesamtbetrachtung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Sebnitz unerlässlich.

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

- Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Sebnitz mit Konkretisierung des Einzugsgebietes für den Einzelhandel
- Strukturen der Nachfrage- und Angebotssituation
- aktuelle Kaufkraftbindung und Entwicklungsperspektiven maßgeblicher Einzelhandelsbranchen
- Perspektiven der Innenstadt von Sebnitz innerhalb eines gesamtstädtischen Zentren- und Standortsystems
- Steuerung einer flächendeckenden Nahversorgung unter Berücksichtigung der Einwohnerentwicklung
- Aufstellung der hierarchischen Zentrenstruktur mit räumlicher und funktionaler Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche
- Definition der „Sortimentsliste Sebnitz“

- Handlungsleitfaden zur Umsetzung der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es, eine fachlich determinierte Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Sebnitz zu erarbeiten, welcher aktuelle Planungen und baurechtliche Anforderungen berücksichtigt. Damit entsteht Transparenz sowie Sicherheit für Investoren aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf gerichtet, dass zukunftsfähige, attraktive Einzelhandelsstrukturen gesichert bzw. herausgebildet werden, die ein attraktives Angebot für Einwohner und Besucher und damit die Zentralität für Sebnitz als Grundzentrum sichern.

### **Betriebsstättenerhebung**

Für die Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgte im März 2017 eine aktuelle Aufnahme aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Sebnitz durch die Gutachter. Die Verkaufsflächen der Betriebe wurden nach Warengruppen differenziert erhoben, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

### **Nachfrageanalyse**

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

### **Haushaltsbefragung**

Eine durchgeführte telefonische Befragung von Haushalten des Stadtgebietes und des relevanten Umlandes von Sebnitz unterstützt die Bewertung regionaler Kaufkraftströme. Sie bietet die Möglichkeit, Einkaufsverhalten und Kundenerwartungen im Hinblick auf die Attraktivität des Einzelhandelsangebotes der Stadt Sebnitz in die Bewertung einzubeziehen. Einbezogen wurden Kunden, die regelmäßig (mindestens einmal pro Monat) in Sebnitz einkaufen.

Im März 2017 wurden insgesamt 200 Haushalte nach ihrem Einkaufsverhalten befragt.<sup>1</sup> Davon wurden 100 Haushalte in Sebnitz befragt sowie weitere 100 Haushalte in den Gemeinden Bad Schandau, Rathmannsdorf, Hohnstein und Neustadt in Sachsen.

### **Unternehmerbefragung**

Eine Befragung der Gewerbetreibenden in Sebnitz gibt Aufschlüsse über die Angebotssituation des Sebnitzer Einzelhandels. Der Sebnitzer Gewerbeverein e.V. hat im März 2017 Fragebögen an die Unternehmer in Sebnitz verteilt. Es konnte ein Rücklauf von 30 Fragebögen erzielt werden. Die Ergebnisse zeigen die wirtschaftliche Situation der Gewerbetreibenden auf und veranschaulichen ihre Sicht auf den Einzelhandelsstandort Sebnitz.

---

<sup>1</sup> Die Befragung wurde im Auftrag der BBE Handelsberatung vom Unternehmen Noceanz GmbH aus Würzburg durchgeführt.

**Projektbegleitender Arbeitskreis**

Im Rahmen einer Arbeitskreisberatung mit Vertretern aus Politik, Verwaltung und Gewerbeverein der Stadt Sebnitz am 08.06.2017 wurden die Analyseergebnisse und Empfehlungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Grundlage für die weitere Bearbeitung zur Diskussion gestellt.

**Weitere Grundlagen**

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsplan des Freistaates Sachsen (LEP 2013)
- Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2009
- Markt- und Strukturuntersuchung zur Erhaltung und Förderung der Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Sebnitz unter Einbeziehung ausgewählter mittelständischer Handwerksbetriebe 2001
- Fortschreibung und Aktualisierung des Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes SEKo 2020 (2012)
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Stadt Sebnitz
- Statistische Daten der Stadt Sebnitz, der Stadt Hohnstein und des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen

## 2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Sebnitz

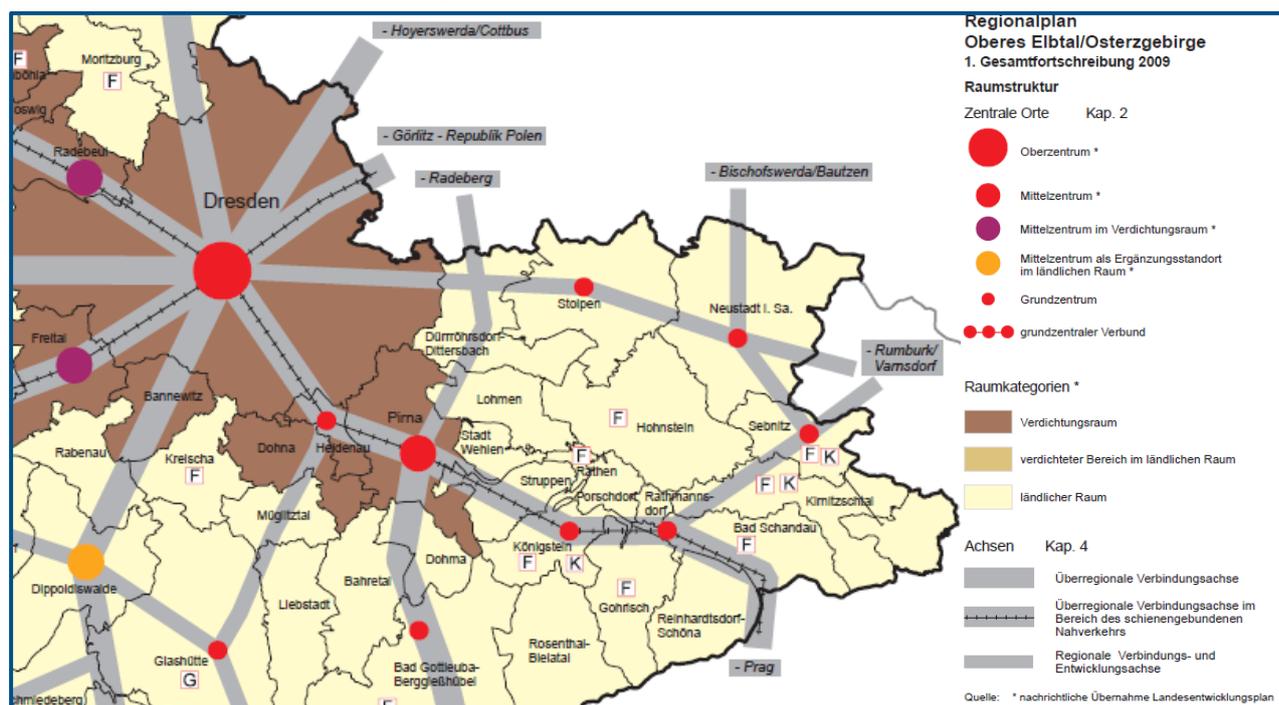
### 2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die Große Kreisstadt Sebnitz liegt im Osten des Freistaates Sachsen im ländlichen Raum der Planungsregion Oberes Elbtal/Osterzgebirge. Das östliche Stadtgebiet von Sebnitz grenzt unmittelbar an das Nachbarland Tschechien. Naturräumlich ist die Stadt Sebnitz nördlich des Nationalparks Sächsische Schweiz gelegen und grenzt an die Oberlausitz. Die besondere Lage im Raum ist auch für die einzelhandelsfunktionalen Verflechtungen bedeutsam.

Am 01. Oktober 2012 wurde die Gemeinde Kirnitzschtal, mit ihren Ortsteilen Altendorf, Mittelndorf, Lichtenhain, Ottendorf und Saupsdorf, in die Stadt Sebnitz eingemeindet. Mit Stand vom 31.12.2016 verfügt Sebnitz über 9.860 Einwohner im Stadtgebiet.<sup>2</sup>

Im Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge wird der Stadt Sebnitz die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen.<sup>3</sup> Gemäß Regionalplan sollten Grundzentren „für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereiches die Voraussetzungen zur Sicherung der Grundversorgung im Gesundheitswesen sowie im Einzelhandel und Dienstleistungsbereich für den allgemeinen Bedarf schaffen bzw. erhalten.“<sup>4</sup>

**Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung von Sebnitz**



Quelle: Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2009, Karte 1 (Ausschnitt), Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Die vorstehende Karte gibt einen Überblick über die Raumstruktur im Umfeld der Stadt Sebnitz. Das Oberzentrum Dresden liegt in etwa 50 km Entfernung in westlicher Richtung. Das nähere Umfeld der Stadt Sebnitz wird durch gleichrangige bzw. übergeordnete zentrale Orte geprägt. Nördlich von Sebnitz sind die Grundzentren Neustadt in Sachsen (7 km Luftlinie) und Stolpen (16 km Luftlinie) gelegen, südwestlich be-

<sup>2</sup> Kommunale Einwohnerdaten der Großen Kreisstadt Sebnitz (Hauptwohnsitz), Stand: 31.12.2016, Stadtverwaltung Sebnitz, Hauptverwaltung.

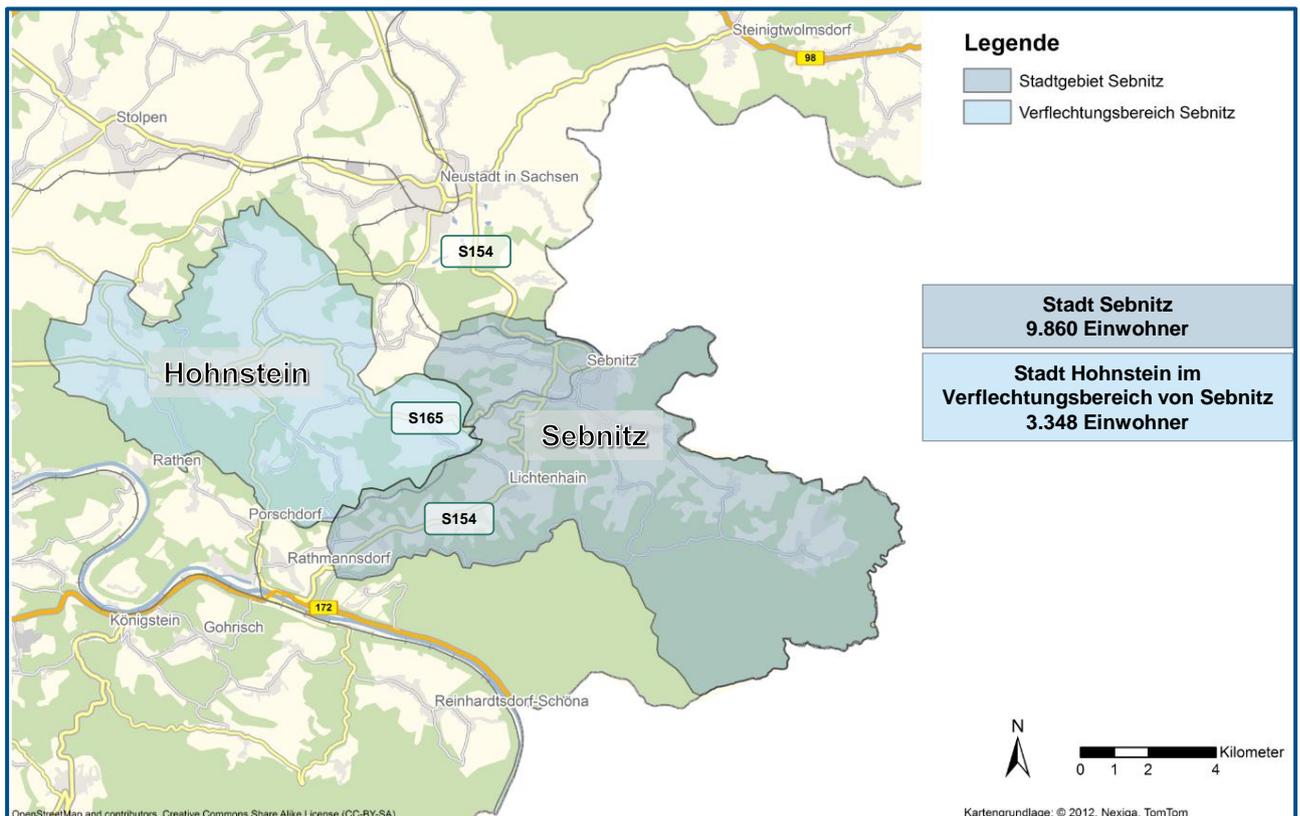
<sup>3</sup> Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge, 1. Gesamtfortschreibung 2009, Z 2.1, S. 18.

<sup>4</sup> vgl. Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2009, Z 2.2

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Große Kreisstadt Sebnitz

finden sich die Grundzentren Rathmansdorf (11 km Luftlinie) und Königstein (15 km Luftlinie). Das Mittelzentrum Pirna liegt in etwa 23 km Luftlinie entfernt.

Aus der zentralörtlichen Bedeutung erwachsen für Sebnitz Versorgungsfunktionen, die sowohl für die eigene Wohnbevölkerung als auch für den zugewiesenen Verflechtungsbereich gelten. Dieser schließt neben der Stadt Sebnitz selber auch die Stadt Hohnstein ein. Gemeinsam verfügen die Kommunen über ein Potenzial von ca. 13.200 Einwohnern.

**Karte 2: Grundzentrum Sebnitz mit Verflechtungsbereich gemäß Regionalplan 2009**


Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind wesentliche Standortfaktoren, die auch die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels prägen. Die verkehrliche Anbindung von Sebnitz an die Region erfolgt über die Bundesstraße 172 (Pirna - Schmilka), die südlich des Stadtgebiets verläuft, sowie über Kreis- und Staatsstraßen (S154 und S165). Der Autobahnanschluss Burkau zur Bundesautobahn A4 (Aachen-Köln-Erfurt-Chemnitz-Dresden-Görlitz) liegt ca. 25 km entfernt, in einer Entfernung von ca. 28 km ist die A17 (Dresdenschweizerische Grenze südwestlich von Sebnitz) an der Anschlussstelle Pirna zu erreichen.

Im Stadtgebiet stellen die Verkehrsachsen Hohnsteiner Straße / Schandauer Straße / Hertigswalde und Schandauer Straße / Dr.-Stedner-Straße wichtige West-Ost-Verbindungen zwischen der Kernstadt und den Ortsteilen dar. In Nord-Süd-Richtung bildet die Staatsstraße 154 die Hauptverkehrsachse. Diese verläuft jedoch westlich des Stadtzentrums, welches somit nicht vom Durchgangsverkehr tangiert wird.

An das regionale Schienennetz ist die Stadt Sebnitz über die Strecken Dresden-Pirna-Neustadt-Sebnitz (S-Bahn S1 und Städtebahn SB 71) sowie Dresden-Pirna-Bad-Schandau-Sebnitz (S1 und Nationalparkbahn U28) angebunden. Der Bahnhof liegt in etwa 400 m Luftlinie Entfernung zum Sebnitzer Marktplatz.

Mehrere Stadtbuslinien ermöglichen eine Erschließung des Stadtgebietes durch den ÖPNV. Der Busbahnhof ist südlich der Innenstadt an der Schillerstraße gelegen. Die Regionalbuslinie 261 führt von Sebnitz über Neustadt in Sachsen und Stolpen bis nach Dresden.

## 2.2. Siedlungsstruktur innerhalb des Stadtgebietes

Standort- und Versorgungsstrukturen des Einzelhandels stehen im Kontext zur Struktur des Stadtraumes. Das Stadtgebiet von Sebnitz gliedert sich in die Kernstadt Sebnitz und die neun weiteren Ortsteile Altendorf, Hainersdorf, Hertigswalde, Hinterhermsdorf, Lichtenhain, Mittelndorf, Ottendorf, Saupsdorf und Schönbach.<sup>5</sup>

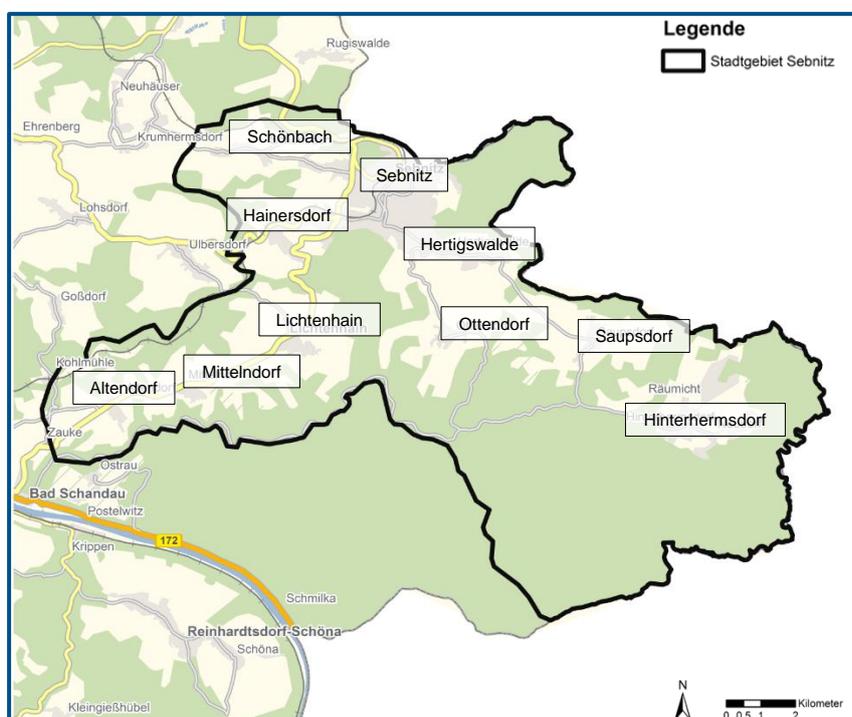
In der **Kernstadt Sebnitz** leben rd. 75% der Bevölkerung, woraus eine Konzentration der Wohnstrukturen auf die Kernstadt abzulesen ist. Die Altstadt von Sebnitz wird größtenteils von dem gleichnamigen Quellfluss umschlossen. Das Hauptgeschäftszentrum des Stadtgebietes erstreckt sich überwiegend entlang der Straßen Schandauer Straße, Markt und Rosenstraße / Lange Straße, mit einer Konzentration von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieeinheiten. Darüber hinaus ist die Kernstadt Standort von anderweitig Frequenz stärkenden Strukturen, darunter Verwaltungs-, Bildungs- und Kultureinrichtungen.

Die weiteren Ortsteile von Sebnitz sind peripher gelegen und haben Bevölkerungszahlen zwischen ca. 240 bis ca. 900 Einwohnern.<sup>6</sup> Die Ortsteile weisen überwiegend dörfliche Strukturen auf und verfügen größtenteils über Einfamilienhausbebauung. Über Kreisstraßen und die Staatsstraße 154 sind sie an die Kernstadt Sebnitz angebunden.

Die Versorgungsfunktionen und damit das Einzelhandelsangebot sind an der Siedlungsstruktur ausgerichtet. Neben der Kernstadt Sebnitz ist lediglich der unmittelbar westlich angrenzende **Ortsteil Hainersdorf** maßgeblicher Einzelhandelsstandort. Hier befindet sich der Einkaufspark Sebnitztal, der eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den Angeboten der Innenstadt für das gesamte Stadtgebiet übernimmt.

Die weiteren Ortsteile verfügen überwiegend über keine eigenen Einzelhandelsstrukturen, nur in Hinterhermsdorf und Lichtenhain sind kleinere Lebensmittelgeschäfte ansässig, darüber hinaus sind in den Ortsteilen Saupsdorf und Schönbach Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie ein Getränkehändler vorhanden.

**Karte 3: Ortsteile in der Stadt Sebnitz**



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

<sup>5</sup> Angaben der Stadt Sebnitz (rathaus.sebnitz.de)

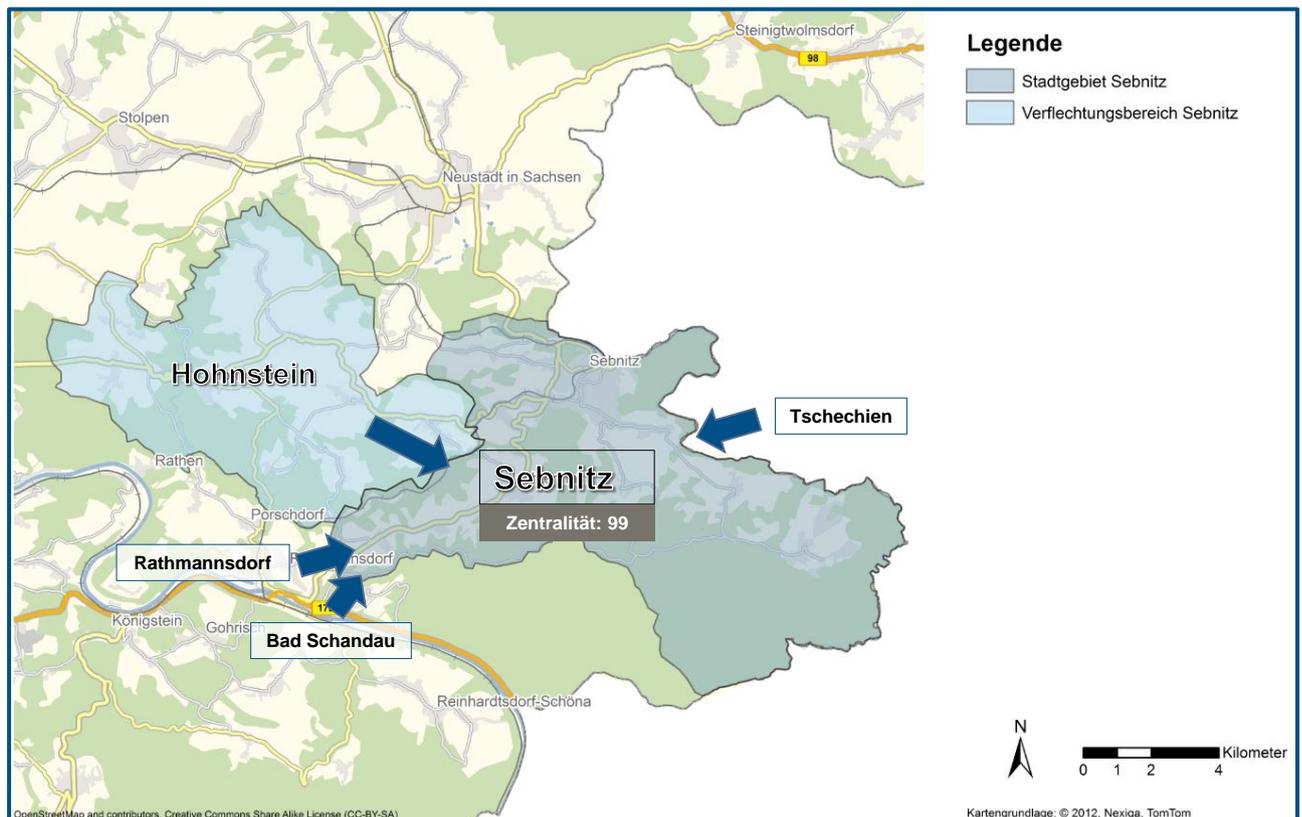
<sup>6</sup> Angaben zu den Einwohnern der Großen Kreisstadt Sebnitz mit Hauptwohnsitz, Stand 31.12.2016, Stadtverwaltung Sebnitz, April 2017.

### 2.3. Einzelhandelsrelevanter Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet

Ausgangspunkt der Betrachtung und weiteren Bewertung zur Einzelhandelsentwicklung bilden die raumordnerisch zugewiesenen Versorgungsfunktionen für den grundzentralen Verflechtungsbereich der Stadt Sebnitz. Die Nähe zum Oberzentrum Dresden und zum Mittelzentrum Pirna sowie das ländliche Umfeld prägen darüber hinaus die Versorgungsfunktionen und das Einzugsgebiet des Sebnitzer Einzelhandels.

Die tatsächlich resultierende Kundenbindung aus dem Umland hängt sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage. Daneben stellt auch die Wettbewerbssituation im relevanten Umfeld einen gewichtigen Einflussfaktor dar. Vor diesem Hintergrund ist das Einzugsgebiet des Sebnitzer Einzelhandels differenziert zu betrachten.

**Karte 4: Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet des Sebnitzer Einzelhandels**



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Für die Abgrenzung des Einzugsgebietes der Stadt Sebnitz ist die Abwägung zwischen Zeit-Distanz-Aspekten, gewachsenen regionalen Kundenbeziehungen und der Magnetwirkung von Einzelhandelsstandorten benachbarter Zentren von besonderer Bedeutung. Im Detail sind folgende Aspekte zu beachten:

- Die regionale Lage mit gleichrangigen bzw. übergeordneten zentralen Orten im Umfeld der Stadt Sebnitz sowie der Verlauf der Grenze zum Nachbarland Tschechien am östlichen und südlichen Stadtgebietsrand wirken begrenzend auf die Kundenbindung von Sebnitz. Das Einkaufsverhalten tschechischer Kunden bewirkt aktuell nur einen geringen Kaufkraftzufluss aus dem Nachbarland.
- Für die Bevölkerung aus dem nördlichen Gebiet der Stadt Hohnstein sind zum Teil kürzere Zeit-Wege-Distanzen zu dem Einzelhandelsbesatz im Grundzentrum Neustadt in Sachsen gegeben. Zudem ergeben sich Kaufkraftabflüsse in Richtung Neustadt in Sachsen aufgrund des dort ange-

siedelten Kaufland-Verbrauchermarktes, der Ziel von größeren Versorgungs- und Wocheneinkäufen ist.

- Für die Bevölkerung aus den Gemeinden Bad Schandau und Rathmannsdorf besteht teilweise eine bessere Erreichbarkeit der Versorgungsstrukturen in der Stadt Sebnitz gegenüber dem Einzelhandelsbesatz im Mittelzentrum Pirna, woraus sich partielle Kaufkraftzuflüsse aus den beiden Nachbargemeinden ergeben. Der Einkaufspark Sebnitztal übernimmt dabei eine wesentliche Versorgungsfunktion.
- Die Einzelhandelsangebote sind in der Kernstadt Sebnitz und am Einzelhandelsstandort im Ortsteil Hainersdorf konzentriert, sodass eine gute Erreichbarkeit gewährleistet ist.

Bedingt durch die Nähe zum Oberzentrum Dresden und dem Mittelzentrum Pirna steht im Fokus des Einzelhandelsstandortes Sebnitz, das vorhandene Nachfragevolumen, insbesondere in der Grundversorgung, vor Ort zu binden. Die Zentralitätskennziffer von 99% macht deutlich, dass dies dem Sebnitzer Einzelhandel bereits überwiegend gelingt, wobei hier branchenspezifische Differenzen zu beachten sind (vgl. Abschnitt 4.3).

Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Sebnitzer Einzelhandels müssen sich an den spezifischen örtlichen und grundzentralen Versorgungsfunktionen ausrichten, wobei Rahmenbedingungen der regionalen demographischen Entwicklung (vgl. Abschnitt 2) und der Handelsentwicklung (vgl. Abschnitt 4) zu berücksichtigen sind.

### 3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030

#### 3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Zum Stand vom 31.12.2016 lebten im Stadtgebiet von Sebnitz (gemäß Angaben der Stadtverwaltung Sebnitz) 9.860 Einwohner.

Insgesamt verfügt der grundzentrale Verflechtungsbereich über ein Potenzial von 13.208 Einwohnern, davon entfällt auf das Stadtgebiet von Sebnitz ein Anteil von ca. 75%. Die zum Verflechtungsbereich gehörende Stadt Hohnstein verfügt folglich über ein Einwohnerpotenzial von 3.348 Einwohnern, wie dies der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen ist.

Die nachfrageseitige Absicherung für ein zukunftsfähiges Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Sebnitz bedarf zunächst einer möglichst hohen Eigenbindung der örtlichen Kaufkraft.

Den Kaufkraftzuflüssen aus der Stadt Hohnstein und den südlich angrenzenden Gemeinden Bad Schandau und Rathmannsdorf stehen Kaufkraftabflüsse in Richtung übergeordneter zentraler Orte (Oberzentrum Dresden und Mittelzentrum Pirna) sowie gleichrangiger Zentren (Neustadt in Sachsen) gegenüber. Der grundzentrale Verflechtungsbereich stellt unter diesem Gesichtspunkt ein maximales, jedoch nicht vollumfänglich erschließbares Kaufkraftpotenzial für Sebnitz dar.

**Tabelle 1: Einwohner im Verflechtungsbereich des Grundzentrums Sebnitz (Stand 31.12.2016)**<sup>7</sup>

	Einwohner	einzelhandels- relevante Kaufkraft
Stadt Sebnitz	9.860	84,43
Stadt Hohnstein	3.348	83,49
<b>Verflechtungsbereich Sebnitz gesamt</b>	<b>13.208</b>	<b>84,19</b>

Die Stadt Sebnitz verzeichnete in den Jahren 2011 bis 2014 einen stetigen Bevölkerungsrückgang um insgesamt 3,2%, das Jahr 2015 weist eine Stagnation der Bevölkerungszahl auf. Die Entwicklung der Stadt Sebnitz liegt damit unter der regionalen Entwicklung des Landkreises Sächsische Schweiz-Osterzgebirge (siehe nachstehende Tabelle), welche deutlich geringere Bevölkerungsverluste zwischen den Jahren 2011 bis 2014 zu verzeichnen hatte und zuletzt für das Jahr 2015 sogar einen leichten Bevölkerungszuwachs aufweist.

Die rückläufige Einwohnerentwicklung der Stadt Sebnitz wird sich auch in den kommenden Jahren weiter fortsetzen. Gemäß der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose des Freistaates Sachsen wird eine weitere, stetige Abnahme mit Bevölkerungsverlusten von bis zu - 14,4% bis zum Jahr 2030 vorhergesagt. Die Bevölkerungszahl der Stadt Sebnitz wird demnach in der optimistischeren Variante 1 auf 8.800 Einwohner (-11,4%) zurückgehen. Die pessimistischere Variante 2 sagt noch stärkere Verluste auf bis zu 8.500 Einwohner (- 14,4%) voraus.

Für den Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge werden deutlich geringere Bevölkerungsverluste von - 2,4% in der Variante 1 und - 6,6% in der Variante 2 für das Jahr 2030 prognostiziert.

<sup>7</sup> Quelle: Stadtverwaltung Sebnitz, Stadtverwaltung Hohnstein, jeweils Einwohner mit Hauptwohnsitz per 31.12.2016.

**Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in der Stadt Sebnitz und im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge**
**Bevölkerungsentwicklung nach Zensus 2011**

Stand	Stadt Sebnitz			LK Sächsische Schweiz-Osterzgebirge		
	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	10.256		100,0%	246.275		100,0%
31.12.2012	10.093	-1,6%	98,4%	245.927	-0,1%	99,9%
31.12.2013	9.992	-1,0%	97,4%	245.939	0,0%	99,9%
31.12.2014	9.930	-0,6%	96,8%	245.954	0,0%	99,9%
31.12.2015	9.932	0,0%	96,8%	247.142	0,5%	100,4%
<b>Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2014)</b>						
		Entwicklung zu 2015			Entwicklung zu 2015	
Prog 2020 - Var. 1	9.800	-1,3%		253.800	2,7%	
Prog 2020 - Var. 2	9.400	-5,4%		242.900	-1,7%	
Prog 2030 - Var. 1	8.800	-11,4%		241.200	-2,4%	
Prog 2030 - Var. 2	8.500	-14,4%		230.900	-6,6%	

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen: Bevölkerungsstand des Freistaates Sachsen nach Kreisfreien Städten und Landkreisen, 2011-2015, Aktuelle Einwohnerzahlen nach Gemeinden - Basis Zensus 2011 sowie 6. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030 in zwei Varianten, Stand: 01.01.2016.

Diese Entwicklungen sind in ihren Konsequenzen für den Einzelhandel, speziell in der Tragfähigkeit einer Zentren- und Standortstruktur, zu berücksichtigen.

