

Zentrenkonzept

Gemeinsames Zentrenkonzept für die Stadt Hermsdorf und die Gemeinde Bad Klosterlausnitz

ENTWURFSFASSUNG ZUR AUSLEGUNG

Auftraggeber:

Stadt Hermsdorf
07629 Hermsdorf, Eisenberger Straße 56
Gemeinde Bad Klosterlausnitz
07639 Bad Klosterlausnitz, Markt 3

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: (0361) 77 80 660

Fax: (0361) 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Zielsetzung	3
2. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Handel	4
3. Standortrahmendaten Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	11
3.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung	11
3.2. Demographische Rahmendaten	13
3.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial	15
4. Einzelhandelsanalyse	18
4.1. Einzelhandelsbestand in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	18
4.2. Räumliche Angebotsstruktur	20
4.2.1. Hermsdorf	20
4.2.2. Bad Klosterlausnitz	23
4.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	25
4.3.1. Hermsdorf	25
4.3.2. Bad Klosterlausnitz	28
4.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur	30
4.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	30
4.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	32
4.5. Bindungsintensität des Einzelhandels von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	36
4.6. Stärken-Schwächen-Analyse	39
5. Gemeinsames Zentrenkonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	40
5.1. Ziele des Zentrenkonzepts	40
5.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	41
5.3. Identifikation von zentralen Versorgungsbereichen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	44
5.4. Zentren- und Standortkonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	48
5.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur	48
5.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hermsdorf)	52
5.4.3. Grundversorgungsstandort Eisenberger Straße (Hermsdorf)	56
5.4.4. Sonderlagen (Hermsdorf)	59
5.4.5. Ortsmitte Bad Klosterlausnitz	63
5.5. Sortimentskonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	66
5.5.1. Begriffsdefinition	66
5.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	68
5.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	71
5.7. Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	74
6. Schlussbemerkung	77

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die Stadt Hermsdorf und die Gemeinde Bad Klosterlausnitz stellen aktuell einen gemeinsamen **Flächennutzungsplan** auf. Beide Orte sind in der Landesplanung funktionsteilig als Mittelzentrum ausgewiesen. Somit sollen in Hermsdorf und in Bad Klosterlausnitz die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die Einzelhandelsfunktion zählt.

Im Rahmen des **Zentrenkonzeptes** soll festgeschrieben werden, welche Einzelhandelsstandorte eine prägende Versorgungsfunktion für die beiden Orte besitzen und wie diese Standorte einzustufen sind (Standortkonzept). Diesen identifizierten Handelsstandorten wird in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept), wobei eine Differenzierung der einzelnen Sortimente nach zentren-, nicht-zentrenrelevanten und nach nachversorgungrelevanten Sortimenten erfolgt. Diese sog. Sortimentsliste ist dann auch die Grundlage für möglicherweise spätere Entscheidungen von Ansiedlungsvorhaben im Einzelhandel.

Das Zentrenkonzept ist eine Grundlage für die Flächennutzungsplanung der Stadt Hermsdorf und der Gemeinde Bad Klosterlausnitz. Die zentralen Versorgungsbereiche werden i.S.d. **§ 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB** in den Flächennutzungsplan – auch in ihrer räumlichen Ausdehnung – übernommen.

Folgende Abbildung stellt überblicksartig den Prozess bzw. die **wesentlichen Bearbeitungsschritte** des Zentrenkonzeptes dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Zentrenkonzeptes für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Abstimmung/ Auftaktberatung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vor-Ort-Beratung zu den Zielen des Zentrenkonzeptes ▪ Wesentliche Bearbeitungsschritte ▪ Abstimmung Zeitplan / Ablauf 	Jun 2020
Angebotsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten ▪ Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands ▪ Analyse des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots ▪ Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels 	Jul/Aug 2020
Zentrenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausarbeitung der Einzelhandelsanalyse und des Zentrenkonzeptes ▪ Definition der einzelnen Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgungslagen, Sonderstandorte) ▪ Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung ▪ Erarbeitung der ortsspezifischen Sortimentsliste 	Aug 2020
Präsentation/ öffentliche Diskussion/ Überarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation des Konzeptes innerhalb der Verwaltung und politischer Entscheidungsgremien ▪ Offenlegung des Konzeptes ▪ Einarbeitung der eingegangenen Stellungnahmen in das Konzept 	ab Sep. 2020

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

2. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Handel

Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die Ansiedlung bzw. auch die Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz in Einklang mit städtebaulichen und raumordnerischen Vorstellungen zu bringen. Es bedarf allerdings eines konsequenten Einsatzes der Instrumente, um dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten rechtlich begründet begegnen zu können.

Zu den Vorschriften, mit denen die Steuerung des Einzelhandels möglich ist, zählen u.a.

- das Baugesetzbuch (BauGB),
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- das Landesentwicklungsprogramm des Freistaats Thüringen¹ und
- der Regionalplan Ostthüringen²,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.³

Im Rahmen der Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nach folgenden Gebietskategorien zu unterscheiden:

1. Einzelhandel in Gebieten mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit bestehenden Bebauungsplänen (§ 30 BauGB) kommt es auf deren konkrete Festsetzungen an. Werden in einzelnen Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete definiert, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der § 2 bis 9 BauNVO zwar in allen Arten von Baugebieten, jedoch teilweise unter Beachtung von Flächenoberbegrenzungen, zulässig.

■ Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO)

In Kleinsiedlungsgebieten (WS) sind lediglich zur Versorgung des Gebiets dienende Läden zulässig. Solche Läden sind i.d.R. als „Nachbarschaftsläden“ zu bezeichnen, deren Größe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt.

■ Reine Wohngebiete (§ 3 BauNVO)

In reinen Wohngebieten (WR) sind entsprechend der Zweckbestimmung gewerbliche Tätigkeiten, also auch Einzelhandel ausgeschlossen. Ausnahmsweise können gemäß § 3 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO jedoch Läden zugelassen werden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebietes dienen. Eine „Großflächigkeit“ eines Einzelhandelsgeschäftes ist auf alle Fälle ausgeschlossen.

■ Allgemeine Wohngebiete (§ 4 BauNVO)

Durch die Festsetzung eines allgemeinen Wohngebietes (WA) in einem Bebauungsplan können gemäß § 4 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO solche Läden zugelassen werden, die der Versorgung des Gebiets dienen. Hierbei muss der Laden funktional in das Wohngebiet eingebunden sein und in einem erheblichen Umfang von Bewohnern der näheren Umgebung aufgesucht werden.⁴ Dies ist anhand objektiver Kriterien wie Größe, Beschaffenheit, wirtschaftlich tragfähige Ausnutzung, fußläufiger Einzugsbereich des Ladens, Verkehrsanbindung, Parkplätze und den sonstigen örtlichen Gegebenheiten abzuleiten.

■ Dorfgebiete (§ 5 BauNVO)

In Dorfgebieten (MD) sind gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 5 BauNVO Einzelhandelsbetriebe allgemein zulässig, wobei der Gebietscharakter des Dorfgebiets gewisse Grenzen setzt. Generell unzulässig sind großflächige Einzelhandelsbetriebe bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

1 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025.

2 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012.

3 Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

4 vgl. Beschluss OVG Berlin-Brandenburg [10 S 29.10] vom 21.12.2011 / Beschluss OVG Lüneburg [1 MN 144/15] vom 28.09.2015.

■ Mischgebiete (§ 6 BauNVO)

In Mischgebieten (MI) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 6 Abs. 2 Nr. 3 BauNVO zulässig, sofern diese Betriebe das Wohnen nicht wesentlich stören. Daher sind hier selbst großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig, wobei es bei einer Geschossfläche von über 1.200 m² darauf ankommt, ob die Regelvermutung von § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO widerlegt werden kann (vgl. auch folgende Seite 7). Grundsätzlich muss der Gebietscharakter eines Mischgebietes gewahrt bleiben, d.h. es muss eine qualitative und quantitative Durchmischung von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe gewahrt bleiben.

■ Kerngebiete (§ 7 BauNVO)

In Kerngebieten (MK) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO grundsätzlich zulässig. Durch die Festsetzung eines Kerngebiets werden auch die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO geschaffen.

■ Gewerbe-/ Industriegebiete (§ 8/9 BauNVO)

Im Gewerbegebiet (GE) sind lt. § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO und im Industriegebiet (GI) lt. § 9 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO Gewerbebetriebe aller Art zulässig, wobei der Begriff des Gewerbebetriebes umfassend zu verstehen ist und auch Einzelhandelsbetriebe einschließt. In beiden Gebietstypen ist selbst ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb zulässig, wenn diesem die in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO beschriebenen Auswirkungen fehlen. Nach der Regelungssystematik des § 11 Abs. 3 Sätze 3/4 BauNVO muss für dieses Vorliegen jedoch eine Atypik nachgewiesen werden. Eine solche atypische Fallgestaltung kann sich insbesondere aus der Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und aus dem Warenangebot des Betriebs ableiten.

Bei der Festsetzung der vorstehend beschriebenen Baugebiete, insbesondere von Mischgebieten und Gewerbegebieten, ist eine Einschränkung bzw. auch ein völliger Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben möglich. Im Rahmen ihres planerischen Ermessens darf eine Gemeinde steuern, ob und in welchem Umfang sie Teile des Gemeindegebiets zur Unterbringung von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung stellt. Voraussetzung ist, dass städtebauliche Gründe gemäß § 1 Abs. 3 BauGB vorliegen, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben und die Abweichung von der typisierten Baugebietszusammensetzung nach der Baunutzungsverordnung rechtfertigen.⁵

2. Einzelhandel im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Sofern für ein Vorhabengrundstück kein rechtskräftiger Bebauungsplan (§ 30 BauGB) vorliegt und dieses nicht im sog. Außenbereich (§ 35 BauGB) liegt, richtet sich die Beurteilung der Zulässigkeit des Vorhabens nach § 34 BauGB (sog. unbeplanter Innenbereich).

Folglich ist im Sinne des § 34 Abs. 1 BauGB zunächst zu klären, ob sich das Vorhaben in die nähere Umgebung einfügt. Entspricht die nähere Umgebung nach der Art der baulichen Nutzung einem bestimmten Gebietstyp der BauNVO (§ 2 - 9), so richtet sich die Zulässigkeit eines Bauvorhabens allein nach den für diesen Gebietstyp zulässigen Arten der baulichen Nutzung (§ 34 Abs. 2 BauGB, vgl. vorstehende Ausführungen).

Ohne eine klare Zuordnung zu einem Gebietstyp der BauNVO ist das Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung entscheidend, maßgeblich sind dabei Art und Maß der baulichen Nutzung ebenso wie Bauweise und überbaute Grundstücksfläche. Die nähere Umgebung beschränkt sich dabei nicht nur auf die unmittelbaren bzw. optisch sichtbaren Nachbargrundstücke, sondern kann auch weiter entfernt liegende Grundstücke umfassen, auf die sich die Ausführung des Vorhabens in bodenrechtlicher Hinsicht auswirken kann.⁶

5 vgl. Urteil BVerwG [4 B 3.13] vom 30.05.2013.

6 vgl. Urteil BVerwG [4 C 9/77] vom 26.05.1978.

Ein Vorhaben fügt sich ein, wenn es sich an den durch die umgebende Bebauung gebildeten Rahmen hält. Auch ein aus dem Rahmen fallendes Vorhaben (bspw. ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb) kann sich dennoch einfügen, wenn es im Verhältnis zu seiner näheren Umgebung weder bewältigungsbedürftige Spannungen erzeugt noch vorhandene Spannungen verstärkt.

Gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. So soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten in der Ansiedlungsgemeinde und auch in umliegenden Gemeinden sichergestellt werden, die bisher funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Schädliche Auswirkungen i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB hat ein Vorhaben, wenn es die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beachtlich beeinträchtigt bzw. stört.⁷ Dies ist u.a. anzunehmen, wenn

- sein Warenangebot Sortimente umfasst, die zu der typischen Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches zählen bzw. wenn die Sortimente bereits von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat,⁸
- eine Unverhältnismäßigkeit der neu geplanten Verkaufsfläche im Vergleich zu der Bestandsfläche im betroffenen zentralen Versorgungsbereich besteht,
- eine Unvertretbarkeit des zu erwartenden Kaufkraftabflusses aus dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten ist,
- der betroffene zentrale Versorgungsbereich bereits Vorschädigungen bzw. deutliche Attraktivitätsmängel (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) besitzt und/oder
- schädliche städtebauliche Auswirkungen, wie z.B. der Leerstand von Geschäften, das Absinken des Versorgungsniveaus oder „Trading-Down-Tendenzen“ zu erwarten sind.

Soweit ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche erwarten lässt, ist es bauplanungsrechtlich unzulässig.

3. Einzelhandel im Außenbereich (§ 35 BauGB)

Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zulässig, da dieser Bereich i.d.R. einer Bebauung nicht zugänglich ist.

Neben der vorstehend beschriebenen Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in den einzelnen Gebietskategorien enthält der § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) eine Sonderregelung für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben. Danach sind die vorstehend genannten Betriebe nur in Kerngebieten und in für diese Betriebe ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

Die in § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO genannten landesplanerischen oder städtebaulichen Auswirkungen werden im Satz 2 beispielhaft konkretisiert. Demnach können solche Auswirkungen insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden oder auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt sein. Für die Anwendung von § 11 Abs. 3 BauNVO bedarf es nicht des konkreten Nachweises, dass Auswirkungen tatsächlich eintreten, sondern es genügt bereits die Möglichkeit des Eintretens solcher Auswirkungen.

⁷ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964.05] vom 11.12.2006, bestätigt durch Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.
⁸ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind die vorstehenden Auswirkungen in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet (Vermutungsregel). Das Kriterium der Großflächigkeit ist dabei von dem vorstehenden Tatbestandsmerkmal der Auswirkungen zu trennen. Die BauNVO unterwirft Einzelhandelsnutzungen nur dann dem Regelungssystem des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb⁹ handelt. Beide Kriterien – das Merkmal der Großflächigkeit und das Überschreiten der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche – müssen erfüllt sein, damit ein Einzelhandelsvorhaben nur in einem Kern- oder Sondergebiet zulässig ist.

Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO gilt die – widerlegbare – Vermutung des vorstehenden Satzes 3 nicht, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen (Ausnahmeregel). Es werden dabei städtebauliche und betriebliche Besonderheiten benannt, die bei der Bewertung konkret zu berücksichtigen sind. Dazu zählen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs.

Eine solche atypische Fallgestaltung lässt sich u.a. aus städtebaulichen Besonderheiten ableiten, wenn beispielsweise

- im Einzugsbereich des geplanten Betriebes das entsprechende Warenangebot bisher nur unterdurchschnittlich ausgeprägt ist und eine Unterversorgung besteht,
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und die bestehende Zentrenstruktur nicht stört¹⁰ oder
- das Vorhaben auf Grund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Weiterhin können neben den vorstehend genannten städtebaulichen auch betriebliche Besonderheiten vorliegen, wie z.B.

- die Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche wesentlich unter 800 m² liegt,
- die Ausrichtung eines Betriebes auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe, Gartenbedarf),
- bei Betrieben mit einer überwiegenden gewerblichen Nutzung (z.B. Büromöbelhandel) oder
- bei Handwerksbetrieben bzw. Handelsbetrieben mit einem hohen Anteil an handwerklichen Dienstleistungen (z.B. Kfz-Teilehandel mit Werkstatt).

Eine vom Antragsteller nachzuweisende atypische Fallgestaltung liegt nur vor, wenn auf Grund der konkreten städtebaulichen Situation oder betrieblicher Besonderheiten das geplante Einzelhandelsvorhaben nicht zu der Art der Betriebe gehört, die von der Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO erfasst werden sollen.

Bei der kommunalen Bauleitplanung kommt den landesrechtlichen Rahmenvorgaben, d.h. den im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025** (LEP) formulierten Zielen und Grundsätzen¹¹ eine wesentliche Bedeutung zu. Das Landesentwicklungsprogramm beinhaltet textliche und zeichnerische Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung für den Gesamttraum Thüringen. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹²

9 Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

10 vgl. Urteil BVerwG [4 C 54.80] vom 03.02.1984.

11 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Pkt. 2.6.

12 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

Den Zielen und Grundsätzen liegt folgende Leitvorstellung zugrunde:

1. *Die Entwicklung von Einzelhandelsgroßprojekten in Thüringen soll sich an der polyzentrischen Siedlungsstruktur des Landes orientieren, die gewachsenen Versorgungsstrukturen, insbesondere in den Innenstädten, nachhaltig stärken und zu einer insgesamt ausgewogenen und wettbewerbsgerechten Handelsstruktur beitragen.*
2. *Für alle Bevölkerungsgruppen soll die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung angemessen gewährleistet werden. Bei der Standortwahl von Einzelhandelsgroßprojekten soll daher eine den Mobilitätsmöglichkeiten und Versorgungsanforderungen aller Bevölkerungsgruppen angepasste verkehrliche Erschließung, insbesondere mit dem ÖPNV, erreicht werden.*

Nachstehend werden überblicksartig die Ziele und Grundsätze dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz relevant sind. Diese werden im aktuellen LEP unter Punkt 2.6 beschrieben und richten sich an den raumordnerischen Prinzipien Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot und Integrationsgebot aus.

- *Ziel 2.6.1: Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot).*

In der Begründung dieses Ziels wird auf die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse verwiesen, wobei vor allem durch die standörtliche Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll. Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i.d.R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.¹³

Gemäß dem Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz grundsätzlich zulässig, da beide Orte gemeinsam als Mittelzentrum¹⁴ ausgewiesen sind.

- *Grundsatz 2.6.2: Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume.*

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren. Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsgroßprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht.

Im Landesentwicklungsprogramm wird der Verflechtungsbereich bzw. der sog. mittelzentrale Funktionsraum von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz¹⁵ räumlich definiert, für welchen die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt. In dem ausgewiesenen Verflechtungsbereich leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 29.100 Einwohner.¹⁶

Mögliche Kenngrößen für die Bewertung des Kongruenzgebots können insbesondere das zu erwartende betriebliche Einzugsgebiet des Vorhabens, aber auch die Größe der Verkaufsflächen eines Einzelhandelsprojektes, die Differenzierung des Warensortiments, die ansprechbare Kaufkraft im Einzugsgebiet und zu vermutende, vorhabenbedingte Veränderungen der Einzelhandelszentralitäten im Einzugsbereich sein.

13 Gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen können abweichend vom Ziel 2.6.1 ausnahmsweise auch Einzelhandelsgroßprojekte in Grundzentren zulässig sein, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen. In nichtzentralen Orten können Einzelhandelsgroßprojekte ausnahmsweise zugelassen werden, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht.

14 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Ziel 2.2.9.

15 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Karte 4.

16 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Tab. 3 (Bevölkerung 12/2012).

- *Grundsatz 2.6.3: Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).*

Des Weiteren dürfen Einzelhandelsgroßprojekte die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden (Beeinträchtigungsverbot). Gegen das Beeinträchtigungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen negativ tangiert werden. Diese negativen Effekte wären zu unterstellen, wenn infolge der Entwicklung eines Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Das formulierte Beeinträchtigungsverbot bezieht sich nicht nur auf Neuansiedlungen, sondern ebenfalls auf Erweiterungen oder Änderungen von bestehenden Einzelhandelsgroßprojekten. Dies ist gerade unter dem Aspekt des teilweise gegebenen Revitalisierungsbedarfs bestehender Einzelhandelsgroßprojekte zu sehen.

- *Grundsatz 2.6.4: Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot).*

In dem vorstehendem Grundsatz werden die Ansiedlungsprämissen für den Einzelhandel definiert. Neben dem bereits erörterten Kongruenzgebot sollten Einzelhandelsgroßprojekte an städtebaulich integrierten Standorten entwickelt werden. Ein Standort ist im Sinne des Integrationsgebots dann als städtebaulich integriert einzustufen, wenn dieser

- in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang steht bzw. räumlich und funktional dem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt (Stadtzentrum, Nebenzentrum, Ortszentrum) zugeordnet ist,
- Teil eines planerischen Gesamtkonzepts ist (u.a. Berücksichtigung von Städtebau, Verkehr, vorhandener Einzelhandelsstruktur)¹⁷ sowie
- den Gegebenheiten angepasst an den öffentlichen Personennahverkehr und in das Fuß- und Radwegenetz eingebunden ist.

Mit dem Integrationsgebot soll der Einzelhandel insbesondere an wohnortnahe bzw. zentrale Standorte gelenkt werden.