### 3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2017 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

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

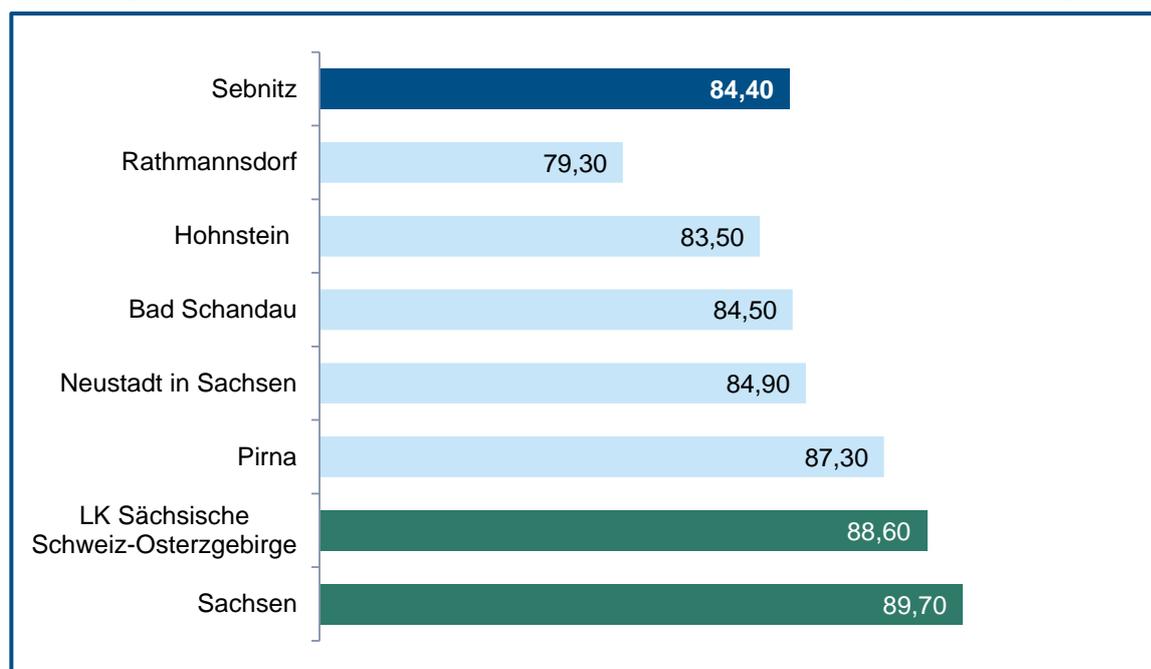
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Sebnitz sowie für den gesamten Verflechtungsbereich.

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

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

Für die Stadt Sebnitz errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 84,4, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit leicht unter dem sächsischen Durchschnittswert, insgesamt aber 15,6 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im gesamten Verflechtungsbereich liegt bei 84,19 auf vergleichbarem Niveau (vgl. auch Tabelle 1).

**Abbildung 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Sebnitz im regionalen Vergleich**



Quelle: BBE|CIMA|MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016

Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 6.205 € pro Kopf der Bevölkerung und Jahr. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus errechnen sich relevante Verbrauchsausgaben für die Stadt Sebnitz von 5.264 €.

Daraus resultiert ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial von ca. 51,9 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

den kurzfristigen Bedarf	31,1 Mio. € (ca. 60 %),
den mittelfristigen Bedarf	11,8 Mio. € (ca. 23 %),
den langfristigen Bedarf	9,0 Mio. € (ca. 17 %).

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Sebnitz und weiterführend für den grundzentralen Verflechtungsbereich, jeweils untergliedert nach Warengruppen.

**Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Sebnitz 2017**

Sortimentgruppe	Kaufkraftkennziffer	Verbrauchsausgaben pro Kopf (€)	Stadt Sebnitz (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	89,6	2.069	20.396
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	85,1	289	2.851
Heimtier	87,7	46	450
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	84,3	531	5.239
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	85,7	163	1.606
Blumen / Zimmerpflanzen	93,0	60	587
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>88,1</b>	<b>3.157</b>	<b>31.130</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	74,7	394	3.889
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	76,7	93	915
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	91,4	360	3.550
Gartenbedarf / Grün Outdoor	93,0	123	1.210
GPK** / Haushaltsgegenstände	78,8	47	466
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	78,8	75	738
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	70,4	105	1.035
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>80,9</b>	<b>1.197</b>	<b>11.803</b>
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	79,7	73	716
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	74,5	261	2.578
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	82,5	121	1.196
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	78,9	278	2.738
Foto / Optik	83,3	82	805
Uhren / Schmuck	61,3	45	447
sonstiger Einzelhandel	84,3	50	490
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>77,6</b>	<b>910</b>	<b>8.969</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>84</b>	<b>5.264</b>	<b>51.902</b>
<b>Einwohner</b>			<b>9.860</b>

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

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

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Verflechtungsbereich Sebnitz 2017

Sortimentgruppe	Stadt Sebnitz (T€)	Kaufkraftkennziffer	Verbrauchsausgaben pro Kopf (€)	Stadt Hohnstein (T€)	Verflechtungsbereich Sebnitz gesamt (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	20.396	88,9	2.051	6.868	27.264
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2.851	82,6	281	940	3.792
Heimtier	450	85,7	45	149	599
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	5.239	78,2	493	1.650	6.890
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.606	82,1	156	522	2.128
Blumen / Zimmerpflanzen	587	100	64	214	801
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>31.130</b>	<b>86,2</b>	<b>3.090</b>	<b>10.344</b>	<b>41.474</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	3.889	71,9	380	1.272	5.161
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	915	75,3	91	305	1.221
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	3.550	98,3	387	1.297	4.847
Gartenbedarf / Grün Outdoor	1.210	99,9	132	441	1.652
GPK** / Haushaltsgegenstände	466	79,6	48	160	626
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	738	80,2	76	255	993
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1.035	71,2	106	355	1.390
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>11.803</b>	<b>82,5</b>	<b>1.220</b>	<b>4.086</b>	<b>15.889</b>
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	716	77,0	70	234	950
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	2.578	74,8	262	878	3.456
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	1.196	81,1	119	399	1.594
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	2.738	77,7	274	916	3.654
Foto / Optik	805	79,5	78	261	1.066
Uhren / Schmuck	447	58,5	43	145	592
sonstiger Einzelhandel	490	83,3	49	165	655
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>8.969</b>	<b>76,4</b>	<b>896</b>	<b>2.998</b>	<b>11.967</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>51.902</b>	<b>83</b>	<b>5.206</b>	<b>17.428</b>	<b>69.331</b>
Einwohner	9.860			3.348	13.208

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

Der Verflechtungsbereich umfasst ein Marktpotenzial von rd. 69,3 Mio. €, der Anteil der Stadt Sebnitz beträgt ca. 75 % und gleichauf mit dem Bevölkerungsanteil (75 %).

### 3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030

#### **Bevölkerungsentwicklung der Stadt Sebnitz bis 2030:**

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Die prognostizierte Abnahme der Einwohnerzahlen zwischen -11,4% bis zu -14,4% stellt zunächst eine Verminderung des Nachfragepotenzials für den Einzelhandelsstandort Sebnitz dar. Neben dem Bevölkerungspotenzial bildet aber auch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben einen wichtigen Indikator für die Nachfrageprognose.

#### **Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2030:**

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

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

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

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

#### **Nachfrageentwicklung in der Stadt Sebnitz bis 2030:**

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Sebnitz im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Die Bevölkerungsprognose führt in der Modellrechnung zu einem Rückgang des Nachfragevolumens in einer Spannweite zwischen -3,9% bis -13,8%<sup>8</sup> zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Sebnitz.

---

<sup>8</sup> Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Berechnungen

Tabelle 5: Nachfrageentwicklung in der Stadt Sebnitz bis 2030

Sortimentgruppe	Stadt Sebnitz		
	2017	2030 (opt.)	2030 (pess.)
	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	20,4	19,6	17,6
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2,9	2,7	2,5
Heimtier	0,4	0,4	0,4
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	5,2	5,0	4,5
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1,6	1,5	1,4
Blumen / Zimmerpflanzen	0,6	0,6	0,5
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>31,1</b>	<b>29,9</b>	<b>26,8</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	3,9	3,7	3,4
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	0,9	0,9	0,8
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / etc.)	3,5	3,4	3,1
Gartenbedarf / Grün Outdoor	1,2	1,2	1,0
GPK** / Haushaltsgegenstände	0,5	0,4	0,4
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	0,7	0,7	0,6
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1,0	1,0	0,9
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>11,8</b>	<b>11,3</b>	<b>10,2</b>
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	0,7	0,7	0,6
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	2,6	2,5	2,2
Elektrogroß- und -kleingeräte	1,2	1,1	1,0
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	2,7	2,6	2,4
Foto / Optik	0,8	0,8	0,7
Uhren / Schmuck	0,4	0,4	0,4
sonstiger Einzelhandel	0,5	0,5	0,4
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>9,0</b>	<b>8,6</b>	<b>7,7</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>51,9</b>	<b>49,9</b>	<b>44,7</b>
<b>Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials</b>		<b>-3,9%</b>	<b>-13,8%</b>
Einwohnerentwicklung	9.860	8.800	8.500
Kaufkraftentwicklung	84,4	90,9	84,4

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

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 2012 bis 2030, 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen,

Die Marktpotenzialentwicklung verdeutlicht, dass auch ein moderater Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben die Bevölkerungsrückgänge nicht kompensieren kann und mit einer negativen Nachfrageentwicklung zu rechnen ist. Daraus lassen sich nur geringe Spielräume der Einzelhandelsentwicklung und die Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Standortentwicklung, die den Fokus auf die Innenstadt und die Sicherung der Nahversorgung richtet, ableiten.

### 3.4. Das Einkaufsverhalten der in Sebnitz und Umgebung ansässigen Bevölkerung

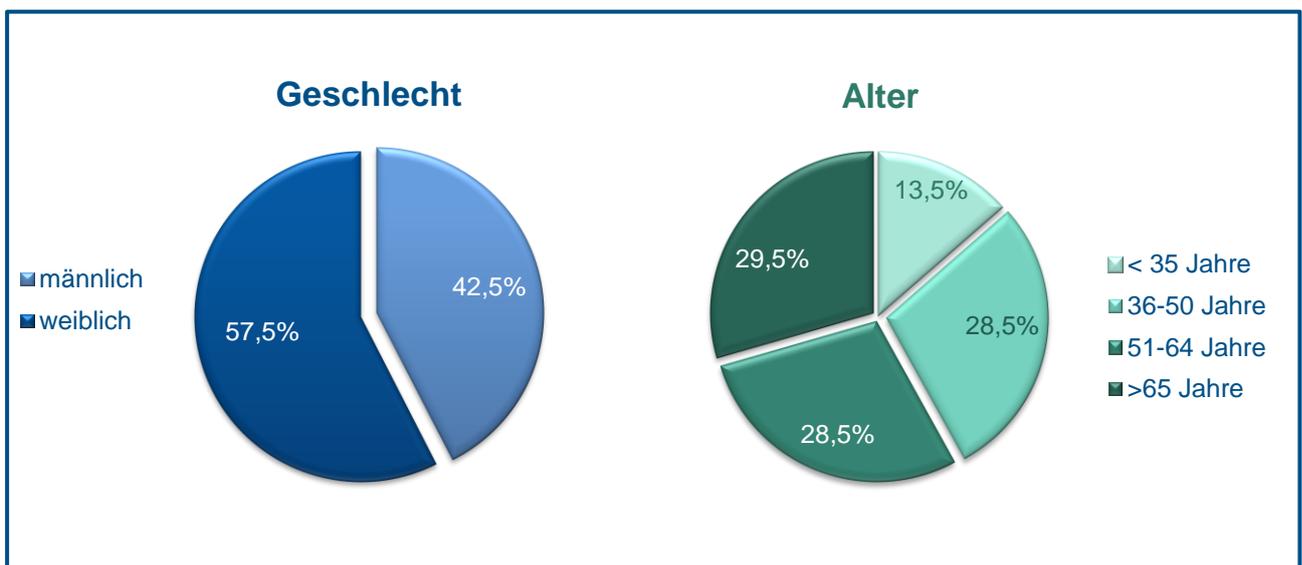
Neben dem rein quantitativen Einzelhandelsangebot ist dessen Wahrnehmung und Akzeptanz seitens der potenziellen Kunden eine wichtige Grundvoraussetzung für Kundenbindung am Standort und erfolgreiche Entwicklungsperspektiven des innerstädtischen Einzelhandels.

Um die Zufriedenheit der Kunden mit dem Sebnitzer Einzelhandelsangebot zu erfragen und Defizite aus Kundensicht identifizieren zu können, wurde im März 2017 eine telefonische Haushaltsbefragung durchgeführt. Insgesamt wurden 200 Haushalte befragt, davon 100 aus dem Stadtgebiet von Sebnitz und weitere 100 aus dem Umland, die sich wie folgt auf die Umlandgemeinden verteilen:

- Neustadt in Sachsen: 26
- Hohnstein: 32
- Rathmannsdorf: 16
- Bad Schandau: 26

Mit Blick auf die soziodemographischen Daten ist ein annähernd ausgeglichenes Verhältnis in der Geschlechter- und Altersstruktur der Befragten zu konstatieren. Sichtbar sind ein leichter Überhang an weiblichen Befragten sowie eine Unterrepräsentation der Befragten unter 35 Jahren. Bezogen auf die Sebnitzer Haushalte, zeigt sich mit 39% ein leichter Überhang der über 65-jährigen Befragten.

**Abbildung 2: Soziodemographische Strukturen der Befragung**



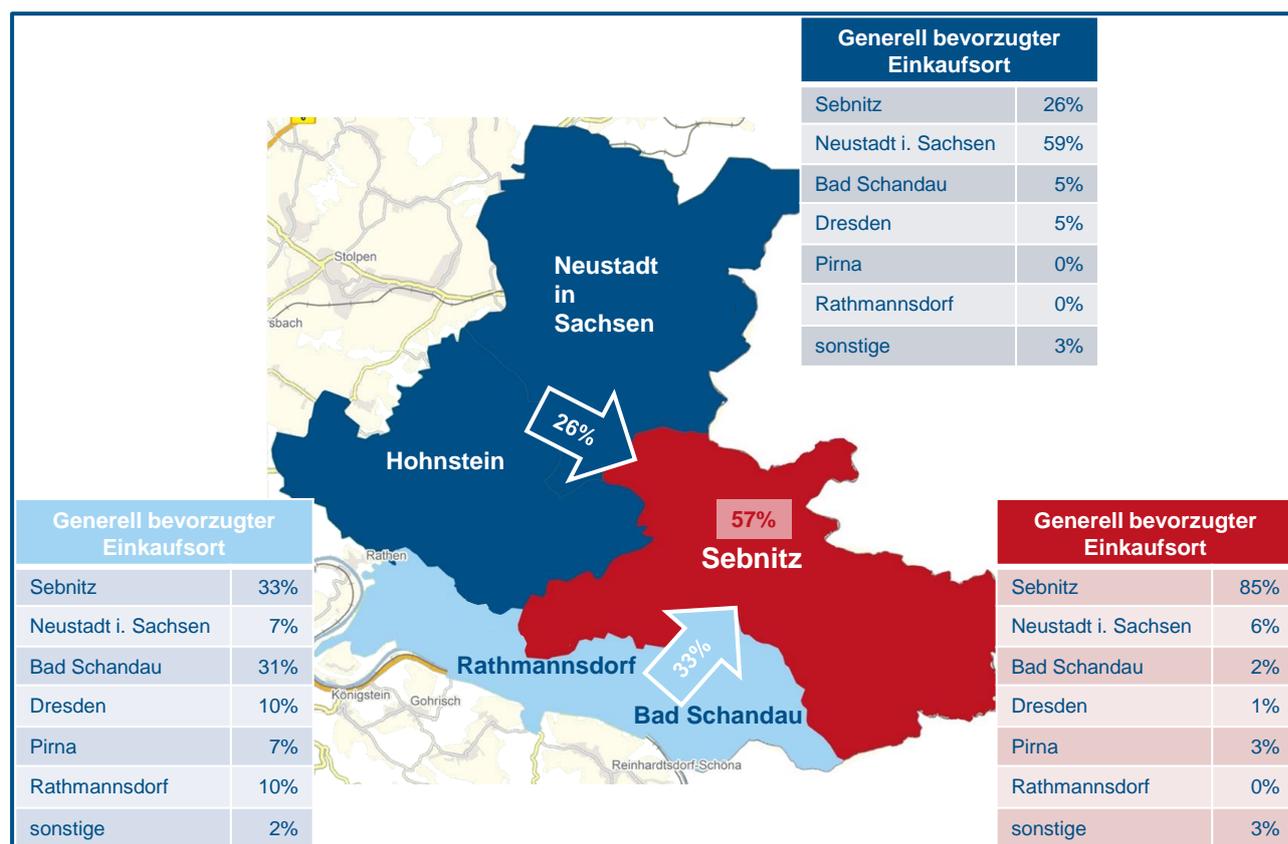
Die Auswertung der Befragung differenziert zwischen einem nördlichen und einem südlichen Umland, im Sinne von Regionen, in denen die Gemeinden eine vergleichbare Kundenorientierung aufweisen. Die Städte Hohnstein und Neustadt in Sachsen sind dabei dem nördlichen Umland zuzuweisen, die Gemeinde Rathmannsdorf und die Stadt Bad Schandau bilden das südliche Umland der Stadt Sebnitz ab.

Wie nachfolgender Abbildung zu entnehmen ist, benannten die Einwohner der Großen Kreisstadt Sebnitz ihren Wohnort mit deutlicher Mehrheit als **generell bevorzugten Einkaufsort** (85%). Auch für das nördliche und südliche Umland haben sich mit rd. 26% und rd. 33% gute Kundenbindungsquoten für den Sebnitzer Einzelhandel herausgestellt. Während im südlichen Umland Sebnitz als Einzelhandelsstandort sogar einen höheren Zuspruch als die Einzelhandelsstrukturen in Bad Schandau erzielt, zeigt sich im nördlichen Umland mit knapp 59% jedoch eine stärkere Orientierung hin zum Einkaufsort Neustadt in Sachsen. Diese generelle

Orientierung wird vom gesamten Einkaufsverhalten geprägt, ist somit als gutes Spiegelbild regionaler Kundenströme zu interpretieren.

In der Gesamtbetrachtung aller befragten Haushalte haben sich 57% der Befragten für Sebnitz als bevorzugten Einzelhandelsstandort ausgesprochen. Auch insgesamt bleibt Sebnitz damit deutlich vor Neustadt in Sachsen (22%), Bad Schandau (9%) und Dresden (4%).

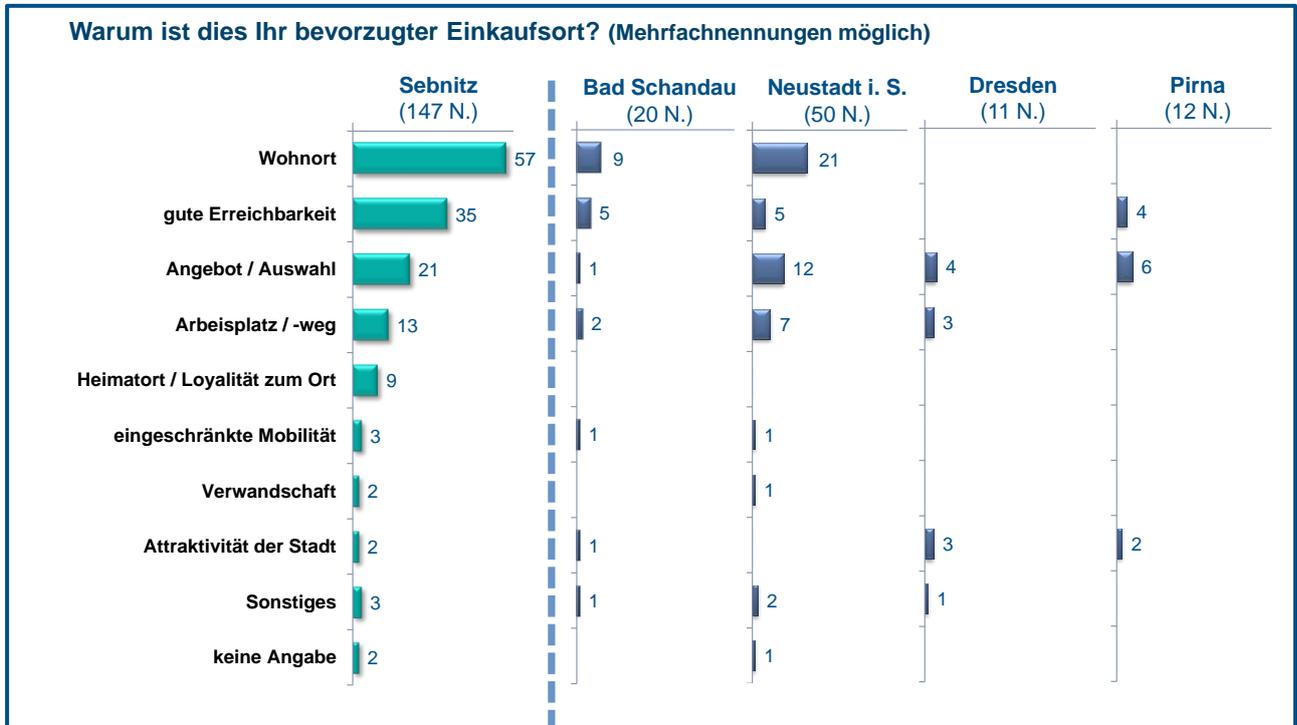
**Abbildung 3: Generell bevorzugter Einkaufsort**



Wichtige Gründe für die Auswahl von Sebnitz als bevorzugten Einkaufsort sind die Verbundenheit der Bevölkerung mit Sebnitz sowie die gute Erreichbarkeit. Mehr als die Hälfte der Haushalte, die Sebnitz als Einkaufsort bevorzugen, haben eine Beziehung zu der Stadt Sebnitz, die sich in den insgesamt 67 Nennungen für „Wohnort“, „Heimatort“ oder „Verwandtschaft“ äußert. Der Arbeitsplatz oder –weg führt mit 13 Nennungen nach Sebnitz, mit „Angebot und Auswahl“ (21 Nennungen) wurde zudem auch ein wichtiger angebotsbezogener Grund aufgeführt.

Für die weiteren Grund- und Mittelzentren im Umland von Sebnitz zeichnen sich ähnliche Ergebnisse ab. Auch jene Befragten, die sich für Bad Schandau oder Neustadt in Sachsen als bevorzugten Einkaufsort ausgesprochen haben, gaben „Wohnort“ als Hauptbeweggrund an. Insbesondere für Neustadt in Sachsen zeigt sich zudem die Bevorzugung des Einzelhandelsstandortes aufgrund des örtlichen Angebots (12 Nennungen).

Abbildung 4: Generell bevorzugter Einkaufsort



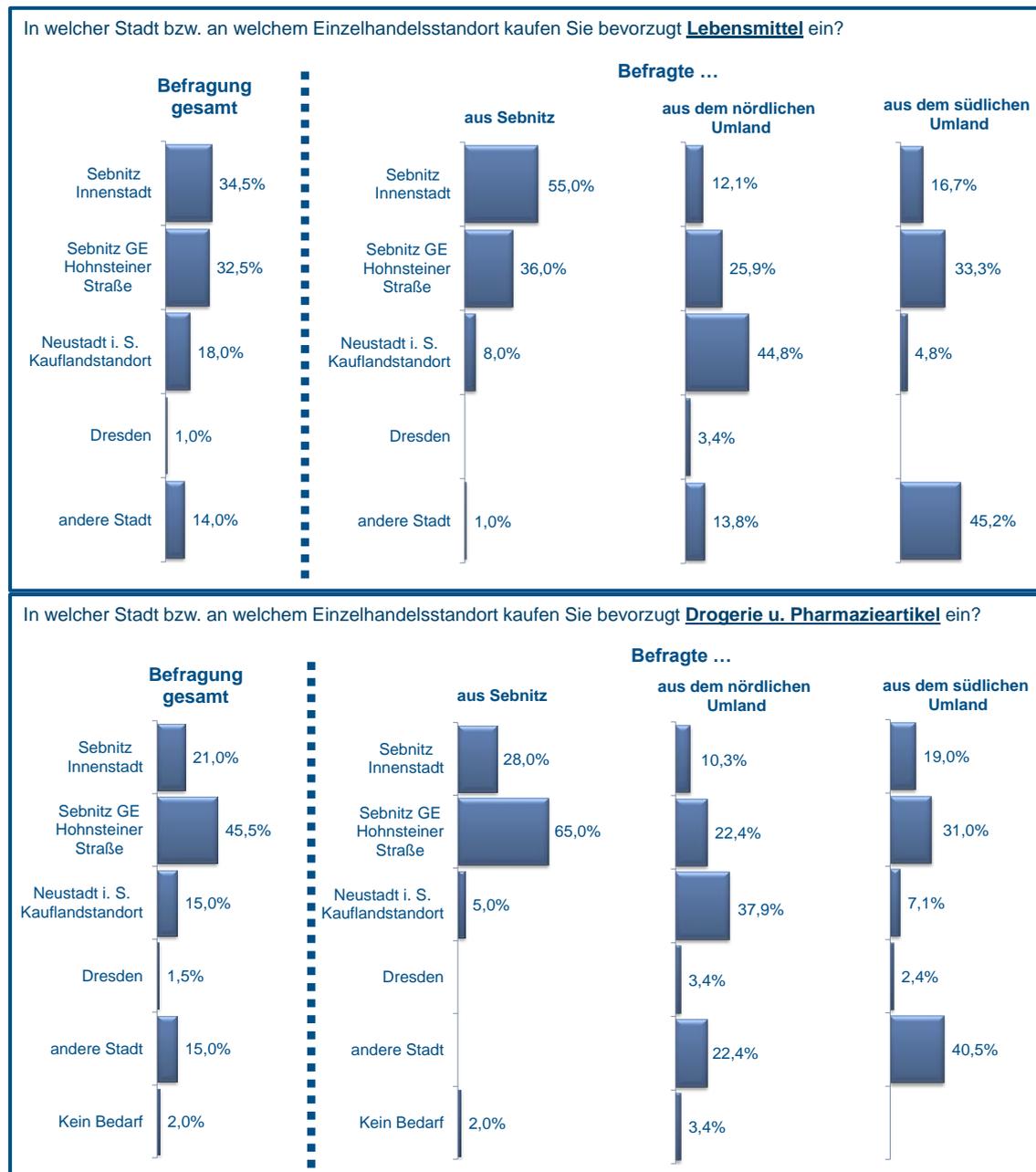
In der Differenzierung der bevorzugten Einkaufsorte nach ausgewählten Leitbranchen zeigt sich ein variierendes Bild, bei welchem auch die Oberzentren an Bedeutung gewinnen.

Kurzfristiger Bedarf wird üblicherweise wohnortnah eingekauft, fast alle Sebnitzer Haushalte präferieren folglich die Einzelhandelsstandorte ihrer eigenen Stadt (91% bei Lebensmitteln, 93% bei Drogerie). Aber auch aus dem nördlichen und südlichen Umland bleibt die Präferenz für Sebnitz sehr hoch, wobei der Einzelhandelsstandort an der Hohnsteiner Straße deutlich an Bedeutung gewinnt. Während bei Lebensmitteln die Sebnitzer Bevölkerung die Innenstadt bevorzugt, zeigt sich bei Drogeriewaren, dass die Standortnachfrage im Zuge der Umsiedlung des Drogeriemarktes Rossmann, aus der Innenstadt an die Hohnsteiner Straße, mit zu diesem Standort gewandert ist.

Im nördlichen Umland wird die gute Grundversorgung durch die Stadt Neustadt in Sachsen sichtbar. Mit dem Verbrauchermarkt Kaufland im nördlichen Stadtgebiet von Neustadt in Sachsen kann ein wesentlicher Anteil der Nachfrage aus dem nördlichen Umland im kurzfristigen Bedarfsbereich gebunden werden. Hier zeigt sich eine Bevorzugung der eigenen Angebotsstrukturen gegenüber dem Sebnitzer Einzelhandel.

Die Befragten aus dem südlichen Umland präferieren jedoch in Summe die Angebote in Sebnitz gegenüber jener in anderen Städten, worunter erwartungsgemäß die eigenen Angebotsstrukturen in Bad Schandau und Rathmannsdorf sowie im nahegelegenen Mittelzentrum Pirna fallen. So sprachen sich bei der Warengruppe Lebensmittel und auch bei der Warengruppen Drogerie jeweils 50% der Befragten für die Angebote in Sebnitz aus. Hier ist wiederum auf die Magnetwirkung des Rossmann-Drogeriemarktes am Standort Hohnsteiner Straße zu verweisen.

**Abbildung 5: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich**

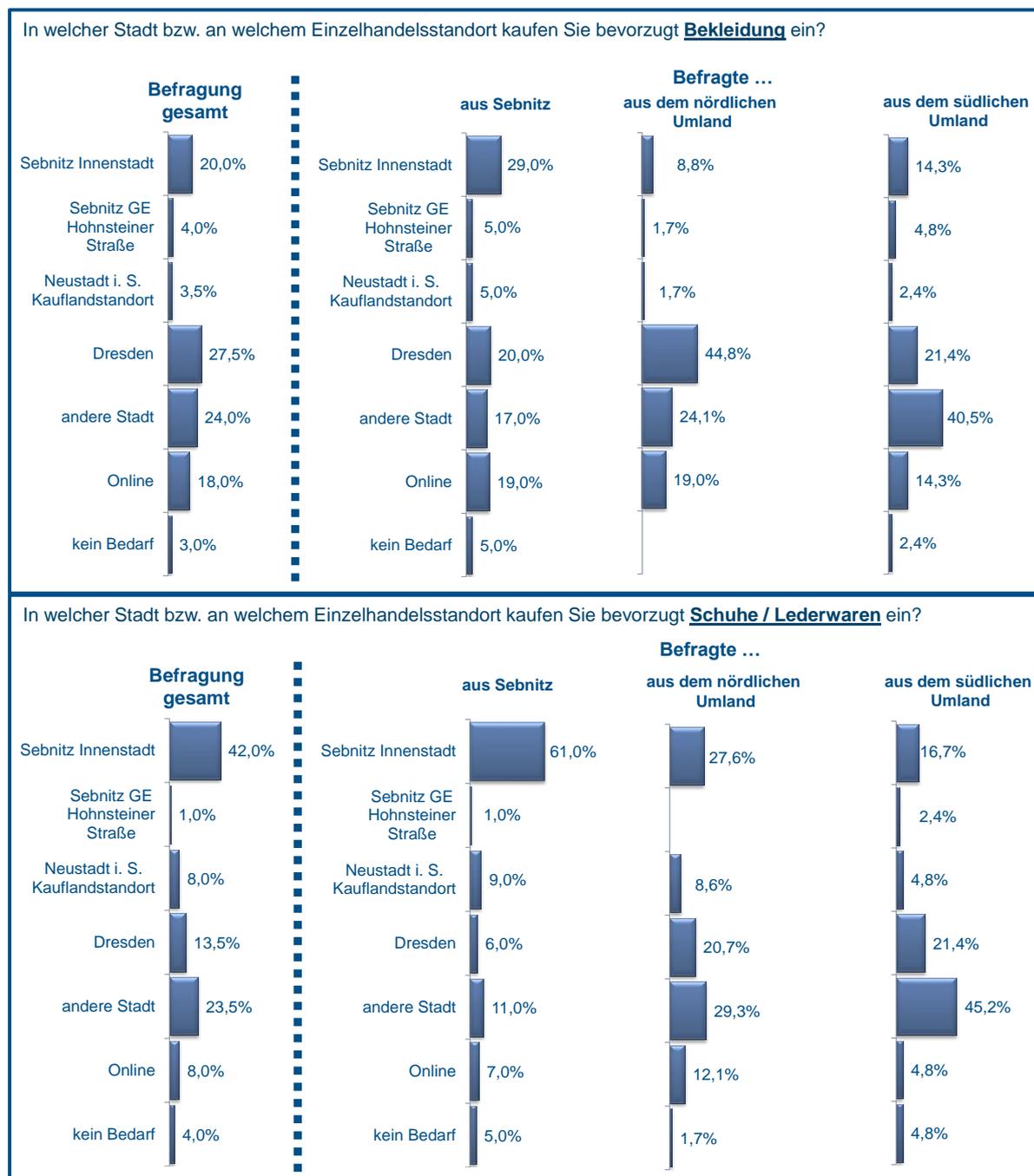


In den zentrenrelevanten Branchen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel / Fahrräder und Spielwaren zeigt sich ein deutlich differenzierteres Bild, hier muss sich der Sebnitzer Einzelhandel stärker einem überregionalen Standortwettbewerb stellen.

In der Warengruppe Bekleidung erzielt die Sebnitzer Innenstadt über alle Haushalte hinweg nur noch einen Anteil von 20% der Befragten. Zwar bleibt die Innenstadt für die Befragten aus Sebnitz der bevorzugte Einkaufsstandort, dennoch zeigt sich eine deutliche Orientierung hin zum Oberzentrum Dresden und anderen Städten, die ein attraktiveres und breiteres Angebot bieten. Auch der Onlinehandel gewinnt mit durchschnittlich 18% deutlich an Bedeutung.

Sicherlich ist die Akzeptanz der Sebnitzer Haushalte für die eigenen Bekleidungsangebote noch stärker ausgeprägt, die Umlandregionen tendieren aber stärker auf Dresden (44,8% aus dem nördlichen Umland) oder andere Städte (40,5% aus dem südlichen Umland, insbesondere nach Pirna).

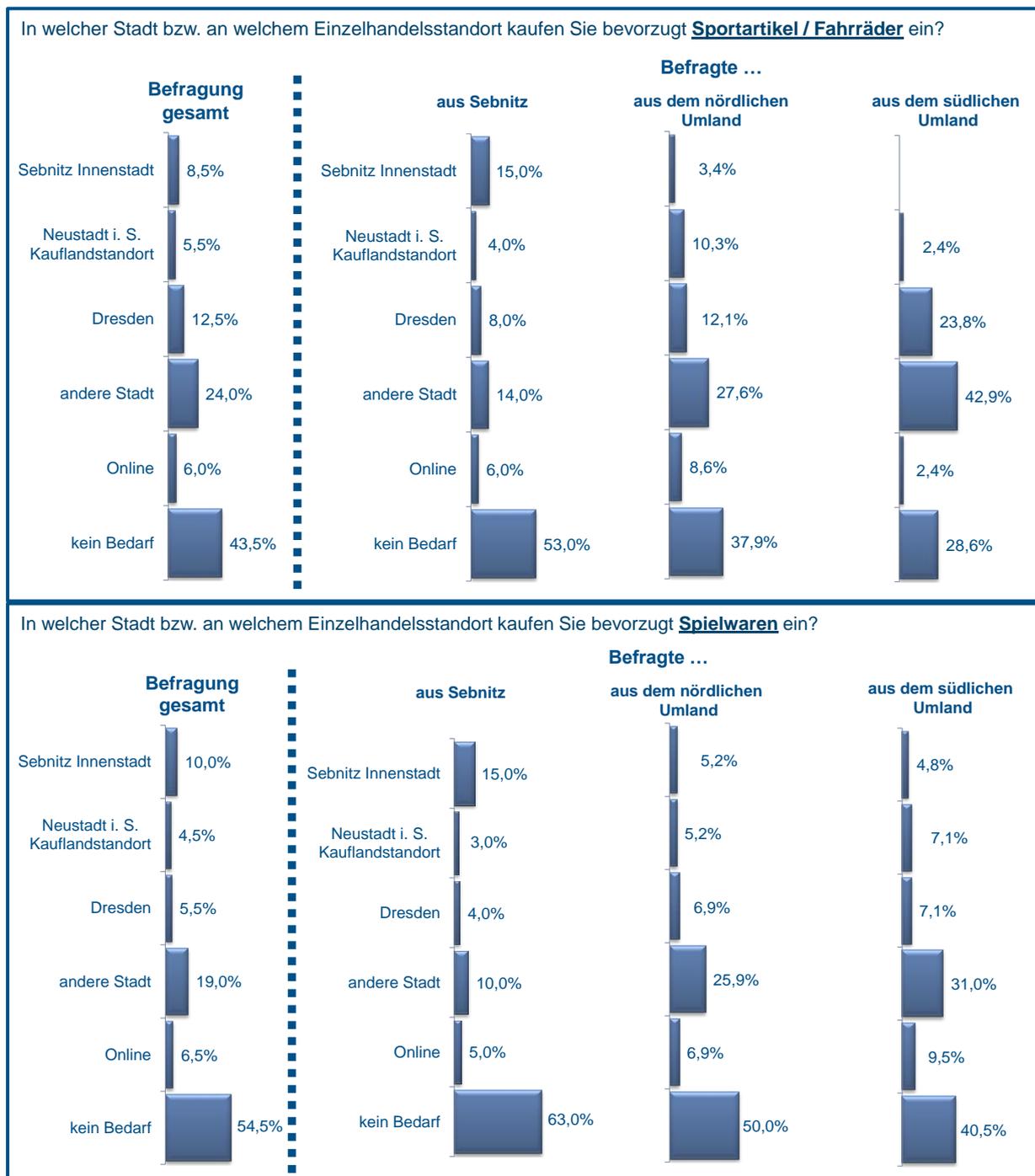
**Abbildung 6: Einkaufsorientierung in der Warengruppe Bekleidung und Schuhe / Lederwaren**



Für die Sebnitzer bleibt ihre Innenstadt auch in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren mit 61% der deutlich präferierte Einkaufsort. Auch insgesamt erzielt die Sebnitzer Innenstadt einen Anteil von 42%, was für ein den Kundenwünschen adäquates Angebot der ansässigen Anbieter spricht. Die Orientierung hin zum Oberzentrum Dresden ist deutlich verringert, für das nördliche und südliche Umland zeigt sich jedoch eine etwas

stärkere Nachfrage nach Angeboten in anderen Städten, worunter für das südliche Umland ebenfalls im Schwerpunkt die Stadt Pirna zu zählen ist.

**Abbildung 7: Einkaufsorientierung in den Warengruppen Sportartikel / Fahrräder und Spielwaren**



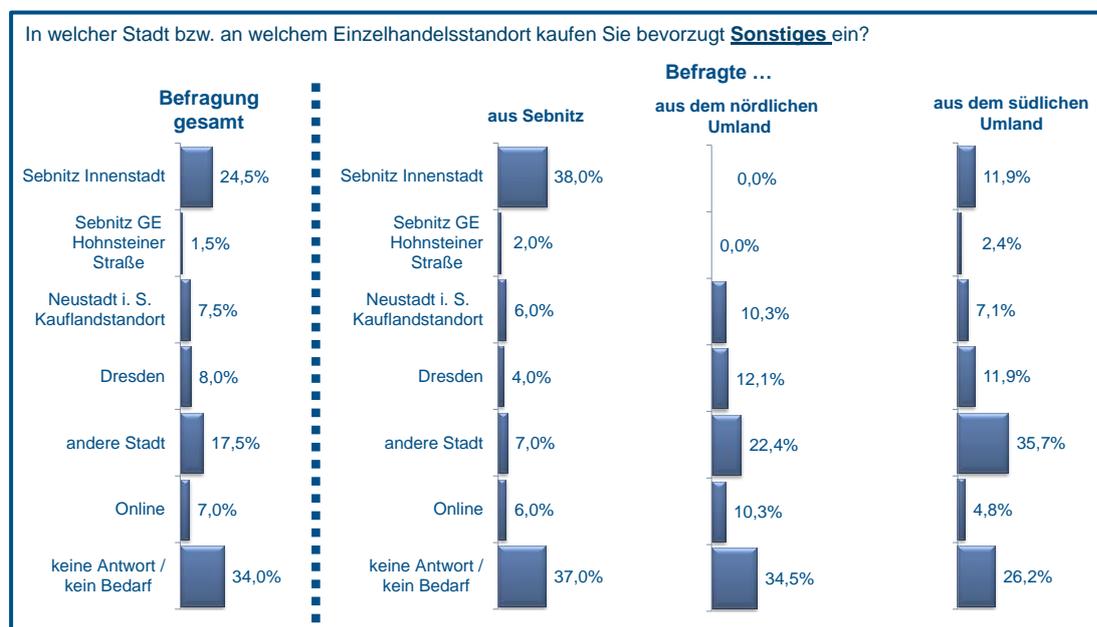
In den Warengruppen Sportartikel / Fahrräder und Spielwaren zeigt sich mit Blick auf die Bedeutung des Oberzentrums Dresden und den Angeboten in anderen Städten ein vergleichbares Bild. Die Sebnitzer Innenstadt verliert jedoch sowohl für die Sebnitzer Einwohner als auch die Befragten aus den umliegenden Gemeinden an Bedeutung und erzielt nur noch einen Anteil von insgesamt 8,5% bzw. 10%. Insgesamt zeigt sich, dass diese Warengruppen deutlich seltener nachgefragt werden, immerhin antworteten rund 44% bzw.

55% der Befragten mit „kein Bedarf“. Gerade für die Warengruppen Sportartikel / Fahrräder ist mit einer stärkeren Fachmarktorientierung und einer Nachfrage nach qualitativen Angeboten mit entsprechender fachkundiger Beratung zu rechnen.

Der Versand- und Internethandel verzeichnet in diesen Warengruppen eher geringe Anteile und wird lediglich von 6% bis 9% der befragten Haushalte präferiert.

Mit dem sonstigen Einzelhandel werden erwartungsgemäß von den Befragten unterschiedliche Warengruppen assoziiert, was auch das differenzierte Ergebnis widerspiegelt. So empfinden die Sebnitzer Haushalte die Angebote in der eigenen Innenstadt mit einem Anteil von 38% als ausreichend. Im Umland gewinnen andere Städte deutlich an Relevanz, jedoch zeigt sich insgesamt auch ein geringerer Bedarf.

**Abbildung 8: Einkaufsorientierung im sonstigen Einzelhandel**



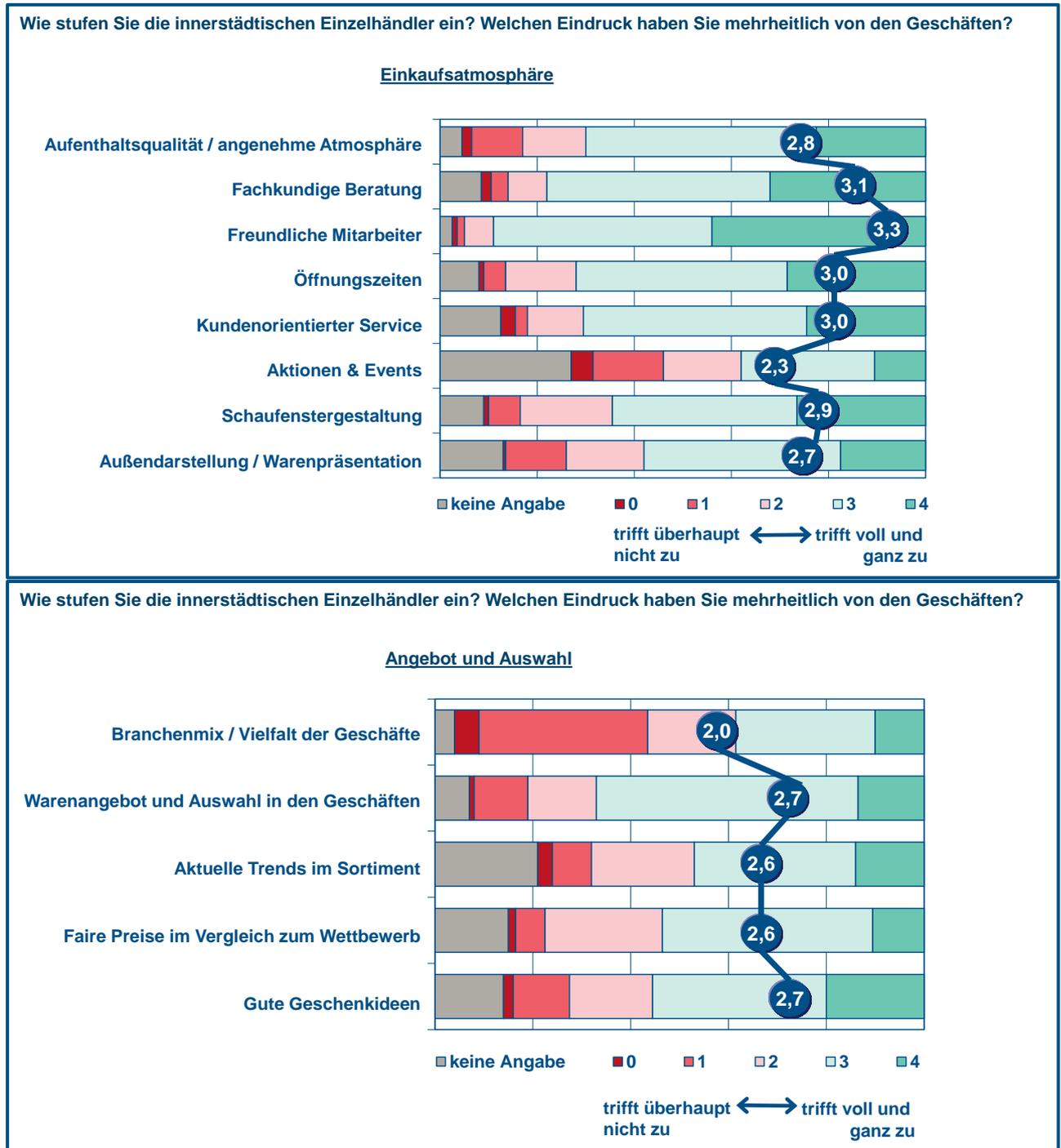
In ihrer Gesamtheit spiegeln die Ergebnisse in der Warengruppendifferenzierung angemessene Werte für Sebnitz als Grundzentrum wider. So wird eine sehr gute Akzeptanz in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs erzielt. Auch für die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung und Schuhe / Lederwaren haben sich adäquate Werte ergeben, die für letztere Warengruppe sogar eine deutlich positivere Bilanz aufzeigen.

Unabhängig von einer branchenbezogenen Einkaufsorientierung wurde mit der Haushaltsbefragung auch die generelle Zufriedenheit der Kunden mit der Einkaufsatmosphäre sowie dem Angebot und der Auswahl in der Sebnitzer Innenstadt untersucht. Gefragt war eine Bewertung der innerstädtischen Einzelhändler auf einer Skala von 0 (=trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (= trifft voll und ganz zu). Für beide Bewertungsgruppen „Einkaufsatmosphäre“ sowie „Angebot & Auswahl“ sind gute Zufriedenheitswerte zu konstatieren.

Die Einkaufsatmosphäre wird durchschnittlich sehr positiv bewertet, mit einer Einstufung der jeweiligen Kriterien zwischen 2,3 und 3,3. Insbesondere werden die fachkundige Beratung und die freundlichen Mitarbeiter geschätzt. Verbesserungswürdig erscheinen aus Kundensicht noch die Aktionen & Events, allerdings gaben auch rd. 27% der Befragten hier keine Einschätzung ab.

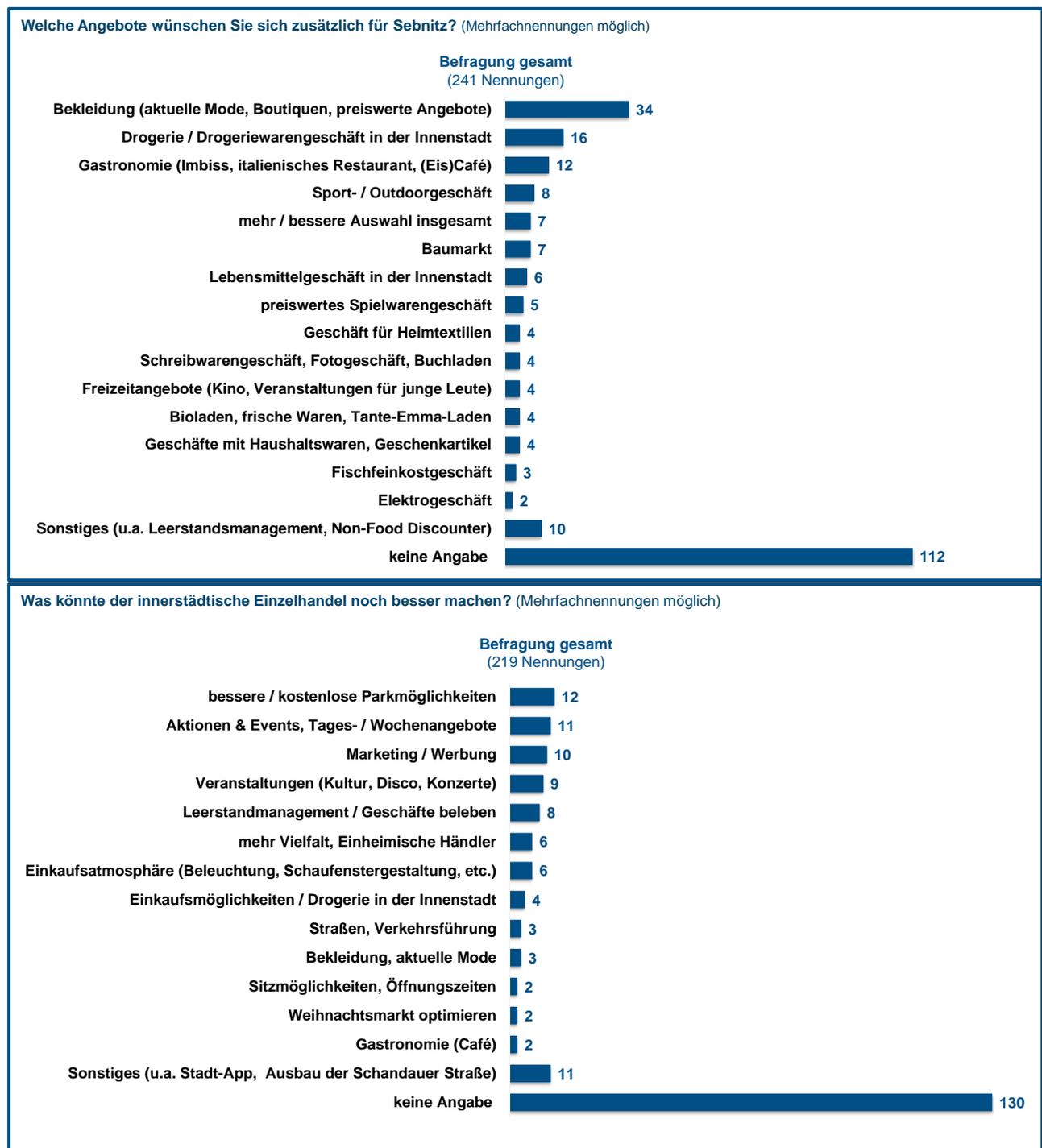
Im guten Mittelbereich zeigen sich auch die Bewertungen für „Angebot & Auswahl“ des innerstädtischen Einzelhandels. Das Warenangebot und die Auswahl in den Geschäften werden ebenso gut bewertet wie die guten Geschenkideen (jeweils 2,7). Einzig der Branchenmix schneidet mit einer durchschnittlichen Einstufung von 2,0 in der Gesamtbetrachtung am schlechtesten ab.

**Abbildung 9: Zufriedenheit mit Einkaufsatmosphäre und Angebot & Auswahl des Einzelhandels**



Diese Ergebnisse kristallisieren sich ebenfalls in den beiden offenen Fragen der Haushaltsbefragung heraus, in denen Wünsche nach zusätzlichen Angeboten sowie Verbesserungsvorschläge erfragt wurden. Auffällig bei beiden Fragen ist der hohe Anteil an Befragten, die keine Angabe machten (56% bzw. 65%).

**Abbildung 10: Vorschläge für zusätzliche Angebote und Verbesserungsvorschläge**



In der Warengruppe Bekleidung hat sich die Sebnitzer Innenstadt für lediglich ein Fünftel der Befragten insgesamt als bevorzugter Einkaufsstandort herausgestellt, bei den Sebnitzer Haushalten konnte in diesem Kontext ein Anteil von 29% erzielt werden. Die Nachfrage nach zusätzlichen Angeboten im Bekleidungssegment ist mit rd. 39% der meist genannte Wunsch für ein zusätzliches Angebot. Darüber hinaus hat der Umzug des Drogeriemarktes Rossmann von der Innenstadt zum Einkaufspark Sebnitztal an der Hohnsteiner Straße bei den Kunden deutliche Spuren im innerstädtischen Angebotsspektrum des kurzfristigen Bedarfs hinterlassen, ca. 18% der Befragten wünschen sich wieder Drogeriewaren in der

Innenstadt. Für rund 14% der Befragten sind zudem vielfältigere gastronomische Angebote in der Innenstadt wünschenswert. Die weiteren Wünsche bezüglich der Angebotsausweitung konzentrieren sich auf spezialisierte Fachgeschäfte und Freizeitangebote, die jeweils zwei- bis zehnmals genannt wurden. Einzelnennungen wurden unter „Sonstiges“ zusammengefasst.

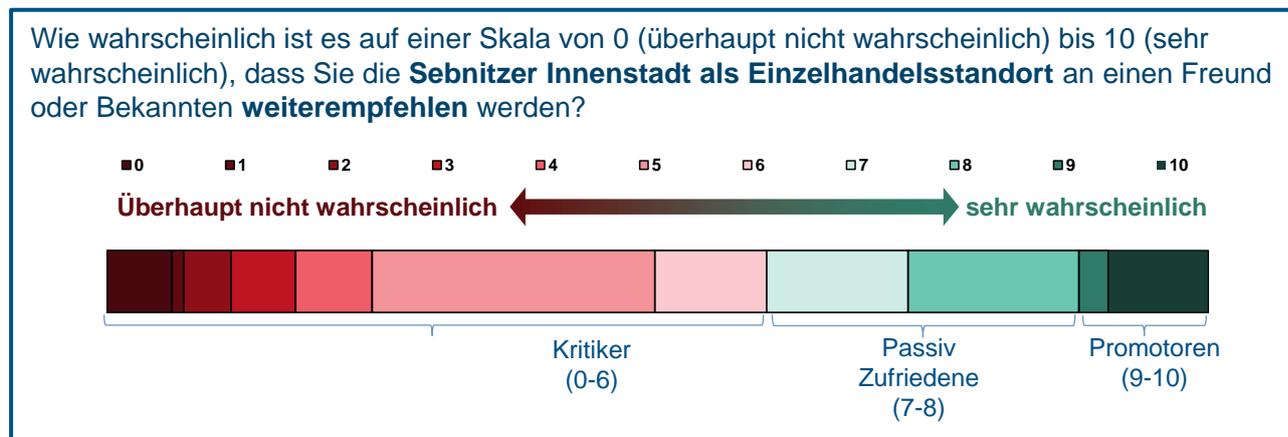
Auf das fehlende Drogeriewarenangebot in der Innenstadt wurde auch bei der Frage nach Verbesserungsvorschlägen von ca. 6% der Befragten hingewiesen. Ein besseres bzw. kostenloses Parkangebot, eine gezieltere Ansprache der Kunden durch Aktionen & Events, Tages- / Wochenangebote sowie ein verbessertes Marketing bestimmen jedoch mehrheitlich die Erwartungen der Haushalte.

Als zusammenfassender Ausdruck einer Akzeptanz des Einzelhandelsstandortes kann die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit angesehen werden, da die Weiterempfehlung eine besondere Zufriedenheit mit den Gegebenheiten voraussetzt.

Die Weiterempfehlung wird auf einer Skala von 0 (Überhaupt nicht wahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich) abgefragt, lediglich bei einer Einstufung von 9 oder 10 ist jedoch von einer aktiven Weiterempfehlung auszugehen (Promotoren).

Ihre uneingeschränkte Bereitschaft, die Sebnitzer Innenstadt weiterzuempfehlen, haben lediglich 11% der Befragten zum Ausdruck gebracht, 56% der Befragten stufen ihre Bereitschaft zwischen 0 und 6 ein und sind als Kritiker einzuschätzen.

**Abbildung 11: Weiterempfehlung der Sebnitzer Innenstadt als Einzelhandelsstandort**



Aus dem Verhältnis von Promotoren und Kritikern ist die sogenannte Netto-Empfeher-Quote abzuleiten. Für die Sebnitzer Innenstadt führte diese zu einem Wert von -48%, der Anteil der Kritiker überwiegt deutlich. Zweifellos sieht sich eine Innenstadt generell mit einem sehr weiten Spektrum unterschiedlicher Erwartungen, Interessen und Wahrnehmungen der Einwohner und Besucher konfrontiert. Ziel einer innerstädtischen Weiterentwicklung sollte dabei eine mehrheitlich positive Widerspiegelung im Meinungsbild der Einwohner und Besucher sein, welche sich ausdrückt in einem Überhang an Promotoren gegenüber den Kritikern (Netto-Empfeher-Quote wäre in diesem Fall: > 0).

### 3.5. Touristische Potenziale der Stadt Sebnitz

Die Große Kreisstadt Sebnitz bietet aufgrund der geographischen Lage, unmittelbar angrenzend an das Elbsandsteingebirge mit dem Nationalpark Sächsische Schweiz, und der vorhandenen touristischen Infrastruktur ein attraktives Spektrum für eine touristische Nachfrage. Als traditionelle Seidenblumenstadt erlangt sie eine besondere, internationale Bekanntheit.

Die relevanten Kennzahlen belegen die touristische Bedeutung der Stadt Sebnitz. Ungeachtet einer gewissen Schwankungsbreite bei der Zahl der Ankünfte und Übernachtungen im Zeitraum von 2012 bis 2016, ist zuletzt ein Aufwärtstrend zu konstatieren. Im Jahr 2016 trug der Deutsche Wandertag in Sebnitz sicherlich zu der positiven Entwicklung der Kennzahlen bei. Insgesamt sind die Ankünfte und Übernachtungen in Sebnitz im Vergleich zum Reisegebiet Sächsische Schweiz sogar stärker gestiegen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb während der letzten fünf Jahre mit nur geringen Schwankungen auf einem stabilen Niveau von durchschnittlich 3,1 Tagen.

Sich daraus ergebende Entwicklungsperspektiven werden durch die Stadt Sebnitz mit dem „Fahrplan Tourismus 2025“<sup>9</sup> aufgegriffen und regelmäßig fortgeschrieben.

**Tabelle 6: Touristische Kennzahlen der Stadt Sebnitz und dem Reisegebiet Sächsische Schweiz**

	Stadt Sebnitz	Reisegebiet Sächsische Schweiz
<b>Ankünfte</b>		
Jahr		
2012	49.432	436.059
2013	47.033	379.533
2014	51.803	424.425
2015	50.216	423.840
2016	53.661	440.108
<b>Entwicklung 2012-2016 (in %)</b>	<b>7,9%</b>	<b>0,9%</b>
<b>Übernachtungen</b>		
Jahr		
2012	155.521	1.560.162
2013	153.242	1.382.354
2014	158.306	1.506.817
2015	152.012	1.489.069
2016	164.289	1.558.794
<b>Entwicklung 2012-2016 (in %)</b>	<b>5,3%</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Durchschn. Aufenthaltsdauer</b>		
Jahr		
2012	3,1	3,6
2013	3,3	3,6
2014	3,1	3,6
2015	3,0	3,5
2016	3,1	3,5

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 2012 bis 2016, Tourismus: Einrichtungen, Betten, Auslastung, Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer

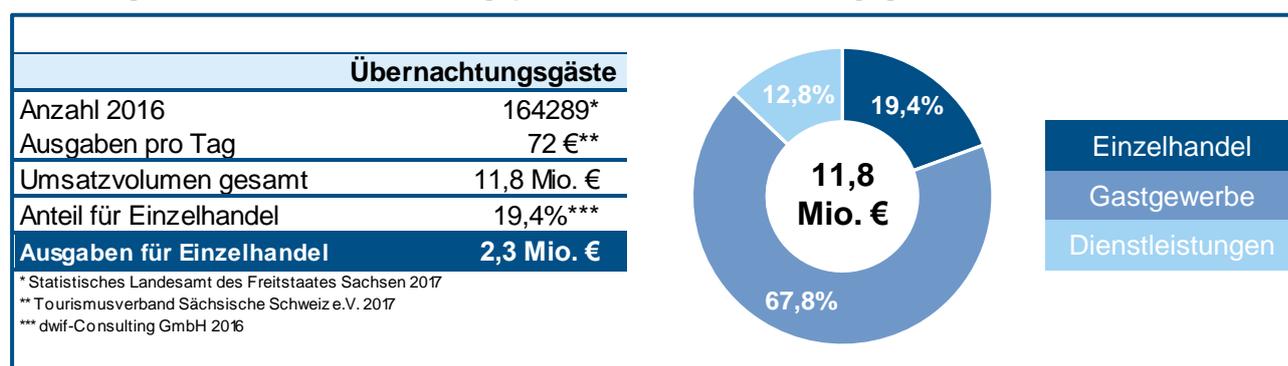
Die touristische Nachfrage wird zum einen durch die Übernachtungsgäste und zum anderen auch durch Tagesgäste bestimmt. Für Übernachtungsgäste bietet das Statistische Landesamt Sachsen eine verlässliche Datengrundlage. Erfasst werden gewerbliche Unterkünfte mit mehr als 10 Betten, einschließlich der Campingplätze. Nicht erfasst werden hierbei die Übernachtungen in privaten Unterkünften (zunehmende

<sup>9</sup> vgl. Fahrplan Tourismus 2025 - Sebnitz, Altendorf, Hainersdorf, Hertigswalde, Hinterhermsdorf, Lichtenhain, Mittelndorf, Ottendorf, Saupsdorf, Schönbach; Entwurf mit Stand vom 27.04.2017

Bedeutung von privaten Vermietungsangeboten), in Pensionen mit weniger als 10 Betten und bei Freunden und Verwandten. Die einheimische Bevölkerung nimmt demnach auch eine wesentliche Rolle in der Vermarktung der touristischen Angebote vor Ort ein.

Der Tourismus ist breiter gefächert als häufig wahrgenommen, denn dieser stellt eine Querschnittsbranche dar, von der zahlreiche Marktteilnehmer partizipieren können. Der Einzelhandel ist eine Branche, die aus dem Tourismus Potenzial generieren kann. Folglich bindet die Analyse zum Einzelhandelskonzept auch die touristische Nachfrage als Ausgangspunkt einzelhandelsrelevanter Chancen und Aufgabenstellungen ein.

**Abbildung 12: Touristisches Nachfragepotenzial der Übernachtungsgäste in Sebnitz**



Berechnungen: BBE Handelsberatung GmbH<sup>10</sup>

Wie die Übersicht zeigt, geben allein die Übernachtungsgäste in den gewerblichen Unterkünften durchschnittlich ca. 72 € am Übernachtungsort aus und bieten dadurch ein zusätzliches Umsatzvolumen von ca. 11,8 Mio. €. Rund ein Fünftel der Ausgaben kommen dem Einzelhandel zugute, woraus sich ein zusätzliches Kaufkraftpotenzial von rd. 2,8 Mio. € ergibt. Ohne Berücksichtigung der Ausgaben von Übernachtungsgästen in den oben dargestellten privaten Unterkünften und denen der Tagesreisenden, ist dieser Wert als Minimalwert anzusehen.

Das Potenzial sagt jedoch noch nichts über dessen Abschöpfung aus. Bei entsprechendem Angebot können auch durchaus höhere Ausgaben im Einzelhandel von den Touristen getätigt werden, möglich ist aber auch, dass das vorhandene Potenzial nicht ausgeschöpft wird.

<sup>10</sup> Datengrundlage: dwif-Consulting GmbH, März 2016; Statistisches Landesamt

## 4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Sebnitz

### 4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

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

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

Die Stadt Sebnitz verfügt mit Stand März 2017 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 92 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 12.131 m<sup>2</sup>, die einen Umsatz von ca. 46,0 Mio. € generieren.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1,23 m<sup>2</sup> je Einwohner weist Sebnitz bezogen auf das eigene Bevölkerungspotenzial einen hohen Verkaufsflächenbesatz auf und hebt sich deutlich von den Verkaufsflächenausstattungen weiterer Grundzentren im Umland ab. Laut Handelsatlas für den Freistaat Sachsen aus dem Jahr 2015 haben die umliegenden Grundzentren im IHK-Bezirk Dresden einen überwiegend geringeren Verkaufsflächenbesatz: Altenberg 1,06 m<sup>2</sup> je Einwohner, Bad Gottleuba-Berggießhübel 0,61 m<sup>2</sup> je Einwohner, Königstein 0,35 m<sup>2</sup> je Einwohner, Stolpen 0,88 m<sup>2</sup> je Einwohner, Glashütte 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner. Lediglich die Städte Bad Schandau (1,24 m<sup>2</sup> je Einwohner), Neustadt in Sachsen (1,69 m<sup>2</sup> je Einwohner) und Heidenau (2,45 m<sup>2</sup> je Einwohner) weisen einen höheren Verkaufsflächenbesatz auf.<sup>11</sup>

Die Verkaufsflächenausstattung ist jedoch einer stärkeren Branchen- und Betriebsformenausprägung unterworfen. Auf die Lebensmittelmärkte (Supermärkte und Discounter) entfallen allein 0,43 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner, d.h. rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche. Die innerstädtischen Leitbranchen<sup>12</sup> verfügen zusammen über eine Ausstattung von 0,34 m<sup>2</sup> je Einwohner und machen fast 28% der Gesamtverkaufsfläche aus.

Bei einer voraussichtlich sinkenden Nachfrage (vgl. Prognose der Nachfrageentwicklung im Abschnitt 3.3) sind entsprechende Vorhaben zur Neuansiedlung bzw. Weiterentwicklung von Anbietern unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten. Infolge oftmals begrenzter branchenspezifischer Spielräume sind diese gezielt zur Stärkung einer städtebaulich abgestimmten Zentren- und Standortstruktur einzusetzen.

### 4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Sebnitz

Die nachfolgende Abbildung sowie die Tabellen 7 und 8 differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach maßgeblichen Zentren- und Standortstrukturen innerhalb des Sebnitzer Stadtgebietes. Die Standortzuweisungen orientieren sich an den im vorliegenden Konzept dargestellten Abgrenzungen gemäß Abschnitt 7.4.

Die ausgewiesenen Standortkategorien weisen deutliche Unterschiede in ihrer Angebotsstruktur und folglich in ihren Versorgungsfunktionen auf.