- *Ziel 2.6.5: Einzelhandelsagglomerationen liegen vor bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, auch wenn diese einzeln nicht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen sind. Sie sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern von einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb vergleichbare negative raumordnerische Wirkungen zu erwarten sind.*

Seit Jahren zeichnet sich der Trend ab, dass Einzelhandelsbetriebe, die jeweils einzeln betrachtet unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen, sich gezielt in enger Nachbarschaft zueinander ansiedeln und eine sog. Einzelhandelsagglomeration bilden. Diese Ansammlungen können raumbedeutsame Auswirkungen auf die bestehenden, insbesondere auf die innerörtlichen Versorgungsstrukturen sowohl in der Standortgemeinde als auch in Nachbargemeinden entfalten, selbst wenn keine Großflächigkeit der einzelnen Vorhaben besteht.

Auf Grundlage der möglichen Wirkungen können diese Einzelhandelsagglomerationen das Ausmaß von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO erreichen und somit auch die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung gefährden. Aus diesem Grund sind diese Agglomerationen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln und stets in ihrer summarischen Wirkung am Standort zu betrachten.

¹⁷ Als planerisches Gesamtkonzept wird i.S.d. LEP Thüringen dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.

Dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen ist der **Regionalplan Ostthüringen** nachgelagert, in dem die räumliche und strukturelle Entwicklung der relevanten Planungsregion Ostthüringen – ergänzend und regional ausformend zum Landesentwicklungsprogramm – dargestellt wird. Der Regionalplan stellt ein Bindeglied zwischen der landesweiten Planung und der Kommunalplanung dar.

Der Regionalplan wird aus dem Landesentwicklungsprogramm abgeleitet. Zur Vermeidung von Doppelregelungen zur Landesplanung hat die Planungsgemeinschaft Ostthüringen als Planträger auf die eigenständige Ausweisung von Planansätzen zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels verzichtet,¹⁸ so dass neben den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms keine weiteren Maßgaben für die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben auf regionaler Ebene relevant sind. Demnach sind im Sinne des Regionalplans die bereits vorstehend dargestellten Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsprogramms (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) einzuhalten.

Analog der Ausweisung von mittelzentralen Verflechtungsräumen im Landesentwicklungsprogramm werden im Regionalplan ebenfalls Verflechtungsbereiche bzw. sog. Grundversorgungsbereiche ausgewiesen, da höherstufige Zentrale Orte – wie das gemeinsame Mittelzentrum Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz – gleichzeitig auch grundzentrale Funktionen wahrzunehmen haben. Der Grundversorgungsbereich umfasst neben dem Zentralen Ort i.d.R. Gemeinden des Umlandes, für die der Zentrale Ort die Funktion der Grundversorgung übernimmt.¹⁹

Durch die Änderung der Landesplanung – was mit dem neuen Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 im Jahr 2014 erfolgt ist – muss der Regionalplan gemäß § 5 Abs. 6 Satz 3 ThürLPIG den neuen Zielen des Landesentwicklungsprogrammes angepasst werden. Die Änderung des Regionalplanes Ostthüringen wurde von der Regionalen Planungsgemeinschaft am 20.03.2015 beschlossen²⁰ und damit das Änderungsverfahren eingeleitet. Aktuell liegt der Entwurf des neuen Regionalplans vor.²¹

18 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Punkt 2.3.

19 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Karte 1-1.

20 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Beschluss PLV 04/01/15.

21 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen (Entwurf) vom 30.11.2018.

3. Standortrahmendaten Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

3.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung

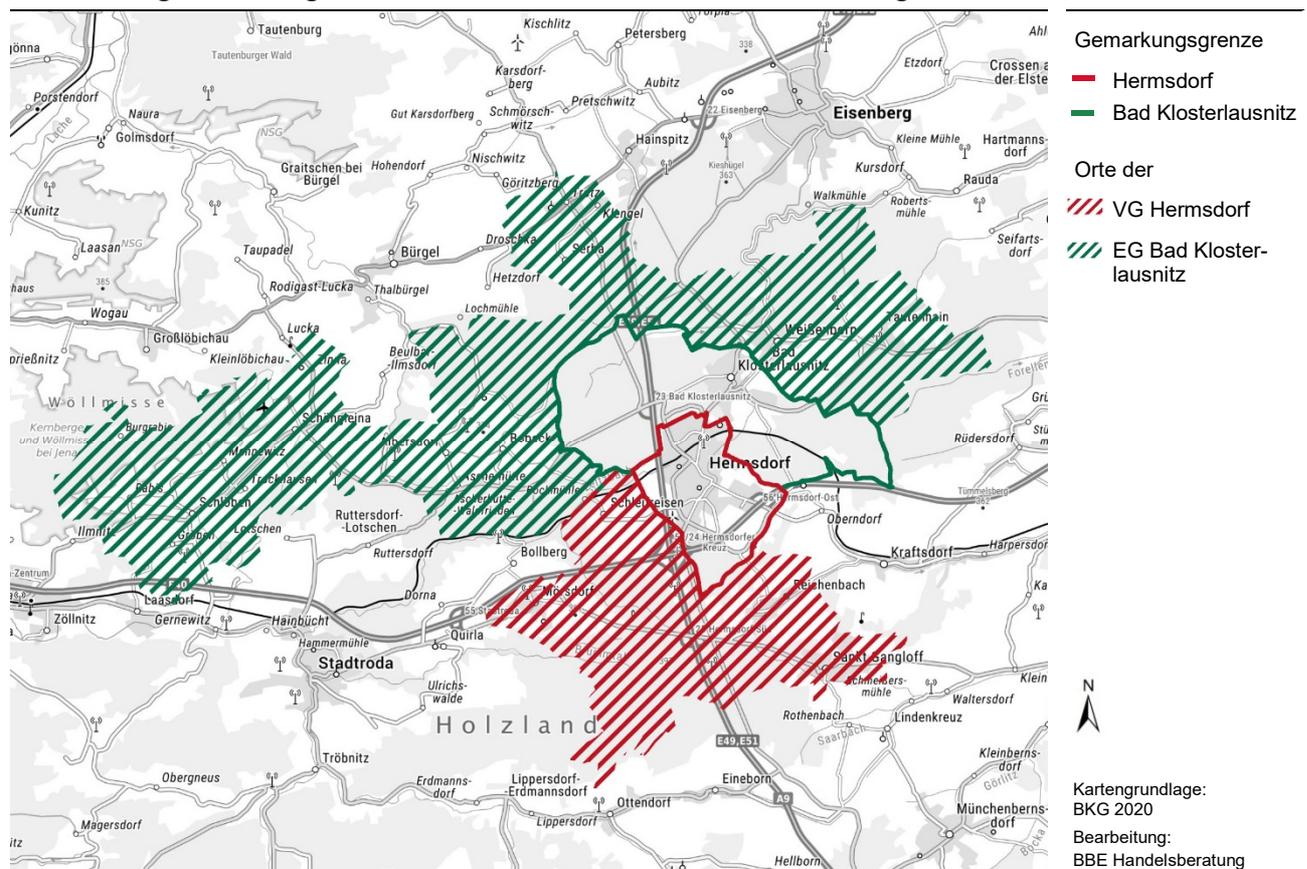
Die Stadt Hermsdorf und die Gemeinde Bad Klosterlausnitz sind in Bezug auf ihre **geographische Lage** im östlichen Bereich des Freistaats Thüringen und hier im Saale-Holzland-Kreis verortet. Beide Orte liegen in etwa mittig – je ca. 20 bis 25 Kilometer entfernt – zwischen den ostthüringischen Großstädten Jena und Gera und knapp 60 Kilometer südwestlich von Leipzig.

In **näherer Umgebung** von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz befinden sich – mit Ausnahme der Kreisstadt Eisenberg – ausschließlich kleinere Gemeinden mit einer ländlich geprägten Siedlungsstruktur. Lediglich Stadtroda weist mit ca. 6.600 Einwohnern eine vergleichbare kleinstädtische Stadtstruktur auf.

Hermsdorf hat sich mit den Gemeinden Mörsdorf, Reichenbach, Schleifreisen und St. Gangloff gemäß § 46/47 der Thüringer Gemeinde- und Landkreisordnung zur gleichnamigen Verwaltungsgemeinschaft zusammengeschlossen. In der Verwaltungsgemeinschaft leben aktuell ca. 11.040 Personen, der Verwaltungssitz ist die Stadt Hermsdorf.

Bad Klosterlausnitz fungiert gemäß § 51 der Thüringer Kommunalordnung als erfüllende Gemeinde für neun Orte²² im Umfeld und übernimmt somit Verwaltungsaufgaben für insgesamt rd. 8.570 Personen.

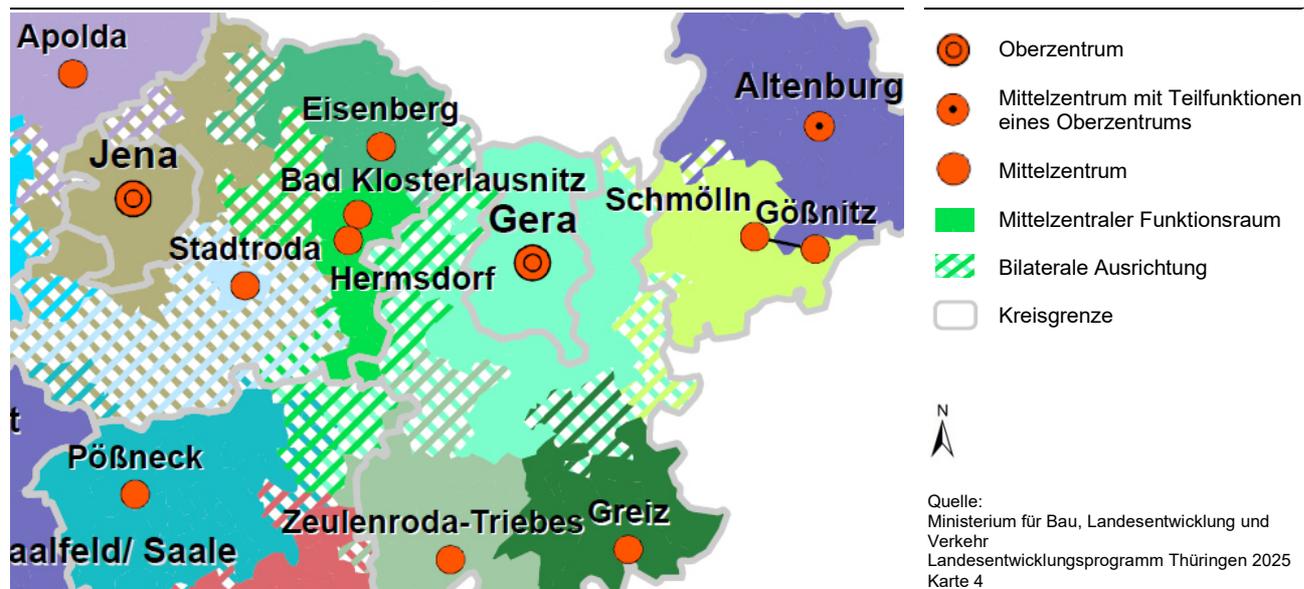
Karte 1: Lagebeziehungen von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im regionalen Kontext



²² Dies sind die Gemeinden Albersdorf, Bobeck, Scheiditz, Schlöben, Schöngleina, Serba, Tautenhain, Waldeck und Weißenborn.

Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz werden in der **Landesplanung** funktionsteilig als Mittelzentrum ausgewiesen.²³ Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion zählt.²⁴

Karte 2: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt)



Auf Grund der zentralörtlichen Ausweisung haben Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz neben der Eigenversorgung auch eine Versorgungsaufgabe für die Bewohner in ihrem Verflechtungsbereich zu übernehmen, in dem gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 29.100 Einwohner²⁵ leben.

Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz erfolgt über die Autobahnen A4 und A9, wobei Hermsdorf unmittelbar an dem Autobahnkreuz (Hermsdorfer Kreuz) verortet ist. Hermsdorf ist über drei Abschlusstellen von den benannten Autobahnen anfahrbar; Bad Klosterlausnitz besitzt einen direkten Anschluss an die A9. Die Anbindung von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz an umliegenden Orte wird ferner durch verschiedene Landes- und Kreisstraßen sichergestellt. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit der beiden Orte zu konstatieren.

Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz sind an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegen an der Regionalbahnstrecke Gera – Jena. Der gemeinsame Bahnhof („Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz“) ist im nördlichen Stadtgebiet von Hermsdorf lokalisiert und ebenfalls aus Bad Klosterlausnitz zeitnah zu erreichen.

Auf Grund der verhältnismäßig geringen Bevölkerungszahl ist in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz kein Stadtbusnetz vorhanden. Die Erschließung der Ortsgebiete durch den **ÖPNV** wird über Regionalbusse sichergestellt, die verschiedene Haltestellen innerhalb von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten.

Am Bahnhofsvorplatz – in unmittelbarer Nähe zur Hermsdorfer Innenstadt – befindet sich die zentrale Haltestelle des Busverkehrs (ZOB), so dass der Bahnhof den wichtigsten Umsteigepunkt des öffentlichen Personenverkehrs für beide Orte darstellt.

23 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.9.

24 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.10.

25 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3 (Stand 2012).

3.2. Demographische Rahmendaten

Hermsdorf ist mit ca. 8.100 Einwohnern nach der Kreisstadt Eisenberg (ca. 10.800 Ew.) die zweitgrößte Stadt im Saale-Holzland-Kreis; Bad Klosterlausnitz verfügt mit rd. 3.400 Einwohnern über die fünft höchste Bevölkerungszahl im Landkreis. Die **Bevölkerung** hat sich in beiden Orten in den letzten zehn Jahren vermindert; der Rückgang lag jedoch unter dem Mittel des Saale-Holzland-Kreises (-5,1 %) und unter dem Landesdurchschnitt (-5,2 %). Insbesondere in Bad Klosterlausnitz war nur eine sehr geringe Bevölkerungsabnahme zu verzeichnen.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2009	2019		2030		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Hermsdorf	8.479	8.051	-5,0			
Bad Klosterlausnitz	3.453	3.405	-1,4			
Saale-Holzland-Kreis	87.400	82.950	-5,1	79.200	-4,5	
Freistaat Thüringen	2.249.882	2.133.378	-5,2	1.989.500	-6,7	

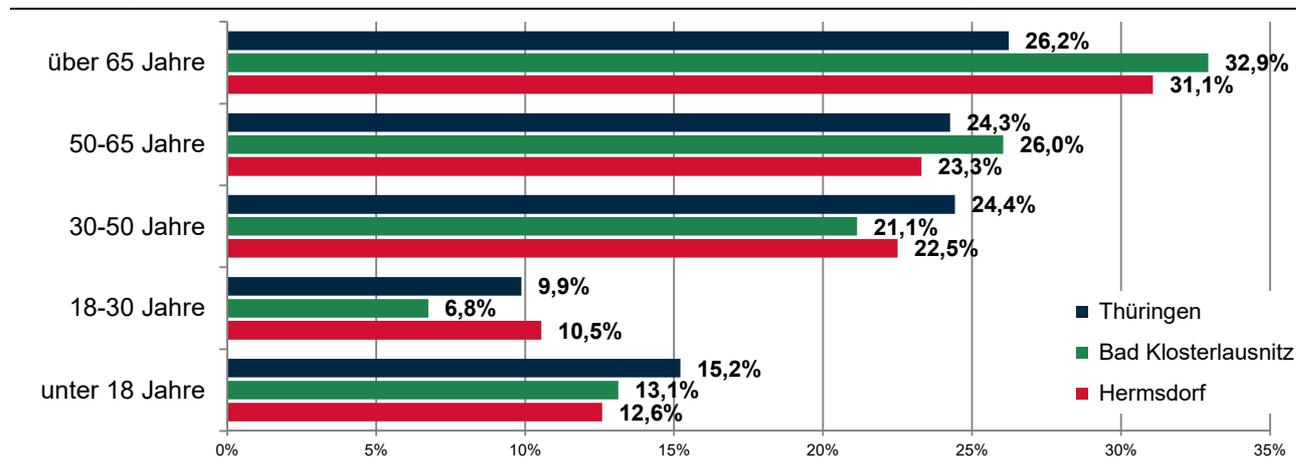
Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2009/2019; 2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung 2019

Für kleinere Kommunen wie Hermsdorf oder Bad Klosterlausnitz existiert keine aktuelle **Bevölkerungsprognose**. Auf Basis der Entwicklung in der Vergangenheit und der zu erwartenden Bevölkerungszahl im Saale-Holzland-Kreis wird die Einwohnerzahl in beiden Orten in den nächsten Jahren tendenziell zurückgehen. Der Rückgang in Hermsdorf dürfte dem Trend des umliegenden Landkreises folgen; für Bad Klosterlausnitz wäre ein geringerer Rückgang zu erwarten.

Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz sind siedlungsgeographisch miteinander verbunden. Beide Kommunen bestehen hinsichtlich ihrer **Siedlungsstruktur** ausschließlich aus den beiden Kernorten, es existieren keine dezentralen oder peripheren Ortsteile.

In Bezug auf die **Altersstruktur** ist der hohe Anteil der älteren Bevölkerung (über 65 Jahre) sowohl in Hermsdorf als auch in Bad Klosterlausnitz auffällig, der mit rd. 31 % (Hermsdorf) bzw. rd. 33 % (Bad Klosterlausnitz) der gesamtstädtischen Bevölkerung deutlich oberhalb des landesweiten Durchschnitts (rd. 26 %) liegt. Dementsprechend fällt der Anteil der jüngeren Einwohner (bis 18 Jahre) im Landesvergleich geringer aus, so dass sich tendenziell eine Überalterung der lokalen Bevölkerung zeigt.

Abbildung 2: Altersstruktur Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im Landesvergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2019

Der Saale-Holzland-Kreis bzw. der gleichnamige Arbeitsamtsbezirk weist eine verhältnismäßig niedrige **Arbeitslosenquote** auf, die im Juli 2020 mit 4,6 % unter dem Durchschnittswert des Landes Thüringen (6,5 %) und auch unterhalb des Bundesdurchschnitts (6,3 %) lag.²⁶ Demnach sind in dieser Region keine größeren Strukturschwächen zu erkennen.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem positiven Pendlersaldo von +1.370 Personen bzw. +118 Personen besitzt sowohl Hermsdorf als auch Bad Klosterlausnitz mehr Ein- als Auspendler; somit sind auf Grund der Arbeitsplatzzentralität zusätzliche Kaufkraftpotenziale für beide Kommunen zu erwarten. Gerade die hohe Anzahl von Einpendlern nach Hermsdorf verdeutlicht die Bedeutung der Stadt als wichtiger Arbeitsplatzstandort in der Region.

Tabelle 2: Pendlersaldo von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

	2009	2019	Veränderung
	Personen	Personen	Personen
Hermsdorf	+1.559	+1.370	-189
Bad Klosterlausnitz	-206	+118	+324

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2009/2019

In der letzten Dekade ist für Hermsdorf eine leicht sinkende Einpendlerquote zu verzeichnen, wenngleich die Kleinstadt im Verhältnis zu ihrer Einwohnerzahl einen sehr hohen Anteil an Einpendlern aufweist. Bad Klosterlausnitz konnte in den letzten Jahren seine Arbeitsplatzzentralität erhöhen und ist nunmehr eine Einpendlergemeinde.

Die Wirtschaft von Bad Klosterlausnitz ist maßgeblich auf den **Tourismus** ausgerichtet, der für den Einzelhandel eine wichtige Determinante darstellen kann.²⁷ Im Jahr 2019 konnte Bad Klosterlausnitz über 205.000 Gästeübernachtungen aufweisen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei rd. 9 Tagen, was – im Gegensatz zu einem Kurzzeitbesuch (ca. 2 Tage) – auf einen längeren Aufenthalt hindeutet. Die hohe Zahl an Übernachtungsgästen ist insbesondere durch den Klinik- bzw. den Kurbetrieb zu begründen.

Tabelle 3: Beherbergungen in Bad Klosterlausnitz

	2009	2019	Veränderung
	Personen	Personen	%
Gästeübernachtungen	195.187	205.188	+5,1

Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Tourismus - Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, 2009/2019

Die Zahl der Gästeankünfte und auch die Gästeübernachtungen sind in den letzten zehn Jahren um rd. 5 % gestiegen. Grundsätzlich liegen die absoluten Touristenzahlen auf einem verhältnismäßig hohen Niveau; die jährlichen Potenziale für den Einzelhandel sind auf ca. 2,4 Mio. EUR²⁸ zu schätzen und verbreitern somit deutlich die Nachfragebasis des Handels in der Region. Für Hermsdorf liegen keine entsprechenden Daten vor, der Tourismus spielt jedoch für die Kleinstadt keine wesentliche Rolle.