Die **Sebnitzer Innenstadt** verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 4.650 m<sup>2</sup>, etwa 38% aller Sebnitzer Einzelhandelsflächen. Mit insgesamt 50 Anbietern (54% aller Einzelhandelsbetriebe) repräsentiert

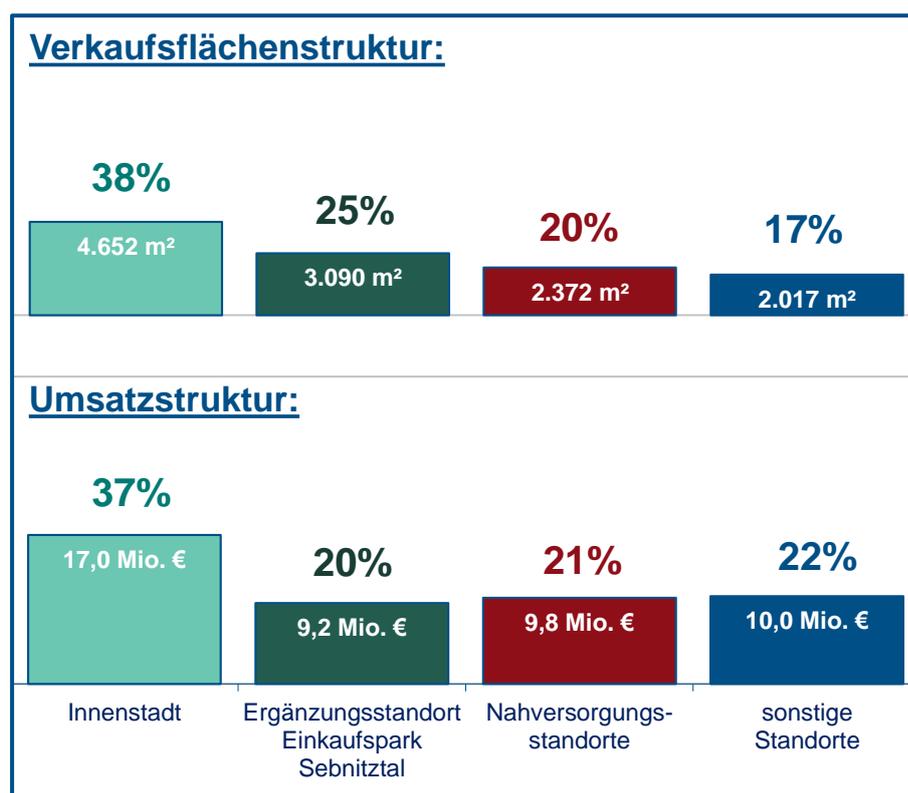
<sup>11</sup> Industrie- und Handelskammer Dresden (2015): Handelsatlas für den Freistaat Sachsen, IHK-Bezirk Dresden, S. 468ff.

<sup>12</sup> Zu den innerstädtischen Leitbranchen sind die Warengruppen: Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Spielwaren, Sportartikel, GPK/Geschenkartikel, Unterhaltungselektronik, Foto/Optik und Uhren/Schmuck zu zählen.

dieser Einzelhandelsbesatz die größte Anbietervielfalt im Stadtgebiet. Zusammen erzielen die innerstädtischen Einzelhändler einen Gesamtumsatz von ca. 17 Mio. € bzw. einen Umsatzanteil von 37% am Gesamtumsatz. Aus Gegenüberstellung von Verkaufsflächenausstattung und Anbieterzahl wird auch die überwiegend kleinteilige Flächenstruktur deutlich, die durchschnittliche Verkaufsfläche in der Innenstadt liegt bei 93 m<sup>2</sup>. Zu den flächengrößten Anbietern der Innenstadt zählen der Textilfachmarkt NKD, der Non-Food-Discounter Connys Container, der Elektronikfachmarkt expert sowie der Supermarkt EDEKA, mit Verkaufsflächen von jeweils zwischen 200-700 m<sup>2</sup>. Auf diese vier Anbieter entfällt mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.710 m<sup>2</sup> ein Anteil von rd. 37% an der innerstädtischen Verkaufsfläche. Folglich verfügen 46 Anbieter (92 % des innerstädtischen Einzelhandels) über Verkaufsflächen unter 200 m<sup>2</sup>, deren durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt lediglich 64 m<sup>2</sup>.

In der Innenstadt sind verschiedene Geschäftslagen zu unterscheiden. Der Schwerpunkt des Einzelhandels findet sich in der Schandauer Straße mit insgesamt 21 Anbietern. Am sich anschließenden Markt sind weitere 10 Anbieter ansässig. Die beiden Fachmärkte EDEKA und expert bilden eine eigenständige Agglomeration in der Rosenstraße, nordöstlich des Marktes. Weitere Anbieter finden sich in der Kirchstraße und Langen Straße. Die funktionale Verknüpfung dieser Geschäftslage ist bisher unzureichend ausgeprägt.

**Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Sebnitzer Einzelhandelsstandorten**



An der Hohnsteiner Straße befindet sich der Fachmarktstandort **Einkaufspark Sebnitztal**, der allein über 3.090 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche verfügt. Damit umfasst der Standort 25 % der Sebnitzer Einzelhandelsflächen und bindet ca. 20 % der Sebnitzer Einzelhandelsumsätze. Zentraler Ankermieter am Standort ist der Drogeriemarkt Rossmann, der zu Ende des Jahres 2015 vom Marktplatz in Sebnitz zum Einkaufs-

**Tabelle 7: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Sebnitzer Einzelhandels**

	Innenstadt		Ergänzungsstandort		Nahversorgungsstandorte	sonstige Standorte	Stadt Sebnitz gesamt			
	(m <sup>2</sup> )	(%)	(m <sup>2</sup> )	(%)						
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Metzger)	858	18%	914	19%	1.932	41%	1.020	22%	4.724	100%
Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf	223	21%	576	54%	130	12%	135	13%	1.064	100%
Blumen / Heimtierbedarf	325	58%	50	9%	45	8%	140	25%	560	100%
Papier- u. Schreibwaren / Bücher / Zeitschriften	192	68%	45	16%	35	13%	8	3%	280	100%
Bekleidung / Wäsche / sonstige Textilien	880	62%	521	36%	35	2%	0	0%	1.436	100%
Schuhe / Lederwaren	180	85%	10	5%	20	10%	0	0%	210	100%
Heimwerker / Autozubehör / Gartenbedarf	55	17%	103	30%	45	14%	130	39%	333	100%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	455	88%	15	3%	45	9%	0	0%	515	100%
Spielwaren / Babyausst. / Hobby / Musikinstr.	185	39%	65	14%	10	2%	215	45%	475	100%
Sportartikel / Fahrräder	80	60%	23	17%	0	0%	30	23%	133	100%
Haustextilien / Heimtextilien	180	20%	690	78%	20	2%	0	0%	890	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	90	43%	30	14%	0	0%	90	43%	210	100%
Elektro / Elektrogeräte / Leuchten	518	89%	0	0%	10	2%	50	9%	578	100%
UE / Musik / Video / Kommunikation / PC	200	76%	5	2%	25	10%	33	12%	263	100%
Foto / Optik / Akustik	180	69%	10	4%	0	0%	70	27%	260	100%
Uhren / Schmuck	21	44%	2	4%	0	0%	25	52%	48	100%
sonstiges	30	20%	31	20%	20	13%	71	47%	152	100%
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>4.652</b>	<b>38%</b>	<b>3.090</b>	<b>25%</b>	<b>2.372</b>	<b>20%</b>	<b>2.017</b>	<b>17%</b>	<b>12.131</b>	<b>100%</b>

Tabelle 8: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Sebnitzer Einzelhandels

	Innenstadt		Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal		Nahversorgung		sonstige Standorte		Stadt Sebnitz gesamt	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Metzger)	5.410	25%	3.530	16%	8.180	37%	4.860	22%	21.980	100%
Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf	2.470	29%	2.980	35%	660	8%	2.320	28%	8.430	100%
Blumen / Heimtierbedarf	1.070	54%	200	10%	190	9%	550	27%	2.010	100%
Papier- u. Schreibwaren / Bücher / Zeitschriften	700	64%	180	17%	120	11%	90	8%	1.090	100%
Bekleidung / Wäsche / sonstige Textilien	1.740	64%	890	32%	100	4%	0	0%	2.730	100%
Schuhe / Lederwaren	430	86%	10	2%	60	12%	0	0%	500	100%
Heimwerker / Autzubehör / Gartenbedarf	120	12%	130	13%	120	12%	640	63%	1.010	100%
GPK/Hausrat/ Geschenkartikel	840	84%	50	5%	110	11%	0	0%	1.000	100%
Spielwaren / Babyausst. / Hobby / Musikinstr.	250	26%	170	17%	20	2%	540	55%	980	100%
Sportartikel / Fahrräder	180	55%	50	15%	0	0%	100	30%	330	100%
Haustextilien / Heimtextilien	360	31%	760	64%	60	5%	0	0%	1.180	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	110	32%	40	12%	0	0%	190	56%	340	100%
Elektro / Elektrogeräte / Leuchten	1.460	97%	0	0%	30	2%	20	1%	1.510	100%
UE / Musik / Video / Kommunikation / PC	680	73%	30	3%	60	6%	170	18%	940	100%
Foto / Optik / Akustik	790	75%	50	5%	0	0%	220	20%	1.060	100%
Uhren / Schmuck	220	63%	10	3%	0	0%	120	34%	350	100%
sonstiges	130	25%	130	25%	100	18%	170	32%	530	100%
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>16.960</b>	<b>37%</b>	<b>9.210</b>	<b>20%</b>	<b>9.810</b>	<b>21%</b>	<b>9.990</b>	<b>22%</b>	<b>45.970</b>	<b>100%</b>

park Sebnitztal umgesiedelt ist und sich mit einer deutlich größeren Verkaufsfläche von ca. 700 m<sup>2</sup> präsentiert. Als einziger Drogeriemarkt im Stadtgebiet von Sebnitz bündelt der Rossmann annähernd die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche in der Warengruppe Drogerie / Parfümerie. Zusammen mit dem Netto Marken-Discount überwiegen die Verkaufsflächenanteile im kurzfristigen Bedarfsbereich. Weitere Magnetanbieter sind der Teppich- und Tapetenfachmarkt Tetac, der im langfristigen Bedarfsbereich 78% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in der Warengruppe Haus- und Heimtextilien einnimmt, sowie die beiden Textilmärkte Ernsting's Family und Kik.

Unter der Standortkategorie „**Nahversorgungsstandorte**“ sind alle wohngebietsintegrierten Standorte von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Sebnitz mit den jeweils ergänzenden Anbietern vor Ort (Bäcker, Zeitschriftenladen, Getränkemarkt) zusammengefasst. Diese Standorte übernehmen eine tatsächliche Versorgungsfunktion in der Nahversorgung. Dazu zählen in Sebnitz die Lebensmitteldiscounter Lidl in der Gartenstraße, ALDI an der Schandauer Straße sowie Penny in der Schillerstraße. Insgesamt sind an diesen drei Standorten 7 Anbieter vertreten, zusammen repräsentieren sie 20% der Sebnitzer Einzelhandelsfläche und 21% des Sebnitzer Einzelhandelsumsatzes.

Schließlich summieren sich 17 % der Sebnitzer Einzelhandelsfläche bzw. 22% der Einzelhandelsumsätze auf **sonstige Standorte und Streulagen**. Insgesamt 27 Anbieter verschiedener Branchen verteilen sich innerhalb des Sebnitzer Stadtgebietes. Der größere Flächenanteil bei Nahrungs- und Genussmitteln ist neben diversen Filialen des Lebensmittelhandwerks und einem Getränkemarkt im Ortsteil Schönbach insbesondere auf den Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount an der Dr.-Steudner-Straße zurückzuführen.

### 4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Sebnitz

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

Die Ergebnisse verdeutlichen die bereits im Rahmen der zentralörtlichen Funktion und des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes diskutierten Auswirkungen der Kundenorientierung. Der Sebnitzer Einzelhandel erzielt eine differenzierte Kundenbindung aus dem zugewiesenen Verflechtungsbereich bzw. aus Austauschbeziehungen mit an das Stadtgebiet angrenzenden Nachbargemeinden. Bei der nachfolgenden Berechnung der Bindungsquoten sind anbieterspezifische Einflüsse in den einzelnen Branchen zu erwarten und entsprechend zu bewerten. Die Stadt Sebnitz übernimmt mit ihrer Angebotsstruktur vorrangig Grundversorgungsfunktionen, in Folge ist der kurzfristige Bedarfsbereich überdurchschnittlich besetzt, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind im Saldo Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Sebnitz errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 89 %, dies entspricht einer Zentralitätskennziffer von 99 %, im Saldo fließen demnach ca. 6 Mio. € Kaufkraft aus dem Stadtgebiet von Sebnitz ab.

Dabei ist zu beachten, dass in allen Branchen sowohl mit Zu- als auch mit Abflüssen zu rechnen ist, dies gilt auch für den kurzfristigen Bedarfsbereich. Diese ergeben sich aus Pendlerbeziehungen, da sich beispielsweise Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auch auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen. Im kurzfristigen Bedarfsbereich übersteigen die Zuflüsse aus den Umlandgemeinden jedoch die örtlichen Abflüsse, über alle kurzfristigen Warengruppen hinweg summieren sich diese auf ca. 2,4 Mio. €, davon allein 1,6 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln (inkl. Lebensmittelhandwerk). Als Seidenblumenstadt wird der Blumenhandel durch eine Reihe an Geschäften des Kunstblumenhandwerks ergänzt, in der Warengruppe Blumen/Heimtierbedarf errechnet sich somit eine überdurchschnittliche Bindungsquote von 194%.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich erzielt der Sebnitzer Einzelhandel eine große Spannweite an Bindungsquoten, bei durchschnittlich 55% im mittelfristigen Bereich bzw. bzw. 66% im langfristigen Bereich sind jedoch hohe, saldierte Abflüsse zu beobachten. Erwartungsgemäß für ein Grundzentrum tendieren diese Kaufkraftabflüsse in Richtung der Mittelzentren und des Oberzentrums Dresden.

In den wichtigen innerstädtischen Leitbranchen (Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren) liegt die örtliche Bindung aber immerhin bei 70% bzw. 55%. Auffallend hoch ist die Bindungsquote in der Warengruppe GPK/Hausrat/Geschenkartikel.

Zu berücksichtigen ist jedoch, dass die Marktvolumina im Großteil der Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs aufgrund der Stadtgröße relativ gering sind. Diese werden zum Teil vom Fachhandel schnell erschlossen, bereits leichte absolute Kaufkraftzu- oder -abflüsse bedingen stärkere Ausschläge in den relativen Bindungsquoten.

Größeren Abflüssen unterliegen die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf, Möbel und Unterhaltungselektronik. Der vorhandene Elektronikfachmarkt expert und die Fachgeschäfte für Küchen- und Wohnaccessoires können nur partielle Nachfragesegmente binden und unterliegen der überregionalen Wettbewerbssituation großflächiger Fachmärkte und Möbelhäuser, insbesondere im Raum Dresden.

Bei Blick auf die regionale Versorgungsfunktion im Verflechtungsbereich errechnet sich als Durchschnittswert über alle untersuchten Einzelhandelsbranchen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 66 %. Lediglich die ausgeprägten Grundversorgungsfunktionen spiegeln sich in einem höheren Wert für den kurzfristigen Bedarfsbereich wider. Die Bindungsquoten im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich liegen deutlich darunter, sie zeigen aber auch Potenziale für eine zumindest partiell stärkere Erschließung der Nachfrage im grundzentralen Verflechtungsbereich.

Die Bindungsquote von 66% über alle Einzelhandelsbranchen liegt sogar deutlich unter dem Bevölkerungsanteil der Stadt Sebnitz im Verflechtungsbereich (75%). Die Stadt Hohnstein verfügt nur partiell über eigene

Tabelle 9: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Sebnitz 2017

	Sebnitz (T€)	Sebnitz (T€)	Sebnitz (T€)	bindung (%)	Abfluß (T€)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	20.396	21.980		108%	1.584
Blumen / Heimtierbedarf	1.037	2.010		194%	973
Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf	8.091	8.430		104%	339
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.606	1.090		68%	-516
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>31.130</b>	<b>33.510</b>		<b>108%</b>	<b>2.380</b>
Bekleidung / Wäsche / sonstige Textilien	3.889	2.730		70%	-1.159
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	915	500		55%	-415
Heimwerker / Autozubehör / Gartenbedarf	4.760	1.010		21%	-3.750
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	466	1.000		214%	534
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	738	980		133%	242
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1.035	330		32%	-705
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>11.803</b>	<b>6.550</b>		<b>55%</b>	<b>-5.253</b>
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	716	1.180		165%	464
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	2.578	340		13%	-2.238
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1.196	1.510		126%	314
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	2.738	940		34%	-1.798
Foto / Optik	805	1.060		132%	255
Uhren / Schmuck	447	350		78%	-97
sonstiger Einzelhandel	490	530		108%	40
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>8.969</b>	<b>5.910</b>		<b>66%</b>	<b>-3.099</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>51.902</b>	<b>45.970</b>		<b>89%</b>	<b>-5.972</b>
<b>entspricht einer Zentralitätskennziffer von:</b>				<b>99%</b>	

Tabelle 10: Kaufkraftbindung des Sebnitzer Einzelhandels im Verflechtungsbereich 2017

	Marktpotenzial Verflechtungs- bereich Sebnitz (T€)	EH-Umsatz Stadt Sebnitz (T€)	Kaufkraft- bindung (%)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	27.264	21.980	81%
Blumen / Heimtierbedarf	1.400	2.010	144%
Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf	10.681	8.430	79%
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.128	1.090	51%
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>41.474</b>	<b>33.510</b>	<b>81%</b>
Bekleidung / Wäsche / sonstige Textilien	5.161	2.730	53%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.221	500	41%
Heimwerker / Autozubehör / Gartenbedarf	6.499	1.010	16%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	626	1.000	160%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	993	980	99%
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1.390	330	24%
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>15.889</b>	<b>6.550</b>	<b>41%</b>
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	950	1.180	124%
Möbel (inkl. Bad- /Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	3.456	340	10%
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1.594	1.510	95%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	3.654	940	26%
Foto / Optik	1.066	1.060	99%
Uhren / Schmuck	592	350	59%
sonstiger Einzelhandel	655	530	81%
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>11.967</b>	<b>5.910</b>	<b>49%</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>69.331</b>	<b>45.970</b>	<b>66%</b>

Versorgungsstrukturen durch Lebensmittelhandwerksbetriebe und kleinere Fachgeschäfte, überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich. Die Stadt Sebnitz übernimmt sicherlich Grundversorgungsfunktionen für die Stadt Hohnstein, aufgrund deren Nähe zu Neustadt in Sachsen werden aber wesentliche Grundversorgungsfunktionen für Hohnstein auch von diesem Grundzentrum wahrgenommen.

Der Verbrauchermarkt Kaufland in Neustadt in Sachsen bedient dabei auch einen Teil der Nachfrage nach Angeboten des Wocheneinkaufs aus dem Stadtgebiet von Sebnitz.

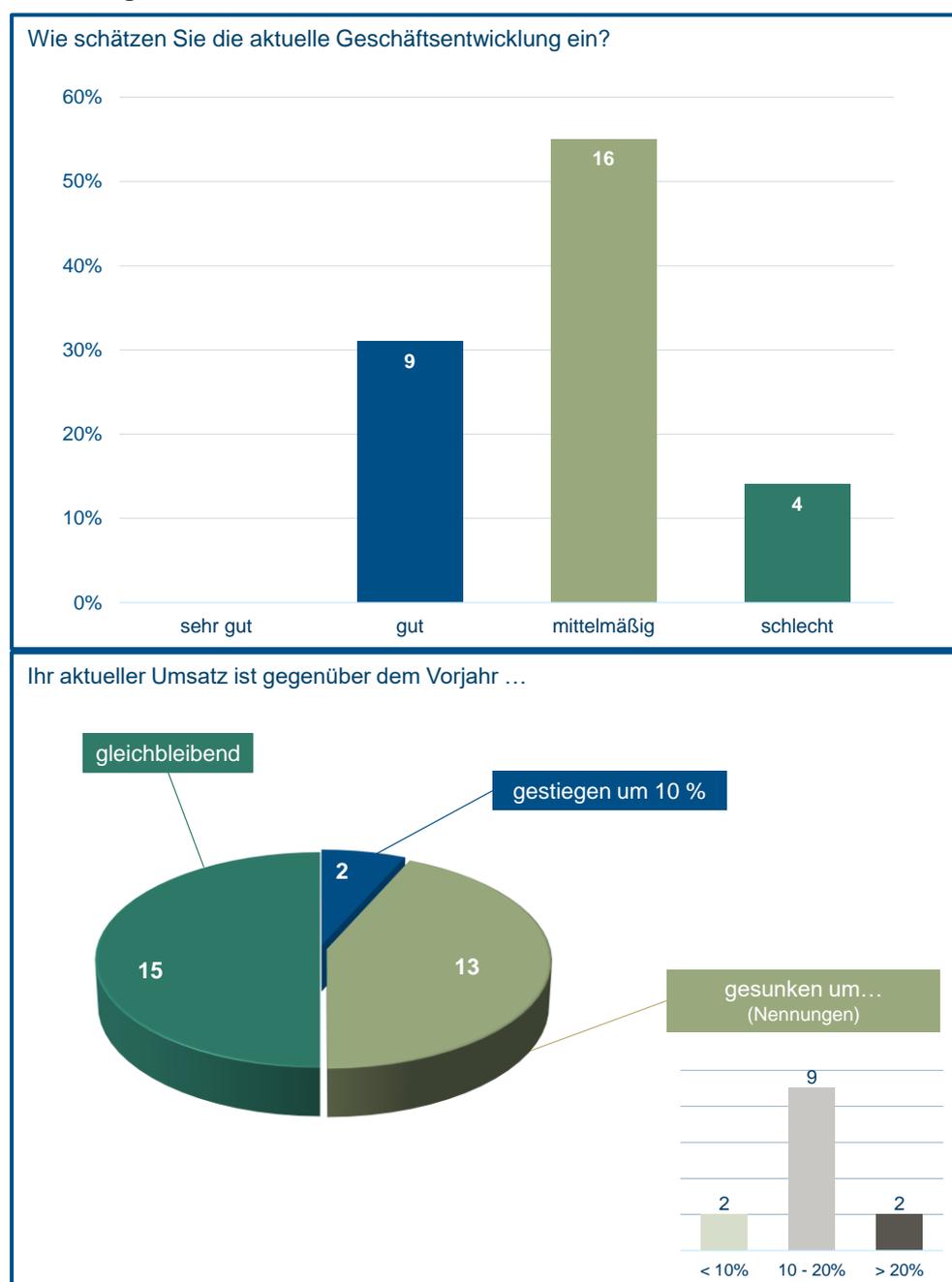
Eine generelle Steigerung der Bindungsquote ist nur bedingt möglich, es ist zu beachten, dass aufgrund des prognostizierten Nachfragerückgangs selbst eine Beibehaltung der aktuellen Umsatzleistung des Sebnitzer Einzelhandels eine Steigerung der regionalen Kaufkraftbindung erfordert.

Entwicklungspotenziale des Sebnitzer Einzelhandels bestehen eher warengruppenspezifisch, der Schwerpunkt der Kaufkraftrückgewinnung sollte auf ein qualifiziertes Angebot, auch unter Einbindung der touristischen Nachfrage, gelegt werden.

#### 4.4. Unternehmerbefragung zur wirtschaftlichen Situation und zum Einzelhandelsstandort Sebnitz

Um ein vollumfassendes Bild der aktuellen Angebotssituation in Sebnitz geben zu können und mögliche Handlungsschwerpunkte aus Sicht der Einzelhändler aufzuzeigen, wurde im März 2017 ebenfalls eine Unternehmerbefragung durchgeführt. Die Fragebögen wurden durch den Gewerbeverein Sebnitz e.V. an die Gewerbetreibenden verteilt und anschließend an die Stadtverwaltung zurückgeführt. Insgesamt 30 Gewerbetreibende haben sich anonym an der Befragung beteiligt und eine Einschätzung zu ihrer wirtschaftlichen Situation sowie zum Einzelhandelsstandort Sebnitz gegeben, die geringe Beteiligung erlaubt tendenzielle Aussagen, jedoch keine Repräsentativität für den Sebnitzer Einzelhandel.

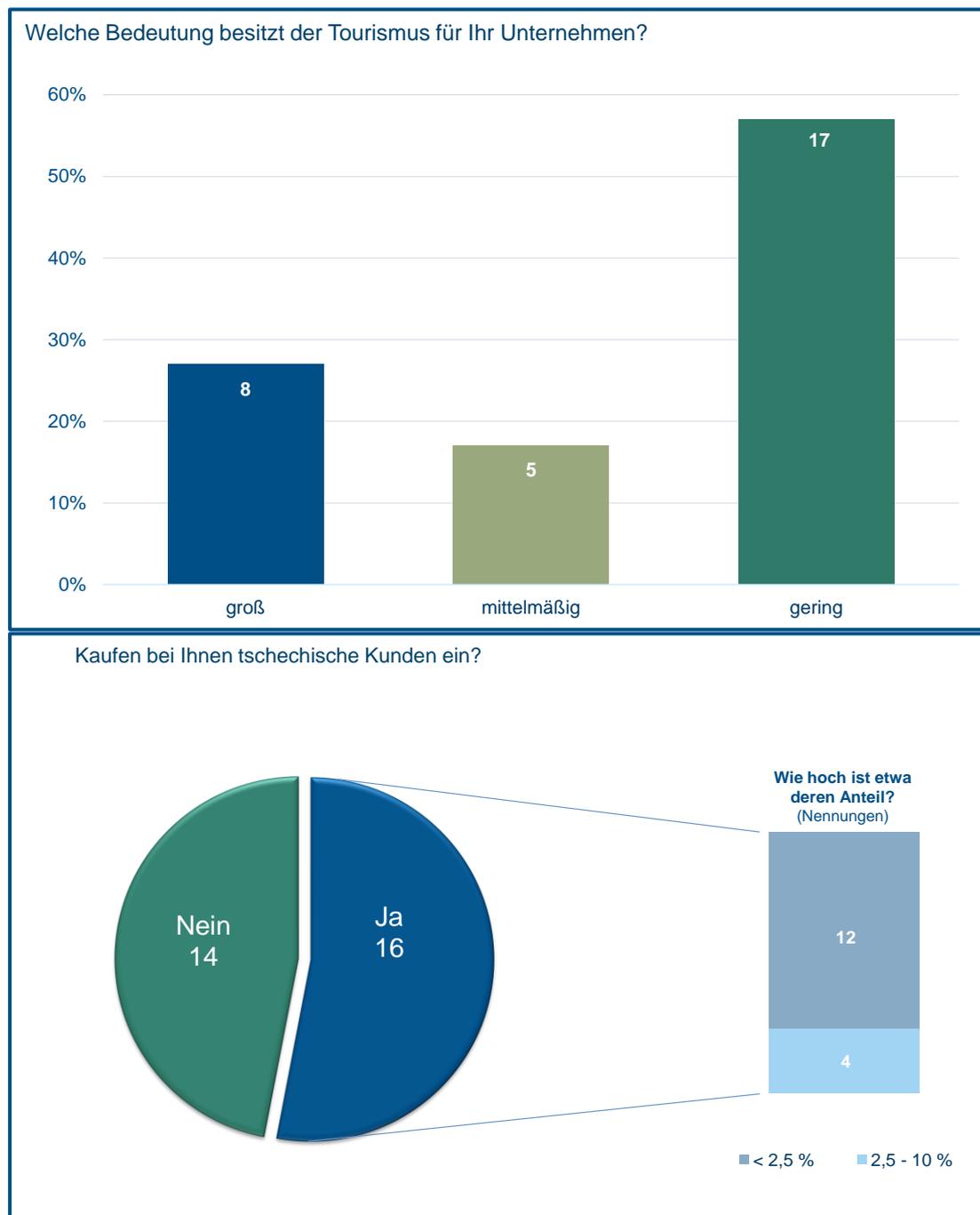
**Abbildung 14: Unternehmenssituation**



Gefragt nach der allgemeinen aktuellen Geschäftsentwicklung, stufen 86% der Unternehmer (25 Nennungen) ihre wirtschaftliche Situation überwiegend als „mittelmäßig“ bis „gut“ ein. Dies auch, obwohl 43% der Unternehmer Umsatzverluste gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen haben.

Obwohl die Stadt Sebnitz ein nennenswertes touristisches Potenzial zu verzeichnen hat, kann dies von den Unternehmern aktuell noch nicht ausgeschöpft werden. Für die Mehrheit (57% bzw. 17 Nennungen) besitzt der Tourismus nur eine geringe Bedeutung.

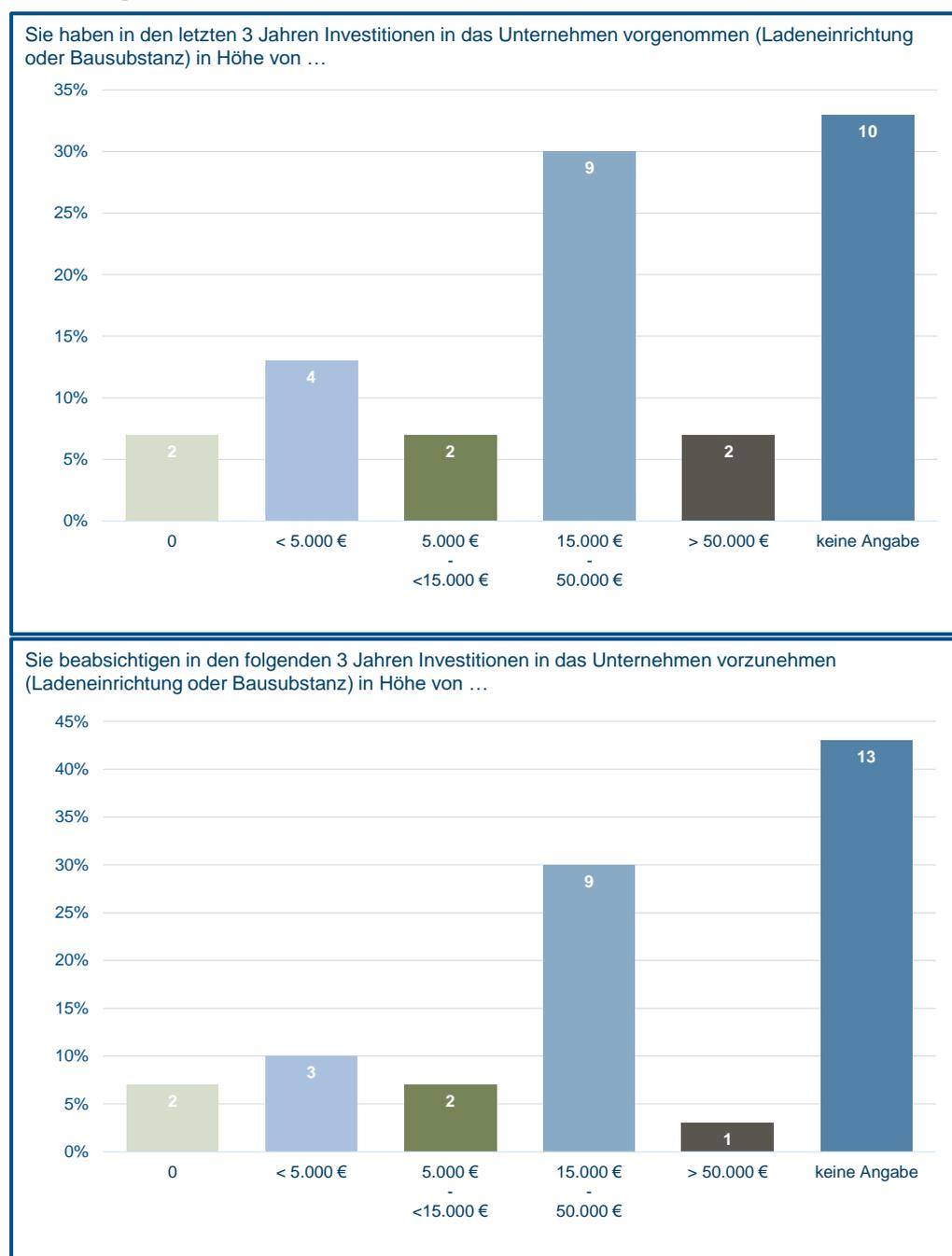
**Abbildung 15: Bedeutung des Tourismus für die Gewerbetreibenden**



Die grenzüberschreitende Ausstrahlung der Stadt Sebnitz als Einkaufsstandort führt bei über der Hälfte der Unternehmer zu Umsätzen durch tschechische Kunden. Deren Anteil ist derzeit überwiegend gering (< 2,5%), nur 4 Unternehmer bestätigten Umsatzanteile zwischen 2,5 – 10%.

Gefragt nach Investitionen zeigt sich ein sehr differenziertes Antwortspektrum, wobei etwa ein Drittel der beteiligten Unternehmen keine Angaben zum Investitionsverhalten bereitstellten. In der Höhe der Investitionssumme zeigt sich dennoch ein Schwerpunkt zwischen 15.000 – 50.000 €, sowohl in der bisherigen als auch in der geplanten Investition. Nur einzelne Unternehmen tätigen größere Investitionen.