26 Bundesagentur für Arbeit, Arbeitsmarkt im Überblick - Berichtsmonat Juli 2020.

27 Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 10 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. Im Durchschnitt geben Touristen ca. 11,60 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei 3,20 EUR auf den Lebensmitteleinzelhandel und 8,40 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.

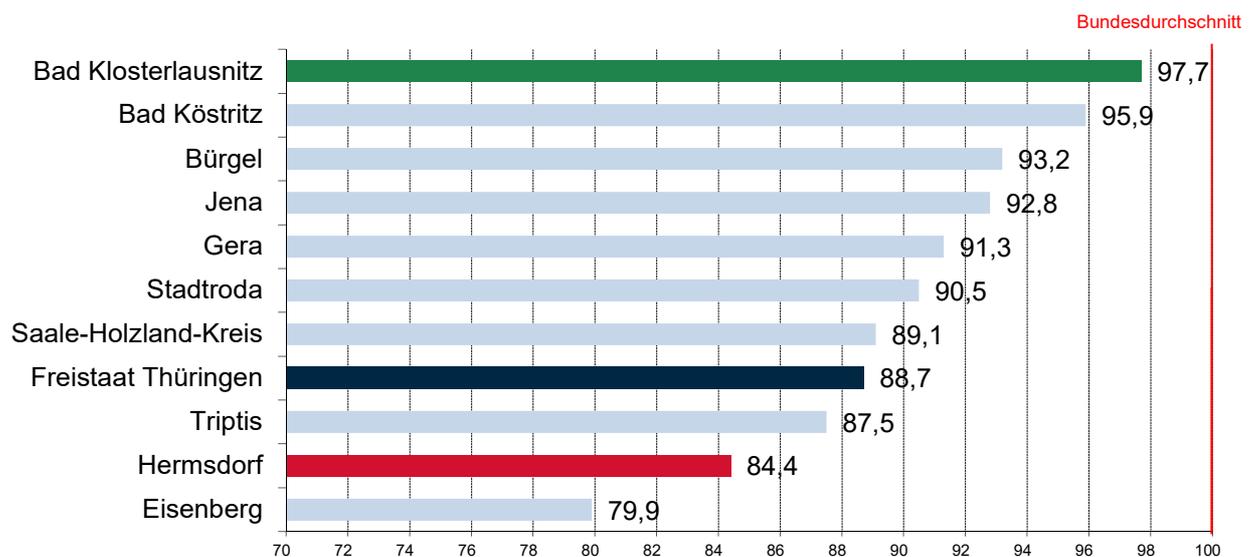
Quelle: dwif Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland.

28 Bei 205.188 Gästeübernachtungen ergibt sich ein Nachfragepotenzial von ca. 2,38 Mio. EUR p.a., welches dem örtlichen Einzelhandel zusätzlich zur Verfügung steht. Hiervon entfallen ca. 0,66 Mio. EUR auf den Lebensmittelhandel und rd. 1,72 Mio. EUR auf den sonstigen Einzelhandel.

3.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial

Eine wesentliche Determinante zur Berechnung des lokalen Marktpotenzials stellt die Kaufkraft dar. Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird dabei durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe der Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Im nationalen Vergleich weisen Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 84,4 % (Hermsdorf) bzw. 97,7 % (Bad Klosterlausnitz) unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in beiden Orten ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabenvolumen zur Verfügung.

Die Höhe der Kaufkraftindizes weicht in den beiden untersuchungsrelevanten Orten deutlich voneinander ab. Während in Bad Klosterlausnitz die Kaufkraft weit über dem Landesdurchschnitt und auch über dem Mittel des Saale-Holzland-Kreises liegt und fast das Bundesniveau erreicht, fällt der Kaufkraftwert in Hermsdorf sehr niedrig aus.

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandelssortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche²⁹ ausgewiesen sind.

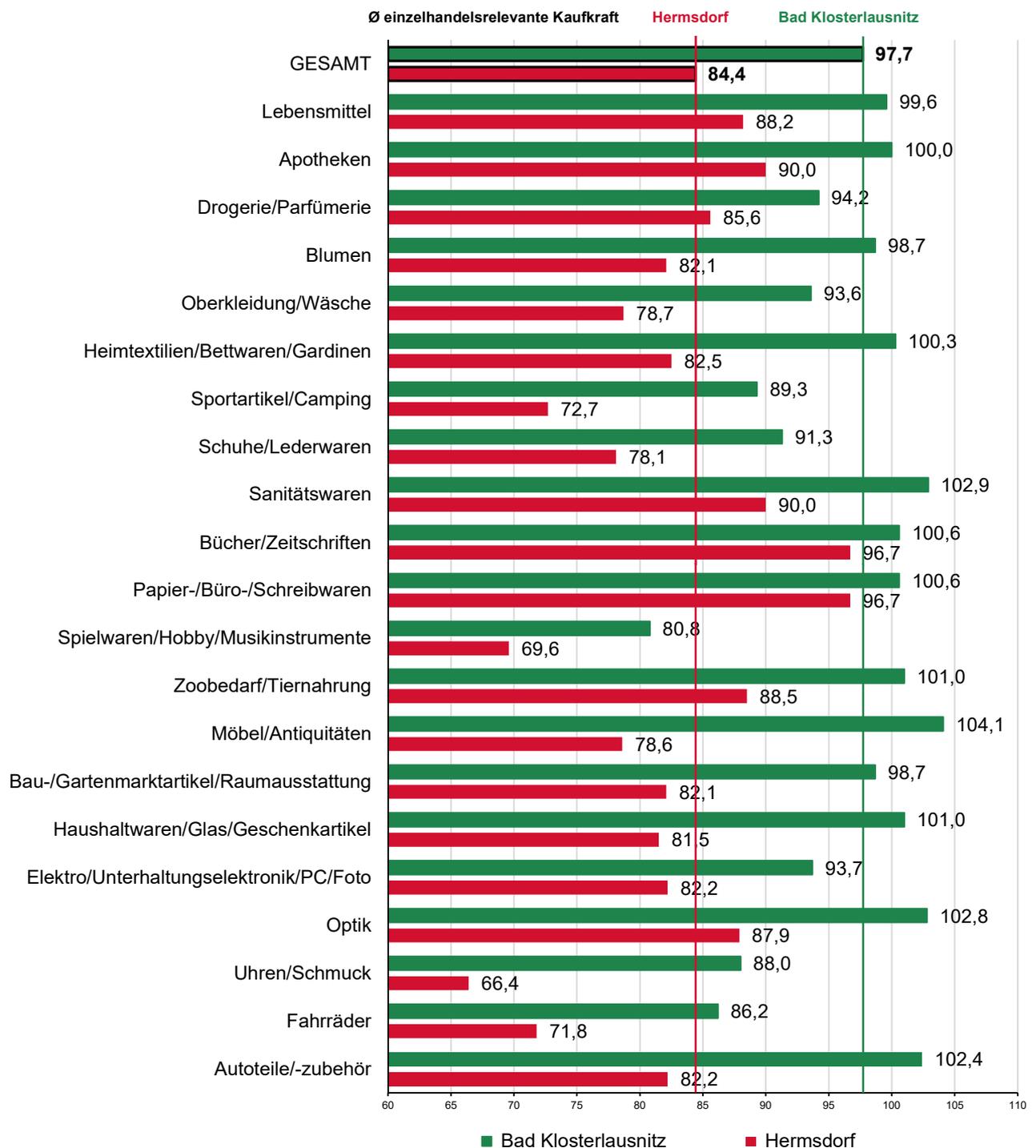
Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**³⁰ an die lokalen Verhältnisse in Hermsdorf bzw. in Bad Klosterlausnitz angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen

²⁹ Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2019.

³⁰ Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern 2019.

Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.³¹ Nachstehend werden die branchenbezogenen Indizes für die beiden Orte abgebildet.

Abbildung 4: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz 2019
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

31 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und auch einkommensseitigen Determinanten weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region ab. Dies wird auch in Hermsdorf bzw. Bad Klosterlausnitz deutlich, da innerhalb der einzelnen Branchen teilweise deutliche Spreizungen bestehen.

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** von Hermsdorf bzw. von Bad Klosterlausnitz multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für die beiden Orte errechnet.³²

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

		Marktpotenzial		
		Hermsdorf	Bad Klosterlausnitz	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
1	Lebensmittel	17,17	8,20	25,37
2	Apotheken	4,14	1,94	6,08
3	Drogerie/Parfümerie	2,43	1,13	3,56
4	Blumen	0,42	0,21	0,63
Summe kurzfristiger Bedarf		24,16	11,48	35,64
5	Oberkleidung/Wäsche	3,33	1,68	5,01
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,30	0,15	0,45
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	0,64	0,33	0,97
8	Schuhe/Lederwaren	0,74	0,37	1,11
9	Sanitätswaren	0,75	0,36	1,11
10	Bücher/Zeitschriften	0,77	0,34	1,11
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	0,70	0,31	1,01
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	0,54	0,26	0,80
13	Zoobedarf/Tiernahrung	0,40	0,19	0,59
Summe mittelfristiger Bedarf		8,17	3,99	12,16
14	Möbel/Antiquitäten	2,52	1,41	3,93
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	2,93	1,49	4,42
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	0,72	0,37	1,09
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	3,46	1,67	5,13
18	Optik	0,37	0,18	0,55
19	Uhren/Schmuck	0,38	0,22	0,60
20	Fahrräder	0,39	0,20	0,59
21	Autoteile/-zubehör	0,36	0,19	0,55
Summe langfristiger Bedarf		11,13	5,73	16,86
Gesamtes Marktpotenzial		43,46	21,20	64,66

Berechnung: BBE Handelsberatung

³² Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet:
 Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer.

4. Einzelhandelsanalyse

4.1. Einzelhandelsbestand in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsbetriebe und deren Verkaufsflächen im Juli 2020 im Rahmen einer Vollerhebung in Hermsdorf und in Bad Klosterlausnitz aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet (vgl. Methodik in Anlage 1).

In Hermsdorf ist ein Bestand von 77 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 32.400 m². In Bad Klosterlausnitz ist ein deutlich geringerer Handelsbesatz von lediglich knapp 1.400 m² Verkaufsfläche vorzufinden, der sich auf 12 Handelsbetriebe verteilt.

Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

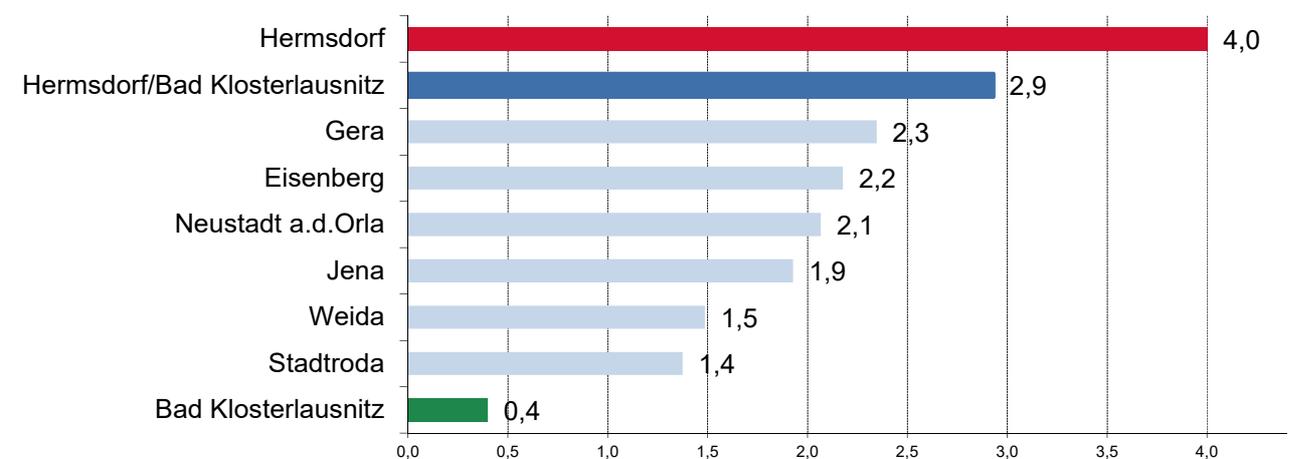
	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte ³³ m ² /Einwohner
Hermsdorf	32.420	77	~420	4,0
Bad Klosterlausnitz	1.360	12	~110	0,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Juli 2020

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von Hermsdorf befindet sich mit 4,0 m²/Einwohner deutlich oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m²/Einwohner, wobei höherrangige zentrale Orte regelmäßig eine deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte – meist über 2,0 m²/Einwohner – aufweisen. Diese Orte besitzen auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum und halten somit i.d.R. höhere Flächenangebote vor.

Im Vergleich zu anderen Städten³⁴ im regionalen Umfeld erreicht die Stadt Hermsdorf einen hohen Flächenausstattungsgrad. Im Gegensatz hierzu fällt die Flächenausstattung in der Gemeinde Bad Klosterlausnitz mit 0,4 m²/Einwohner sehr niedrig aus.

Abbildung 5: Verkaufsflächendichte (m² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte



Quelle: Flächenmonitoring der BBE Handelsberatung + eigene Erhebungen

33 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region.

34 Die ausgewählten Kennziffern der Verkaufsflächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht direkt miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen und zudem die jeweiligen Erhebung zeitlich versetzt liegen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung dargestellt werden.

Bei der Betrachtung der gemeinsamen Verkaufsflächendichte für Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz ergibt sich eine Flächendichte von ca. 2,9 m²/Einwohner, so dass sich der hohe Ausstattungswert für Hermsdorf relativiert. Es wird deutlich, dass der Hermsdorfer Handel die Versorgung von Bad Klosterlausnitz – und auch anderer umliegender Gemeinden ohne wesentlichen Handelsbesatz – mit übernimmt und somit im Verhältnis zu seiner Bevölkerungszahl ein höheres Flächenangebot ausweist.

Die **Größenstruktur des Einzelhandels** bzw. der einzelnen Ladengeschäfte ist aus Verbrauchersicht ein wichtiger Indikator der Leistungsfähigkeit und der Anziehungskraft des Einzelhandels. Gerade großformatige Geschäfte können durch eine hohe Sortimentsbreite und -tiefe mehr Kunden binden als kleinere Handelsbetriebe und besitzen aus Kundensicht eine höhere Attraktivität. In Bezug auf die Gliederung des Einzelhandelsbesatzes nach Größenklassen ergibt sich nachfolgendes Bild.

Abbildung 6: Betriebsgrößenklassen des Einzelhandels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

In Hermsdorf werden rd. 76 % der Verkaufsfläche durch großflächige Handelsbetriebe belegt, wenngleich diese 6 Betriebe lediglich einen Anteil von 8 % an der gesamtstädtischen Betriebsanzahl ausmachen. Aus Verbrauchersicht führt dies zu einer hohen Attraktivität des lokalen Handels.

Der Großteil der Hermsdorfer Handelsbetriebe (53 Geschäfte bzw. 69 % aller Betriebe) verfügt nur über kleinformatische Handelsflächen (bis 100 m²). Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur ca. 40 m² je Ladenlokal und liegt deutlich unter dem gesamtstädtischen Wert von ca. 420 m² je Geschäft (vgl. Tab. 5).

In Bad Klosterlausnitz weist mit 84 % der Großteil aller Handelsbetriebe eine Fläche von unter 100 m² je Geschäfte auf. Ein weiterer Betrieb agiert auf einer Fläche von unter 400 m², ferner ist lediglich ein großflächiger Anbieter vorhanden.

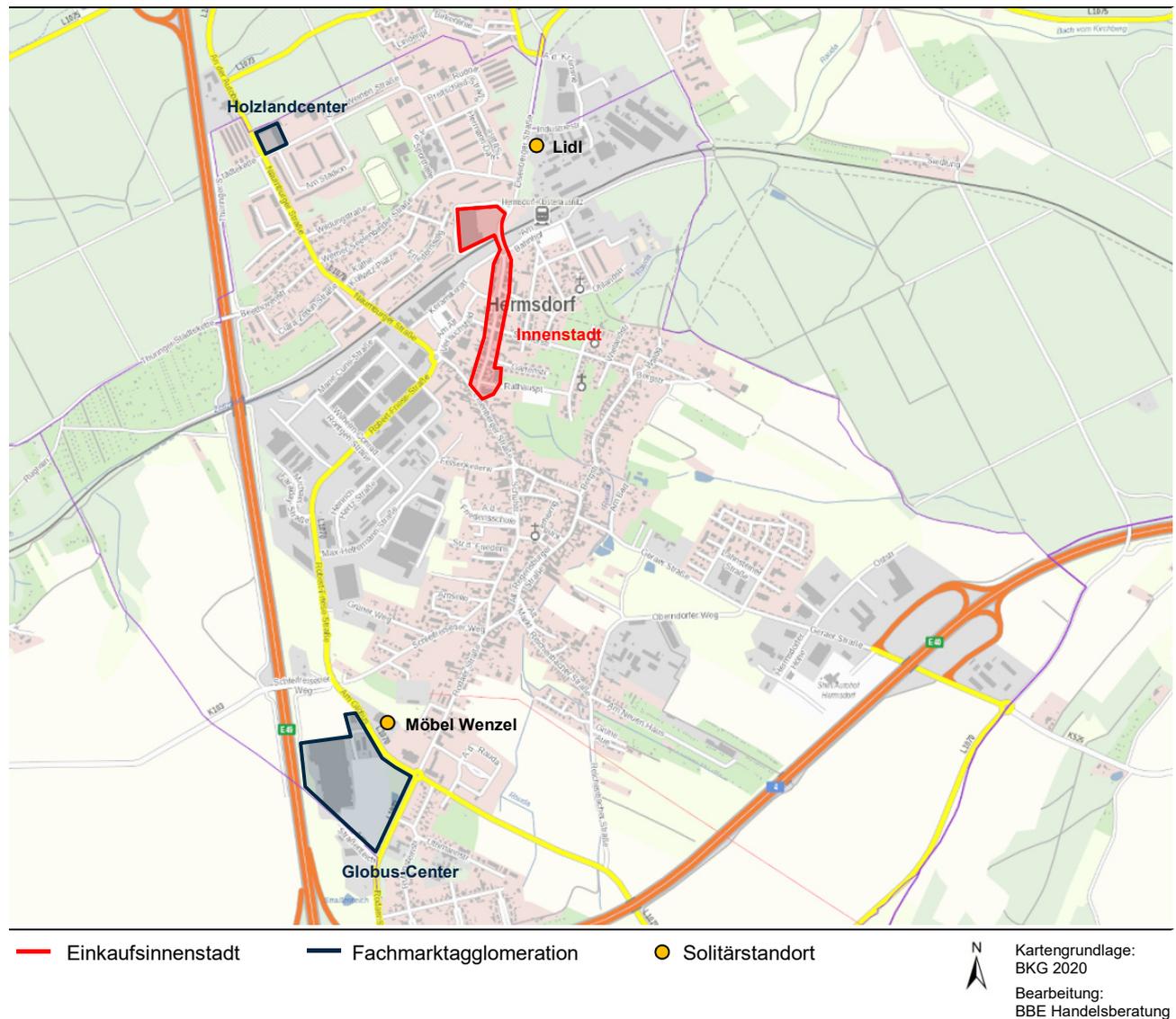
Der jährliche **Umsatz** der Hermsdorfer Handelsbetriebe liegt bei ca. 87,9 Mio. EUR, die Einzelhändler in Bad Klosterlausnitz erwirtschaften auf Grund des eingeschränkten Handelsbesatzes geringere Erlöse von ca. 4,5 Mio. EUR.

4.2. Räumliche Angebotsstruktur

4.2.1. Hermsdorf

Bei der Analyse der **räumlichen Verteilung** des Einzelhandelsangebots in Hermsdorf und in Bad Klosterlausnitz wird eine Untergliederung nach dem Angebot im Ortskern, in Fachmarkttagglomerationen³⁵ und an Solitärstandorten (Streulagen) vorgenommen. Folgende Karte skizziert die strukturprägenden Einzelhandelsstandorte in Hermsdorf.

Karte 3: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Hermsdorf



Den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort stellt die Hermsdorfer **Einkaufsinnenstadt** dar, da hier mit 34 Geschäften circa 44 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe verortet sind. Die Verkaufsfläche umfasst knapp 6.800 m² und nimmt einen Anteil an der gesamtstädtischen Fläche von knapp über einem Fünftel ein (vgl. folgende Tab. 6). Die Handelsbetriebe sind hier in etwa hälftig auf die innerstädtische Hauptgeschäftslage und das sich nördlich anschließende Brückencenter verteilt, wobei das

35 vgl. Definition in Anlage 2.

Brückencenter auf Grund der überwiegend großformatigen Betriebe den deutlich größeren Flächenanteil einnimmt.

Die traditionelle Hauptgeschäftslage umfasst die Eisenberger Straße zwischen der Naumburger Straße im Süden und dem im Norden befindlichen Bahngleiskörper. Das Angebot ist auf Grund der kompakten Bebauungsstrukturen durch kleinformige Handelsbetriebe geprägt, die in den Erdgeschosszonen der Wohn- und Geschäftshäuser etabliert sind. Mit der Firma Sport Outlet am Rathausplatz ist lediglich ein größerer Betrieb ansässig. Das Handelsangebot in dem Bereich wird durch verschiedene komplementäre Angebote (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie) arrondiert; insgesamt sind 14 Komplementärfunktionen vorhanden.

Bei der Einkaufslage handelt es sich um einen bandförmigen Bereich, der sich über fast 500 Meter erstreckt. In der verkehrsberuhigten Geschäftszone besteht keine durchgängige Schaufensterfront, da diese durch Wohnnutzungen oder vereinzelt Leerstand unterbrochen wird. Eine verdichtete bzw. komprimierte Handelslage ist somit nicht vorzufinden.

Nördlich der traditionellen Einkaufsstraße ist das Brückencenter verortet, das bereits im Jahr 1995 eröffnet wurde. Das Brückencenter ist zwar durch den Bahngleiskörper von der Geschäftslage Eisenberger Straße getrennt, jedoch bestehen fußläufige Austauschbeziehungen zwischen beiden Lagen. Im Brückencenter sind überwiegend großformatige und fachmarkttypische Anbieter (u.a. REWE, Rossmann, KIK, NKD, Jeans Fritz, Deichmann, Euronics, Radwelt) adressiert, die eine optimale Ergänzung des kleinteiligen Handelsbestands in der Eisenberger Straße darstellen.

Das Brückencenter ist einerseits durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt, andererseits liegen auch der Bahnhof und der ZOB nur unweit dieses Handelsstandortes. Ferner ist das Einkaufszentrum aus der nördlich liegenden Großwohnsiedlung („Waldsiedlung“) fußläufig sehr gut zu erreichen, so dass das Center eine sehr gute Standortqualität besitzt.

Abbildung 7: Einkaufsinnenstadt in Hermsdorf (Eisenberger Straße / Brückencenter)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

In Randlage der Großwohnsiedlung im Norden von Hermsdorf – direkt an der Gemarkungsgrenze zu Bad Klosterlausnitz – ist das sog. **Holzlandcenter** verortet, das auch eine Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Siedlungsquartiere übernimmt. Die großformatigen Handelsbetriebe (Aldi, Huster Getränkemarkt, Tedi; zzgl. kleinerer Betriebe) sind winklig um einen mittig liegenden Parkplatz gruppiert.

Das Fachmarktzentrum wurde Anfang der 1990´er Jahre entwickelt und stellt sich aktuell unter optischen Aspekten nur wenig ansprechend dar; die Bausubstanz wirkt augenscheinlich verschlissen. Fehlende Modernisierungsinvestitionen und leerstehende Ladeneinheiten bedingen nur eine unterdurchschnittliche Attraktivität dieses Centers.

Der größte Einzelstandort in Hermsdorf ist das **Globus-Center** im Südwesten der Stadt. Neben einem überdurchschnittlich attraktiven SB-Warenhaus sind an dem Standort ein Baumarkt und mehrere kleinere Geschäfte und Dienstleistungsanbieter in einer Mall etabliert. Globus stellt mit seinem SB-Warenhaus und dem

Baumarkt einen Magnetanbieter für Hermsdorf dar und besitzt eine sehr hohe Strahlkraft auf umliegende Gemeinden. Globus ist dabei ein wesentlicher Träger der Einzelhandelszentralität von Hermsdorf.

Abbildung 8: Fachmarktlagen in Hermsdorf (Holzlandcenter / Globus-Center)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der vorstehend skizzierte Einzelhandelsbestand wird von verschiedenen, meist kleinteiligen Einzelhandels-geschäften in **Streulagen**³⁶ arrondiert; eine flächenseitige Verdichtung von mehreren Handelsbetrieben existiert jedoch nicht. Mit dem Lidl-Markt und dem Möbelhaus Wenzel sind ferner lediglich zwei großflächige Betriebe vorhanden. Die restlichen kleineren Geschäfte sind einerseits in Wohnlagen verortet und auf die Versorgung der umliegenden Bevölkerung ausgerichtet oder sie befinden sich an dezentralen Standorten.

Folgende Tabelle stellt überblicksartig die **räumliche Angebotsstruktur** des Hermsdorfer Einzelhandels dar.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Hermsdorf nach Standortkategorien

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Innenstadt	6.770	21	34	44	~200
davon Hauptgeschäftslage	(1.500)	(5)	(18)	(23)	(~80)
davon Brückencenter	(5.270)	(16)	(16)	(21)	(~330)
Holzlandcenter	1.660	5	5	7	~330
Globus-Center	18.250	56	13	17	~1.400
Streulagen	5.740	18	25	32	~230
Gesamt	32.420	100	77	100	~420

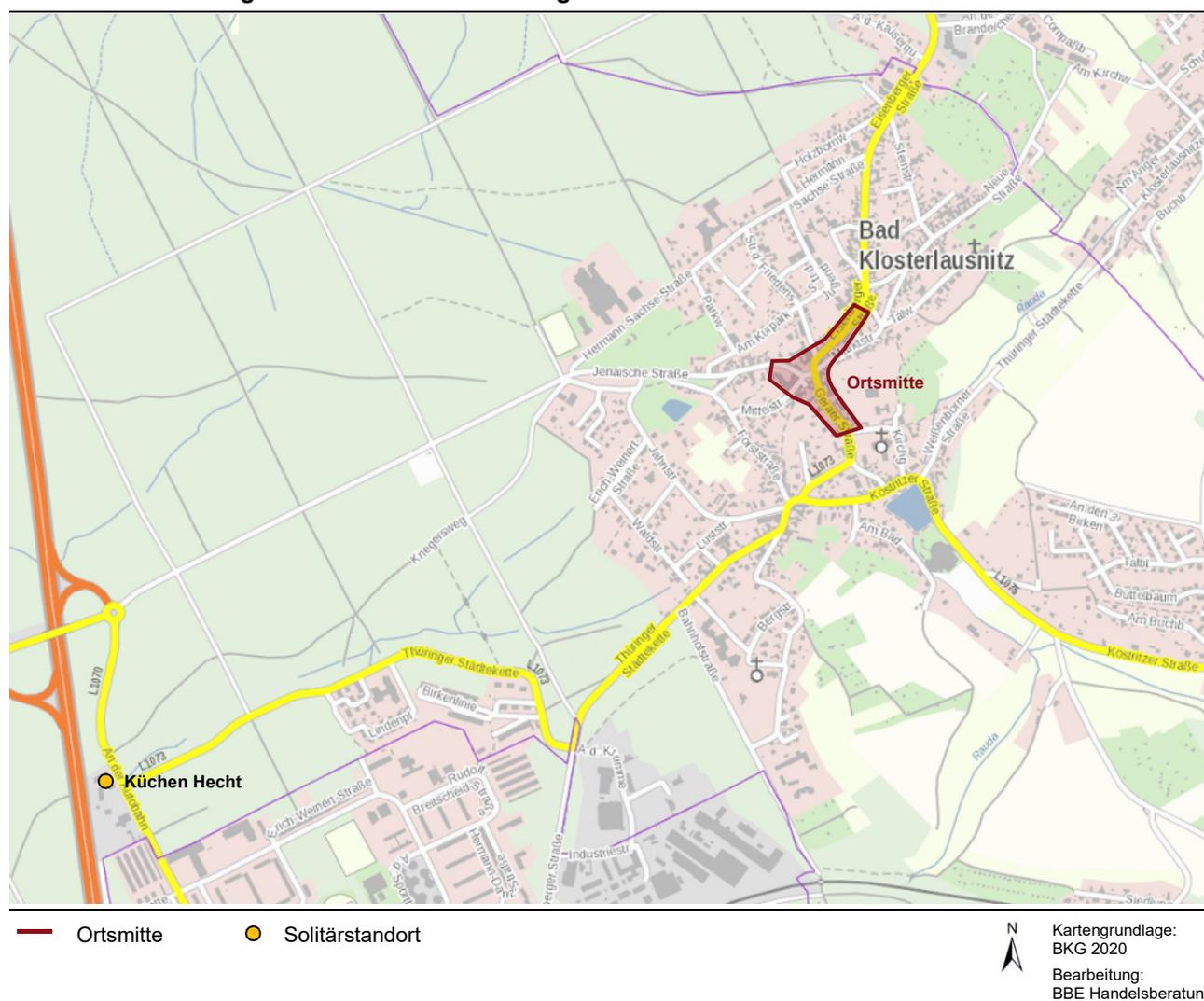
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

36 Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

4.2.2. Bad Klosterlausnitz

In Bad Klosterlausnitz ist ein anzahl- und auch flächenseitig geringes Angebot vorzufinden; lediglich im Ortskern der Gemeinde besteht eine – wenn auch geringe – Angebotsverdichtung mit vereinzelt Handelsbetrieben und komplementären Angeboten.

Karte 4: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Bad Klosterlausnitz



Der Bereich der **Ortsmitte** in Bad Klosterlausnitz bezieht sich auf den Markt und die hier abgehende Eisenberger Straße, die Geraer Straße und die Jenaische Straße (jeweils nur die direkt an den Markt angrenzenden Bereiche). Der Marktbereich fungiert unter städtebaulichen Aspekten als das Zentrum der Gemeinde, wenngleich hier mit lediglich sechs kleinformigen Geschäften ein geringer Handelsbesatz vorzufinden ist. Insbesondere sind innenstadttypische Geschäfte der Modebranche nicht ansässig, des Weiteren hat sich der Handelsbesatz in den letzten Jahren durch Geschäftsschließungen stetig vermindert.

Neben den Handelsbetrieben existieren acht komplementäre Angebote (Dienstleistung, Gastronomie/ Hotellerie), so dass dennoch eine gewisse Funktionsverdichtung zu beobachten ist. Eine vollumfängliche Versorgungsfunktion kann der gesamte Bereich jedoch – wie in kleineren Orten meist üblich – nicht übernehmen. Ferner unterliegt der Bereich des Marktplatzes einer hohen Fahrzeugfrequenz, da die drei vorstehend genannten Straßenzüge jeweils wichtige und hochfrequentierte Durchfahrtsstraßen innerhalb von Bad Klosterlausnitz darstellen.

In Bad Klosterlausnitz sind in **Streulagen** nur vereinzelte Geschäfte vorzufinden. Der Großteil des Angebots ist im westlichen Gemeindegebiet in Autobahnnähe verortet, da hier zwei Möbelgeschäfte und ein Tankstellenshop angesiedelt sind.

Abbildung 9: Ortsmitte in Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Abschließend wird die **räumliche Angebotsstruktur** des Einzelhandels von Bad Klosterlausnitz zusammengefasst abgebildet.

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte in Bad Klosterlausnitz nach Standortkategorien

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Ortsmitte	190	14	6	50	~30
Streulagen	1.170	86	6	50	~190
Gesamt	1.360	100	12	100	~110

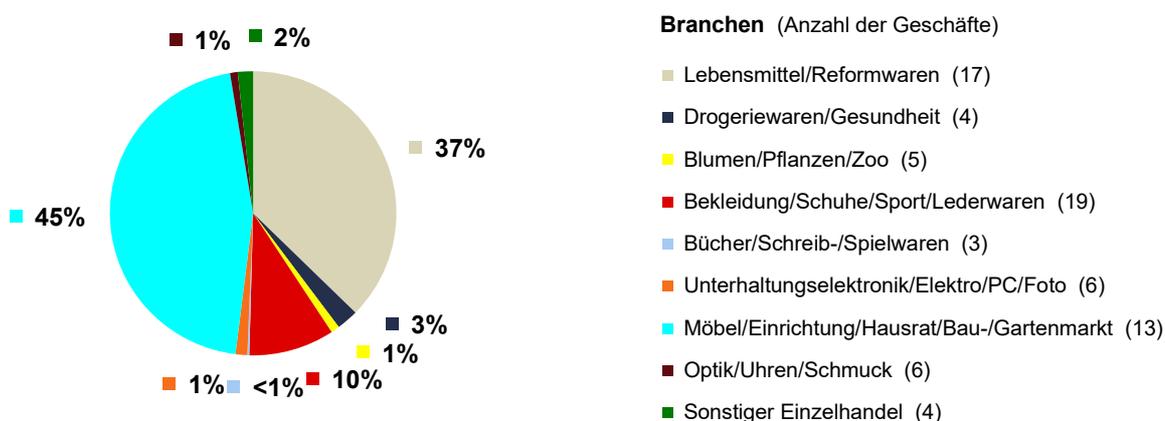
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

4.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

4.3.1. Hermsdorf

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Hermsdorf (rd. 32.400 m² VK) werden die einzelnen Betriebsstätten nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.³⁷ Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** stellt sich in Hermsdorf wie folgt dar:

Abbildung 10: Verkaufsflächenstruktur Hermsdorf



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

Einen flächenseitigen Angebotsschwerpunkt bildet mit rd. 12.100 m² die **Lebensmittelbranche**. Einerseits wird diese Branche durch vier großformatigen Lebensmittelmärkte (Globus, REWE, Aldi, Lidl) geprägt, andererseits sind auch zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Nahrungsmittelhandwerker) vorhanden. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt im interkommunalen Vergleich mit rd. 1,5 m² pro Einwohner³⁸ hoch, so dass ein ausreichendes flächenseitiges Angebot vorhanden ist. Somit kann Hermsdorf auch ein attraktives Angebot für die Bewohner in seinem Verflechtungsbereich darstellen.

Die hohe Flächenausstattung wird maßgeblich durch das SB-Warenhaus Globus getragen, wobei die Existenz eines solchen großformatigen Betriebes mit fast 8.000 m² in einer Kleinstadt wie Hermsdorf eher unüblich ist. Dies führt dann tendenziell zu einem hohen Flächenausstattungs Wert.

In Hermsdorf sind drei **Apotheken** mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 140 m² vorzufinden. Die Apotheken sind im Zentrum, im Globus-Center und in der Großwohnsiedlung im nördlichen Stadtgebiet lokalisiert, so dass eine optimale Versorgung der Bevölkerung gegeben ist.

In der Branche **Drogeriewaren** ist in Hermsdorf mit Rossmann ein Anbieter adressiert, der ein attraktives und vollumfängliches Drogeriewarenangebot offeriert. Des Weiteren wird dieses Sortiment in allen Lebensmittelmärkten im Randsortiment geführt.

In Hermsdorf existiert im Sortimentsbereich **Blumen** mit vier Geschäften ein umfängliches und ausreichendes Angebot, dass durch attraktive Floristikanbieter geprägt ist.

³⁷ Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt grundsätzlich nach seiner Hauptwarengruppe. Die in zahlreichen Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich i.d.R. dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch in Folge bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 13) berücksichtigt.

³⁸ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Das Angebot an **modischen Sortimenten** (Oberbekleidung, Wäsche, Heimtextilien, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren) stellt hinsichtlich seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine Stadt dar. In Hermsdorf führen derzeit 19 Geschäfte auf rd. 3.100 m² Verkaufsfläche dieses Sortiment.

Das Angebot wird wesentlich durch großformatige Fachmarktanbieter (u.a. KIK, NKD, Jeans Fritz, Deichmann, Outdoor Sport Outlet) und verschiedene Fachgeschäfte geprägt. Im Verhältnis zur Stadtgröße von Hermsdorf wird ein attraktives Angebot gezeigt, wobei die lokalen Anbieter auch auf das Umland von Hermsdorf ausstrahlen.

Im **Sanitätsfachhandel** decken ein Sanitätshaus und ein Hörgeräteakustiker die lokale Nachfrage in Hermsdorf ab.

In der Branche **Bücher** und **Schreibwaren** sind vereinzelte Fachgeschäfte vorhanden, die zum Teil die Nachfrage abdecken; in der **Spielwarenbranche** existiert kein Anbieter. Die Sortimente werden ferner maßgeblich in den sog. Multisortimentsmärkten (bspw. Tedi, Mäc Geiz) und insbesondere im Globus-Markt angeboten, so dass eine hohe Auswahlbreite bei branchenfremden Anbietern besteht.

Im Segment **Zoowaren** ist – seit der Schließung des Zoofachmarktes Zoo & Co – lediglich ein Fachgeschäft für Aquaristik vorhanden.

Die Branche **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Computer/Foto/PC** wird durch den Euronics-Markt geprägt; dessen Angebot wird von fünf kleineren Firmen arrondiert. Die Betriebe können eine Grundversorgung für die lokale Bevölkerung abbilden.

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 14.700 m²) wird in Hermsdorf durch die **Einrichtungsbranche** eingenommen, da in diesem Segment mit einem Baumarkt, einem Möbelhaus und sog. Multisortimentsmärkten (u.a. Tedi, Mäc Geiz) verschiedene größere Anbieter angesiedelt sind. Da es sich bei den Betrieben dieser Branche um meist fachmarkttypische Ladeneinheiten handelt, weist dieses Segment üblicherweise einen verhältnismäßig hohen Flächenanteil auf. Eine Magnetfunktion nimmt dabei der Globus-Baumarkt ein.

In den beiden umsatzseitig relativ kleinen Branchen **Optik** und **Uhren/Schmuck** ist mit sechs Anbietern eine hohe Auswahlvielfalt vorzufinden, wobei sich alle Geschäfte attraktiv präsentieren. Die Durchschnittsgröße der Ladenlokale ist mit ca. 40 bis 60 m² je Geschäft relativ niedrig, da die Branche einen geringen spezifischen Flächenbedarf aufweist.

Die **Fahrradbranche** wird insbesondere durch die Existenz eines attraktiven Fahrradfachmarkts im Brückencenter geprägt, der ein leistungsfähiges Angebot präsentiert.

Umseitig werden in der Tabelle 8 die Flächen und die Betriebe in den einzelnen Branchen in Hermsdorf zusammenfassend abgebildet.

Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels in Hermsdorf

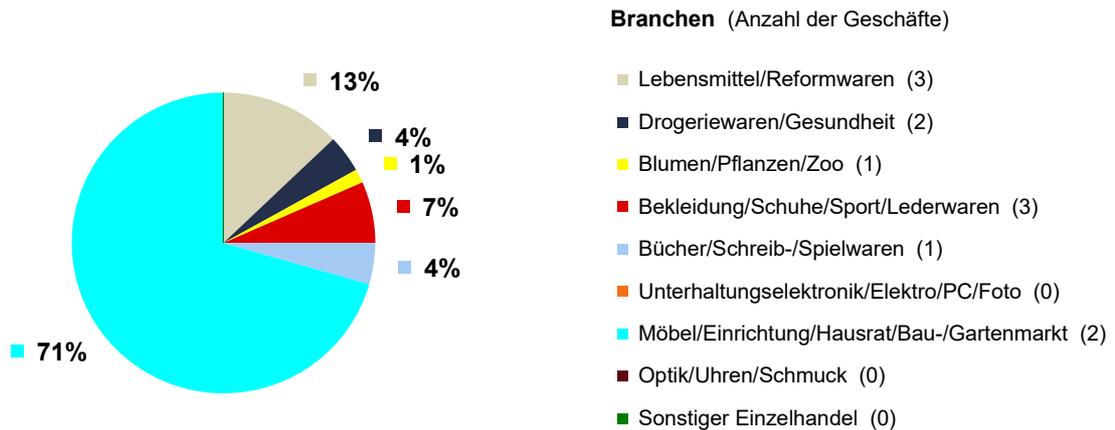
	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	12.100	17	~710	1,50
Apotheken	140	3	~50	0,02
Drogerie/Parfümerie	660	1	~660	0,08
Blumen	310	4	~80	0,04
Oberkleidung/Wäsche	1.820	13	~140	0,23
Heimtextilien/Kurzwaren	70	2	~30	<0,01
Sportartikel/Camping	800	2	~400	0,10
Schuhe/Lederwaren	440	2	~220	0,05
Sanitätswaren	130	2	~70	0,02
Bücher/Zeitschriften	30	1	~30	<0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	40	2	~20	<0,01
Zoobedarf	20	1	~20	<0,01
Möbel/Antiquitäten	3.570	3	~1.190	0,44
Baumarkt/Raumausstattung	10.000	6	~1.670	1,24
Hausrat/Glas/Geschenkartikel	1.150	4	~290	0,14
Elektro/Unterhaltungselektronik	430	6	~70	0,05
Optik	180	3	~60	0,02
Uhren/Schmuck	110	3	~40	0,01
Fahrräder	420	2	~210	0,05
Gesamt	32.420	77	~420	4,03

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

4.3.2. Bad Klosterlausnitz

In Bad Klosterlausnitz ist ein Handelsbestand von knapp 1.400 m² vorhanden (vgl. Tab. 5); die Flächendichte von ca. 0,40 m² je Einwohner deutet auf eine geringere Einzelhandelsausstattung. Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** stellt sich wie folgt dar:

Abbildung 11: Verkaufsflächenstruktur Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

In der **Lebensmittelbranche** ist ein Angebot von knapp 200 m² Verkaufsfläche vorhanden, das sich auf zwei Nahrungsmittelhandwerker und einen Tankstellenshop verteilt. Ein größerer Lebensmittelmarkt existiert nicht, so dass die Bewohner von Bad Klosterlausnitz zu den benannten Lebensmittelmärkten nach Hermsdorf oder zu dem naheliegenden Diska-Markt in Weißenborn fahren.