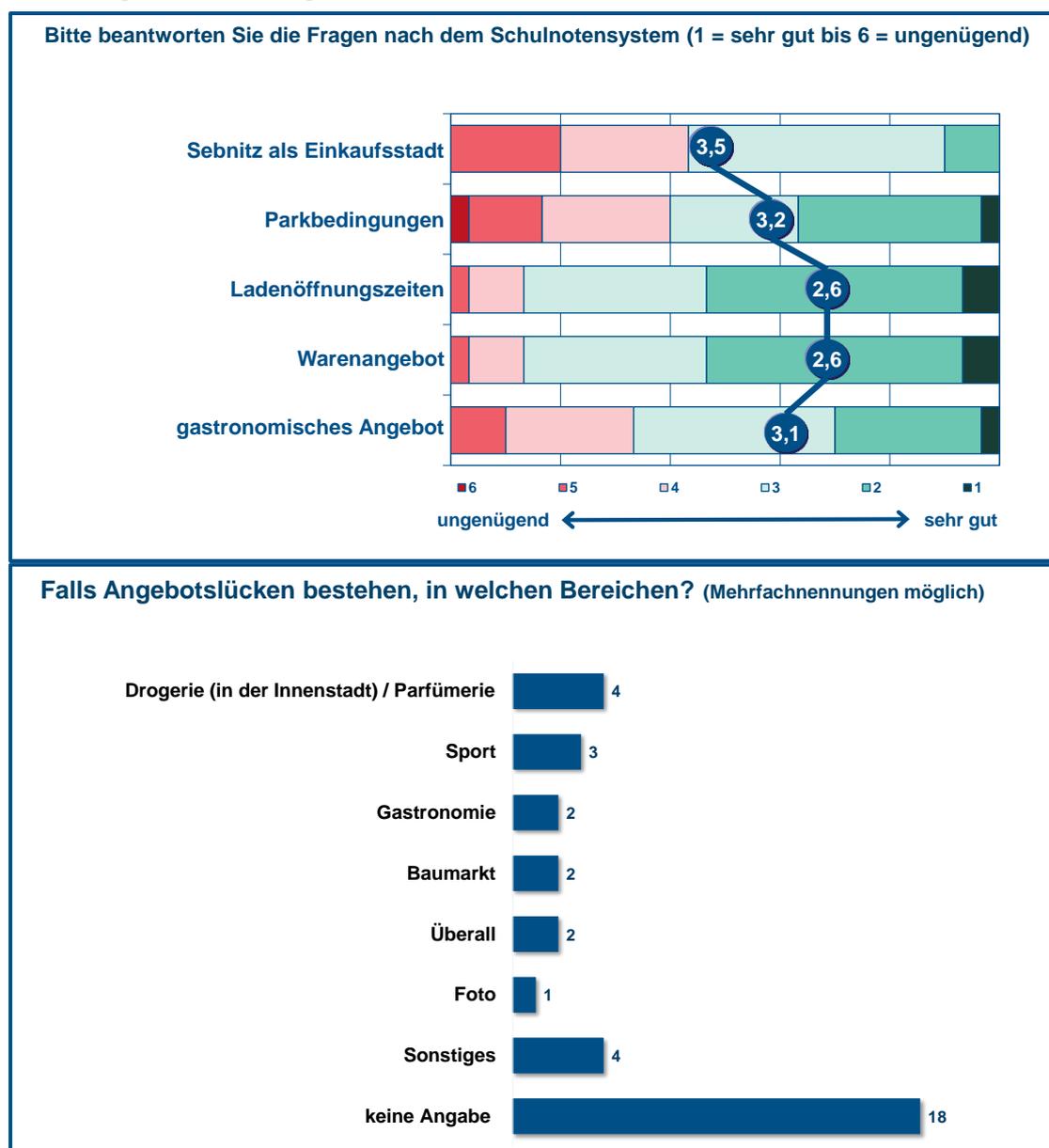
**Abbildung 16: Investitionen in das Unternehmen**



Die Einschätzung der Gewerbetreibenden gibt insgesamt ein eher durchschnittliches Bild von Sebnitz als Einkaufsstandort wieder. Die Stadt Sebnitz als Einkaufsstadt allgemein sowie die Parkbedingungen und das gastronomische Angebot wurden mit der Schulnote „befriedigend“ bewertet. Besser, mit der Schulnote „gut“, wurden die Ladenöffnungszeiten und das Warenangebot eingeschätzt. Auch die Kundenbefragung hat eine sehr positive Bewertung für die Öffnungszeiten und das Warenangebot ergeben.

Zu der Frage nach vorhandenen Angebotslücken machten nur 40% der beteiligten Gewerbetreibenden eine Angabe. Ebenso wie Kunden, haben auch die Gewerbetreibenden als dominante Angebotslücke ein fehlendes innerstädtisches Angebot im Bereich der Drogeriewaren herausgestellt.

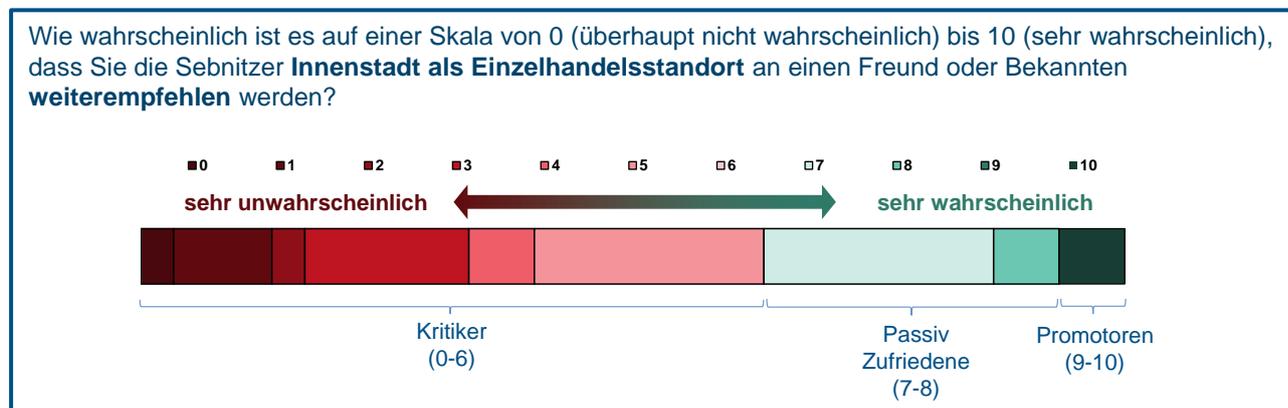
**Abbildung 17: Bewertung der Einkaufsstadt Sebnitz**



Bei der Einschätzung ihrer Wiederempfehlungsbereitschaft der Sebnitzer Innenstadt als Einzelhandelsstandort hat sich für die Gewerbetreibenden eine Netto-Empfeher-Quote von – 57% errechnet (vgl. Ab-

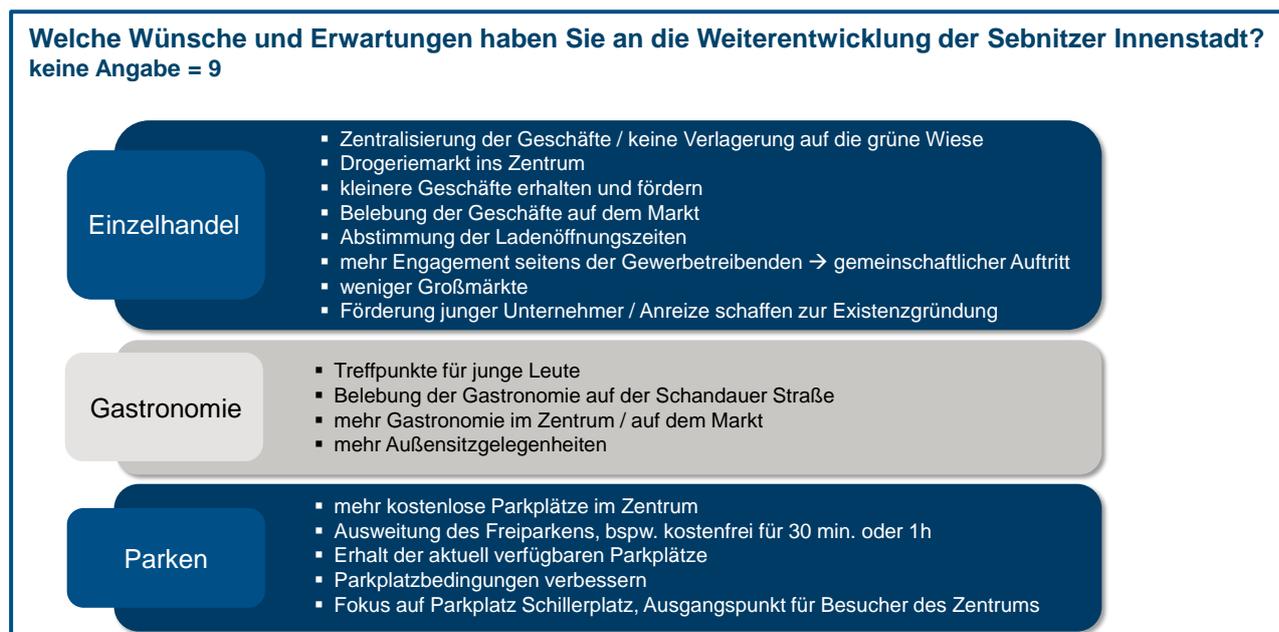
schnitt 3.4.). Gegenüber der Befragung der Haushalte ergibt sich mit 7% ein deutlich geringerer Anteil der Promotoren. Die Gewerbetreibenden sehen ihre Stadt kritischer als die Kunden.

**Abbildung 18: Weiterempfehlung der Stadt Sebnitz als Einzelhandelsstandort**



Konkrete Wünsche und Erwartungen an die Weiterentwicklung der Sebnitzer Innenstadt äußerten 21 der Gewerbetreibenden. Die Aussagen lassen sich dabei verschiedenen Oberthemen zuordnen, überwiegend betreffen diese den Einzelhandel sowie das Tourismus- und Veranstaltungsmarketing. So wird zum einen eine effizientere Zusammenarbeit unter den Händlern gefordert (abgestimmte Ladenöffnungszeiten und gemeinschaftlicher Auftritt) sowie eine Förderung von Existenzgründern und Jungunternehmern gewünscht. Unterstützend können hier gemeinschaftliche Aktionen, auch im touristischen Bereich wirken. Analog zu einer mittelmäßigen Bewertung des gastronomischen Angebotes (vgl. Abbildung 17), wünschen sich die Gewerbetreibenden zudem eine Belebung und Attraktivitätssteigerung der Sebnitzer Gastronomielandschaft, insbesondere in der Innenstadt und auf dem Markt.

**Abbildung 19: Wünsche und Erwartungen**





## 5. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Sebnitz

### 5.1. Räumliche Entwicklungsperspektiven als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort

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

- Der Altstadtgrundriss der Sebnitzer Innenstadt bedingt aktuell vergleichsweise kleine Grundstücks- und Gebäudestrukturen, die nur noch eingeschränkt und branchenbezogen für moderne Ladenkonzepte geeignet sind.
- Mit 50 Einzelhandelsbetrieben bietet die Innenstadt die höchste Angebotsvielfalt, welche sich auch auf einen beachtlichen Verkaufsflächenanteil von 38% am Sebnitzer Einzelhandelsbesatz summiert. Begrenzte Verkaufsflächen des einzelnen Fachgeschäftes und eine Aufspaltung des Besatzes in verschiedene Lagequalitäten (Schandauer Straße, Markt, EDEKA-Standort in der Rosenstraße) erzielen aber selbst bei attraktiven Einzelkonzepten in der Gesamtheit keine ausreichende Magnetwirkung. Die beiden flächengrößten Anbieter (EDEKA und expert) bilden faktisch eine eigenständige Agglomeration innerhalb der Innenstadt.  
Das Erreichen einer „kritischen Masse“ als Einzelhandelsstandort ergibt sich jedoch aus einem Wechselspiel von Anbieterzahlen, deren Flächenverfügbarkeit und einer funktionalen Verflechtung.
- Es fehlen frequenzschaffende größere Einzelhandelsflächen am Schnittpunkt Markt / Schandauer Straße. Diese Problematik wurde bereits in der Bewertung der Angebotssituation ausführlich diskutiert. Im gesamten Innenstadtbereich ist kein großflächiger Anbieter vertreten, die beiden flächengrößten Magnetanbieter bilden die oben angesprochene, eigene Agglomeration, die nächst größeren Fachgeschäfte sind dem preisorientiertem Angebotsspektrum zuzuordnen, insgesamt verfügen nur 4 Anbieter über Verkaufsflächen oberhalb 200 m<sup>2</sup>.
- Die Fachgeschäftsstrukturen weisen teilweise attraktive und individuelle Angebotskonzepte auf, insbesondere auch in den innerstädtischen Leitbranchen. Mehrere Bekleidungsanbieter mit unterschiedlichem Preissegment und Zielgruppenansprache (darunter das Modecafé und weitere Modedeboutiquen, aber auch preisorientierte Anbieter wie NKD), zwei Schuh-Fachgeschäfte, ein kleiner Unterhaltungselektronikmarkt (expert Lustig) sowie Uhren / Schmuck, Optiker, Confiserie, Kunsthandwerk und Kunstblumen, ein Raumausstatter bis hin zum EDEKA-Markt bieten ein vielseitiges innerstädtisches Angebotsspektrum.
- Deren Verteilung im Innenstadtbereich, wobei der Markt nicht die Funktion eines konzentrierten und lebendigen Zentrums wahrnimmt, erschweren die Gesamtausstrahlung eines für ein Grundzentrum grundsätzlich positiven Besatzes.
- Leerstände in den Hauptgeschäftslagen sind zudem ein Indikator für Strukturschwächen in der Innenstadt, dabei ist aber zu berücksichtigen, dass Leerstände auch auf objektseitige Defizite zurückzuführen sind. Neben den bereits umfänglich erfolgten Sanierungsmaßnahmen in der Vergangenheit besteht zur Weiterentwicklung des Innenstadtbereiches weiterer Sanierungsbedarf, i.d.R. führt genau dieser Sanierungsbedarf zu funktionalen Brüchen.
- Die Konsequenz aus diesen Rahmenbedingungen ist, die räumliche Präsenz der Innenstadt durch Verdichtung der Angebotsstrukturen und gemeinsamen Marktauftritt zu stärken. Eine solche Entwicklung vollzieht sich nicht im Selbstlauf, schon gar nicht vor dem Hintergrund geringer Spielräume zusätzlicher Kaufkraftbindung in Sebnitz (siehe Abschnitt 4.3). Die Sicherung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und eine prioritäre Ansiedlungsstrategie für zusätzliche Angebote des Einzelhandels oder der Gastronomie bedürfen räumlicher Potenzialflächen.

- Eine Verdichtung der Angebotsstrukturen bedingt letztlich eine Erschließung von Flächenpotenzialen aus dem Bestand bzw. aus der damit verbundenen Grundstückssituation. Im Mittelpunkt steht eine Nutzungsverdichtung und funktionale Verknüpfung der Geschäftslagen über eine spürbare Funktionsstärkung des Marktes.<sup>13</sup>
- Für die Einbindung zusätzlicher Einzelhandelsflächen kann zunächst auf Nutzbarmachung und Wiederbelegung aktueller Leerstandsflächen verwiesen werden. Leerstehende Ladenlokale finden sich im gesamten Innenstadtbereich, besonders hervorzuheben sind wiederum Perspektiven am Markt mit den Leerständen der ehemaligen Drogeriefiliale und der Passage. Diese Entwicklungsflächen sind in Verbindung mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Abschnitt 5.4.1 nachvollziehbar.
- Dieser Ansatz zielt darauf, innerhalb der bestehenden Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches nachfragegerechte Ladenflächen mit zeitgemäßen Anforderungsprofilen zu entwickeln und gezielt Magnetanbieter zur Frequenzstärkung und Belegung des Marktumfeldes einzubinden. Das Verständnis von „Marktbelegung“ geht dabei über die Nutzung neuer Ladenlokale hinaus und muss zwingend auch eine Freiraumnutzung berücksichtigen.

Für die Zukunftsfähigkeit der Sebnitzer Innenstadt ist das Zusammenspiel von Flair, Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistern von Bedeutung, insbesondere „rund um den Markt“ bieten sich bei einer Frequenzstärkung des innerstädtischen Bereichs weitere, gute Chancen. Die Magnetwirkung als Einzelhandelsstandort geht aber von einem verdichteten und funktional zusammenhängenden Besitz der genannten Geschäftslagen aus.

## 5.2. Branchenmix und Angebotskonzepte der Sebnitzer Innenstadt

Die Wahrnehmung der Stadt als attraktiver Einzelhandelsstandort soll zukünftig stärker durch ein funktionales Zusammenwirken leistungsfähiger Einzelhandelsstandorte geprägt werden, mit einer prioritären Entwicklung des zentrenrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt.

Natürlich ist dabei zu berücksichtigen, dass aufgrund der strukturellen Gegebenheiten weiterhin der Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe enge Grenzen gesetzt sind, die Entwicklungspotenziale der Innenstadt liegen aber in der Herausbildung eines eigenständigen Profils, welches auf Vielfalt und Multifunktionalität ausgerichtet ist. Dieses Profil schafft wiederum die wirtschaftliche Basis für die Ansiedlung attraktiver Fachgeschäfte.

Bei der Ansiedlung zukünftiger Nutzungen ist vor allem auf eigenständige Attraktivität mit entsprechend frequenzstärkender Wirkung zu achten. Angebotskonzept und Größe der Anbieter werden ausschlaggebend für die angestrebte Magnetwirkung sein, von der auch vorhandene Fachgeschäfte partizipieren können. Schließlich soll in Folge der Sogwirkung die Ansiedlung weiterer Geschäfte auf vorhandenen Flächenpotenzialen befördert werden und damit auch das wirtschaftliche Interesse von Hauseigentümern zur Sanierung ihrer Gebäudesubstanz wecken.

Die Wahrnehmung der Innenstadt ist in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebbar“ Struktur vorgibt. Dies impliziert Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes. Allerdings können diese Faktoren nur in einer kompakten Anordnung ein funktionierendes Geschäftszentrum garantieren und eine lebendige und anregende Atmosphäre vermitteln. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung

---

<sup>13</sup> Räumliche Abgrenzung der Sebnitzer Innenstadt ist Gegenstand des Abschnitts 7.4.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz

der Sebnitzer Innenstadt ist vor diesem Hintergrund ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

Welche Bedeutung die genannten Faktoren haben, zeigt ein Blick auf die nachfolgende Abbildung. Aus der Gegenüberstellung von Entwicklungstrends der Angebots- und Nachfrageseite lassen sich Konsequenzen für die Entwicklung der Sebnitzer Innenstadt ableiten.

**Abbildung 20: Trends der Handelsentwicklung und Konsequenzen für die Sebnitzer Innenstadt**

Veränderungen auf der Angebotsseite	Veränderungen auf der Nachfrageseite	Konsequenzen für die Innenstadtentwicklung
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausdünnung des Standortnetzes meets Flächenexpansion</li> <li>• neue und veränderte Betriebsformen</li> <li>• Trends zu sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen</li> <li>• Polarisierung von Massenmarkt und Premiummarkt</li> <li>• Potenzial der Preismitte wird geringer</li> <li>• Überalterung und Betriebsnachfolgeprobleme bei mittelständischen Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veränderung der Bevölkerungs- und Sozialstruktur (Senioren-gesellschaft, Singlehaushalte)</li> <li>• Relative Stagnation der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft – Verschiebung von Ausgabenanteilen</li> <li>• Polarisierung: preisaggressiv vs. erlebnisorientiert</li> <li>• Beratung &amp; Convenience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkaufsatmosphäre als Erlebnisbereich – Inszenierung u.a. Umsetzung von Themen</li> <li>• Branchenmix und Durchmischung durch Vielfalt</li> <li>• Touristische Ausrichtung des Einzelhandels</li> <li>• Hoher Servicegrad &amp; Beratungsintensität</li> <li>• Erreichbarkeit - ÖPNV</li> <li>• Parkplatzausstattung und Parkplatzorganisation</li> <li>• Nachfragegerechte Öffnungszeiten</li> <li>• Öffentlichkeitswirksame Zusammenarbeit der Akteure</li> </ul>

Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt der innerstädtischen Entwicklung, dies stellt Anforderungen an Bestandsstrukturen und an gezielte Neuansiedlungen.

Die bestehende Struktur mit einer Vielzahl von Fachgeschäften, die ein weites Spektrum des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs abdecken, ist dabei grundsätzlich als besondere Stärke herauszuheben, auch unter dem Blickwinkel, dass das Flächenangebot in starkem Maße durch zentrenrelevante Leitbranchen (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Unterhaltungselektronik etc.) geprägt wird. Die Fachgeschäfte sind vielfach spezialisiert und auf Zielkunden ausgerichtet. Die strukturelle Dominanz und die Größe der Fachgeschäfte stellt jedoch auch ein Problem für die Ausstrahlungskraft der Innenstadt dar. Auch zukünftig wird der Verkaufsflächenbestand mehrheitlich aus kleinteiligen Fachgeschäften bestehen, entsprechend den Möglichkeiten ist eine Ansiedlung von Ankermietern dennoch anzustreben. Diese sichern die erforderliche Vielfalt der Angebote und generieren Frequenz auch für die vorhandenen Fachgeschäfte.

In diesem Kontext zeichnen sich für die Sebnitzer Innenstadt folgende Entwicklungsschwerpunkte ab:

### 1. Innenstadt als multifunktionaler Erlebnisraum

Kernaufgabe ist die Schärfung eines eigenständigen Standortprofils. Für die Sebnitzer Innenstadt ist dies gleichbedeutend mit einer Gesamtbetrachtung stadtplanerischer und einzelhandelsstruktureller Anforderungen. Dieser Spannungsbogen von quantitativ und qualitativ abgestimmten Branchenmixkonzepten, sowohl standortbezogen (Revitalisierung Passagenbereich) als auch einzelbetrieblich (Profilierung der inhabergeführten Geschäfte), über gestalterische Aspekte zur Aufenthaltsqualität (Freiraumnutzung am Markt) bis zur gezielten Lenkung der Kundenströme, bildet den konzeptionellen Rahmen.

Der Einzelhandelsstandort ist dabei eingebunden in die Funktionsbündelung eines lebendigen Zentrums mit vielfältigen Aufgabenstellungen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie/Hotellerie, Dienstleistung, Verwaltung, Kultur, Freizeit und Tourismus. Ziel ist letztlich eine hohe Identifikationsfunktion für die Gesamtstadt sowohl aus Sicht der Einwohner als auch der Besucher / Touristen.

**Abbildung 21: Handlungsfelder zur Entwicklung einer multifunktionalen Innenstadt**



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

## 2. Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte im Einzelhandel

In diesen Kontext eines Erlebnisraumes sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität des örtlichen Einzelhandels einzubinden. Dies sind neben dem Branchenmix die Schlüsselfaktoren für eine zukunftsfähige Innenstadt, die nicht auf Handelsfilialisten als Ankermieter und Zugpferde aufbauen kann. Dabei kann auch die mehrheitlich vorhandene Fachgeschäftsstruktur auf Trends aufsetzen. Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, die sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen. Verknüpft mit der Fragestellung - Warum soll der Kunde ausgerechnet bei mir kaufen? – sind folgende Ansatzpunkte für eine marktfähige Ausrichtung der Angebotskonzepte zu prüfen:

- Spürt mein Kunde Genuss- oder Erlebnisanreize? Übertreffe ich die Erwartungen meiner Kunden?
- Ist meine Profilierung auf einen Wettbewerbsvorteil ausgerichtet und hinreichend konkret?
- Sind unsere Qualitätskriterien wirklich ein Wettbewerbsvorteil?
- Wie wird das Geschäftsmodell in zwei, fünf oder zehn Jahren aussehen?
- Ist das eigene Unternehmen dann noch auf dem Markt und gehört es zu den Spielentscheidern?
- Was kann ich Wettbewerbern mit neuen Geschäftsmodellen entgegensetzen?

Eine konsequente Prüfung schließt dabei folgende Profilierungsfaktoren ein:

- Unternehmensphilosophie / Mitarbeiterkompetenz / Mitarbeiterführung
- Erscheinungsbild des Ladengeschäfts
- Service / Dienstleistungen
- Marktkommunikation / Wahrnehmung im regionalen Umfeld / Kommunikationsmittel
- Preisgestaltung.

Eine innovative und erlebnisorientierte Warenpräsentation stellt ein zentrales Element marktgerechter Angebotskonzepte dar. Natürlich sind auch Öffnungszeiten im Standortverbund auf zeitgemäße Kundenerwartungen abzustimmen und auch außerhalb der Öffnungszeiten können über die digitalen Medien den Kunden Informationen zu Angeboten übermittelt werden. Die nachfolgende Abbildung gibt zusammenfassend einen Überblick zu den Anforderungen an marktgerechte Angebotskonzepte.

**Abbildung 22: Kriterien für zeitgemäße Angebotskonzepte im Einzelhandel**



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

Besonders in der wachsenden Polarisierung von Premium- und Massenmarkt muss es das Ziel des innerstädtischen Handels sein, bestimmte Nachfragesegmente (u.a. Touristen, tschechische Kunden aber auch regionale Kundensegmente) mit qualitativ hochwertigem Warenangebot anzusprechen. Gute Entwicklungsperspektiven bieten eine kreative Kundenansprache, sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen oder auch die gezielte Nutzung individueller Flächenzuschnitte der Altstadt. In diesen Angebotsformen kommt es mehr auf die Innovation an (z.B. Handel und Gastronomie als Mischform) als auf standardisierte Flächenzuschnitte.

### 3. Touristische Ausrichtung des Einzelhandels

Der tourismusorientierte Einzelhandel definiert sich über Impulskäufe, die durch besondere Kaufanreize bzw. Erlebnisse ausgelöst werden. Mit dieser Begriffsbestimmung wird auch der Unterschied zu Versorgungseinkäufen determiniert. Touristen und Tagesbesucher stellen besondere Ansprüche an das Angebot, das Umfeld und an Öffnungszeiten, die sich auch zur örtlichen Nachfrage unterscheiden.

Einkaufen hat für die meisten Touristen eine besonders wichtige Bedeutung. Der Einkauf dient, außer bei Selbstversorgern, weniger der Versorgung, sondern es werden Einkaufsaktivitäten unternommen, für die im Alltag oft wenig Zeit besteht. Die Impulskäufe werden häufig durch Kaufanreize ausgelöst. Unterstützt von dem „Gefühl“ am anderen Ort interessantere Angebote vorzufinden als daheim, werden typische Verhaltensmuster geprägt, auf die sich der Einzelhandel einer Stadt mit touristisch hoher Relevanz einstellen kann und muss. Die Tatsache, dass der Verbraucher im Freizeitbereich und gerade im Urlaub dazu neigt, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben, sollte als Chance genutzt werden.

Zeitgemäß stellt der erlebnisorientierte Einkauf eine besondere Perspektive für die Innenstadt dar, eingebunden in eine Vielfalt von Erlebnisbereichen. Natur, Sehenswürdigkeiten, Freizeitaktivitäten, Events in Verbindung mit Einkauf und Gastronomie, dies am liebsten alles auf einmal in kurzer Zeitspanne zu konsumieren, entspricht der Konsumneigung. Ein möglichst vielfältiges Angebot in einem attraktiven Umfeld mit hoher Aufenthaltsqualität, sind Ansprüche und Erwartungshaltungen, die Touristen und Tagesbesucher an eine Innenstadt stellen. Die Potenziale der Innenstadt von Sebnitz sind in dieser Richtung sicher noch nicht ausgeschöpft.

Touristen stellen auch besondere Ansprüche an das Angebot, das Umfeld und an Öffnungszeiten, die sich auch zur örtlichen Nachfrage unterscheiden. Die Innenstadt soll Aufenthaltsqualität und ein gewisses Flair bieten, dass sich durch Lebendigkeit auszeichnet. Ein wichtiger Aspekt für Touristen stellt die Verknüpfung von Handel und Gastronomie dar. So bieten sich beispielsweise für die Einzelhändler Möglichkeiten durch eine Produktpäsentation in Pensionen und Hotels oder durch gemeinsame Pauschalangebote, die eine Übernachtung sowie ein besonderes Angebot des Einzelhandels beinhalten.

Interesse kann der Handel beim Touristen nur hervorrufen, wenn die Anbieter sich durch einen modernen Marktauftritt und eine erlebnisorientierte Warenpräsentation auszeichnen. Positive Beispiele sind in Sebnitz bereits entlang der Schandauer Straße zu finden. Die Chancen liegen vor allem in einer Erweiterung des Angebots, doch auch eine Verminderung von Leerständen und ein aktives Leerstandsmanagement können die Attraktivität der Kundenlaufwege befördern.

Das Thema Öffnungszeiten muss zwangsläufig bei der Erschließung touristischer Potenziale für den Einzelhandel in den Mittelpunkt gerückt werden. Die touristische Nachfrage konzentriert sich sehr stark auf die Wochenenden. Folglich sind einheitliche Schließzeiten an den Samstagen, mit Kernöffnungszeiten bis in den Nachmittag, zu empfehlen. Die Schließung der Geschäfte, in der Altstadt mehrheitlich auf 12-14 Uhr ausgelegt, mindert die ökonomischen Effekte des Tourismus.

Der tourismusorientierte Handel ist ein aber ein zunehmend wichtigerer Aspekt zukunftsfähiger Angebotsstrukturen. Unter Berücksichtigung der örtlichen Nachfrageentwicklung lassen sich zusätzliche Umsatzpotenziale erschließen, die eine Existenzsicherung des innerstädtischen Fachhandels nachhaltig unterstützen können. Der Fachhandel ist seinerseits ein wichtiges Element innerstädtischer Strukturen und Attraktivitätsfaktor für den Tourismus.

Allgemein anerkannte Untersuchungen und Ausarbeitungen zum tourismusorientierten Einzelhandel gehen davon aus, dass touristisch ausgerichtete Gäste ein besonderes Angebotsspektrum präferieren.

**Abbildung 23: Ansprüche und Erwartungen an Innenstadt und Einzelhandelsangebot**

Ansprüche und Erwartungen von Touristen	Relevante Angebote für Touristen
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ambiente und Lebendigkeit</li> <li>✓ Vielfalt von Erlebnisbereichen</li> <li>✓ Attraktives Umfeld mit hoher Aufenthaltsqualität</li> <li>✓ Nachfragegerechte Öffnungszeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Regional typische Produkte</li> <li>✓ Textilien, Schuhe, Lederwaren</li> <li>✓ Sportartikel, Camping, Freizeitzubehör</li> <li>✓ Uhren, Schmuck, Accessoires</li> <li>✓ Bücher, Geschenkartikel, Souvenirs</li> </ul>

Eine Auswahl dieser Sortimente führt die Sebnitzer Innenstadt bereits, eine Basis für die Tourismusorientierung des Einzelhandels ist definitiv gegeben. Allerdings werden die im Abschnitt 3.5 ermittelten Potenziale bisher unzureichend erschlossen.

#### 4. Außen- und Fernwirkung der Ladenlokale am Markt

Die Stadt Sebnitz verfügt über einen relativ großen Markt. Umfangreiche Sanierungsmaßnahmen vergangener Jahre in der angrenzenden Gebäudesubstanz und insbesondere die Gestaltung des Marktplatzes haben dieses Marktumfeld städtebaulich aufgewertet. Dennoch geht von ihm nicht die Ausstrahlung einer Konzentration des innerstädtischen Einzelhandels aus. Hierfür wirken mehrere Ursachen zusammen.

Die Wahrnehmung des Einzelhandels unmittelbar am Markt wird derzeit von der werbewirksamen Außendarstellung der beiden preisorientierten Anbieter (Connys Container, NKD) und dem Hotel Sebnitzer Hof geprägt, alle weiteren Einzelhandelsanbieter treten in ihrer Wahrnehmung zurück. Attraktive Fachgeschäfte werden erst auf den „zweiten Blick“ erfasst. Dies ist sicherlich begründet in der Größe des Marktes (mehr als 90 m Ausdehnung in Ost-West-Richtung), ausstehenden Sanierungsmaßnahmen an einzelnen Gebäuden, denkmalschutzrechtlichen Beschränkungen der Außenwerbung oder auch erneuerungsbedürftige Außendarstellung der Anbieter.

Unter dem Gesichtspunkt, dass ein Markt für Touristen zu den ersten Anlaufpunkten für einen innerstädtischen Einkaufsbummel darstellt, geht diesbezüglich vom Sebnitzer Markt keine Magnetwirkung als Handels- und Dienstleistungsstandort aus.

Empfehlenswert ist es, die verschiedenen städtebaulichen Belange sowie Interessen der Hauseigentümer und Gewerbetreibenden gleichberechtigt in eine Gestaltungssatzung zu den Themen Fassaden- und Schaufenstergestaltung, Werbeanlagen, Außenmöblierung und Werbung auf den öffentlichen Flächen vor den Geschäften zusammenzufassen. Einzubinden wäre auch der Themenbereich Außengastronomie bei Umsetzung des nachfolgenden Punktes zur Freiraumnutzung. Die bestehende Gestaltungssatzung<sup>14</sup> ist hinsichtlich der aktuellen Anforderungen zu überprüfen.

#### 5. Freiraumnutzung am Markt durch Außengastronomie etc.

Der Markt in Sebnitz zeichnet sich neben seiner Größe auch durch seine gute Erreichbarkeit aus. Er wird an drei Seiten (Ost-, Nord- und Westseite) durch Straßenführungen begrenzt. Parkmöglichkeiten finden sich auf der Nordseite und auf der Südseite. Folglich bestimmt die Verkehrserschließung maßgeblich die potenzielle Freiraumnutzung des Marktes.

<sup>14</sup> vgl. Stadt Sebnitz, Örtliche Bauvorschrift über die Gestaltung baulicher Anlagen für Sebnitz – GESTALTUNGSSATZUNG; 1995

Die Freiraumnutzung am Markt konzentriert sich auf Veranstaltungen und Märkte, so findet u.a. zweimal wöchentlich ein Wochenmarkt statt.