In der Branche **Drogeriewaren/Gesundheit** ist eine kleine mittelständische Drogerie ansässig, die bezüglich ihrer geringen Fläche nur ein äußerst limitiertes Angebot präsentieren kann. Am Markt ist eine Apotheke angesiedelt, die eine Grundversorgung für die lokalen Bewohner mit Pharmaziewaren sicherstellt.

Im Sortimentsbereich **Blumen/Zoo** ist ein Blumengeschäft vorhanden.

In Bad Klosterlausnitz gibt es – wie in kleineren Kommunen üblich – nur ein geringes Angebot an **modischen Sortimenten**. Im Klinikbereich an der Hermann-Sachse-Straße befindet sich eine kleinere Modeboutique, ferner sind im Ortskern zwei Raumausstatter mit Heimtextilien und Lederwaren vorzufinden.

Am Markt ist ein kleines Fachgeschäft für **Schreib- und Spielwaren** verortet, in dem ebenfalls Postdienstleistungen angeboten werden.

Im westlichen Gemeindegebiet – direkt an der Gemarkungsgrenze zu Hermsdorf – sind zwei **Möbelgeschäfte** (Küchen, Büromöbel) ansässig, die mit 71 % den Großteil der Verkaufsfläche von Bad Klosterlausnitz belegen.

In der folgenden Tabelle werden die branchenbezogenen Handelsdaten der Gemeinde Bad Klosterlausnitz zusammenfassend dargestellt.

Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels in Bad Klosterlausnitz

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	170	3	~60	0,05
Apotheken	30	1	~30	0,01
Drogerie/Parfümerie	30	1	~30	0,01
Blumen	20	1	~20	0,01
Oberkleidung/Wäsche	40	1	~40	0,01
Heimtextilien/Kurzwaren	50	2	~30	0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	60	1	~60	0,02
Möbel/Antiquitäten	960	2	~480	0,28
Gesamt	1.360	12	~110	0,40

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2020

4.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur

4.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Hermsdorf ist in der Lebensmittelbranche eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 12.100 m² vorhanden, Bad Klosterlausnitz verfügt über eine Fläche von knapp 200 m² (vgl. Tab. 8/9). Auf Basis der Bevölkerungszahl beider Orte errechnet sich eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von rd. 1,07 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner. Aus gutachterlicher Sicht wird somit ein hoher Versorgungsgrad erreicht.³⁹

Der Wert der Flächendichte deutet auf eine sehr gut ausgeprägte Versorgungslage bzw. ein ausreichendes flächenseitiges Angebot hin, wobei die Stadt Hermsdorf maßgeblich auch Versorgungsfunktionen nicht nur für Bad Klosterlausnitz, sondern ebenso für umliegende Gemeinden ohne Lebensmittelversorgung übernimmt. Demnach ist ein höheres lokales Angebot die Folge.

Um einen vergleichbaren Überblick über die größeren bzw. die für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Discounter, Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser - vgl. Definition in Anlage 3) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet.

Folgende Tabelle beschreibt die Dichtewerte für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

	Region/ Anbieter	Anzahl	Vk.Fl.	Vk.Fl. je	Vk.Fl. je	DICHTE- INDEX
		Märkte	Gesamt	Objekt	Einwohner	
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
Discounter	Vergleich Deutschland	15.990	12.600.000	~790	0,152	100
	Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz (Aldi, Lidl)	2	1.960	~980	0,171	113
Supermarkt	Vergleich Deutschland	10.960	11.300.000	~1.030	0,136	100
	Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz (REWE)	1	1.620	~1.620	0,141	104
Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus	Vergleich Deutschland	2.001	9.800.000	~4.900	0,118	100
	Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz (Globus)	1	7.880	~7.880	0,688	583
Gesamt	Vergleich Deutschland	28.951	33.700.000	~1.160	0,406	100
	Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	4	11.460	~2.870	1,000	246

Quelle: Daten EHI Retail Institute Köln 2018, Definition Betriebstypen: Supermarkt 800 - 2.500 m², Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m², SB-Warenhaus (SBW) ab 5.000 m², Discounter entsprechend Angebotsstrategie
Einwohner Deutschland: 83.166.711 Personen / Hermsdorf + Bad Klosterlausnitz: 11.456 Personen.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von 1,00 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (knapp 0,41 m²/Ew.) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 246). Dieser resultiert aus

³⁹ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Im Bundesvergleich wird eine Flächendichte von ca. 0,44 m² je Einwohner erreicht.

dem flächenseitig hohen Angebot, wobei Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz als mittelzentraler Ort auch eine Versorgungsfunktion für seine Umlandgemeinden mit übernimmt. Somit relativiert sich das erhöhte Flächenangebot, da in zahlreichen kleineren Orten im Umfeld bzw. im Verflechtungsbereich von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz kein größerer Lebensmittelmarkt besteht, so dass für die hier lebende Bevölkerung keine adäquate Versorgung vorhanden ist.

Bei der Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen erreichen die Lebensmitteldiscounter einen Dichteindex von 113; somit liegt der Wert der Verkaufsflächendichte um 13 % über dem Bundesdurchschnitt. Grundsätzlich ist in den ostdeutschen Flächenländern in diesem Segment meist eine überdurchschnittliche Flächendichte zu beobachten, wobei für diesen Bereich in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz eine übliche Wettbewerbsanspannung zu konstatieren ist. Der Bestand der beiden Discounter ist als ortsangemessen einzustufen.

Einen fast bundesweit vergleichbaren Dichteindex weist das Segment Supermarkt auf, so dass in diesem Bereich eine adäquate Angebotsabdeckung erfolgt. Der Bestand von einem Supermarkt mit einer annähernd konzeptkonformen Verkaufsfläche ist im Verhältnis zur Einwohnerzahl von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz als üblich zu bewerten.

Die Vertriebsform Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus erzielt im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz einen sehr hohen Ausstattungsgrad (Dichteindex = 583). Dies ist auf die Existenz des Globus SB-Warenhauses sowie die für diese Betriebsform notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen. Der Betrieb übernimmt eine regionale Versorgungsfunktion für den Verflechtungsbereich von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz und bindet somit auch Konsumenten aus umliegenden, vorwiegend unterversorgten Gebieten.

Abbildung 12: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Hermsdorf (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Als Fazit wird in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine gute Bandbreite von verschiedenen und konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot v.a. von Nahrungsmittelhandwerker und einem Getränkemarkt arrondiert wird. Somit existiert sowohl für die lokalen Bewohner als auch für die Einwohner im Verflechtungsbereich von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz eine ansprechende Auswahlvielfalt.

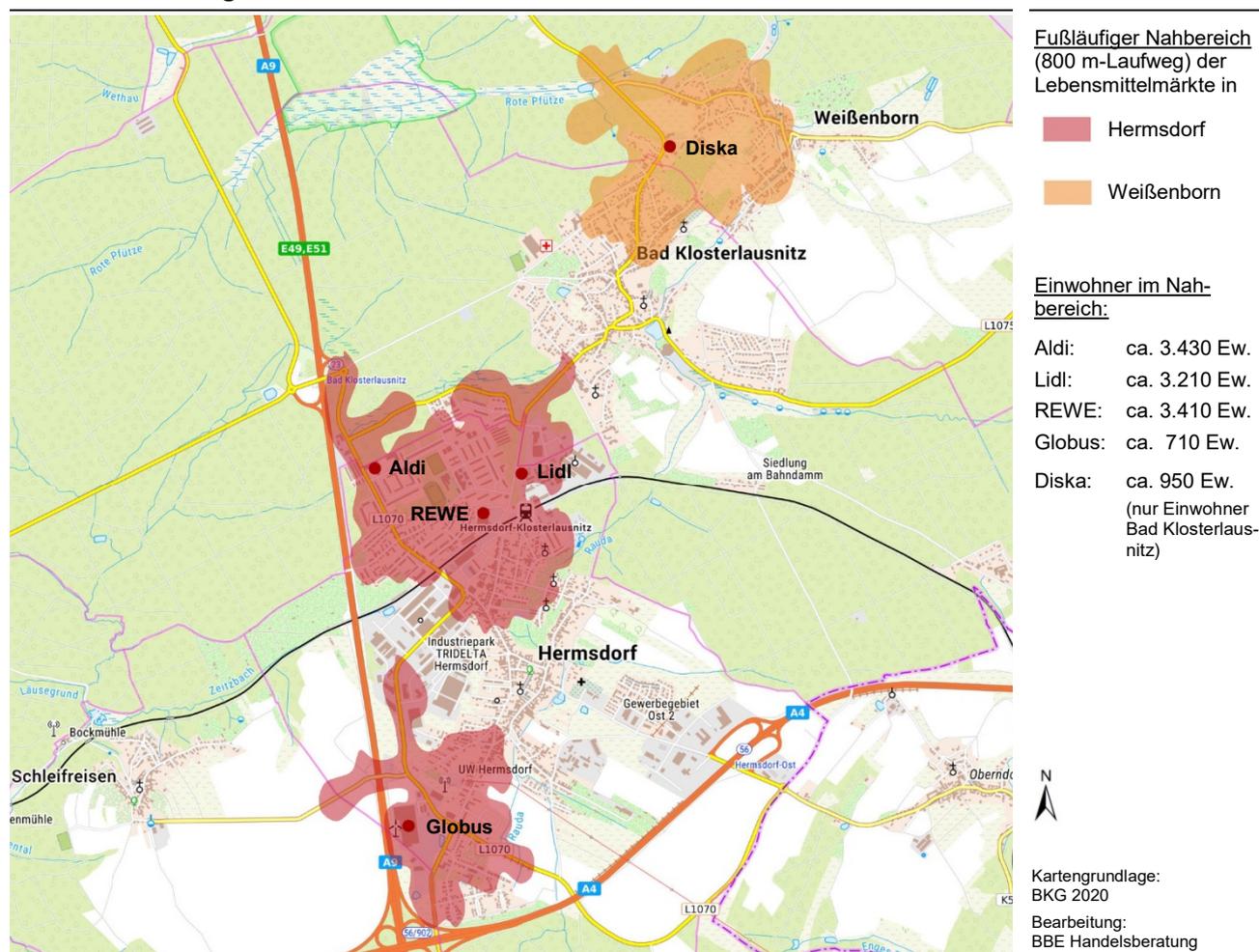
4.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz soll sich im Bereich der Grundversorgung⁴⁰ u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem unter der Prämisse des demographischen Wandels und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. Verkehr generell zu minimieren.

Grundsätzlich ist die flächendeckende fußläufige Nahversorgung nur schwer umzusetzen, so dass eine engmaschige Lebensmittelversorgung für das gesamte Siedlungsgebiet von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz nicht vollständig installiert werden kann. Dies ergibt sich beispielweise aus den bestehenden Bebauungsstrukturen, auf Grund bestehender Zäsuren (z.B. Bahngleiskörper), topographischer Höhenunterschiede (z.B. in Bad Klosterlausnitz) oder allgemeiner fußläufiger Erreichbarkeithemmnisse.

Nachstehend werden kartographisch die jeweiligen **fußläufigen Nahbereiche**⁴¹ der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 5: Fußläufige Nahbereiche der Lebensmittelmärkte in Hermsdorf / Weißenborn



40 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.
Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 - 2.6.4.

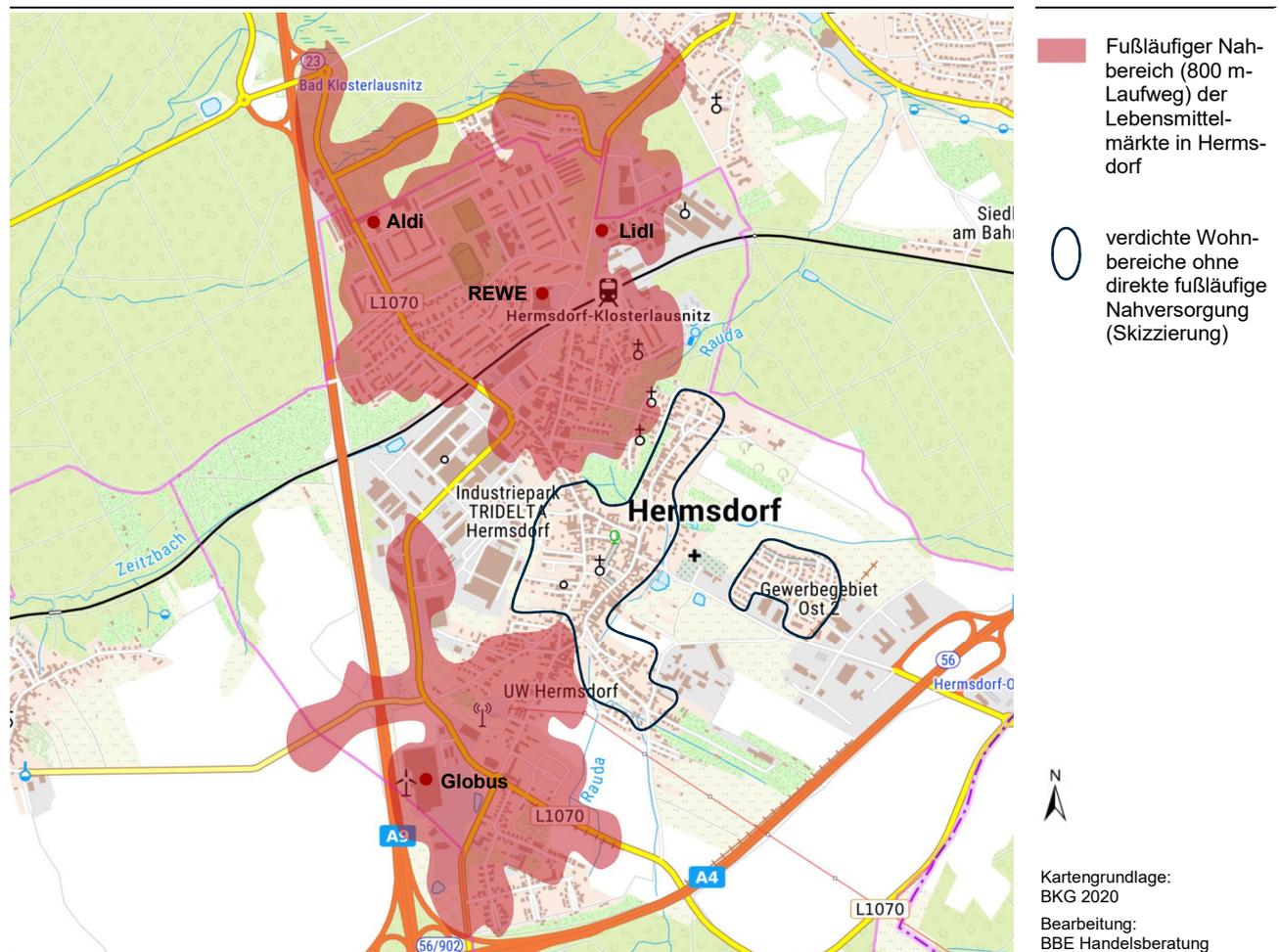
41 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.

In **Hermsdorf** kann für den Großteil der Bevölkerung eine fußläufige Nahversorgung abgebildet werden, da die Lebensmittelmärkte über das Stadtgebiet verteilt liegen und aus zahlreichen Wohnquartieren fußläufig gut erreichbar sind. Insgesamt wohnen in den Nahbereichen der in der vorstehenden Karte dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 5.800 Personen. Demnach ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Bewohner möglich, da rd. 72 % der Bewohner von Hermsdorf fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können.

Bezüglich der räumlichen Verteilung ist in Hermsdorf keine flächenseitige Angebotsverdichtung vorhanden, wenngleich REWE und Lidl im nördlichen Stadtgebiet auf einen gleichen Nahbereich fokussieren. Grundsätzlich ist jedoch eine relativ gleichmäßige Verteilung der größeren Lebensmittelmärkte auszumachen, wobei eine vollständige und räumlich gleichmäßige Abdeckung des gesamten Stadtgebiets durch jeweils einen Lebensmittelmarkt i.d.R. nicht möglich ist.

Positiv ist insbesondere die engmaschige Abdeckung der nördlichen Großwohnsiedlung mit drei Märkten zu sehen, so dass für alle Bewohner in diesem hoch verdichteten Wohnsiedlungsbereich eine wohnortnahe Grundversorgung angeboten werden kann.

Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der Lebensmittelmärkte in Hermsdorf



Naturgemäß sind in Hermsdorf – wie auch in anderen Städten – Wohnbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt verortet ist. Hierbei handelt es sich um Wohnsiedlungsquartiere⁴² im zentralen Stadtgebiet. In diesen, fast ausschließlich durch eine kleinteilige Wohnbebauung geprägten

⁴² Dies ist der Bereich um das Straßendreieck Alte Regensburger Straße - Eisenberger Straße - Schulstraße und der Bereich Bergstraße - östliche Schillerstraße. In diesen Gebieten ist eine straßenbegleitende und meist durchgehende/geschlossene Bebauung vorzufinden.

Bereichen sind die räumlichen Standortvoraussetzungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes – auch unter betreiberspezifischen Gesichtspunkten – äußerst schwierig und auch zukünftig nicht realistisch. Dies trifft auch für eine Kleinwohnsiedlung im östlichen Stadtgebiet zu. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, da die Einwohner lediglich geringfügig längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage zurücklegen müssen.

Die folgende Tabelle gibt abschließend einen Überblick über die Standortstruktur der Hermsdorfer Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen. Es wird nach siedlungsintegrierten Standorten, teil-siedlungsintegrierten Standorten und nicht-siedlungsintegrierten Standorten⁴³ unterschieden.

Tabelle 11: Lebensmittelmärkte in Hermsdorf nach städtebaulichen Lagebereichen

Lebensmittelmärkte	städtebaulicher Lagebereich		
	siedlungsintegriert	teil-siedlungsintegriert	nicht-siedlungsintegriert
Anzahl	1 Markt ⁴⁴	3 Märkte ⁴⁵	-
	25 %	75 %	-
Verkaufsfläche	1.620 m ²	9.840 m ²	-
	14 %	86 %	-

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Alle strukturprägenden Lebensmittelmärkte sind in Hermsdorf in integrierten bzw. in teil-integrierten Lagen verortet; demnach erfüllen alle Märkte das Kriterium der wohnortnahen Versorgung, wengleich die Einwohnerzahl im Nahbereich der Märkte schwankt (vgl. Karte 5). So haben insbesondere die drei Lebensmittelmärkte im Hermsdorfer Norden – deren Nahbereich die hier befindliche Waldsiedlung einschließt – gegenüber dem Globus-Markt ein höheres Bevölkerungspotenzial im Nahbereich.