Eine Nutzung durch Außengastronomie ist sehr gering ausgeprägt. In den Sommermonaten nutzt eine Eisdieler einen Teilbereich auf dem Fußweg an der Westseite, das Restaurant „Zum Schmuggler“ nutzt den Fußweg auf der Nordseite.

#### Abbildung 24: Verkehrserschließung Markt



Eine gastronomische Nutzung der innenliegenden Flächen des Marktes ist derzeit durch die Verkehrsführung und Parknutzung ausgeschlossen. Grundsätzlich denkbar wäre eine Nutzung der Südseite, insbesondere auch in Verbindung mit dem Baumbestand. Dies erfordert jedoch eine Änderung der Parkregelung auf dieser Marktseite.

### 6. Erschließung von Flächenpotenzialen für marktfähige Ladenlokale

Ergänzend zur Profilierung der Bestandsstrukturen gilt aber weiterhin: Anker- und Magnetbetriebe, die über eine starke Markenpräsenz verfügen, bzw. deren Angebotskonzept und Größendimensionierung eine entsprechende Ausstrahlungskraft und Frequenzwirkung erzeugen, sind in der Innenstadt unterrepräsentiert. Ein ausgewogener Branchen- und Betriebstypenmix ist für die Stärkung des Innenstadtzentrums von entscheidender Bedeutung.

Die Entwicklungsspielräume für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe bzw. für die wirtschaftliche Stärkung vorhandener Einzelhandelsunternehmen sind sicherlich branchenspezifisch unterschiedlich ausgeprägt aber vorhanden. Auch Verlagerungen von Bestandsbetrieben in das Marktumfeld können zur angestrebten Verdichtung und funktionalen Vernetzung der innerstädtischen Lagen beitragen.

Als räumliche Entwicklungsperspektiven wurden bereits der ehemalige Drogeriestandort (Markt 1) und insbesondere die Passage (Markt 7) genannt. Letztere bietet zumindest vom Grundstückszuschnitt / Grundstückstiefe die Möglichkeit, über gezielte Umbaumaßnahmen eine größere, bereits für Fachmarktkonzepte geeignete Verkaufsfläche zu entwickeln. An diesem Standort könnte perspektivisch ein wichtiger Frequenzbringer für das Marktumfeld etabliert werden, Voraussetzung ist zunächst ein tragfähiges Nutzungskonzept für die Gesamtimmobilie.

### 5.3. Innenstadtentwicklung im digitalen Spannungsfeld – Thesen zur Wechselwirkung stationärer Einzelhandel vs. E-Commerce

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

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,<sup>15</sup>
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

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

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

So wird durch den Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So prognostiziert IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4 % des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Ballungsgebieten und Großstädten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4 % des derzeitigen Bestands liegen dürfte.<sup>16</sup>

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

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

<sup>15</sup> M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smartphones)

<sup>16</sup> Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

ren und in diesem Kontext eine Verdichtung und weitere funktionale Verknüpfung der innerstädtischen Lagen zu erzielen. Dazu sind die bereits beschriebenen Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch größere Angebotsformate bzw. moderne Ladenkonzepte umzusetzen.

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

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

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

Der Konsument ist digital. Nach aktuellen Untersuchungen nutzen vier von fünf Verbrauchern Suchmaschinen, um lokale Informationen zu finden. Immerhin 40% aller mobilen Suchanfragen haben einen lokalen Bezug. In 72% dieser lokalen Suchanfragen gehen die Verbraucher anschließend in einen Laden in der Nähe und 49% tätigen einen Kauf im Laden nach der mobilen Recherche.<sup>17</sup> Daraus ist zu schlussfolgern, dass eine Internetpräsenz des jeweiligen Anbieters einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung von Käufern leisten kann. Die digitale Sichtbarkeit ist die große Herausforderung für den Händler. In der Konsequenz ist das Vorhandensein im Internet, z.B. über regionales Online-Marketing, sozusagen die „Pflicht“ als Anbieter online aktiv zu werden, die „Kür“ ist ein darauf abgestelltes zukunftsfähiges Geschäftsmodell.

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

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

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

Smartphones und Tablets ermöglichen neue Formen der Warenpräsentation, der Beratung und können der Kundenansprache völlig neue Impulse verleihen. Sogenannte Digital In-Stores mit Smartphones, Tablets sowie interaktivem Mobiliar bieten den Kunden eine Vielzahl von Vorteilen. Zum einen kann sich der Kunde interaktiv bereits im Geschäft informieren, sofern noch kein Verkäufer zur Beratung verfügbar ist, zum anderen bietet ein interaktives Ausprobieren von Produkten gleichzeitig ein Erlebnis, das auch für Promotionsaktionen genutzt werden kann. Über eine Visuali-

---

<sup>17</sup> Quelle: elaboratum 2014, Unternehmen der BBE

sierung können 3 D-Animationen, z.B. für die Raumgestaltung, eingesetzt und ein wesentlich größeres Warensortiment abgebildet werden als unmittelbar am Ort vorhanden ist. Die Vorteile für die Händler liegen in einer höheren Kundenverweildauer, der Unterstützung im Beratungsgespräch und einem positiven Einkaufserlebnis mit nachhaltiger Kundenbindung. Ziel muss es sein, dass der Kunde die digitale als gute, persönliche Beratung empfindet. Dies ist aber gerade die Stärke des stationären Handels.

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

Es ist festzuhalten, dass zukünftig im Handel das Denken in On- und/oder Offline nicht mehr zeitgemäß ist, sondern die Verknüpfung zu einem echten 360-Grad-Service führt. Für den Händler steigt die Chance, mittels innovativer Angebotskonzepte den Kunden vor Ort zu binden und zusätzliche Umsätze zu generieren. Große Handelsunternehmen nutzen bereits die breite Palette der Vertriebskanäle um stationär aber auch rund um die Uhr für den Kunden präsent zu sein. Auch der inhabergeführte Fachhandel besitzt im Portfolio zukünftiger Handelswelten von Marken- und Produktinszenierung, Erlebnisbereichen auf der Fläche, Service- und Beratung sowie Präsenz im Netz über regionale Plattformen gute Chancen seine Marktposition zu stärken.

Der durch den wachsenden E-Commerce getriebene Strukturwandel erzeugt einen hohen Handlungsdruck für den Handel, der sich auf Standorte, insbesondere die Innenstadt, auswirkt. Beste Voraussetzungen, um Frequenzverlusten in der Innenstadt durch Abwanderung ins „Netz“ entgegenzuwirken, bieten attraktive, vielfältige Angebote und multifunktionale Erlebnisbereiche. Auch die Stadt ist gefordert, die Attraktivität des Standorts, insbesondere der Innenstadt, zu erhalten und zu erhöhen. Funktionsvielfalt und hohe Aufenthaltsqualität sowie eine gute Erreichbarkeit stellen zentrale Aufgaben der Standortpolitik dar.

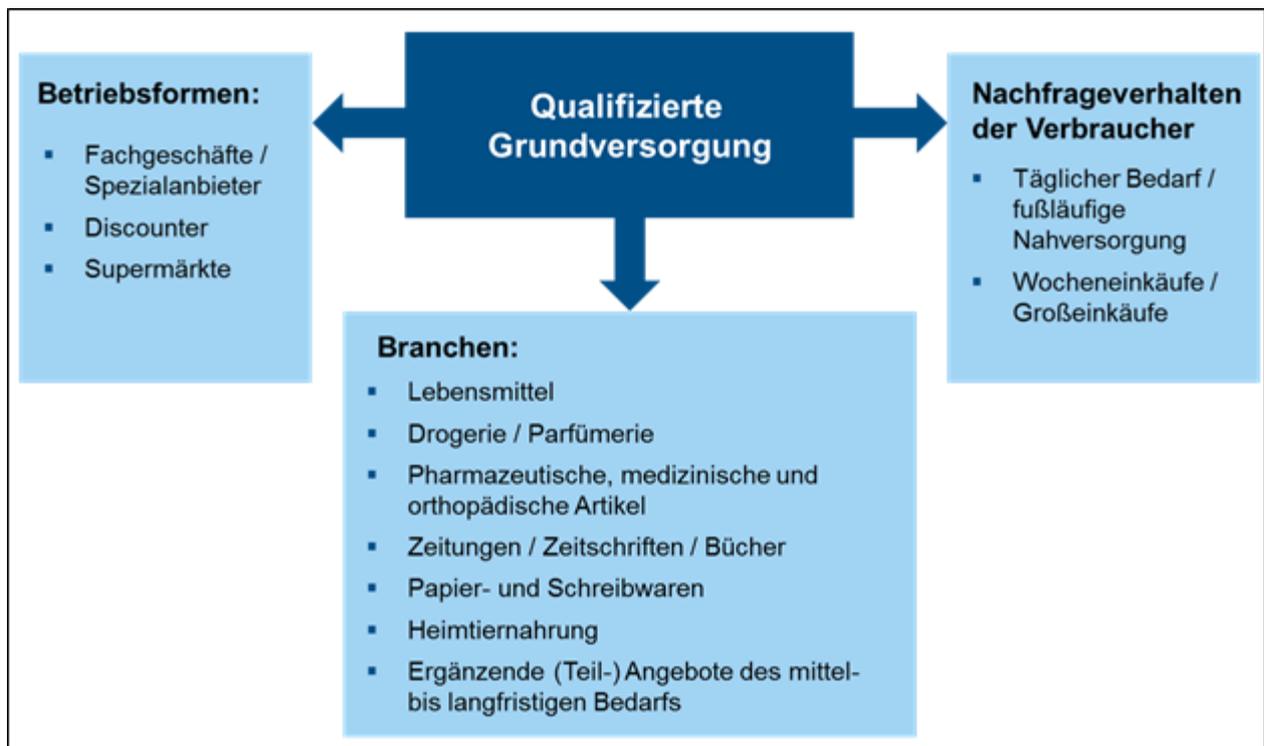
## 6. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine wesentliche Aufgabenstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Sebnitz. Demzufolge wird näher auf die aktuellen Nahversorgungsstrukturen in Sebnitz eingegangen.

### 6.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Sebnitz

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

**Abbildung 25: Begriff der qualifizierten Grundversorgung**



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Die aktuelle Angebotsstruktur durch Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Sebnitz umfasst einen Supermarkt und fünf Lebensmitteldiscounter. Zusammen verfügen die Betriebsformen über eine Gesamtverkaufsfläche von 4.250 m<sup>2</sup>. Nachfolgende Tabelle bewertet den aktuellen Besitz mit durchschnittlichen bundesdeutschen Vergleichswerten.

**Tabelle 11: Aktuelle Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Sebnitz**

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m <sup>2</sup> )	VKF je Objekt (m <sup>2</sup> )	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m <sup>2</sup> )	DICHTEINDEX (%)
<b>Discounter + Supermärkte</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1;2</sup>	82.175.684	27.081	23.100.000	853	3.034	281	100
<b>Stadt Sebnitz</b>	<b>9.860</b>	<b>6</b>	<b>4.250</b>	<b>708</b>	<b>1.643</b>	<b>431</b>	<b>153</b>
<b>Große Supermärkte + SB-Warenhäuser</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1;2</sup>	82.175.684	1.942	9.860.000	5.077	42.315	120	100
<b>Stadt Sebnitz</b>	<b>9.860</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Verflechtungsbereich Sebnitz</b>	<b>13.208</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Lebensmittelbetriebsformen gesamt</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1;2</sup>	82.175.684	29.023	32.960.000	1.136	2.831	401	100
<b>Stadt Sebnitz</b>	<b>9.860</b>	<b>6</b>	<b>4.250</b>	<b>708</b>	<b>1.643</b>	<b>431</b>	<b>107</b>
<b>Verflechtungsbereich Sebnitz</b>	<b>13.208</b>	<b>6</b>	<b>4.250</b>	<b>708</b>	<b>2.201</b>	<b>322</b>	<b>80</b>

VKF = Verkaufsfläche

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

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

Durchschnittlich stehen durch den Supermarkt und die Discounter 431 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner des Stadtgebietes Sebnitz zur Verfügung. Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels (Große Supermärkte oder SB-Warenhäuser) sind vor Ort nicht vertreten.

Im Bundesdurchschnitt stehen je 1.000 Einwohner 281 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Supermärkten und Discountern sowie weitere 120 m<sup>2</sup> in Großflächen (z.B. SB-Warenhäuser) zur Verfügung, folglich 401 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner über alle Lebensmittel-Betriebsformen.<sup>18</sup>

Festzustellen ist zunächst, dass das Angebot stark auf Discounter bzw. Hybrid-Discounter (Netto Marken-Discount) orientiert ist. Mit dem Lebensmittelanbieter EDEKA in der Innenstadt ist lediglich ein Supermarkt im Stadtgebiet vorhanden. Darin liegt auch eine Chance des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Mit einem Lebensmittel-Vollsortimenter kann die Zielgruppenbindung eines Supermarktes gezielt zur Innenstadtentwicklung eingesetzt werden. Die bundesweit stetig wachsende Nachfrage nach einem qualitativ hochwertigen Frischesortiment, welches insbesondere von Supermärkten angeboten wird, ist als Profilierungsansatz der Innenstadt zu verstehen. Großflächenanbieter haben sich aufgrund der Stadtgröße und des Einzugsgebietes nicht angesiedelt. Die Grundversorgungsfunktionen der Lebensmittelmärkte werden

<sup>18</sup> Die bundesdurchschnittliche Ausstattungskennziffer ist als Referenzwert, keinesfalls aber als Zielwert anzusehen. Ein Bundesdurchschnitt schließt sowohl eine hohe Ausstattung in zentralen Orten als auch ländliche Regionen mit sehr geringer bis fehlender Ausstattung ein. Für ein Mittelzentrum sind Ausstattungskennziffern mit nahversorgungsrelevanten Anbietern (Supermärkte, Discounter) bis zu einer Größenordnung von ca. 130 % als angemessen einzuschätzen.

also vollständig von Discountern und dem Supermarkt übernommen, mit Ausnahme der bereits diskutierten Abflüsse zum Kaufland-Standort nach Neustadt.

Über alle Betriebsformen hinweg errechnet sich im Stadtgebiet Sebnitz folglich ein Dichte-Index von 107%, welcher für ein Grundzentrum angemessen ist.

Allerdings übernimmt das Grundzentrum Sebnitz zugleich Versorgungsfunktionen für die Stadt Hohnstein im Verflechtungsbereich. Folglich ist die Flächenausstattung in Relation zum Bevölkerungspotenzial des Verflechtungsbereiches entscheidungsrelevant. Die Verkaufsflächensumme über alle Betriebsformen hinweg entspricht einer Ausstattungskennziffer von 322 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner im Verflechtungsbereich, woraus sich ein unterdurchschnittlicher Dichte-Index von 80% ergibt. Dieser Wert kann auch als Entwicklungsperspektive interpretiert werden, jedoch gekoppelt an Vollsortimenter (Funktionsübernahme für Großbetriebsformen) und somit als innerstädtische Perspektive.

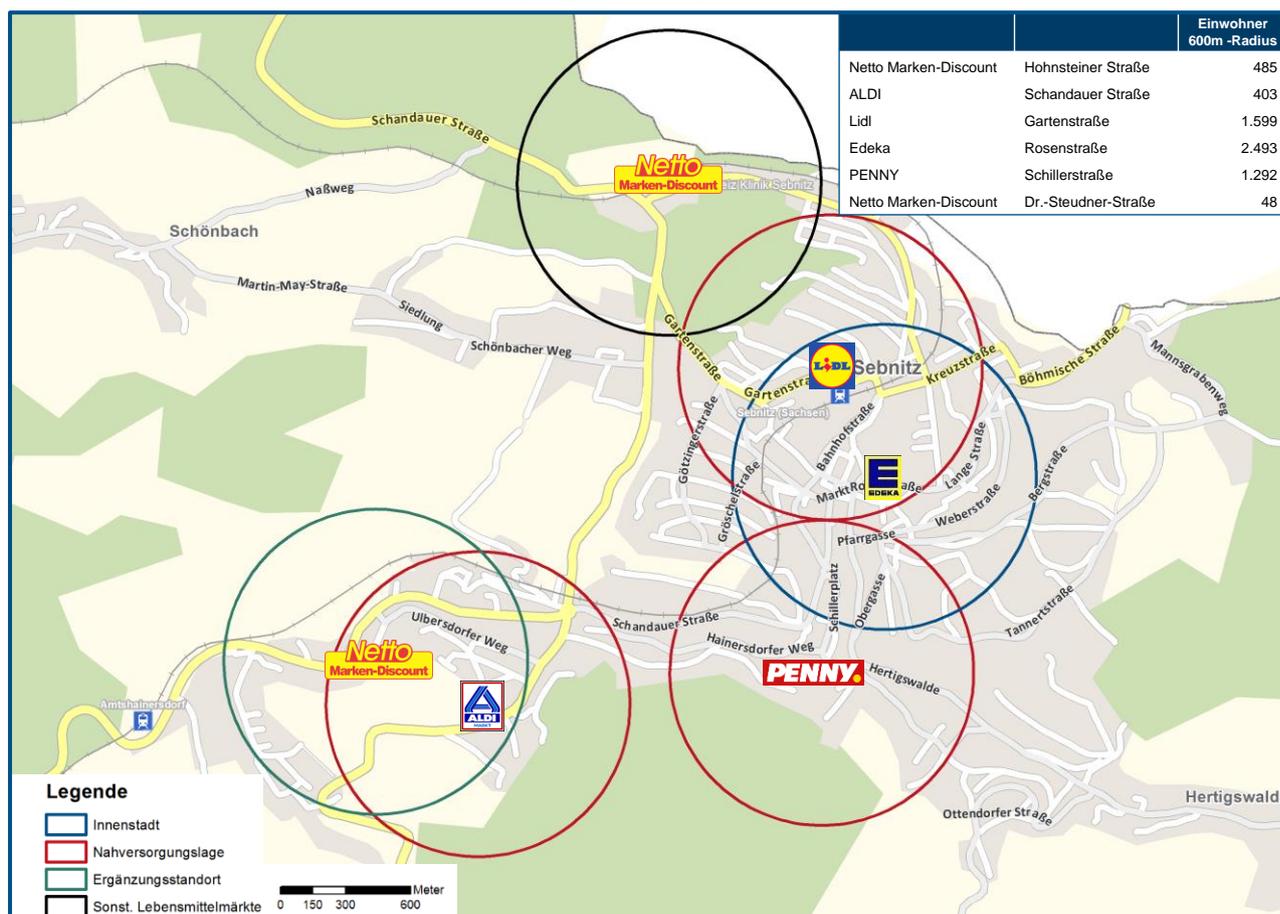
## 6.2. Standortkonzept für die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung

Der Erhalt und die Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf, insbesondere in fußläufiger Erreichbarkeit, gehört neben dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche zu den Leitziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Grundsätzlich sichert derzeit die Standortstruktur in der Stadt Sebnitz zumindest in der Kernstadt Sebnitz für die Mehrheit der Einwohner eine gute fußläufige Nahversorgung. Lediglich für Wohngebiete südwestlich der Innenstadt (Götzingerstraße / Melanchthonstraße) und am östlichen Stadtrand (Tannertstraße / Bergstraße) sind leicht höhere Zeit-Wege-Distanzen zu überwinden.

Nachfolgende Abbildung kennzeichnet alle Standorte von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Sebnitz, jeweils mit einem 600 m-Umfeld einer fußläufigen Erreichbarkeit. Als Charakteristik eines integrierten Nahversorgungsstandortes ist die Wohnbevölkerung im unmittelbaren Nahversorgungsumfeld (600 m) heranzuziehen. Zugleich veranschaulicht die Abbildung die Zuordnung der Lebensmittelmärkte zur Zentren- und Standortstruktur gemäß der Neuaufstellung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes im Abschnitt 7.4.

**Karte 5: Standortstruktur zur Nahversorgung im Stadtgebiet Sebnitz 2017**



Kartengrundlage: © 2012, Nexiga, TomTom

In den innerstädtischen, zentralen Versorgungsbereich ist der Supermarkt EDEKA an der Rosenstraße eingebunden (blauer Umkreis). Neben der fußläufigen Versorgung der Innenstadt sowie angrenzender Wohn-

gebiete übernimmt der Supermarkt als einziger Vollsortimenter im Stadtgebiet von Sebnitz auch gesamtstädtische Versorgungsfunktionen.

Drei weitere Standorte von Lebensmittel-Discountern übernehmen jeweils eigenständige, fußläufige Nahversorgungsfunktionen, als städtebaulich integrierte Nahversorger sind sie mit einem roten Umkreis ausgewiesen. Insbesondere die beiden Discounter Lidl und Penny weisen mit ca. 1.600 bzw. 1.300 Einwohnern im 600 m-Radius verstärkt wohnungsnah Versorgungsfunktionen auf. Der Standort des Lebensmitteldiscounters ALDI übernimmt ergänzend zu der Nahversorgungsfunktion auch eine Funktion in der wohnortnahen Versorgung für die angrenzenden Ortsteile der Stadt Sebnitz und der Stadt Hohnstein.

Der Ergänzungsstandort an der Hohnsteiner Straße ist im Ortsteil Hainersdorf gelegen und ist als Fachmarktstandort im Schwerpunkt auf eine gesamtstädtische Versorgung ausgerichtet, nimmt darüber hinaus aber auch ergänzende Nahversorgungsfunktionen für das unmittelbare Umfeld (grüner Umkreis) wahr.

Schließlich ist auf den Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount in der Dr.-Stedner-Straße zu verweisen, dessen 600 m-Umkreis (schwarzer Umkreis) jedoch keine zusätzlichen, eigenständigen Nahversorgungsfunktionen erschließt. Der Lebensmittelanbieter befindet sich an einem autoorientierten Standort, in einem Umkreis von 600 m leben lediglich ca. 50 Einwohner.

Von den weiteren Ortsteilen verfügen nur die Ortsteil Hinterhermsdorf und Lichtenhain mit jeweils einem kleinen Dorfladen über Nahversorgungsangebote, die über spezialisierte Angebote (Lebensmittelhandwerksbetriebe, Getränkemarkt) hinausgehen. Die Erreichbarkeit der abgebildeten Nahversorgungsstruktur sichert auch eine zumindest wohnortnahe Versorgung der peripheren Ortsteile. Eine verbesserte wohnungsnah Versorgung kann in den kleinen Ortsteilen grundsätzlich nur über Kleinflächenkonzepte realisiert werden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. „Kleinteilige Nahversorger“ sind vergleichbar dem „Nachbarschaftsladen Sebnitz“ als typische Art der baulichen Nutzung zu charakterisieren, mit einer eigenständigen Ausprägung. Sie erweisen sich als Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>, sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Stadtteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungsladens oder Conveniencestores.

## 7. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Sebnitz

### 7.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Sebnitz

Die Sicherung und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Sebnitz ist eine prioritäre Zielstellung der Stadtentwicklung. Damit verknüpft ist die Aufgabenstellung, grundzentrale Versorgungsfunktionen für die eigene Wohnbevölkerung und für den Verflechtungsbereich zu sichern und zu stärken. Hierfür sind konsequente Handlungsleitlinien erforderlich. Bezogen auf die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich diese aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Stadt Sebnitz, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (z.B. demographische Entwicklung, Angebots- und Nachfragesituation, verkehrliche Situation) ab.

Die Aufwertung des Einzelhandelsangebots und auch die stärkere Erschließung touristischer Potenziale sind eng mit einer individuellen und attraktiven Innenstadt verbunden, während die Sicherung von Grundversorgungsfunktionen für die örtliche und regionale Bevölkerung auf leistungsfähige Nahversorgungsangebote zielt. Die wechselseitige Abstimmung beider Aufgaben unter Berücksichtigung von Standortpotenzialen einer Großen Kreisstadt bestimmt das Anforderungsprofil für den Einzelhandelsstandort Sebnitz. Dieses wird durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkte untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels soll die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich gestärkt werden und die Ansiedlung wichtiger zentrenrelevanter Angebote prioritär in der Innenstadt erfolgen. Die Innenstadt bedarf eines Schutzes bestehender Strukturen, aber auch deren weiterer Ausbau mit dem Ziel, die urbanen Qualitäten einer lebendigen Stadt zu erhalten und weiter zu entwickeln.
- Die Stadt Sebnitz verfügt über eine Innenstadt, in welcher bestehende Entwicklungspotenziale stärker aufgegriffen werden müssen, um zukünftig die Funktion eines Hauptgeschäftszentrums zu sichern. Neben der Verdichtung der Angebotsstrukturen sollen die Teilbereiche der Innenstadt stärker als funktionale Einheit zusammengeführt werden. Die städtebaulichen Entwicklungsziele müssen, auch eingedenk der umfassenden Sanierungsmaßnahmen mit hohen investiven Aufwendungen privater sowie öffentlicher Träger, auf die Stärkung und Weiterentwicklung einer attraktiven Innenstadt gerichtet sein.
- Die Einzelhandelsangebote im zentralen Versorgungsbereich müssen mit weiteren Funktionsbereichen wie Freizeit, Gastronomie und Dienstleistung zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt werden, um die Ausstrahlungskraft als Zentrum mit Stadtidentität zu entfalten.
- Die Festlegungen einer Zentren- und Standortstruktur für Sebnitz orientieren sich an überschaubaren Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereichen.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentrenkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevantem Sortiment sollen vorrangig in städtebaulich integrierter Lage erfolgen und haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Zentrenkonzeptes unterzuordnen. Diese sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.
- Städtebaulich integriert ist in dem Sinne zu fassen, dass eine weitgehende Integration in den zentralen Versorgungsbereich sowie in Nahversorgungsstrukturen vorliegt, die auch für nichtmobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen sind.

## 7.2. Leitziele einer abgestimmten Zentren- und Standortentwicklung

Die Marktentwicklung im Sebnitzer Einzelhandel soll mit der vorliegenden Fortschreibung des Zentrenkonzeptes in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ziel ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, im Mittelpunkt steht vielmehr eine städtebaulich verträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

Ausstrahlungskraft in die Region und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität als Einzelhandelsstandort zu erhalten und weiter auszubauen. Gleichzeitig ist eine leistungsfähige aber bevorzugt städtebaulich integrierte Nahversorgung zu gewährleisten, die sich an den Besiedlungsstrukturen, einer umfassenden Zielgruppenansprache und der Erreichbarkeit in den einzelnen Ortsteilen orientiert.

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

- **Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion von Sebnitz durch ein qualitativ und quantitativ attraktives Einzelhandelsangebot in Funktionsmischung mit Gastronomie und Dienstleistungen** – Die Analyse der Angebots- und Nachfrageentwicklung zeigt für Sebnitz nur begrenzte Spielräume für Wachstum im Einzelhandel auf (vgl. Nachfrageentwicklung bis 2030), sodass nur eine räumlich-strukturelle Weiterentwicklung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Sebnitz sicherstellen kann.
- **Weiterentwicklung der Zentralität durch gezielte Stärkung des innerstädtischen Zentrums mit Angebotsschwerpunkten und –vielfalt in einem städtebaulich funktionalem Zusammenspiel leistungsfähiger Einzelhandelsstandorte und in Verbindung mit hohem Kultur- und Freizeitwert** – knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Ein funktionales Zusammenspiel der Zentren- und Standortstrukturen bestimmt die Magnetwirkung des Einzelhandelsstandortes Sebnitz und trägt über eine verbesserte Kundenbindung zu einer wechselseitigen Stärkung der Einzelhandelsstandorte bei.
- **Innenstadtzentrum besitzt oberste Priorität und ist grundsätzlich Investitionsvorranggebiet, alle weiteren Standorte werden im Rahmen einer hierarchischen und funktionalen Gliederung der Innenstadt untergeordnet** - Die weitere Entwicklung zu einer leistungsfähigen Innenstadt mit profiliertem und konzentriertem Einzelhandelsangebot stellt im Wettbewerb der innerörtlichen und regionalen Einzelhandelsstandorte eine grundlegende Bedingung dar. Die Stadt Sebnitz verfügt neben den bestehenden, innerstädtischen Angebotsstrukturen über weitere Potenzialbereiche im Bestand, diese sind zur gezielten Stärkung und zum Ausbau des Marktumfeldes einzusetzen. Deshalb ist zukünftig eine gezielte Lenkung von Einzelhandelsansiedlungen, verknüpft mit einer Begrenzung bzw. sogar eines Ausschlusses der Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ein notwendiges Erfordernis
- **Erlebnisraum Innenstadt Sebnitz als multifunktionales Zentrum für die Gesamtstadt, für die Region und attraktiv für Touristen** - Die Kundenbindung aus dem gesamten Stadtgebiet, bzw. aus dem grundzentralen Verflechtungsbereich, sowie die Erschließung zusätzlicher touristischer Potenziale können nur im Kontext einer sich wechselseitig ergänzenden Zielgruppenansprache erfolgen. Die Herausbildung der Innenstadt als attraktiver Erlebnisraum mit hoher Aufenthaltsqualität muss eine städtebauliche Zielvorstellung sein.
- **Konzentration auf eine hierarchisch gegliederte Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung des zentralen Versorgungsbereiches im Wechselspiel mit Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten** - Ein hierarchisch gestuftes Zentren- und Standortgefüge bietet die beste Gewähr für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Stadtgebieten und für den Erhalt und Ausbau eines attraktiven Stadtzentrums, welches auch die Funktion eines Handels- und

Dienstleistungszentrums wahrnimmt. Ergänzende Einzelhandelsstandorte sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, den zentralen Versorgungsbereich in seiner Funktion und Entwicklung jedoch nicht beeinträchtigen.

- **Erhalt und Verbesserung der Nahversorgungsstrukturen** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (600 m) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität und gewinnt unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an Bedeutung. Tendenziell rückläufige Bevölkerungszahlen gefährden zunächst wohngebietsintegrierte Angebotsstrukturen. Die Präferenz einer wohngebietsintegrierten Versorgung gegenüber autoorientierten Standortlagen ist erklärtes Ziel des Zentren- und Standortsystems und unterstützt gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Stadtentwicklung, notwendiges Verkehrsaufkommen zu begrenzen.
- **Urbanisierung statt Devastierung** – weiterhin Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen statt einer Zergliederung ist dringend angezeigt, um bei rückläufiger Nachfrage auch zukünftig der Stadtstruktur aus Einzelhandelsicht eine Entwicklungsperspektive zu geben. Eine Entwicklung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte konkurrierend zum zentralen Versorgungsbereich oder den integrierten Nahversorgungsstandorten ist auszuschließen.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit in zentralen Einkaufsbereichen** – Die Ausrichtung der Sebnitzer Einzelhandelsentwicklung an das Zentren- und Standortsystem sichert nicht nur den Erhalt attraktiver und lebenswerter Stadtstrukturen, sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

Die aktuelle Bestandsaufnahme der Angebots- und Nachfrageentwicklung verdeutlicht, dass eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche und eine straffe Zentren- und Standortgliederung, welche die Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich in den Mittelpunkt stellt, notwendig ist und mit Konsequenz umgesetzt werden sollte.

### 7.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems Sebnitz

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

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

#### **Zentrale Versorgungsbereiche:**

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Stadtgebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Ortsteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken, in jedem Fall müssen sie eine zentrale Funktion mit städtebaulichem Gewicht übernehmen.<sup>19</sup>

Nahversorgungszentren als unterste Ebene von zentralen Versorgungsbereichen setzen in ihrer Anbieterstruktur voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil andernfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläufe.<sup>20</sup>

- Zentrale Versorgungsbereiche weisen, gemessen an ihrer Versorgungsfunktion, eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.
- Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.
- In der Stadt Sebnitz wird nur die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt, folglich deren Schutzwürdigkeit im Vergleich zu allen anderen Standortentwicklungen herausgehoben. Deren Abgrenzung erfolgt im Funktionsschwerpunkt als Einzelhandels- und Dienstleistungszentrum mit gesamtstädtischer und regionaler Ausstrahlung sowie als Attraktivitätsschwerpunkt für den Tourismus.

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

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Versorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich, erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zum zentralen Versorgungsbereich.
- Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), i.d.R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und /

<sup>19</sup> Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07).

<sup>20</sup> vgl. Urteil des 7. Senats des OVG NW vom 11.12.2006 (7 A 964/05).

oder Metzger). Eine zusätzliche Ergänzung mit weiteren Fachgeschäften für nahversorgungsrelevante Sortimente oder wohngebietsnahen Dienstleistern entspricht dem Ziel einer wohngebietsintegrierter Bündelung von Nahversorgungsfunktionen und trägt zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit der Standorte bei.