In **Bad Klosterlausnitz** ist kein Lebensmittelmarkt ansässig. Dies ist insbesondere mit der meist durchgehenden und kleinteiligen Bebauung des Gemeindegebiets und fehlender Potenzialflächen abzuleiten. Ferner ist das Siedlungsgebiet der Gemeinde durch deutliche topographische Höhenunterschiede geprägt, so dass die Ansiedlung von großformatigen Betrieben bzw. die Entwicklung einer verdichteten Handelslage nur schwer möglich ist. Des Weiteren stellt die relativ geringe Einwohnerzahl von Bad Klosterlausnitz unter betreiberspezifischen Aspekten ein gewisses Ansiedlungshindernis dar.⁴⁶

Die Lebensmittelversorgung wird maßgeblich durch die Hermsdorfer Lebensmittelmärkte übernommen, wobei insbesondere die im nördlichen Wohngebiet von Hermsdorf befindlichen Filialen von Aldi, Lidl und REWE angefahren werden. Alle benannten Märkte verfügen über eine gute verkehrliche Erreichbarkeit aus Bad Klosterlausnitz⁴⁷ und stehen somit als Einkaufsalternative für die Einwohner der Gemeinde zur Verfügung; dies trifft auch für das Globus SB-Warenhaus zu.

43 Siedlungsintegrierte Standorte sind direkt in Wohnsiedlungsgebieten verortet bzw. können sich auch in direkter Randlage zu Wohnquartieren befinden, sofern direkte und barrierefreie fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und Austauschbeziehungen bestehen. Idealerweise sind solche Standorte durch den ÖPNV erreichbar. Diese Standorte weisen – in Bezug zu den örtlichen Verhältnissen bzw. den Siedlungsstrukturen – eine hohe Bevölkerungszahl in ihrem fußläufigen Nahbereich auf (vgl. auch Karte 5).

Teil-siedlungsintegrierte Standorte befinden sich in Randlage zu Wohnsiedlungsbereichen und sind i. d. R. durch Zäsuren (z. B. Hauptverkehrsstraße) von den Wohnbereichen getrennt, besitzen jedoch eine funktionale Anbindung. Es bestehen keine direkten Austauschbeziehungen bzw. Laufbeziehungen zwischen diesen Standorten.

Nicht-siedlungsintegrierte Standorte liegen außerhalb von Wohnsiedlungsbereichen an dezentralen Standorten („Gründe Wiese“) und sind vorwiegend auf Autokunden ausgerichtet.

44 Zu dieser Gebietskategorie gehört REWE.

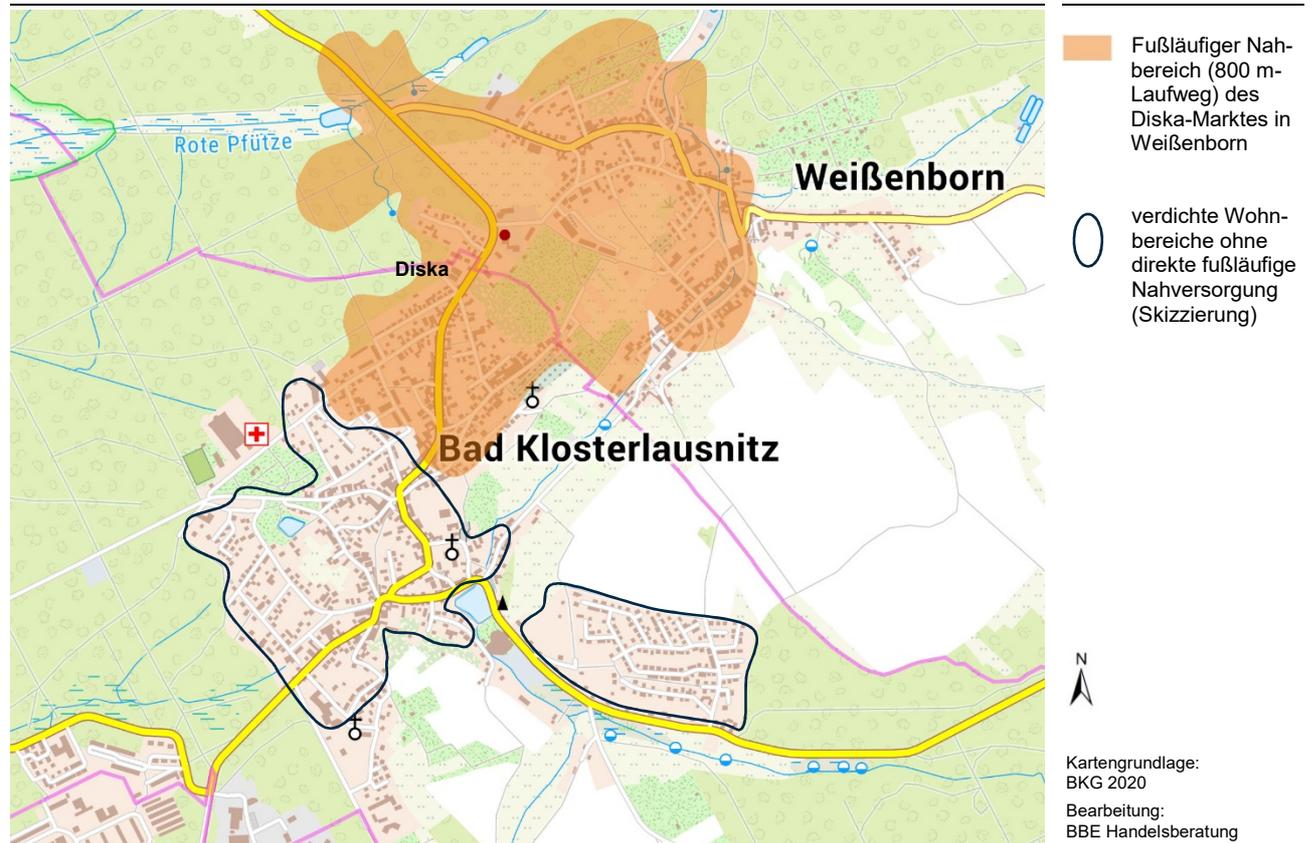
45 Zu dieser Gebietskategorie zählen Globus, Aldi und Lidl.

46 Das fehlende Angebot in Bad Klosterlausnitz ist auch mit der geringen Mantelbevölkerung zu begründen, hieraus resultiert ein niedriges Nachfragepotenzial. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt und die Installation eines größeren bzw. filialisierter Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i. d. R. nicht möglich.

47 Die benannten Lebensmittelmärkte liegen an den beiden Hauptzufahrtsstraßen von Hermsdorf nach Bad Klosterlausnitz.

Des Weiteren ist für die Bewohner im nördlichen Gemeindegebiet von Bad Klosterlausnitz der Diska-Markt in Weißenborn fußläufig erreichbar. Der Markt ist unmittelbar zwischen den beiden siedlungsgeographisch verbundenen Orten ansässig und kann sowohl fußläufig als auch – bezüglich seiner direkten Lage an der Landesstraße L1073 – mit dem Pkw zügig erreicht werden.⁴⁸

Karte 7: Fußläufiger Nahbereich des Diska-Marktes in Weißenborn



Im Fazit wird die Lebensmittelversorgung von Bad Klosterlausnitz durch Lebensmittelmärkte in Weißenborn und insbesondere in Hermsdorf übernommen, wobei die prospektive Ausprägung einer optimalen Grundversorgungsstruktur zukünftig eher unrealistisch erscheint.

⁴⁸ Die bewegte Topographie stellt in diesem Gemeindebereich ein gewisses fußläufiges Erreichbarkeithemmnis dar.

4.5. Bindungsintensität des Einzelhandels von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁴⁹ je Sortiment⁵⁰ und dem bestehenden Nachfragevolumen des Einzelhandels (vgl. Tab. 4) dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz getroffen werden, die Kaufkraft der örtlichen Einwohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden.

Die Bindungsintensität ist ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität. Eine Kennziffer von über 100 % drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 % besteht per Saldo demnach ein Umsatzabfluss. Aus den erzielten Werten kann abgeleitet werden, inwieweit **quantitative Angebotslücken** des Einzelhandels von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz bei der Versorgung der lokalen Einwohner vorhanden sind.

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz nach Bedarfsbereichen⁵¹ zusammenfassend dar. In allen drei Bedarfsbereichen kann der lokale Handel eine gute bis teilweise sehr gute Bedarfsdeckung erreichen, so dass die beiden funktionsteiligen mittelzentralen Orte auch ihren Verflechtungsbereich anteilig mit versorgen können.

Tabelle 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz nach Bedarfsbereichen

	Bindungsquote Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz
Kurzfristiger Bedarfsbereich	158 %
Mittelfristiger Bedarfsbereich	113 %
Langfristiger Bedarfsbereich	132 %
Gesamt	143 %

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz wurden die einzelnen Branchen nach drei **Bedarfsbereichen** zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der einzelnen Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden nachfolgend die sortimentspezifischen Bindungsquoten ermittelt und dargestellt, wobei in diesem Zusammenhang auch auf die qualitative Branchenbewertung unter dem Punkt 4.3.1/4.3.2 zu verweisen ist.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet auf, der vor allem durch das umfangreiche und leistungsfähige Angebot der Lebensmittelbranche und der Drogeriewarenbranche in Hermsdorf ausgelöst wird. Darauf weist die Zentralität in den beiden Branchen von 176 % (Lebensmittel) bzw. 126 % (Drogeriewaren) hin.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich rd. 113 %. In diesem Segment generieren fast alle betrachteten Branchen einen Kaufkraftzufluss nach Hermsdorf.

49 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Geschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in die Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

50 Bei dieser Berechnung werden die Umsätze je Sortiment zugrunde gelegt. Führt ein Betrieb mehrere Einzelsortimente (z.B. Lebensmittelmärkte, Multisortimentsmärkte), so werden die Erlöse innerhalb dieser Sortimentsgruppe der jeweiligen Branche zugeordnet.

51 Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 1).

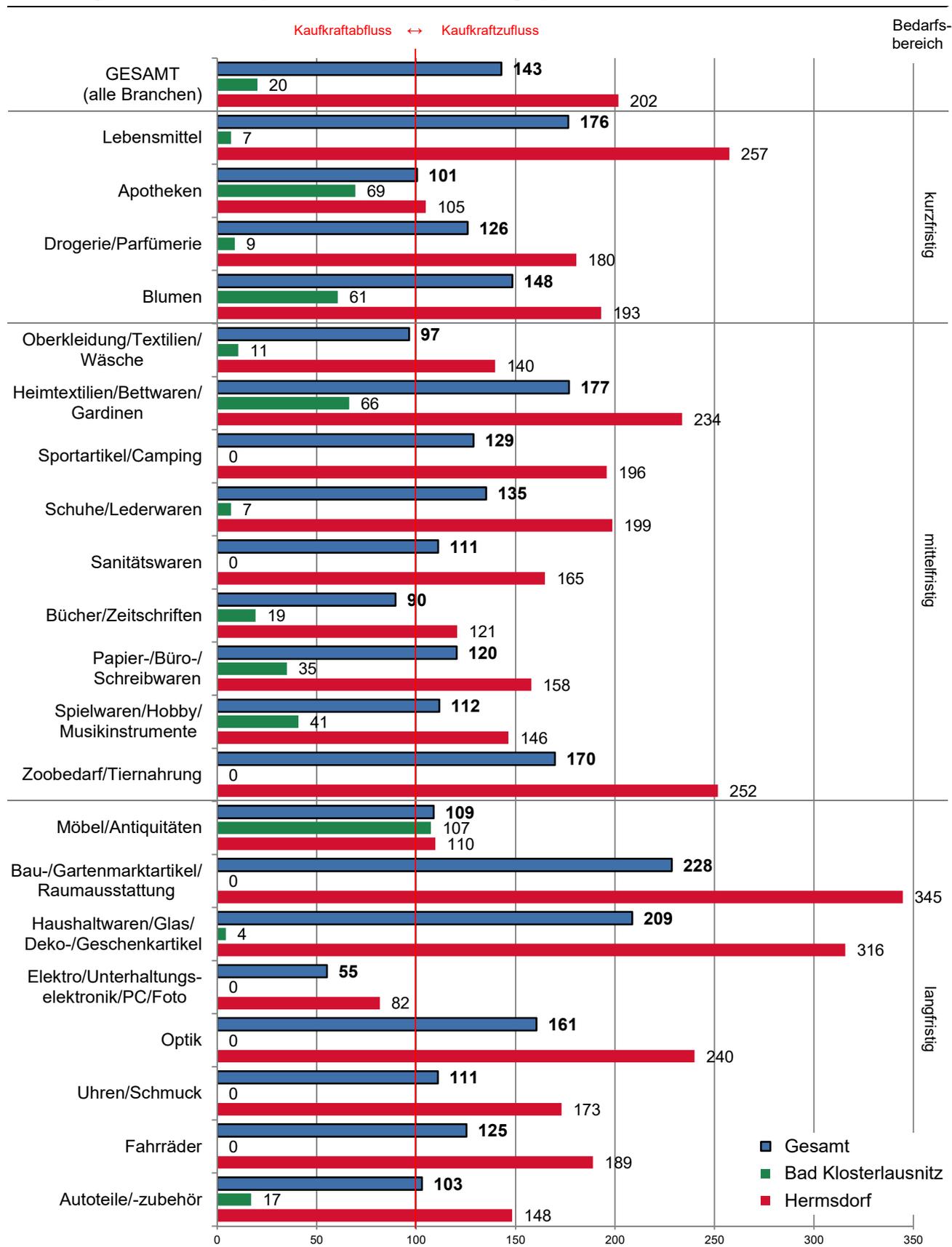
Dies ist insbesondere auf die gut ausgeprägten Randsortimentsabteilungen des Lebensmittelhandels bzw. weiterer Non-Food-Fachmärkte bedingt.

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei rd. 132 %, wobei insbesondere in den Branchen Baumarktartikel und Haushaltswaren/Hausrat auf Grund des leistungsfähigen Angebots mit großformatigen Fachmärkten hohe Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland induziert werden. Mit Ausnahme der Elektrobranche können auch die umsatzseitig kleineren Branchen (z.B. Optik, Uhren/Schmuck, Fahrräder) jeweils einen Kunden- und auch Kaufkraftzufluss aus dem Umland von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz generieren.

Zusammenfassend erreicht der Einzelhandel in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz fast durchgängig eine hohe Kaufkraftbindung. Die hohe Zentralität resultiert insbesondere aus der Strahlkraft des Hermsdorfer Handels, da in Bad Klosterlausnitz lediglich ein flächenseitig geringes Angebot vorzufinden ist.

Die umseitig eingefügte Abbildung verdeutlicht die branchenseitigen Ausführungen zur Zentralität bzw. der Kaufkraftbindung von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz und weist auch die gemeinsame Kaufkraftbindungsquote beider Orte aus.

Abbildung 13: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

4.6. Stärken-Schwächen-Analyse

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt überblicksartig eine zusammenfassende Bewertung des Einzelhandels bzw. der Standortrahmendaten von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz dar.

Abbildung 14: Stärken-Schwächen-Analyse von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ mittelzentrale Einstufung von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz ▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit beider Orte durch direkte Autobahnanbindung ▪ großer Verflechtungsbereich mit rd. 29.000 Personen (gemessen an der Einwohnerzahl beider Orte) ▪ beide Kommunen sind „Einpendlerorte“, insbesondere hohe Arbeitsplatzzentralität in Hermsdorf 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überalterung der Bevölkerung ▪ perspektivisch rückläufige Nachfrage durch sinkende Bevölkerungszahlen in der Region
<p><u>nur Hermsdorf</u></p>	<p><u>nur Hermsdorf</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ hoher Bekanntheitsgrad durch Lage am gleichnamigen Autobahnkreuz und als Industriestandort ▪ sehr attraktive gesamtstädtische Flächenausstattung (4,0 m² VK/Ew.) ▪ hohe Kaufkraftzuflüsse für den lokalen Einzelhandel in fast allen Branchen ▪ zahlreiche Magnetbetriebe mit hoher Strahlkraft, insbesondere das Globus-Center und das Brückencenter ▪ sehr gute räumliche Lebensmittelversorgung, insbesondere durch konzeptionell unterschiedlich positionierte Lebensmittelmärkte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bevölkerungsrückgang in der Vergangenheit, niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft ▪ geringer Flächenanteil und eingeschränkte Versorgungsbedeutung der „traditionellen“ Hauptgeschäftslage Eisenberger Straße, eingeschränkte Weiterentwicklungsmöglichkeiten ▪ keine kompakte bzw. komprimierte Hauptgeschäftslage
<p><u>nur Bad Klosterlausnitz</u></p>	<p><u>nur Bad Klosterlausnitz</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ hoher Bekanntheitsgrad der Gemeinde als Kurort und Klinikstandort ▪ z.T. gute Standortrahmendaten (z.B. relativ stabile Bevölkerungsentwicklung in der Vergangenheit, hoher Kaufkraftindex, hohes Tourismusaufkommen) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rudimentäres Einzelhandelsangebot, keine Magnetbetriebe, äußerst geringe Kaufkraftbindung ▪ topographische Höhenunterschiede innerhalb der Gemeinde, dadurch fußläufige Erreichbarkeitsdefizite ▪ Ortskern ist städtebaulich attraktiv, kann jedoch keine umfassende Versorgungsfunktion übernehmen ▪ kein kompetentes Lebensmittelangebot in der Gemeinde ▪ durch die lokale Bebauungsstruktur kann kein innerörtliches Handelszentrum etabliert werden, insbesondere ist die Ansiedlung von größeren Handelsbetrieben nicht möglich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

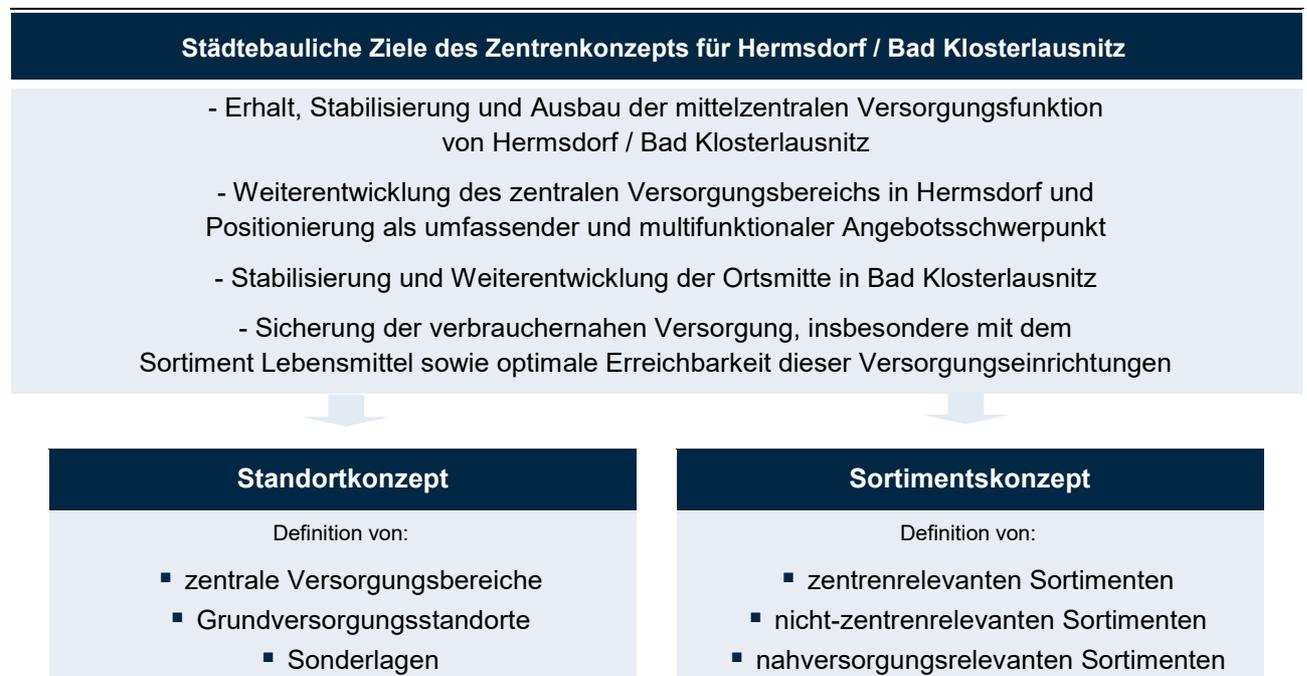
5. Gemeinsames Zentrenkonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

5.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die **städtebaulichen Zielvorstellungen** von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz zur Einzelhandelsentwicklung dargestellt. Hierzu werden hierarchisch abgestufte Versorgungsbereiche definiert und diesen eine Versorgungsaufgabe zugewiesen. Somit wird jeweils im gesamtörtlichen Kontext ein räumlich ausgewogenes und zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsnetz entwickelt, das den lokalen Siedlungsstrukturen von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz Rechnung trägt.