- Entscheidendes Kriterium sind ergänzende Nahversorgungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen. Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte, fußläufige Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Kleinteilige Nahversorger sind Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>, sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Conveniencestores.<sup>21</sup> Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

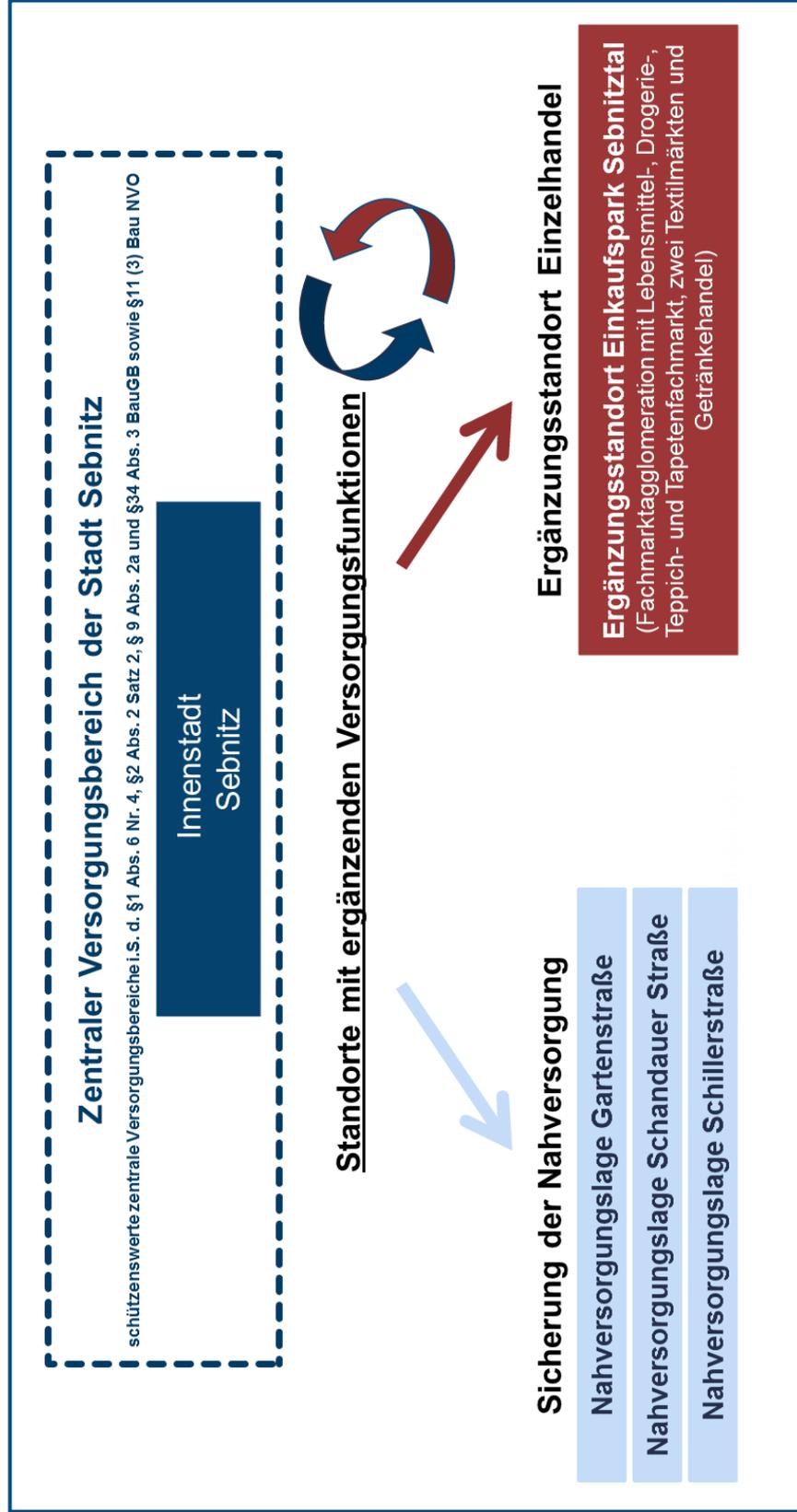
Das Zentren- und Standortkonzept für die Große Kreisstadt Sebnitz fokussiert auf den **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt als Hauptgeschäftszentrum**. e Dabei ist zu unterscheiden zwischen den beiden Schwerpunktbereichen **Sicherung der Nahversorgung** und **Ergänzungsstandort Einzelhandel**. Diese Zentren- und Standortstruktur ist als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen und fixiert somit konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt Sebnitz.

Die Aufnahme der integrierten Nahversorgungslagen einschließlich kleinteiliger Nahversorger in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Sebnitz bringt ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar zum Ausdruck. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Ortsteile, Wohngebiete).

---

<sup>21</sup> vgl. zum Anlagentyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

Abbildung 26: Zentren- und Standortkonzept der Großen Kreisstadt Sebnitz



### Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt:

- Die Innenstadt von Sebnitz steht auch zukünftig als Handels- und Dienstleistungszentrum für grundzentrale Versorgungsfunktionen im Fokus der Entwicklung. Daraus leiten sich spezifische Aufgabenstellungen zum Schutz und zur Entwicklung der Angebotsstrukturen ab.

### Sicherung der weiteren Nahversorgung:

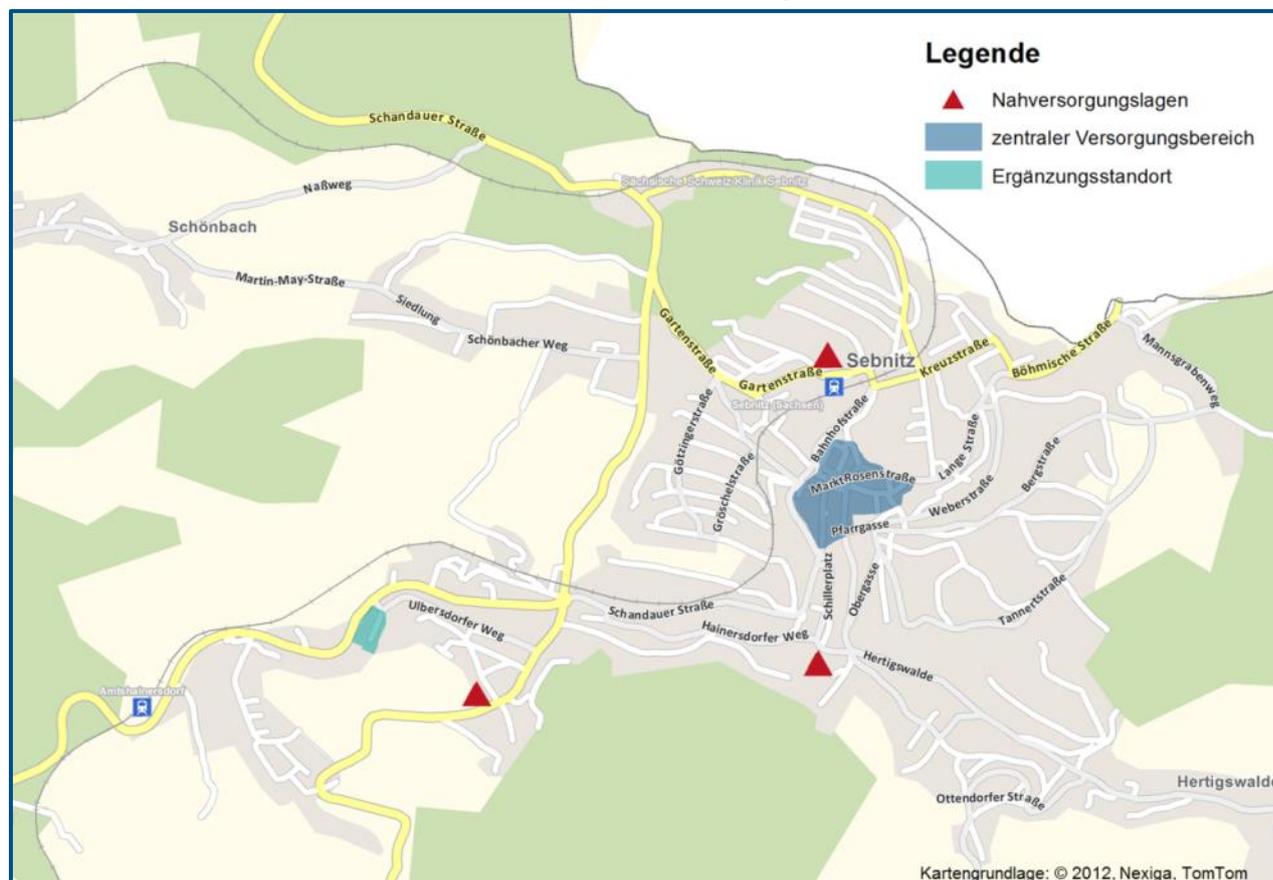
- Zur Sicherung der fußläufigen Nahversorgung wurden die Nahversorgungslagen an der Gartenstraße, an der Schandauer Straße und an der Schillerstraße ausgewiesen.

### Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal:

- Der Ergänzungsstandort erschließt ergänzende Versorgungsfunktionen im Fachmarktbereich, da Fachmärkte in der Innenstadt aufgrund der eingeschränkten Flächenverfügbarkeit nicht angesiedelt werden können.
- Der Ergänzungsstandort soll zukünftig das Zentrengefüge weder dominieren noch auf irgendeiner Stufe gefährden. Folglich sind Veränderungen am Ergänzungsstandort auch weiterhin nur im Rahmen des bestehenden Bebauungsplans zu realisieren.<sup>22</sup>

Zukünftige Einzelhandelsentwicklungen und Ansiedlungsvorhaben sind in das Zentren- und Standortgefüge einzubinden, somit unerwünschte Entwicklungen gezielt auszuschließen.

### Karte 6: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Sebnitz



<sup>22</sup> vgl. zu Angaben zum Bebauungsplan Abschnitt 7.4.3

Im Einzelnen sind der zentrale Versorgungsbereich und die integrierten Nahversorgungslagen wie folgt zu definieren und bestehenden Standortstrukturen der Stadt Sebnitz zuzuordnen:

**Zentraler Versorgungsbereich  
Innenstadt Sebnitz**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden innerstädtischen Haupteinkaufsbereiches
- Schwerpunkt der grundzentralen Versorgungsstruktur – gesamtstädtische und Ausstrahlung für den Verflechtungsbereich
- Erschließung touristischer Potenziale
- umfassender Branchenmix mit ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben
- Strategie der qualifizierten Entwicklung – Optimierung des Flächenbedarfs und Qualifizierung der Konzepte

**Integrierte  
Nahversorgungslagen**

Gartenstraße  
Schandauer Straße  
Schillerstraße

- Versorgungsfunktion: wohnortintegrierte, fußläufig erreichbare Versorgung des täglichen Bedarfs ergänzend zu dem zentralen Versorgungsbereich
- grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmarkt mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker / Fleischer)
- Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit dem Nahversorgungspotenzial im Regelfall unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (< 800 m<sup>2</sup> VKF) – bei ausschließlicher Übernahme von Nahversorgungsfunktionen auch großflächig (Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit)
- Ergänzung durch zusätzliche nahversorgungsrelevante Fachgeschäfte und Dienstleister zur Bündelung von Nahversorgungsfunktionen und zur Bestandssicherung der Nahversorgungslage angestrebt
- städtebaulich integrierte Lage ist auch für nicht mobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen

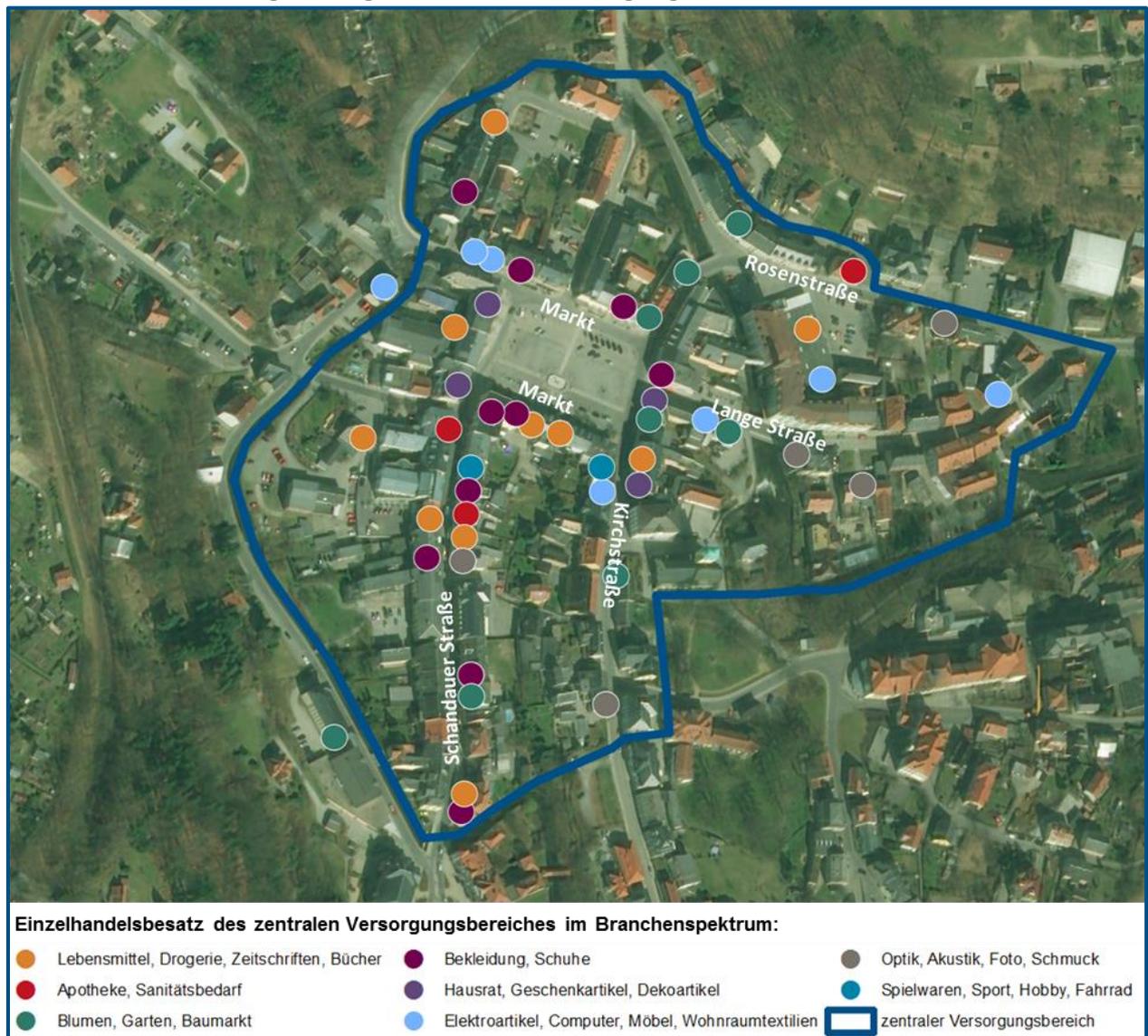
## 7.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Sebnitz

### 7.4.1. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz

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

Die Stadt Sebnitz verfügt über ein innerstädtisches Zentrum, das im Wesentlichen durch den Verlauf des gleichnamigen Flusses Sebnitz eingegrenzt wird. Die Ost-West-Ausdehnung beträgt etwa 300 m, die maximale Nord-Süd-Ausdehnung ca. 480 m. Das Hauptgeschäftszentrum erstreckt sich entlang der Schandauer Straße über den Markt bis zur Rosenstraße, außerdem ergänzend die Kirchstraße und Lange Straße. Eingebunden sind jeweils die begleitende Bebauung bzw. die angrenzenden Grundstücke entlang der genannten Straßenzüge. Die exakte Abgrenzung ist in folgender Karte nachvollziehbar.

**Karte 7: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Sebnitz**



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Die Ausdehnung des Hauptgeschäftszentrums bedingt eine differenzierte Bewertung in der Qualität als Einzelhandelsstandort. Positiv hervorzuheben ist zunächst die Verbindung von Handel, Wohnstandort und anderweitig Frequenz stärkenden Strukturen, wie Stadtverwaltung, Gastronomie und Dienstleistern (Banken, Reisebüro etc.), die die Urbanität des Standorts untersetzen. Die Verknüpfung von Einkauf mit weiteren Aspekten des städtischen Lebens bietet die Chance die Innenstadt als Erlebnisbereich zu profilieren. Dies erfordert auch letztlich eine stärkere Kooperation der innerstädtischen Anbieter.

Die Abgrenzung ist auch als zusammenhängender, funktionaler Geschäftsbereich einzuschätzen, außerhalb dieses Bereiches sind nur einzelne Geschäftseinheiten ohne unmittelbare Anbindung an die Innenstadt vertreten. Allerdings ist innerhalb der Innenstadt zwischen den Geschäftslagen an der Schandauer Straße, am Markt und in der Agglomeration aus EDEKA und expert an der Rosenstraße zu differenzieren. Der Markt erfüllt bisher nicht die Funktion eines zentralen Magnetstandortes, folglich erfüllt er auch nicht vollumfänglich eine Bindegliedfunktion zwischen den genannten Geschäftslagen.

**Abbildung 27: Ansichten zu den innerstädtischen Einzelhandelslagen**



Fotos: Stadt Sebnitz

Im Hinblick auf das Angebotsniveau in Kombination mit den städtebaulichen Qualitäten der Altstadt bietet die Innenstadt von Sebnitz weiterhin Entwicklungspotenzial. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukünftigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden.

Die Angebotsanalyse zeigte bereits, in der Innenstadt sind aktuell 50 Anbieter ansässig, sie bietet folglich die größte Anbietervielfalt, jedoch bei überwiegend kleinteiligen Verkaufsflächen. Nur vier Anbieter verfügen über Verkaufsflächen oberhalb 200 m<sup>2</sup> (vgl. Abschnitt 4.2) Grundsätzlich ist sicherlich festzustellen, dass für ein Grundzentrum diese Angebotsvielfalt einen gewichtigen Funktionsschwerpunkt in einer multifunktionalen Innenstadt darstellt. Wesentliche zentrenrelevante Branchen sind vorrangig in der Innenstadt verortet. Bei Bekleidung/Wäsche beträgt der Verkaufsflächenanteil 62 %, bei Schuhe/Lederwaren 85 %, bei Unterhaltungselektronik 76 %, bei Foto/Optik/Akustik 69 %. Bei begrenzten Nachfragepotenzialen und Entwicklungsperspektiven in verschiedenen mittel- bis langfristigen Branchen unterstreicht diese bisherige Marktstellung die Schutzwürdigkeit als zentraler Versorgungsbereich. Entwicklungsperspektiven zentrenrelevanter Branchen werden oftmals bereits durch einzelne, leistungsfähige Fachgeschäfte erschlossen. Diese müssen in einen Hauptgeschäftsbereich zu einer wechselseitigen Attraktivität beitragen. Eine kompakte Angebotssituation möglichst in kurzen Entfernungen ist eine notwendige Voraussetzung um Kunden für die In-

nenstadt zu gewinnen. Eine auch zukünftig konsequent fortgesetzte Ansiedlung innerstädtischer Leitbranchen im zentralen Versorgungsbereich bildet einen Eckpfeiler der Attraktivität für Einwohner und Besucher. Ein gewichtiger Faktor für die Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen stellt aber die Verfügbarkeit geeigneter Verkaufsflächen dar. Die Flächenpotenziale und -zuschnitte vieler Ladenlokale erlauben es nicht oder nur eingeschränkt, moderne, marktorientierte Angebotskonzepte umzusetzen. Dennoch ist für die strategische Weiterentwicklung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches eine schwerpunktmäßige Nutzung vorhandener, bisher nicht genutzter Gebäudesubstanz oder eine verfügbare Grundstückstiefe zu empfehlen. Nur auf diesem Wege ist die notwendige Angebotsverdichtung im Marktumfeld zu erzielen. Potenzialflächen im Rahmen des Gebäudebestandes finden sich u.a. auch am Markt, bereits im Abschnitt 5.2 wurden die Chancen für marktfähige, größere Ladenlokale am ehemaligen Drogeriestandort (Markt 1 / Ecke Kirchstraße) und in der überwiegend leerstehende Passage (Markt 7) dargelegt.

Die Angebotsverdichtung am Markt und die damit erzielbare funktionale Verknüpfung der innerstädtischen Geschäftslagen verstärkt insgesamt die Präsenz der Sebnitzer Innenstadt. Besonders die zunehmende Wettbewerbsintensität mit dem Online-Handel bedarf einer attraktiven Angebotsvielfalt und kreativer Ladenkonzepte in der Innenstadt. Eine Zergliederung in einzelne Einzelhandelslagen mindert Anziehungskraft und Attraktivität der Innenstadt.

## 7.4.2. Integrierte Nahversorgungslagen

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

Nahversorgungslagen beschränken sich in ihrer Funktion auf eine fußläufige Versorgung des täglichen Bedarfs, sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten. Mit der Begrenzung der Anbieterstruktur auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich, sind sie nicht als umfassende zentrale Versorgungsbereiche einzustufen und ordnen sich letzteren unter.

Die Funktion von Nahversorgungslagen übernehmen im Stadtgebiet Sebnitz drei Standorte von Lebensmittelmärkten. Wichtig für die zukünftige Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen bleibt deren Verteilung über das Stadtgebiet, welche in Verbindung mit dem zentralen Versorgungsbereich eine flächendeckende Nahversorgung der Kernstadt und eine gute Erreichbarkeit aus den peripheren Ortsteilen absichert. Eine einseitige Konzentration an bestimmten Standortlagen ist auszuschließen.

Folgende aktuelle Nahversorgungslagen werden im Stadtgebiet Sebnitz ausgewiesen, ihre Abgrenzung ist mit der exakten Standortzuordnung durch Straße und Hausnummer bestimmt:

### **Nahversorgungslage Gartenstraße**

Die Nahversorgungslage Gartenstraße ist nördlich der Innenstadt, am Kreuzungsbereich Neidbergweg / Gartenstraße, gelegen. Zugeordnet ist das Grundstück:

Kernstadt Sebnitz, Gartenstraße 1

Die Nahversorgungslage ist aktuell durch den Lebensmitteldiscounter Lidl besetzt, in einer Standortagglomeration mit einem Getränkemarkt und einem Zeitschriftenladen. Der Discounter überschreitet mit ca. 980 m<sup>2</sup> bereits die Schwelle zur Großflächigkeit, die Gesamtverkaufsfläche der Agglomeration beträgt 1.075 m<sup>2</sup>. Der Lebensmittelmarkt präsentiert sich als moderner Anbieter mit marktgerechtem Angebotskonzept.

Unmittelbar südlich des Standortes ist der Bahnhof Sebnitz gelegen, das weitere Standortumfeld ist durch Ein- und Mehrfamilienhausbebauung geprägt. Eine fußläufige Nahversorgung kann für einen Großteil der Einwohner im nördlichen Gebiet der Sebnitzer Kernstadt gewährleistet werden, die Wohngebiete erstrecken sich in nordöstlicher und westlicher Richtung des Standortes. Auch südöstlich des Standortes befindet sich Wohnbebauung, jedoch nimmt der Verlauf der Bahntrasse eine Barrierewirkung ein. Im Nahversorgungsumfeld von ca. 600 m leben ca. 1.600 Einwohner.

Zu den Nahversorgungsfunktionen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gehört die Erweiterung einer möglichst flächendeckenden erreichbaren Nahversorgung bis in die nördlichen Wohnlagen der Kernstadt Sebnitz.

### **Nahversorgungslage Schillerstraße**

Die Nahversorgungslage Schillerstraße liegt im südlichen Bereich der Kernstadt Sebnitz an der Schillerstraße. Zugeordnet ist die Nahversorgungslage dem Grundstück:

Kernstadt Sebnitz, Schillerstraße 40a.

Die Nahversorgungslage ist aktuell durch einen Lebensmitteldiscounter Penny besetzt, dieser ist im Erdgeschoss eines mehrstöckigen Gebäudes angesiedelt. Der Lebensmittelmarkt weist aktuell eine Verkaufsfläche von ca. 589 m<sup>2</sup> auf.

Das nähere Umfeld des Standortes ist durch Mehrfamilienhausbebauung gekennzeichnet, südlich schließt sich ein Waldgebiet an, nördlich der Schillerstraße befindet sich der Sebnitzer Busbahnhof. Der Versorgungsfunktion des Standortes ist durch die Lage am Siedlungsrand der Kernstadt bestimmt, in östlicher Richtung schließt sich der Ortsteil Hertigswalde an, in westlicher Richtung führt der Hainersdorfer Weg in den Ortsteil Hainersdorf.

Eine fußläufige Nahversorgung kann für die straßenbegleitende Wohnbebauung entlang der Schillerstraße und der Straße Hertigswalde sowie für die Wohnsiedlung am „Albert-Kunze-Weg“ im südlichen Gebiet der Kernstadt gewährleistet werden.

Im Nahversorgungsumfeld von ca. 600 m leben annähernd 1.300 Einwohner.

### **Nahversorgungslage Schandauer Straße**

Die Nahversorgungslage Schandauer Straße liegt im Ortsteil Hainersdorf, südwestlich der Kernstadt Sebnitz, zugeordnet ist die Nahversorgungslage dem Grundstück:

Ortsteil Hainersdorf, Schandauer Straße 86

Die Funktion wird durch den Lebensmitteldiscounter ALDI übernommen, aktuell ergänzt durch einen Bäcker und einen Getränkemarkt. Der Lebensmitteldiscounter verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von ca. 586 m<sup>2</sup>, insgesamt sind am Standort ca. 708 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden.

Der Standort ist unmittelbar an der Staatstraße 154 gelegen, die stadtauswärts in Richtung der Ortsteile Lichtenhain, Mittelndorf und Altendorf führt. In einer Entfernung von ca. 450 m-Luftlinie liegt der Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal. Eine fußläufige Erreichbarkeit ist für das unmittelbar angrenzende Wohngebiet entlang der Straßen Am Helmelsberg, Gutsweg, Ulbersdorfer Weg, Schandauer Straße und Gotthelf-Mey-Straße gewährleistet. Für die peripheren Ortsteile im südwestlichen Stadtgebiet von Sebnitz übernimmt der Standort eine wohnortnahe Versorgungsfunktion.

Im Nahversorgungsumfeld von ca. 600 m leben ca. 400 Einwohner.

### 7.4.3. Einbindung und Entwicklung eines Ergänzungsstandortes

Ergänzungsstandorte übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes und somit der Zentralität der Stadt Sebnitz beitragen. Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten erfolgt grundsätzlich über Festsetzungen in Bebauungsplänen bzw. in Vorhabens- und Erschließungsplänen.

In die Standortstruktur der Stadt Sebnitz wird zukünftig ein Ergänzungsstandort mit definierte Funktionszuweisung eingebunden. Der bereits bestehende Ergänzungsstandort in der Stadt Sebnitz ist der

Einkaufspark Sebnitztal an der Hohnsteiner Straße

Dieser wird hinsichtlich Standortlage und dessen Funktionseinbindung in das Einzelhandelskonzept nachfolgend kurz skizziert.

#### Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal

Der Ergänzungsstandort ist südwestlich der Kernstadt Sebnitz unmittelbar an der Ausfallstraße Hohnsteiner Straße im Ortsteil Hohnstein gelegen. In westlicher Richtung schließt sich das Stadtgebiet von Hohnstein an. Magnetanbieter am Standort sind der Drogeriemarkt Rossmann, die beiden Textilmärkte Kik und Ernesting's Family sowie der Teppich- und Tapetenfachmarkt Tetac. Mit dem Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount und einem Getränkemarkt gibt es zwei weitere Fachmärkte des kurzfristigen Bedarfsbereiches am Standort. Insgesamt ergibt sich eine Verkaufsfläche von ca. 2.420 m<sup>2</sup> für den Ergänzungsstandort.

Der Ergänzungsstandort schließt Grundstücke südlich der Hohnsteiner Straße ein, die Abgrenzung ist in nachfolgender Abbildung ersichtlich.

**Abbildung 28: Abgrenzung Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal**



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Der Standort übernimmt ergänzende Versorgungsfunktionen im Fachmarktbereich, die in der abgegrenzten Innenstadt aufgrund der eingeschränkten Flächenverfügbarkeiten nicht realisiert werden können.

Planungsrechtlich ist der Standort durch den Bebauungsplan „Sondergebiet Handels- und Dienstleistungen Hohnsteiner Straße“ abgesichert. Der Bebauungsplan regelt Verkaufsflächendimensionierungen im ausgewiesenen Sondergebiet, jedoch keine Sortimentsbeschränkungen.<sup>23</sup> Die Baufelder des Bebauungsplanes sind durch die aktuellen Nutzungen vollständig erschlossen. Weiterentwicklungen am Standort sind für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente zwingend auf die Innenstadtverträglichkeit zu prüfen.

#### Abbildung 29: Ansichten zum Einkaufspark Sebnitztal



Fotos: Stadt Sebnitz

<sup>23</sup> vgl. Bebauungsplan „Sondergebiet Handels- und Dienstleistungen Hohnsteiner Straße“ vom 06.06.2013, zuletzt geändert am 26.06.2014, Textliche Festsetzungen, Art der baulichen Nutzung

## **8. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Sebnitz**

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

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

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

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

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

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

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

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

Bei Altstandorten des großflächigen Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann eine Überplanung mit differenzierten Sondergebietsfestsetzungen erforderlich sein, um eine geordnete städtebauliche Entwicklung zugunsten des zentralen Versorgungsbereiches sowie einer zukunftsfähigen Nahversorgungstruktur sicherzustellen.

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

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

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

## 8.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Sortimentsliste Sebnitz“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese prioritär im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz einzubinden, um die resultierende Kundenfrequenz vorrangig zu dessen Belebung zu steuern.

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

Die Einstufung als „zentrenrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auch umsetzbar sind, bleiben diesem auch vorbehalten. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrumsentwicklung in Sebnitz existenziell wichtig. Es sei noch einmal auf den Erhalt und die prioritäre Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort mit regionaler und touristischer Ausstrahlung verwiesen, dies zielt auf einen besonderen Schutz vor zusätzlichen Konkurrenzstandorten sowie der funktionalen Abstimmung der Innenstadt mit dem dezentralen Ergänzungsstandort (Einkaufspark Sebnitztal). Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

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

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

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

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

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

u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation. Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Sebnitz folgende Sortimentszuordnung:

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

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

Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Eine derartige Zulässigkeit sollte ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit begrenzt werden.

### **Tiernahrung / Zooartikel**

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf“ werden gegenwärtig in Sebnitz vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt.

Da die Sortimente der Heimtiernahrung auch zukünftig für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches keine Bedeutung haben, werden diese als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Für die Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ wird dagegen die Einstufung als zentrenrelevant empfohlen, um Entwicklungsperspektiven der Innenstadt aufrecht zu erhalten.

### **Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie**

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden analog den Drogeriewaren vom Drogeriemarkt am Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal, als Nonfood I - Sortiment des Lebensmitteleinzelhandels sowie als Teilsortiment des Nonfood-Discounters „Connys Container“ in der Innenstadt angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

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

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

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

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

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz. Insbesondere der Buchhandel ist ausschließlich der Sebnitzer Innenstadt zuzuordnen. Zeitschriften gehören weiterhin zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben. Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten als zentrenrelevant zu bewerten, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen zudem als nahversorgungsrelevant.

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

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

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

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Das Grundzentrum Sebnitz verfügte bisher über einen Sportfachhandel in der Innenstadt, die Branche ist auch zukünftig in den innerstädtischen Schutz einzubinden.

Campingartikel werden aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt und deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

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

Beide Warengruppen sind im zentralen Versorgungsbereich von Sebnitz wie in fast allen anderen Kommunen nur in geringem Umfang vertreten (z.B. Schmidt Küchen + Wohnaccessoires). Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser grundsätzlich einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die innerstädtischen Einkaufslagen deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

#### **Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf**

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

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

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

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Sebnitz zwar an verschiedenen Standortlagen, als qualifizierte Fachgeschäfte aber auch in zentralen Versorgungsbereichen (z.B. Raumausstatter Spänig in der Schandauer Straße, Gardinen & Schneiderei in der Kirchstraße, Teilsortimente im NKD am Markt) angeboten, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar, die schwerpunktmäßig außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten werden (z.B. Fachmarkt Tetac im Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal). Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Sortimentsliste Sebnitz“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Sebnitz definiert. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Stufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz vorbehalten.

In Wechselwirkung mit dem peripheren „Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal“ sind dort jene Ansiedlungen aus diesem Sortimentsbereich möglich, die standortspezifisch und nachweislich im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich nicht realisiert werden können.

Nahversorgungsrelevante Sortimente bleiben neben dem zentralen Versorgungsbereich auch den integrierten Nahversorgungslagen vorbehalten, kleinteilig sind Ansiedlungen nach oben genannten Kriterien auch wohngebietsintegriert außerhalb der Zentren- und Standortstruktur möglich.

**„Sortimentsliste Sebnitz“**

zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente	
<b>Lebensmittel, Getränke</b>	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
<b>Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik</b>	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
<b>Zeitungen / Zeitschriften</b>	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
<b>Blumen</b>	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
<b>Pharmazeutische Artikel</b>	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)
zentrenrelevante Sortimente	
<b>Zoologischer Bedarf, Lebende Tiere</b>	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ-Nr. 47.76.2) ohne Heimtiernahrung
<b>Medizinische und orthopädische Artikel</b>	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
<b>Bücher, Papier, Schreibwaren / Büroorganisation</b>	Papierwaren / Büroartikel / Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
<b>Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat</b>	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
<b>Bekleidung, Lederwaren, Schuhe</b>	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
<b>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren</b>	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
<b>Foto, Optik</b>	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
<b>Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände</b>	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen und Bettwaren (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche / Teppichboden (aus WZ-Nr. 47.53)
<b>Musikalienhandel</b>	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
<b>Uhren, Schmuck</b>	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
<b>Spielwaren, Bastelbedarf</b>	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65),
<b>Sportartikel</b>	Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote (aus WZ-Nr. 47.64.2)
<b>Fahrräder und –zubehör</b>	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 47.64.1)

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

### 8.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Sebnitz

Der Erhalt und die Stärkung von Sebnitz als Grundzentrum sind untrennbar mit der Entwicklung der Versorgungsstruktur und Stärkung der Einzelhandelszentralität verknüpft. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur und Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Sebnitz maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen, Wertigkeiten und Funktionszuweisungen der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf die Weiterentwicklung der Sebnitzer Innenstadt. Folgende funktionale Abstimmung liegt der Zentren- und Standortstruktur zugrunde und ist für deren Weiterentwicklung zwingend einzuhalten:

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz – zielt auf einen umfassenden Branchenmix bis zum spezialisierten höheren Bedarf, mit prioritärer Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsanbieter, soweit diese räumlich und funktional eingebunden werden können.
- Nahversorgungslagen – ergänzen den zentralen Versorgungsbereich mit dem Ziel einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen oder zumindest wohnortnahen Grundversorgung.
- Ergänzungsstandort mit gesamtstädtischer und grundzentraler Ausstrahlung – Funktionszuweisung als Fachmarktstandort mit planungsrechtlich abgesichertem Branchen- und Anbieterbesatz.

Mit dem folgenden Handlungsleitfaden wird das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Die Handlungsschwerpunkte bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der „Sortimentsliste Sebnitz“ zur Festlegung zentrenrelevanter Sortimente wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet. Der abgesteckte Rahmen für Einzelfallentscheidungen sichert einerseits die notwendige Flexibilität, andererseits bleibt der Fokus auf die gesamtstädtische Entwicklung gerichtet. Die jeweiligen Handlungsschwerpunkte geben auch bestehenden Einzelhandelsbetrieben und ansiedlungsinteressierten Anbietern eine Orientierung und gewährleisten die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit.

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

**Der innerstädtische Bereich besitzt oberste Priorität und in Folge sind Investitionen vorrangig auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz zu lenken. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte. Dazu ist es notwendig, dass einzelhandelsbezogene und städtebauliche Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt umgesetzt werden. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist eine stärkere funktionale Verflechtung der Geschäftslagen Schandauer Straße – Markt – Rosenstraße anzustreben.**

Die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern und im innerstädtischen Bereich zu konzentrieren ist zwingend, um auch zukünftig Kundenströme gezielt in die Sebnitzer Innenstadt zu lenken und somit den Einzelhandelsstandort als Hauptgeschäftszentrum zu erhalten. Dies ist für die Stärkung der gesamtstädtischen und grundzentralen Versorgungsfunktion, aber auch hinsichtlich der touristischen Attraktivität und damit insgesamt für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

## **Handlungsschwerpunkt 2 – Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen auf den zentralen Versorgungsbereich:**

### **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz vorbehalten.**

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

Die vorrangige Konzentration zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen gebührt dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich, im Ergänzungsstandort Einkaufspark Sebnitztal sind nur funktional auf die Innenstadt abgestimmte und planungsrechtlich abgesicherte Fachmarktangebote zulässig.

Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich auch ein präventiver Umgang mit potentiellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB). Für städtebaulich ungeeignete Standorte werden planungsrechtliche Instrumentarien eingesetzt, um nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen.

## **Handlungsschwerpunkt 3 – Sicherung der Nahversorgung durch integrierte Nahversorgungslagen:**

### **Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Sebnitzer Nahversorgungsstruktur baut auf eine zentrenintegrierte Nahversorgung auf, ergänzt durch wohngebietsintegrierte Nahversorgungslagen, zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung. In Wohnlagen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.**

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

Mit der Aufnahme der integrierten Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Sebnitz wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung hervorgehoben. Nahversorgungslagen sind definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten einschließlich von Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich. Eine Ergänzung und Weiterentwicklung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich, wenn diese: Eigenständige Nahversorgungsfunktionen innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen, eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen, eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungsumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes) und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches und anderer integrierter Nahversorgungslagen in Sebnitz führen.

Kleinteilige Nahversorgungslösungen sind Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Lebensmittel, ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem unmittelbaren Wohnumfeld in unterversorgten Ortsteilen. Ihre Größen-dimensionierung kann auch über den Anlagentyp des „Sebnitzer Nachbarschaftsladens“ hinausgehen, bis zu einer maximalen Größendimensionierung von 400 m<sup>2</sup>. Sie sind in diesem Sinne vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Convenience stores. In ihrer Ausprägung übernehmen sie mit einer deutlich nachrangigen Größendimensionierung und Wettbewerbsposition tatsächlich ergänzende Funktionen und lassen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die ausgewiesenen Nahversorgungslagen erwarten.

#### **Handlungsschwerpunkt 4 – Zulässigkeit der Sebnitzer Nachbarschaftsläden:**

**Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von 80 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen und in der angestrebten bipolaren Entwicklung mit dem peripheren Einkaufszentrum angesiedelt werden.**

Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der angestrebten Zentren- und Standortstruktur ist nur zulässig, wenn die Verkaufsfläche je Einzelanbieter unter 80 m<sup>2</sup> beträgt.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Sebnitz. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von unter 80 m<sup>2</sup> sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Sebnitzer Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Sebnitz. Vom Sebnitzer Nachbarschaftsladen gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.

Einzelanbieter mit Verkaufsflächen ab 80 m<sup>2</sup> sind dagegen innerhalb der Einzelhandelsstruktur der Stadt Sebnitz bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen. Die Stadt Sebnitz verfügt über einen hohen Anteil kleinstrukturierter Einzelhandelsflächen. Lediglich 36 % aller Einzelhandelsbetriebe (33 Einzelhandelsbetriebe zum Stand März 2017) in Sebnitz verfügen über eine Verkaufsfläche ab 80 m<sup>2</sup>.

Vergleichbar stellt sich die Flächenstruktur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz dar: ebenfalls 36 % aller Anbieter (18 der insgesamt 50 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe zum Stand März 2017) verfügen nur über Verkaufsflächen ab 80 m<sup>2</sup>.

Folglich können bereits große Fachgeschäfte mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten zu erheblichen Wettbewerbseinflüssen führen und sind dementsprechend funktionsgerecht im angestrebten Zentren- und Standortkonzept anzusiedeln.

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

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

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

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

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Handlungsschwerpunkt 4 (Sebnitzer Nachbarschaftsläden).

oder

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

oder

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Sortimentsliste Sebnitz“ zu mindestens 90 % als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 80 m<sup>2</sup> begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche verbunden ist.

**Handlungsschwerpunkt 6 – Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:**

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

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

**BBE Handelsberatung GmbH**

i.V.



Dr. Ulrich Kollatz

i.V.



Ute Menrath

## **9. Verzeichnis der Anlagen**

**Anlage 1: Zentrenpass zum Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz**

**Anlage 2: Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Große Kreisstadt Sebnitz (Neuaufstellung 2017)**

**Anlage 3: Stellungnahme zur Erweiterung der Stadtbuslinie mit Anbindung des Bahnhofs in Dolní Poustevna vom 21. August 2017**

**Anlage 4: Glossar - Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen**

## Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz

### Lage:

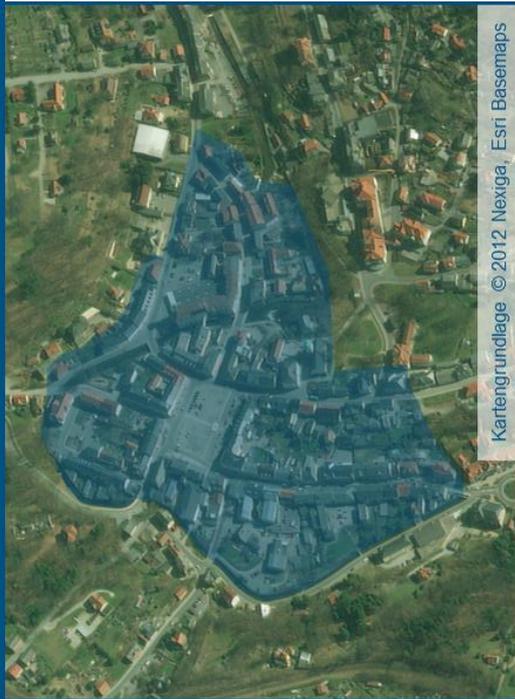
Umschließt den zusammenhängenden, räumlichen Entwicklungsbereich als multifunktionales Zentrum für die örtlichen und regionalen Versorgungsfunktionen als Grundzentrum. Die Innenstadt von Sebnitz wird vorrangig durch den Verlauf der Sebnitz eingegrenzt und erstreckt sich entlang der Schandauer Straße über den Markt bis zur Rosenstraße, ergänzend Kirchstraße und Lange Straße.

### Versorgungsfunktion:

Konzentration multifunktionaler Nutzungen – attraktiver Erlebnisraum für Handel, städtisches Leben und Tourismus. Umfassendes Branchenmixkonzept bis in den höherwertigen, spezialisierten Bedarf.

### Einzugsgebiet:

gesamtstädtisches und regionales Einzugsgebiet.



Kartengrundlage © 2012 Nexiga, Esri Basemaps

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

### Angebotsstruktur

(Stand März 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	858 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	223 m <sup>2</sup>
Blumen, Garten, Heimtier	325 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	192 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	880 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	180 m <sup>2</sup>
Heimwerkerbedarf	55 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	185 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	80 m <sup>2</sup>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	725 m <sup>2</sup>
Elektrowaren	518 m <sup>2</sup>
UE, Kommunikation, PC	200 m <sup>2</sup>
Foto / Optik / Akustik	180 m <sup>2</sup>
Uhren / Schmuck	21 m <sup>2</sup>
sonstiges	30 m <sup>2</sup>

### Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Die höchste Priorität im Zentrengefüge der Stadt Sebnitz besitzt die Innenstadt, mit einer multifunktionalen Verbindung von Handel, Wohnstandort und anderweitig Frequenz stärkenden Strukturen, wie Stadtverwaltung, Gastronomie und Dienstleistern.

Die Innenstadt weist die größte Anbietervielfalt im Stadtgebiet auf, bei überwiegend kleinteiligen Verkaufsflächen. Die flächengrößten Magnetanbieter (Supermarkt Edeka, Unterhaltungselektronikmarkt expert, Textilmarkt NKD und Nonfood-Discounter Conny's Container) verfügen über Verkaufsflächen zwischen 200 m<sup>2</sup> bis 700 m<sup>2</sup>. Zur weiteren Verdichtung der Angebotsstrukturen sind räumliche Entwicklungspotenziale aus dem Bestand zu erschließen.

Insbesondere durch eine spürbare Funktionsstärkung des Marktes sind die Geschäftslagen der Innenstadt stärker funktionale zu verknüpfen.

Lage im Stadtgebiet Sebnitz



Kartengrundlage © 2012 Nexiga, Tom Tom

## Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Große Kreisstadt Sebnitz (Neuaufstellung 2017)

### Weiterentwicklung der einzelbetrieblichen Angebotskonzepte

Zur Stärkung der Wahrnehmung der Stadt Sebnitz als attraktiver Einzelhandelsstandort, ist auch auf einzelbetrieblicher Ebene eine kontinuierliche Anpassung an sich verändernde Kundenansprüche gefragt. Dabei sind zukünftig folgende Gesichtspunkte von besonderer Relevanz:

- **Ständige Weiterentwicklung der Laden- und Angebotskonzepte**

(vgl. S. 44f., 46f.)

Eine kritische Prüfung der eignen Ladenkonzepte ist eine permanente Aufgabe, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen. Die Wünsche nach einer kreativen Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität des örtlichen Einzelhandels betreffen sowohl örtliche und regionale Kunden als auch Touristen.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibenden**

- **Digitale Sichtbarkeit der Unternehmen und des Einzelhandelsstandortes Sebnitz**

(vgl. S. 52)

Die Onlinepräsenz gehört zu den Kernaspekten des zukünftigen Einzelhandels und zur Sicherung einer umfassenden Kundenansprache. Notwendig sind die Pflege des eigenen Internetauftritts, dessen Eignung für mobile Endgeräte und eine lokale Vernetzung auf einzelbetrieblicher Ebene sowie als regionales Online-Marketing für den Gesamtstandort.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibende, Gewerbeverein**

- **Hybride Beratungsansätze mit Hilfe moderner Technologien**

(vgl. S. 52)

Smartphones und Tablets ermöglichen neue Formen der Warenpräsentation und Beratung, sie können der Kundenansprache völlig neue Impulse verleihen. Der Kunde erfährt dies als Kompetenzerweiterung zur guten, persönlichen Beratung, wie sie bisher als besondere Stärke des stationären Handels empfunden wird.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibenden**

- **Einsatz innovativer Technologien im stationären Handel**

(vgl. S. 53)

Mit dem Einsatz innovativer Technologien im Handel bewegt sich der Einzelhändler auf „Augenhöhe“ mit dem Kunden. Beste Voraussetzungen, um Frequenzverlusten in der Innenstadt durch Abwanderung ins „Netz“ entgegenzuwirken, bieten attraktive, vielfältige Angebote und multifunktionale Erlebnisbereiche.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibenden**

## Stärkung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt

Eine Wahrnehmung der Innenstadt als „erlebbarer“ Struktur verlangt eine Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen und privaten Raumes. Empfehlenswert ist die Herausbildung eines eigenständigen Profils, welches auf Vielfalt und Multifunktionalität ausgerichtet ist und so die wirtschaftliche Basis für die Ansiedlung attraktiver Fachgeschäfte schafft sowie das wirtschaftliche Interesse von Hauseigentümern zur Sanierung ihrer Gebäudesubstanz weckt.

- **Weiterentwicklung des Branchenmixes und Verdichtung der Angebotsstrukturen in der Innenstadt – gezielte Akquisition**

(vgl. S. 43 – 46, 68f., Leitziele S. 60)

Aus Sicht der befragten Haushalte in Sebnitz und den umliegenden Gemeinden, bestehen aktuell noch Branchendefizite in der Angebotsstruktur des Sebnitzer Einzelhandels. Die Befragten äußerten Wünsche nach einer größeren Auswahl im Einzelhandel insgesamt und einem vielfältigeren gastronomischen Angebot. Im Rahmen der innerstädtischen Einzelhandelsentwicklung und Ausweitung des Branchenmixes sollten insbesondere die innerstädtischen Leibranchen (Bekleidung, Schuhe, Sport, Spielwaren...) gestärkt werden. Im speziellen empfiehlt sich eine Verdichtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Marktes, hierfür ist eine gezielte Vermietungsstrategie zu erarbeiten.

→ **Zuständigkeit: Gewerbeverein, Stadtverwaltung, Eigentümer**

- **Leerstandsmanagement**

(vgl. S. 50, Leitziele S. 61)

Zur Wiederbelebung der leerstehenden Einzelhandelsflächen in der Sebnitzer Innenstadt, sollten diese aktiver vermarktet werden. Es empfiehlt sich eine Erfassung der vorhandenen Leerstände und Aufbau einer Leerstandsdatenbank. Darüber hinaus sollte die Handelseignung der einzelnen Ladenlokale begutachtet und deren Übereinstimmung mit den Anforderungen an zukünftige Nutzungen geprüft werden.

→ **Zuständigkeit: Gewerbeverein, Stadtverwaltung, Eigentümer**

- **Außen- und Fernwirkung der Ladenlokale am Markt – Überprüfung der Gestaltungssatzung**

(vgl. S. 49)

Empfehlenswert ist es, die verschiedenen städtebaulichen Belange sowie Interessen der Hauseigentümer und Gewerbetreibenden gleichberechtigt in eine Gestaltungssatzung zu den Themen Fassaden- und Schaufenstergestaltung, Werbeanlagen, Außenmöblierung und Werbung auf den öffentlichen Flächen vor den Geschäften zusammenzufassen. Einzubinden wäre auch der Themenbereich Außengastronomie.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibenden, Hauseigentümer, Stadtverwaltung**

- **Touristische Ausrichtung des Einzelhandels**

(vgl. S. 26f., 48f., Leitziele S. 60)

Das Einzelhandelsangebot sollte an die touristische Nachfrage angepasst werden, welche sich ebenso durch eine besondere Wertschätzung erlebnisorientierten Einzelhandels und einem attraktiven Einkaufsumfeld mit hoher Aufenthaltsqualität und ansprechendem Flair auszeichnet. Der tourismusorientierte Einzelhandel wird vermehrt über Impulskäufe definiert. Zur besseren Ausschöpfung touristischer Kundenpotenziale ist eine Stärkung des touristisch präferierten Angebotspekts

rums zu empfehlen, das insbesondere regional typische Produkte sowie die Warengruppen Textilien / Schuhe / Lederwaren, Sportartikel / Camping / Freizeitzubehör, Uhren / Schmuck / Accessoires und Bücher / Geschenkartikel / Souvenirs einschließt. Eine Zusammenarbeit des Einzelhandels mit den touristischen Leistungsträgern aus Hotellerie und Gastronomie bietet Chancen für eine gemeinsame Vermarktung der Angebote. Darüber hinaus ist auch eine Anpassung der Öffnungszeiten an die touristische Nachfrage empfehlenswert, die vermehrt an Wochenenden / Samstagen vorhanden ist.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibenden**

- **Erschließung tschechischer Kundenpotenziale für den Einzelhandel**

(vgl. Anlage 3, Leitziele S. 60)

Durch eine Streckenausweitung der Sebnitzer Stadtbuslinie mit Anbindung an die tschechische Nachbargemeinde können der grenzüberschreitende Kundenaustausch und die Wahrnehmung des Sebnitzer Einzelhandelsstandortes spürbar verbessert werden. Im Vordergrund sollten eine gezielte Kundenansprache und ein auf tschechische Kunden abgestimmtes Angebotskonzept stehen.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibenden, Stadtverwaltung**

- **Nutzungskonzept für die ehemalige Passage**

(vgl. S. 50, 68f.)

Eine Revitalisierung der bestehenden Passage ist in der derzeitigen baulichen Struktur für Einzelhandelskonzepte nicht umsetzbar. Notwendig ist ein umfassendes Nutzungskonzept mit entsprechenden baulichen Anforderungen für die gesamte Immobilie.

→ **Zuständigkeit: Eigentümer mit Unterstützung durch Projektentwickler, Stadtverwaltung**

- **Stärkere Zusammenarbeit der Akteure in der Innenstadt**

(vgl. Abschnitt 4.4 Unternehmerbefragung)

Zur Erreichung einer verbesserten Wahrnehmung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort ist eine stärkere Zusammenarbeit der innerstädtischen Akteure zu befördern. Im Schwerpunkt zielt dies auf eine Erarbeitung gemeinsamer Themenschwerpunkte sowie einer Weiterentwicklung des Stadtmarketing zur Stärkung der Außenwirkung ab.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibende, Verantwortlichkeit Stadtmarketing in der Stadtverwaltung**

- **Funktionale Vernetzung der innerstädtischen Geschäftslagen**

(vgl. S. 43, 68, Leitziele S. 60)

Die funktionale Verknüpfung der verschiedenen innerstädtischen Geschäftslagen entlang der Schandauer Straße, der Rosenstraße und dem Markt ist bisher unzureichend ausgeprägt und ist durch eine gezielte Angebotsverdichtung zu verbessern. Anzustreben ist eine Magnetwirkung der Innenstadt durch eine Gesamtausstrahlung der Einzelhandelsangebote in den verschiedenen Geschäftslagen. Im Schwerpunkt sollte eine Verknüpfung der Standorte über eine spürbare Funktionsstärkung des Marktes, möglicherweise auch über die Schaffung zusätzlicher Flächenpotenziale und Ansiedlung eines frequenzschaffenden größeren Einzelhandelsanbieters am Schnittpunkt Markt / Schandauer Straße, erfolgen.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibende, Eigentümer, Stadtverwaltung**

- **Freiraumnutzung am Markt durch Außengastronomie**

(vgl. S. 49f.)

Die Freiraumnutzung am Markt konzentriert sich auf Veranstaltungen und Märkte, so findet u.a. zweimal wöchentlich ein Wochenmarkt statt. Eine gastronomische Nutzung der innenliegenden Flächen des Marktes ist derzeit durch die Verkehrsführung und Parknutzung ausgeschlossen. Grundsätzlich denkbar wäre eine Nutzung der Südseite, insbesondere auch in Verbindung mit dem Baumbestand. Dies erfordert jedoch eine Änderung der Parkregelung auf dieser Marktseite.

→ **Zuständigkeit: Stadtverwaltung**

- **Abgestimmte Öffnungszeiten im Innenstadtbereich**

(vgl. S. 45, 48)

Idealerweise bestehen einheitliche Kernöffnungszeiten für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister. Auch bei Veranstaltungen, Festen etc. sollte auf einheitliche Regelungen Wert gelegt werden.

→ **Zuständigkeit: Gewerbetreibende**

## Städtebauliches Entwicklungskonzept

Für die planerische Steuerung der Standorte für Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben ist ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, in dem neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional bestimmt werden und in dem auch eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste festgelegt wird, eine unentbehrliche Grundlage für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung und die Abwägung auch mit den privaten Belangen der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber. (vgl. Abschnitte 7 und 8)

- **Zentren- und Standortkonzept**

Das Zentren- und Standortkonzept unterscheidet zwischen städtebaulich integrierten Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche), wohnortintegrierten Nahversorgungslagen und nicht integrierten Ergänzungsstandorten bzw. Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels. Aufbauend auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Sebnitz wird das folgende Zentrensystem empfohlen:

- Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Sebnitz: Innenstadt Sebnitz (gebäudescharfe Abgrenzung siehe S. 67 im Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2017)
- Nahversorgungslagen: Gartenstraße 1, Schandauer Straße 86 und Schillerstraße 40a
- Ergänzungsstandort Einzelhandel: Einkaufspark Sebnitztal

- **Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der „Sortimentsliste Sebnitz“**

Für die „Sortimentsliste Sebnitz“ wird die folgende Zuordnung zu nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen:

nahversorgungsrelevante Sortimente

- |                          |                             |                           |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| ▪ Lebensmittel, Getränke | ▪ Zeitungen / Zeitschriften | ▪ Pharmazeutische Artikel |
| ▪ Drogeriewaren          | ▪ Blumen                    |                           |

### zentrenrelevante Sortimente

- |                                                            |                                                                                   |                          |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| ▪ Zoologischer Bedarf                                      | ▪ Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände | ▪ Musikalienhandel       |
| ▪ Medizinische und orthopädische Artikel                   | ▪ Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat                                  | ▪ Uhren/Schmuck          |
| ▪ Spielwaren / Bastelbedarf                                | ▪ Bekleidung, Lederwaren, Schuhe                                                  | ▪ Sportartikel           |
| ▪ Bücher, Papier, Schreibwaren / Büroorganisation          |                                                                                   | ▪ Fahrräder und -zubehör |
| ▪ Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren |                                                                                   | ▪ Foto, Optik            |

#### ■ **Handlungsschwerpunkt 1: Priorität der innerstädtischen Entwicklung**

Der innerstädtische Bereich besitzt oberste Priorität und in Folge sind Investitionen vorrangig auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz zu lenken. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte. Dazu ist es notwendig, dass einzelhandelsbezogene und städtebauliche Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt umgesetzt werden. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist eine stärkere funktionale Verflechtung der Geschäftslagen Schandauer Straße – Markt – Rosenstraße anzustreben.

#### ■ **Handlungsschwerpunkt 2: Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen auf den zentralen Versorgungsbereich**

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sebnitz vorbehalten.

Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich auch ein präventiver Umgang mit potentiellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB). Für städtebaulich ungeeignete Standorte werden planungsrechtliche Instrumentarien eingesetzt, um nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen.

#### ■ **Handlungsschwerpunkt 3: Sicherung der Nahversorgung durch integrierte Nahversorgungslagen**

Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Sebnitzer Nahversorgungsstruktur baut auf eine zentrenintegrierte Nahversorgung auf, ergänzt durch wohngebietsintegrierte Nahversorgungslagen, zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung. In Wohnlagen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.

#### ■ **Handlungsschwerpunkt 4: Zulässigkeit der Sebnitzer Nachbarschaftsläden**

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von 80 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen und in der angestrebten bipolaren Entwicklung mit dem peripheren Einkaufszentrum angesiedelt werden.

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

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

- **Handlungsschwerpunkt 6: Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept**

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept WIRD DURCH Beschluss des Stadtrates vom politischen Willen der Kommune getragen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

→ **Zuständigkeiten: Stadtrat (Beschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept)**

## **Stellungnahme zur Erweiterung der Stadtbuslinie mit Anbindung des Bahnhofs in Dolní Poustevna vom 21. August 2017**

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister Ruckh,

mit Ihrem Schreiben vom 08.08.2017 baten Sie uns um Stellungnahme zur geplanten, grenzübergreifenden Erweiterung der Stadtbuslinie mit Anbindung des Bahnhofs in Dolní Poustevna.

Wir hatten dieses Thema bereits kurz im Workshop zum Einzelhandelskonzept am 08. Juni 2017 diskutiert. Aus den Erfahrungswerten der BBE Handelsberatung und der spezifischen Sicht auf die Sebnitzer Einzelhandelssituation ist diese Entwicklung zu unterstützen.

- Grundsätzlich ist eine gute Kundenorientierung tschechischer Kunden auf Einzelhandelsstandorte im Freistaat Sachsen zu konstatieren, wenngleich davon in stärkerem Maße verkehrsgünstige Einzelhandelsagglomerationen in den Städten Pirna, Heidenau und insbesondere Dresden partizipieren.
- Die Befragung der Gewerbetreibenden verdeutlicht innerhalb der Stadt Sebnitz bisher nur eine geringe Umsatzbedeutung tschechischer Kunden. Dies ist sicherlich nicht allein eine Frage der Erreichbarkeit, sondern vor allem der Wahrnehmung als Einzelhandelsstandort. Grundsätzlich erscheint eine Anbindung des tschechischen Kundenpotenzials analog zur Einzelhandelsausstrahlung im deutschen Verflechtungsbereich von Sebnitz realistisch.
- Die Erweiterung der Buslinie kann den grenzüberschreitenden Kundenaustausch und die Wahrnehmung des Sebnitzer Einzelhandels spürbar verbessern, diese Perspektiven müssen aber gleichzeitig durch eine gezielte Kundenansprache aufgegriffen werden. Dazu zählt sowohl die Abstimmung im Angebotskonzept als auch das gezielte werben tschechischer Kunden.
- Die BBE Handelsberatung verfügt über vergleichbare Erfahrungen im bayerisch-tschechischem Grenzgebiet. So zeigt sich in der Oberpfalz, dass vor allem grenznahe Kommunen wie Cham, Furth im Wald, Tirschenreuth und Waldsassen für den Einkauf aufgesucht werden. Einkaufen steht für fast zwei Drittel der tschechischen Kunden klar im Vordergrund, Freizeitaktivitäten oder anderer Gründe treten deutlich in den Hintergrund. Gründe für den Einkauf in Deutschland liegen in der Angebotsqualität, in einem anderen Angebot als in Tschechien aber auch hinsichtlich günstiger Preise und Sonderangebote. Vielerorts ist der tschechische Konsument aus dem ostbayerischen Raum nicht mehr wegzudenken und für den Einzelhandel in den vergleichbaren Kleinstädten überlebenswichtig.

Für weitere Informationen zu den Chancen mit tschechischen Kunden verweisen wir auf eine Studie der IHK Regensburg in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung (unter folgendem Link:

[https://www.ihk-regensburg.de/meine\\_branche\\_channel/Handel/Einzelhandel/Einzelhandel-in-der-Region/Tschechische-Kunden---Chancen-fuer-Handel-und-Tourismus/1742658](https://www.ihk-regensburg.de/meine_branche_channel/Handel/Einzelhandel/Einzelhandel-in-der-Region/Tschechische-Kunden---Chancen-fuer-Handel-und-Tourismus/1742658)).

## Glossar - Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

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

### DIY:

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

### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

- Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung eines Gebiets innerhalb eines Jahres. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen und Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft.
- Bei der Ermittlung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden nur diejenigen Anteile der Kaufkraft berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.
- Die Kaufkraft wird als absoluter Wert und als Indexwert in Relation zum Bundesdurchschnitt (100) angegeben.

### Einzelhandelsrelevante Zentralität:

- Der Zentralitätsgrad eines definierten räumlichen Gebietes (z. B. Innenstadt, Gemeinde, Region) gibt an, welche Bedeutung die in diesem Gebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der in diesem und in umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung haben.
- Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100.
- Ein Wert unter 100 zeigt an, dass Handelsumsatz an andere Standorte abgegeben wird. Ein Wert über 100 bedeutet, dass Umsätze von Kunden außerhalb des definierten Gebietes hinzufließen, der Handelsumsatz also größer als das Potenzial der Bevölkerung darin ist.

### Ergänzungsstandort:

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

### GPK:

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

### **Großflächiger Einzelhandel**

- Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Ur. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> beginnt (BVerwG Ur. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche) kumulativ auftreten.
- Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.
- Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

### **Kaufkraftbindung:**

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

### **Kernsortiment/Randsortiment:**

- Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
- Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Gewichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche).

### **Lebensmitteldiscounter:**

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Nonfood-Umsatzanteil von ca. 10 - 13 % auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

**Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:**

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

**Nahversorgungslage:**

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Nahversorgungslagen sind durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter) gekennzeichnet, i. d. R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

**Nahversorgungszentrum:**

- Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine städtebauliche Einheit und ist in das Siedlungsgefüge integriert. Eine räumliche Nachbarschaft zu Wohngebieten ist charakteristisch.
- Nahversorgungszentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Sie übernehmen die lokale Vor-Ort-Versorgung vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung.

**SB-Markt:**

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m<sup>2</sup>. Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

**SB-Warenhaus:**

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m<sup>2</sup>. Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) auch eine umfangreiche Nonfood-Abteilung (Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und/oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem auto-kundenorientierten, oft peripheren Standort.

**Sortiment, nahversorgungsrelevantes:**

- Als nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln, anzusehen. Diese Waren werden von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.
- Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden soll.

**Sortiment, zentrenrelevant:**

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.
- Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.
- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

**Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:**

- Wesentliche Merkmale nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind ein meist hoher Flächenanspruch, geringe Kopplungswirkungen und eine eingeschränkte Transportfähigkeit. Diese Artikel werden oft mit handwerklichen Dienstleistungen (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt) oder für gewerbliche Nutzungen (z. B. Baustoffhandel, Büromöbelhandel) angeboten.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente strahlen kein Gefährdungspotential auf gewachsene Zentren aus. Zu beachten sind dabei aber immer zentrenrelevante Randsortimente, die sehr wohl Auswirkungen haben können.

#### **Stadtteilzentrum:**

- Ein Stadtteilzentrum beschreibt eine städtebauliche Einheit, die sich abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge in räumlicher Nähe zu Wohngebieten befindet.
- Stadtteilzentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Hauptaufgaben sind sowohl die Nahversorgung als auch die Grundversorgung eines Stadtteils mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Die Einzelhandelsstruktur ist i. d. R. durch Lebensmittel- und ergänzende Anbieter geprägt. Weiterhin sind zentrentypische Dienstleistungen vorhanden.

#### **Supermarkt:**

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

#### **Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):**

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>. Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Nonfood-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Flächenanteil ca. 30 - 60 %) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

#### **Verkaufsfläche:**

- Die Verkaufsfläche bezeichnet alle Flächen, die dem Verkauf dienen (inkl. Gänge, Treppen, Kassenzonen, Schaufenster, Theken, Vorkassenzone, Windfang, Leergutannahme) und dem Kunden frei zugänglich sind sowie dauerhaft genutzte Freiverkaufsflächen.
- Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen sowie Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

#### **Verkausflächenausstattung je Einwohner:**

- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beschreibt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl.
- Es ist ein quantitativer Indikator der Versorgung für die Ausstattung eines Gebiets.

#### **Vollsortimenter:**

- Ein Lebensmittel-Vollsortimentsmarkt bietet ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil (Obst & Gemüse, Molkereiprodukte, Tiefkühl, Bedienungstheken) von ca. 30%. Einen elementaren Schwerpunkt stellen die Bedienungstheken in den Sortimentsgruppen Fleisch/Wurst, Käse und Feinkostprodukte sowie Frischfisch dar. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf den kurzfristigen Lebensmittelbedarf mit einem Umfang von mind. 12.000 unterschiedlicher Artikel sowie einem ergänzenden Non-Food Sortiment von ca. 10-15%. Das Sortiment umfasst sowohl Markenartikel als auch Handelsware. Die Umsetzung dieses Vertriebstyps bedingt eine zusammenhängende Verkaufsflächengröße von mind. 1.400 m<sup>2</sup>, allerdings mit zunehmend größerer Mindestverkaufsfläche. Das Vertriebskonzept bietet einen umfangreichen Service- und Bedienungsgrad, welches einer qualifizierten Personalstärke von mind. 20 Vollzeit Arbeitsplätzen entspricht.

- Häufig wird mit dem Vollsortimenter ein Supermarkt assoziiert, jedoch sind auch Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser als Vollsortimenter zu klassifizieren.

**Zentraler Versorgungsbereich:**

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