Auf der anderen Seite wird durch das Zentrenkonzept auch eine Planungs- und Investitionssicherheit, gerade im zentralen Versorgungsbereich oder an Grundversorgungsstandorten geschaffen. Mit Hilfe der funktional-räumlichen Gliederung und der Ausweisung der jeweiligen Versorgungsfunktion sollen u.a. folgende Ziele erreicht werden:

Abbildung 15: Städtebauliche Ziele + Standort-/Sortimentskonzept für Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen.

Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsflächen definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz wichtig sind. Weiterhin werden Grundversorgungsstandorte und Ergänzungs- bzw. Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

Im **Sortimentskonzept** wird ein branchenbezogenes Leitbild für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz erstellt, das ein wichtiges Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung darstellt. Auf Basis der Bestandssituation und der Entwicklungsziele erfolgt eine Zuordnung der Branchen zu einzelnen Versorgungslagen. Grundsätzlich wird im Sortimentskonzept definiert, welche Waren als zentren- bzw. nicht-zentrenrelevant sowie als nahversorgungsrelevant einzustufen sind und somit eine wichtige Bedeutung für den jeweiligen Versorgungsbereich besitzen.

5.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das Zentrenkonzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll jedoch eine räumliche Steuerung insbesondere des großflächigen Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen.

Die Rechtsinstrumente zur Einzelhandelssteuerung stellen vor allem die Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und das Baugesetzbuch (§ 34 Abs. 3 BauGB/ § 2 Abs. 2 BauGB/ § 9 Abs. 2a BauGB) dar. In erster Linie kann hiermit die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gesteuert und damit ein Schutz von zentralen Versorgungsbereichen sichergestellt werden (vgl. auch Pkt. 2).

Bei dem **Begriff „zentraler Versorgungsbereich“** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁵² Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt.

Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.⁵³

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.⁵⁴ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen** geben:

- **Innenstadtzentren (A-Zentren)** versorgen meist einen größeren Einzugsbereich (Stadtgebiete und darüber hinaus) und bieten regelmäßig ein umfassendes Spektrum von Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich an. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot i.d.R. durch die öffentliche Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleister, medizinische Einrichtungen, freie Berufe, Gastronomie, Entertainment- und Kulturanbieter (abhängig von der Stadtgröße).
- **Neben- oder Stadtteilzentren (B-Zentren)** haben i.d.R. einen mittleren Einzugsbereich (Stadtteile, Stadtbezirke größerer Städte), in denen ein breiteres Spektrum von Waren des kurz- und mittelfristigen (ggf. des langfristigen) Bedarfs sowie diverse Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden sind. Nebenzentren können auch eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums übernehmen, jedoch bleiben der Umfang des Angebots (Verkaufsfläche) und die Diversifizierung (Sortimentsbreite und -tiefe) deutlich hinter dem Angebot eines Innenstadtzentrums zurück.
- **Grund- bzw. Nahversorgungszentren (C-Zentren)** offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs und auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Nebenzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem

⁵² vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

⁵³ vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

⁵⁴ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale⁵⁵ Funktion, d.h. eine Mittelpunktswirkung hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.⁵⁶ Das weitere Umfeld eines Nahversorgungsentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.

Für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz wird grundsätzlich auf die Ausweisung eines sog. B-Zentrums (Stadtteilzentrum) verzichtet, da bezüglich der Einwohnerzahl beider Orte ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist bzw. auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken auch nicht entwickelt werden kann. Des Weiteren sollte das begrenzte Nachfragepotenzial der beiden Orte vorwiegend in dem A-Zentrum gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Letztlich ist auch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz zu rechnen ist.

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird später die Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz vorgenommen. Die Aufstellung ortsspezifischer Anforderungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich kann auch bei einer zukünftig möglichen Fragestellung in Bezug auf die Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich zur Beantwortung herangezogen werden.

Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstrukturen werden in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz aus gutachterlicher Sicht nachfolgende ortsspezifische Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen definiert.

55 Das Adjektiv "zentral" ist nicht rein geografisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Gemeinde gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

56 vgl. Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

Abbildung 16: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtisch sowie überörtlich 	<ul style="list-style-type: none"> Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner
Lage	<ul style="list-style-type: none"> Lage im zentralen Innenstadtbereich Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> städtebaulich integrierte Lage bzw. siedlungsintegrierter Standort
Branchenmix	<ul style="list-style-type: none"> alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs 	<ul style="list-style-type: none"> Konzentration vor allem auf nahversorgungsrelevante Sortimente ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs
Sortiment	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite und -tiefe möglichst in allen zentrenrelevanten Branchen 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite nur bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten 	<ul style="list-style-type: none"> ab 5 Betrieben und minimal 2.500 m² Gesamtverkaufsfläche, davon zwingend ein größerer Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> in möglichst allen Bereichen 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/ Discounter
Betriebstypen	<ul style="list-style-type: none"> alle Betriebstypen 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Apotheke, Nahrungsmittelhandwerker
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> v.a. mittleres und gehobenes Niveau 	<ul style="list-style-type: none"> mittleres bzw. auch Discountniveau
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie
Räumliche Ausdehnung	<ul style="list-style-type: none"> entsprechend den räumlichen Gegebenheiten 	<ul style="list-style-type: none"> funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von ca. 100 m bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes
Verkehrserreichung	<ul style="list-style-type: none"> Parkraumkonzept zentrale ÖPNV-Haltestelle Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone 	<ul style="list-style-type: none"> Pkw-Stellplätze Anbindung an ÖPNV Fuß-/Fahrradwegeanbindung
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion gesamt- und überörtliche Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

5.3. Identifikation von zentralen Versorgungsbereichen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Nach dem Abgleich der formulierten Kriterien zur Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen mit den lokalen Einzelhandelsstrukturen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz wurde in **Hermsdorf** ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich (A-Zentrum) identifiziert. Das Innenstadtzentrum umfasst die traditionelle innerstädtische Hauptgeschäftslage (Eisenberger Straße, zwischen Naumberger Straße im Süden und dem im Norden befindlichen Bahngleiskörper) und das nördlich angrenzende Brückencenter (vgl. Karte 3). In diesem Bereich sind ca. 6.800 m² Verkaufsfläche vorhanden, was einem Fünftel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Ferner ist hier mit 34 Handelsbetrieben die größte zusammenhängende Angebotsagglomeration vorzufinden (vgl. Tab. 6).

In **Bad Klosterlausnitz** konnte kein entsprechender zentraler Versorgungsbereich im Gemeindekern identifiziert werden. In dem Bereich um den Markt befindet sich zwar das städtebauliche Zentrum der Gemeinde, dieser Bereich kann jedoch gemäß der aktuellen Rechtsprechung (vgl. Seite 41) keinen zentralen Versorgungsbereich darstellen.

Dies ist auf die geringe flächenseitige Handelsausprägung und das Fehlen von umfassenden und strukturprägenden Einzelhandelsangeboten zurückzuführen, da in dem Bereich um den Markt lediglich sechs Geschäfte – zudem noch räumlich verteilt liegend – mit einer Verkaufsfläche von ca. 200 m² ansässig sind (vgl. Tab. 7). Insbesondere sind in dem Ortskern von Bad Klosterlausnitz keine größeren innenstadttypischen Geschäfte vorzufinden, die üblicherweise prägend für ein Zentrum sind (bspw. der Branchen Bekleidung, Schuhe, Sport, Haushaltwaren).

Das Angebot ist auf sog. nahversorgungsrelevante Sortimente (u.a. Bäcker (2x), Apotheke, Drogerie) ausgerichtet; ferner sind ein Lederwaren- bzw. Raumausstattungsgeschäft und ein Schreib-/ Spielwarengeschäft ansässig. Das versorgungsstrukturelle Gewicht dieser Handelslage ist dementsprechend als gering einzustufen; zudem ist eine umfängliche Versorgung der lokalen Bevölkerung nicht möglich. Dies zeigt auch die Berechnung der sortimentsspezifischen Zentralitäten von Bad Klosterlausnitz (vgl. Abb. 13).

Aktuell stehen in dem Ortskern von Bad Klosterlausnitz sechs Ladenlokale leer. Eine Nutzung mit Einzelhandel ist aus gutachterlicher Sicht nicht realistisch, da die meisten Ladenflächen über eine zu geringe Fläche verfügen und für die Ansiedlung moderner und flächenseitig größerer Handelskonzepte nicht geeignet sind. Demnach bestehen faktisch keine größeren Angebotsreserven – insbesondere für großformatige Handelsbetriebe – im Bestand.

Eine zukünftige Innenentwicklung ist auch auf Grund der bereits bestehenden Wohnbebauung und des kleinteiligen Immobilienbesatzes nicht umsetzbar. Eine prospektive Nutzung mit Einzelhandel ist augenscheinlich bei vielen Immobilien nicht möglich, so dass keine durchgehende bzw. verdichtete Einzelhandelslage geschaffen werden kann, die als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren wäre. Ferner führt die Landesstraße L1073 direkt durch den Ortskern und verursacht eine hohe Verkehrsbelastung, wodurch sich die Aufenthaltsqualität dieses Bereiches deutlich vermindert.

In Bezug auf mögliche Potenzialflächen ist zu konstatieren, dass augenscheinlich in der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz keine größeren Freiflächen für eine Bebauung und Nutzung mit Einzelhandel zur Verfügung stehen. Es ist eine durchgehende und verdichtete Bebauung mit Wohn- und Geschäftshäusern vorhanden, so dass die Errichtung von größeren Handelsbetrieben faktisch nicht möglich ist.

Ferner besteht am Marktplatz von Bad Klosterlausnitz keine zusammenhängende Einzelhandelslage. Aktuell sind hier drei Handelsbetriebe angesiedelt, die restlichen drei Händler sind in der topographisch ansteigenden Eisenberger Straße und in der südlichen Geraer Straße angesiedelt. Eine verdichtete oder komplexe Einzelhandelslage ist nicht vorzufinden, da die Geschäfte relativ breit verstreut liegen und zahlreiche Funktionsunterbrechungen bestehen.

Des Weiteren stellen die geringe Mantelbevölkerung in Bad Klosterlausnitz sowie das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial prinzipiell einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel dar. Somit sind der

Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben – außerhalb des Lebensmittelhandels – grundsätzlich deutliche Grenzen gesetzt, so dass sich marktfähige Einzelhandelsstrukturen und somit ebenfalls zentrale Versorgungsbereiche – auch zukünftig – nur schwer ausprägen können.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion ist abzuleiten, dass derzeit im Bad Klosterlausnitz der Ortskern keinen zentralen Versorgungsbereich darstellt. Die prospektive Ausprägung eines solchen Bereiches erscheint auf Grund

- des geringen Ist-Besatzes an Handelsbetrieben,
- des kleinteiligen und größtenteils geschlossenen Immobilienbesatzes,
- fehlender größerer Leerstands- und Potenzial- bzw. Freiflächen,
- der bestehenden Nutzung zahlreicher Erdgeschosslagen durch Wohnungen,
- der hohen Verkehrsbelastung und der topographischen Höhenunterschiede in den Lagen um den Markt und
- insbesondere auf Grund der niedrigen und nicht ausdehnbaren Nachfrageplattform

praktisch ausgeschlossen. Demnach wird in Bad Klosterlausnitz auch zukünftig keine maßgebliche innerörtliche Einzelhandelsentwicklung für eine komplexe zentral-liegende Versorgung stattfinden können, wenngleich der Bereich um den Markt unter städtebaulichen Gesichtspunkten die funktionale Ortsmitte darstellt.

Neben dem Einzelhandelsbestand in den jeweiligen Ortskernen von Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz wurde das Vorhandensein von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz kein sog. Nahversorgungszentrum (vgl. Einstufung auf Seite 41/42) vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage.

Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren in Hermsdorf und in Bad Klosterlausnitz nicht vorhanden, wenngleich in Hermsdorf drei weitere größere Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten – Globus, Aldi und Lidl – vorzufinden sind. Diese Betriebe stellen jedoch bezüglich ihrer Lagequalität⁵⁷ und ihrer Ausprägung⁵⁸ keinen zentralen Versorgungsbereich dar.

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur im zentralen Versorgungsbereich nicht möglich, da in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht etabliert werden können bzw. auch in verdichteten Wohnquartieren eine Nahversorgung notwendig ist. Dies betrifft auch großformatige Einzelhandelsanbieter – vor allem mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – die in integrierten Lagen oft nicht untergebracht werden können.

Der vorgenannte Fakt trifft auch in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz zu, so dass der Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich durch weitere Versorgungslagen komplettiert wird. Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Hermsdorf wird dabei ergänzend zu dem Angebot im zentralen Versorgungsbereich durch

57 Die drei genannten Lebensmittelmärkte sind nicht durch eine wohnsiedlungsintegrierte Lage geprägt. Gerade die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums setzt i.d.R. jedoch eine wohnsiedlungsintegrierte Lage voraus.

58 Bei Lidl handelt es sich um einen solitär liegenden Lebensmittelmarkt, der gemäß der Rechtsprechung nicht als zentraler Versorgungsbereich zu klassifizieren ist: „Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls 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 hinausläuft.“
vgl. auch Urteil OVG NRW [4 A 964/05] vom 11.12.2006.

„Als eine wesentliche Grundvoraussetzung für ein funktionsfähiges Nahversorgungszentrum wird die Existenz eines modernen und zukunfts-fähigen Lebensmittelmarktes unter Einschluss weiterer Handels- und vor allem Dienstleistungsbetriebe gesehen.“
vgl. auch Urteil OVG NRW [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

Aldi befindet sich in einem Fachmarktzentrum in Randlage zu der Großwohnsiedlung Waldsiedlung in Hermsdorf-Nord. Dem Bereich fehlt eine Funktionsdurchmischung, da hier lediglich 5 Handelsbetriebe und nur ein Komplementärbetrieb (Imbiss/Bistro) vorhanden sind. Der Bereich besitzt keine Mittelpunktfunktion bzw. stellt nicht den funktionalen Mittelpunkt („Treffpunktfunktion“ / „Kommunikationsfunktion“) für die südlich angrenzende Großwohnsiedlung dar.

Globus kann auf Grund seiner nicht-wohnsiedlungsintegrierten Lage kein Grundversorgungszentrum darstellen, wenngleich der Markt eine wichtige Versorgungsbedeutung besitzt. Ferner geht der Handelsbesatz an dem Globus-Standort deutlich über die Versorgungsfunktion eines Grundversorgungszentrums hinaus.

sog. **Grundversorgungsstandorte** dargestellt. Diese Grundversorgungsstandorte – die sich in integrierten Lagen befinden – decken insbesondere vorhandene räumliche Lücken ab, so dass erst unter Einschluss dieser Standorte eine weitgehend flächendeckende wohnungsnah Grundversorgungsstruktur sichergestellt werden kann.

Diese Standorte werden i.d.R. durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Supermarkt) und teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung⁵⁹ dar. Diese Angebotsstandorte dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung und besitzen in kleineren Städten auch eine gesamtörtliche Versorgungsfunktion.

Die Ausstattung dieser Grundversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität schwanken, ist jedoch auf den sog. kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert. Die Standorteigenschaften eines Grundversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- räumliche und funktionale Zuordnung zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier),
- möglichst wohnsiedlungsintegrierte Lage,
- zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen),
- ÖPNV-Anbindung (optional).

Die Grundversorgungsstandorte haben weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte i.d.R. durch eine eingeschränkte Angebotsstruktur bzw. geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunktsfunktion besitzen oder die Komplementärnutzungen (u.a. Dienstleistungen, Gastronomie) nur unzureichend ausgebildet sind.

Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich im Sinne des BauGB bzw. der BauNVO dar, wenngleich sie einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung leisten. Eine Schutzmöglichkeit dieser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist auch aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes einzelner Anbieter unzulässig.⁶⁰

In Hermsdorf besteht mit dem Lidl-Markt an der Eisenberger Straße ein derartiger Grundversorgungsstandort, der die o.g. Kriterien weitgehend erfüllt. Die Grundversorgung wird ferner auch durch Aldi und Globus sichergestellt (vgl. Karte 5), wobei beide Standorte mit weiteren Handelsangeboten belegt sind und demzufolge als komplexe Handelsstandorte bzw. als sog. Sonderlagen eingestuft werden.

Die Ergänzungsstandorte bzw. auch **Sonderlagen** komplettieren das Angebot in zentralen Versorgungsbereichen bzw. der Grundversorgungsstandorte und sind i.d.R. durch einen Besatz von Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern gekennzeichnet.

Die u.U. auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind meist an verkehrsgünstig gelegenen Standorten angesiedelt. Diese Lagen sind als nicht-schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung einzustufen, da sie oft wegen ihrer dezentralen Lage, der Konkurrenzsituation zum innerstädtischen Handel sowie der fachspezifischen Ausrichtung nur ein eingeschränktes Warensortiment führen und nicht durch andere Nutzungen ergänzt werden; wenngleich diese Agglomerationen über einen weiten Einzugsbereich verfügen können und z.T. eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen.⁶¹

In Hermsdorf sind mit dem Holzlandcenter und dem Globus-Center zwei dieser Ergänzungsstandorte bzw. Sonderlagen vorzufinden, die einerseits einen wichtigen Bestandteil der lokalen Lebensmittelversorgung

59 Unter Grundversorgung wird i.S.d. LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 bis 2.6.4.

60 vgl. Urteil OVG NRW [4 A 964/05] vom 11.12.2006.

61 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

darstellen, andererseits durch weitere großformatige Handelsbetriebe belegt sind und somit auch eine überörtliche Versorgungsfunktion übernehmen.

Weiterhin sind außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte verschiedene Handelsbetriebe in **Streulagen** vorhanden, die größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – oder durch großformatige Non-Food-Fachmärkte in einer Solitär-lage geprägt sind. In Hermsdorf ist mit Möbel Wenzel und in Bad Klosterlausnitz mit Küchen Hecht jeweils ein größerer derartiger Solitärstandort vorzufinden.

5.4. Zentren- und Standortkonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

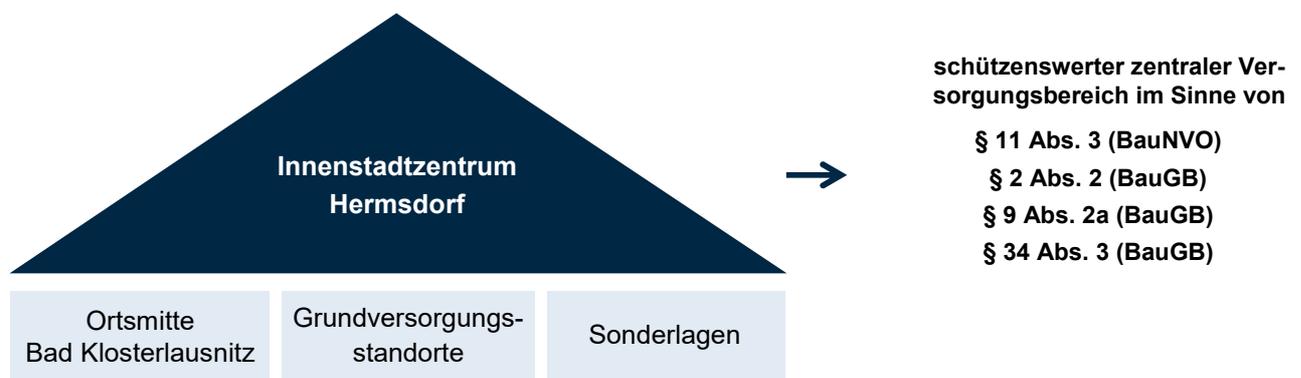
5.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz wird ein abgestuftes Netz von Versorgungsbereichen ausgewiesen, um der Versorgungsfunktion als Mittelzentrum, aber auch den versorgungsstrukturellen Anforderungen an den jeweiligen mikroörtlichen Siedlungs- bzw. Wohnbereich gerecht zu werden.

Das künftige **Zentrenleitbild** für die Einzelhandelsentwicklung von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der Standortrahmenbedingungen erstellt wurde.

Der Stadt Hermsdorf wird die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches empfohlen. Dessen Angebot wird durch einen Grundversorgungsstandort und zwei bestehende Sonderlagen komplettiert. In Bad Klosterlausnitz ist mit der Ortsmitte lediglich ein prägender Einzelhandelsstandort vorhanden.

Abbildung 17: Modell der Zentrenstruktur von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der **zentrale Versorgungsbereich (zVB) Innenstadt** soll auch zukünftig den Hauptangebotsschwerpunkt für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten darstellen. Damit soll einer weiteren Streuung des Angebots über das gesamte Hermsdorfer Stadtgebiet entgegengewirkt werden. Dies ist insbesondere unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet. Ferner besitzt das Innenstadtzentrum auch angrenzende Potenzialflächen, so dass die zentrale Einzelhandelsfunktion der Innenstadt bei Bedarf verstärkt und zielgerichtet abgerundet werden könnte.

Mit der Fokussierung des Einzelhandels auf diesen Bereich soll eine Stärkung der Hermsdorfer Innenstadt durch die Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden. Die Hermsdorfer Innenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden.

In der **Ortsmitte** von Bad Klosterlausnitz ist in dem Bereich um den Markt nur ein geringes Handelsangebot von lediglich sechs Betrieben mit einer Verkaufsfläche von knapp 200 m² vorzufinden. Der Bereich ist zwar städtebaulich als Ortskern einzustufen, stellt aber im Sinne der Rechtsprechung keinen zentralen Versorgungsbereich dar (vgl. Seite 44/45).

Die räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten⁶² vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachste-

⁶² Anmerkung: Ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich muss nicht zwingend dem Hauptgeschäftsbereich einer Stadt entsprechen und muss beispielsweise auch nicht mit einer Kern- oder Sondergebietsausweisung in Bebauungsplänen übereinstimmen.

hend werden die wesentlichen Abgrenzungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge bei der räumlichen Abgrenzung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches in Hermsdorf berücksichtigt werden.

Abbildung 18: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Quantitative Kriterien	Verkaufsflächenbestand, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie etc., öffentliche Nutzungen
Qualitative Kriterien	Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation
Städtebauliche Kriterien	Bebauungsstruktur, Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum (Möblierung, Pflasterung, Begrünung etc.), Stadtbild, Kompaktheit, Architektur, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen
Bevölkerung	ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, Kundenfrequenzen
Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss
Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter	Bedarfshäufigkeit/Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben
Ökonomische Voraussetzungen	ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft, Einwohner im Nahbereich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Das Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich wird durch den im vorherigen Kapitel beschriebenen **Grundversorgungsstandort** ergänzt, dessen Einzelhandelsbesatz monofunktional auf nahversorgungsrelevante Sortimente – insbesondere auf Lebensmittel – fokussiert ist. Der Grundversorgungsstandort ist durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, wobei sich der Lidl-Markt zwar nicht in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage, jedoch in einer für die umliegende Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbaren Lage befindet. Der Markt verfügt – für die lokalen Gegebenheiten – über eine hohe Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld (vgl. Karte 5).

Aktuell konnte bezüglich der vorgenommenen Definition dieser Standortkategorie ein sog. Grundversorgungsstandort an der Eisenberger Straße (Lidl) identifiziert werden. Die beiden anderen Lebensmittelmärkte (Globus, Aldi) erfüllen zwar ebenfalls eine wichtige Grundversorgungsfunktion, sind aber im Standortverbund mit weiteren Handelsbetrieben verortet und nehmen eine breitere Versorgungsfunktion ein.

Grundsätzlich erfüllen Grundversorgungsstandorte nicht die beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch hinsichtlich ihrer integrierten Lage einen nicht unwesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel, dar. Demnach besitzen diese Standorte auch einen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.

Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren weitere Einzelhandelslagen, die als **Sonderlagen** bzw. Ergänzungsstandorte einzustufen sind. Diese Standorte besitzen insbesondere hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale von zentralen Versorgungsbereichen. Die Sonderstandorte sind durch eine Agglomeration größerer Einzelhandelsbetriebe – z.T. auch oberhalb der Großflächigkeit – an verkehrsgünstig erreichbaren Standorten geprägt, die auch ein gesamt- bzw. überörtliches Einzugsgebiet besitzen und somit größere Marktgebiete erschließen.

Die Betriebe in diesen Lagen sollten eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen und nicht in einer direkten Konkurrenzsituation zu dem zentralen Versorgungsbereich oder zu Grundversorgungsstandorten stehen. Dies ist maßgeblich von der Zentrenrelevanz der geführten Sortimente sowie deren qualitativer Ausprägung abhängig. Derzeit wurden in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz mit dem Holzlandcenter und dem Globus-Center zwei Sonderlagen identifiziert.

In Anlehnung an die vorstehenden Ausführungen stellt die folgende Karte das **Standortstrukturkonzept** für den Einzelhandel in dem funktionsteiligen Mittelzentrum Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz überblicksartig dar.

Karte 8: Zentren- und Standortkonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



- Einkaufsinnenstadt Hermsdorf (zVB)
- Grundversorgungsstandort
- Ortsmitte Bad Klosterlausnitz
- Sonderlage
- Solitärstandort

N
Kartengrundlage:
BKG 2020
Bearbeitung:
BBE Handelsberatung

Neben den prägenden Versorgungsstandorten sind Handelsbetriebe in Streu- bzw. Solitärlagen verortet. Hierbei handelt es sich überwiegend um kleinere Betriebe, die i.d.R. eine lokale Versorgungsfunktion für ihr jeweiliges räumliches Umfeld übernehmen. Mit Möbel Wenzel (Hermsdorf) und mit Küchen Hecht (Bad Klosterlausnitz) sind lediglich zwei großflächige Betriebe mit einer gesamt- und auch überörtlichen Versorgungsfunktion vorhanden.

Im Anschluss werden die Beschreibung und die Funktionszuweisung der einzelnen Versorgungsbereiche vorgenommen. Ebenso erfolgt eine räumliche Abgrenzung dieser Bereiche.

5.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hermsdorf)

Nachstehend wird eine Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs eingefügt. Des Weiteren wird die räumliche Abgrenzung dieses Bereiches vorgenommen, ebenso wie die Formulierung zukünftiger Entwicklungsziele.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hermsdorf)	
Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zentrale Lage im Hermsdorfer Stadtgebiet ▪ der Einkaufsbereich erstreckt sich über die traditionelle Hauptgeschäftslage in der Eisenberger Straße (zwischen Naumberger Straße und dem Bahngleiskörper) und umfasst auch das nördlich angrenzende Brückencenter ▪ nördlich des Brückencenters befindet sich eine Großwohnsiedlung, dadurch bereits hohes Nachfragepotenzial im fußläufigen Nahbereich
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anbindung über die westlich verlaufende Hauptdurchfahrtsstraße (L1070) ▪ aus südöstlicher Richtung (von der Autobahn A4 kommend) besteht eine Anbindung des Zentrums über die Geraer Straße ▪ gute Erreichbarkeit des Angebotsmagneten Brückencenter aus dem nordöstlich liegenden Bad Klosterlausnitz ▪ Eisenberger Straße ist verkehrsberuhigt, jedoch befahrbar, somit optimale Erreichbarkeit der einzelnen Geschäfte, auch durch direkt vorgelagerte Parkplätze
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ optimale ÖPNV-Anbindung, da sich Bahnhofpunkt und ZOB in unmittelbarer Nähe des Innenstadtzentrums befinden, es besteht eine direkte fußläufige Anbindung
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute Parkmöglichkeiten durch verschiedene Innenstadtparkplätze (kostenfrei) ▪ weitere Parkplätze in Randlage zur Eisenberger Straße ▪ betriebseigener und großzügig dimensionierter Parkplatz des Brückencenters (ca. 200 kostenfreie Parkplätze)
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernehmen modische Sortimente, Lebensmittel und Drogeriewaren, aber auch Zweiräder und Elektrowaren
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 6.770 m² Verkaufsfläche (rd. 21 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 34 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 44 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	<p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (3) Drogeriewaren/Gesundheit (2) Blumen/Pflanzen/Zoo (2) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (11) Bücher/Schreib-/Spielwaren (3) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (3) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (4) Optik/Uhren/Schmuck (3) Sonstiger Einzelhandel (2)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ großformatige Anbieter des Brückencenters (u.a. REWE, Rossmann, KIK, NKD, Ernstings Family, Deichmann, Radwelt/Cube Store) und Outdoorsports Outlet

Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, jedoch auch diverse Discountangebote vorhanden
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> 10 überregionale Filialisten belegen rd. 4.460 m² der Verkaufsfläche (rd. 66 % der innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche)
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> Finanzdienstleistungen, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungen, Büros, medizinische Versorgung aktuell bestehen in den Erdgeschosszonen und im Brückencenter 17 komplementäre Anbieter (v.a. Dienstleistungen/ Gastronomie)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Stadt Hermsdorf und umliegende kleinere Orte ohne nennenswerten Einzelhandelsbesatz
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des kurz- und des mittelfristigen Bedarfsbereichs funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Hermsdorf Versorgungsfunktion für das regionale Umfeld von Hermsdorf, insbesondere für kleinere Orte im direkten Umfeld
Räumliche Abgrenzung ⁶	
Städtebauliche Kurzbewertung	<p>Standortbereich Eisenberger Straße</p> <ul style="list-style-type: none"> in dem bandförmigen Geschäftsbereich besteht eine meist durchgehende heterogene Bebauung mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, der Einzelhandel ist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt keine durchgängige Schaufensterfront, wobei die Nutzung auch durch verschiedene Komplementäre erfolgt; meist jedoch Funktionsunterbrechungen durch Wohnnutzungen und vereinzelt Leerstand

63 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.

- der Handel belegt überwiegend kleinformatige Geschäftsflächen (ca. 45 m² je Geschäft – ohne Outdoorsports Outlet), was auf die kleinstrukturierte und kompakte innerörtliche Bebauung zurückzuführen ist
- die Bausubstanzen sind größtenteils saniert und in einem optisch guten Zustand
- positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung

Standortbereich Brückencenter

- der handelsseitige Angebotsschwerpunkt bezieht sich auf das Brückencenter (ca. 5.270 m²); ein Strip-Center mit einer innenliegenden Mall, beidseitig mit Magnetanbietern (REWE / Rossmann) ausgestattet
- das Brückencenter wurde in einem funktionalen Baustil errichtet und funktioniert als Einkaufszentrum; mit über 5.000 m² VK wird die „kritische Masse“ für ein entsprechendes Einkaufszentrum erreicht
- augenscheinlich guter baulicher Zustand des Centers
- hohe Frequentierung und Kundenakzeptanz des Brückencenters



Leerstand

- geringer Leerstand von lediglich 4 Gewerbeeinheiten, davon eine Ladenfläche (ca. 60 m²) im Brückencenter
- die leerstehenden Gewerbeflächen weisen eine durchschnittliche Ladengröße von lediglich ca. 50 m² je Geschäft auf und fallen damit für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein aus; Nutzung durch Dienstleistungsanbieter möglich

Potenzialflächen

- Nutzung von Leerstandsflächen, jedoch nur äußerst limitierte An siedlungsmöglichkeiten
- Bebauung der Potenzialflächen im Bereich Keramikerstraße/„Am weißen Haus“

Planungsrechtliche Situation

- für Brückencenter existiert ein Bebauungsplan („Holzplatz“ - 1. Änderung 2005)
- Ausweisung als Sonstiges Sondergebiet i.S.d. § 11 Abs. 2 BauNVO
- textliche Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung:
 - Zulässigkeit eines Lebensmittelmarktes mit max. 1.500 m² und eines Getränkemarktes mit max. 550 m²
 - Zulässigkeit von Fachgeschäften mit insgesamt 1.200 m², je Betriebseinheit max. 200 m²
 - Zulässigkeit von Fachmärkten mit zentrenrelevanten Sortimenten, je Betriebseinheit max. 600 m²
 - Zulässigkeit von Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, je Betriebseinheit max. 700 m²
- maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche: 5.800 m²
- Fazit: Der aktuelle Besatz des Brückencenters entspricht den textlichen Festsetzungen des Bebauungsplans.

Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich

Stärken

- funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Hermsdorf
- hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben
- zahlreiche Komplementärbetriebe, dadurch Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität der Innenstadt
- mit dem Brückencenter besteht ein Einzelhandelsmagnet, der verschiedene Ankerbetriebe beherbergt
- gute Parkplatzsituation (kostenfrei) im gesamten Innenstadtbereich
- optimale Anbindung der Innenstadt an den lokalen und den regionalen ÖPNV
- hohes Nachfragepotenzial im fußläufigen Nahbereich durch nördlich angrenzende Großwohnsiedlung

Schwächen

- Flächenanteil des Innenstadthandels an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche mit ca. 21 % relativ gering
- nachlassende Frequenz in der südlichen Eisenberger Straße (in Richtung Rathaus), wengleich hier mit Outdoorsport Outlet ein Magnetbetrieb ansässig ist
- relativ lange Geschäftslage von ca. 500 Metern
- geringe Ladengröße der Geschäfte in der Eisenberger Straße, niedrige Strahlkraft der hier befindlichen Anbieter
- keine größeren Potenzialflächen in der Eisenberger Straße, lediglich in Randlage dieses Bereiches
- Attraktivität des Innenstadthandels wird maßgeblich vom Brückencenter getragen, dadurch Abhängigkeit von der Attraktivität dieses Centers, das allein ca. 78 % der innerstädtischen Verkaufsfläche einnimmt
- geringer Gastronomieanteil in der Innenstadt

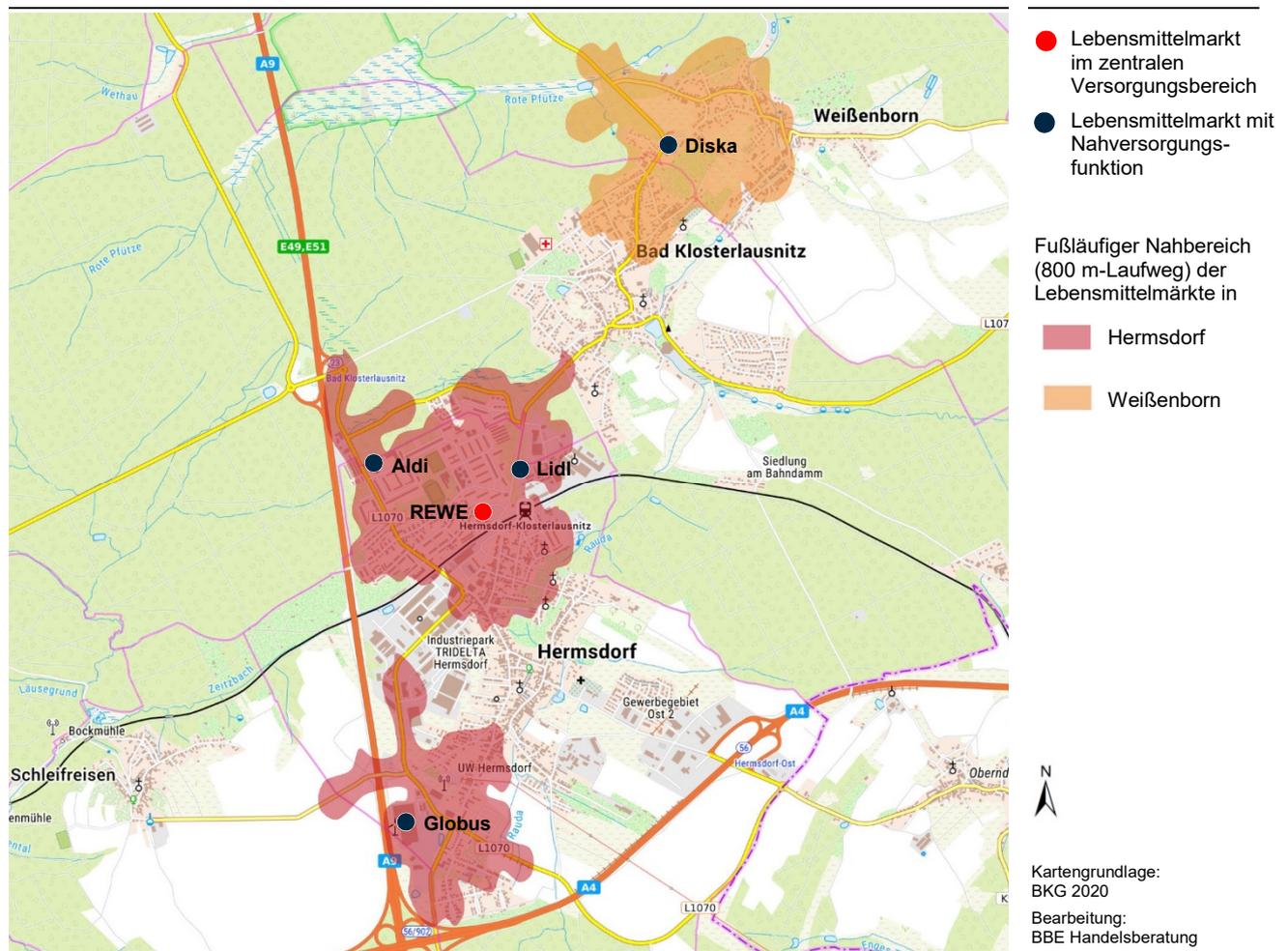
Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente, Stärkung der Handelszentralität, vor allem in den zentrenrelevanten Bedarfsbereichen
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots, insbesondere der Magnetbetriebe im Brückencenter
- gezielte quantitative und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots, wengleich bezüglich der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nur limitierte flächenseitige Entwicklungsmöglichkeiten bestehen, ggf. Nutzung der Potenzialflächen
- Lenkung von möglichen Ansiedlungsbegehren auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung, sofern baulich möglich), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern in der Eisenberger Straße zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben
- Sicherung und Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Innenstadt, insbesondere ist die Weiterentwicklung der Gastronomie wichtig
- Sicherung einer optimalen fußläufigen Verbindung zwischen dem Brückencenter und der Geschäftslage Eisenberger Straße
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit der Innenstadt, des guten Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Innenstadt) und der ÖPNV-Anbindung des zentralen Versorgungsbereiches

5.4.3. Grundversorgungsstandort Eisenberger Straße (Hermsdorf)

Mit der Ausweisung eines Grundversorgungsstandortes und von zwei Sonderlagen – ebenfalls mit wichtiger Grundversorgungsfunktion – wird nach der Definition des zentralen Versorgungsbereiches die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelslagen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz deutlich. Der bestehende Grundversorgungsstandort übernimmt in Bezug auf die handelsseitige Aufgabenzuweisung die Versorgung mit Lebensmitteln und leistet einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung im nördlichen Stadtgebiet von Hermsdorf.

Karte 9: Grundversorgungskonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



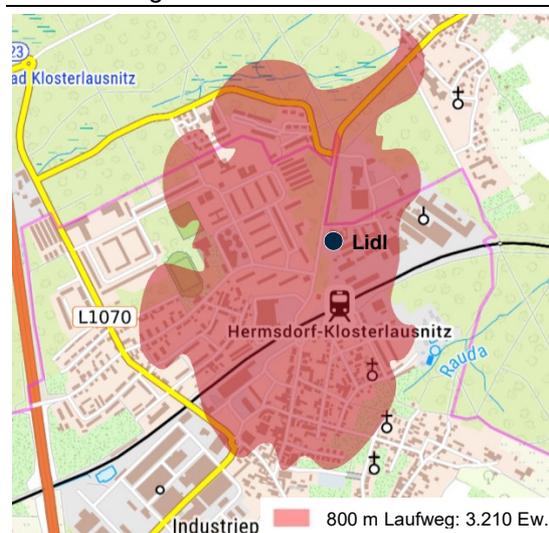
Neben dem Lidl-Markt an der Eisenberger Straße stellen auch die beiden Lebensmittelmärkte von Globus und von Aldi einen wesentlichen Bestandteil der Grundversorgung für Hermsdorf und Bad Klosterlausnitz dar. Eine Ausweisung als sog. Grundversorgungsstandort (vgl. Definition auf Seite 45/46) scheidet jedoch bei beiden Märkten aus, da der Handelsbestand nicht monofunktional auf die Lebensmittelversorgung fokussiert, sondern durch verschiedene weitere Anbieter geprägt ist. Somit sind diese Handelsstandorte als Sonder- bzw. Ergänzungslagen einzustufen.

In Bad Klosterlausnitz ist kein Grundversorgungsstandort vorhanden; die Lebensmittelversorgung erfolgt partiell durch den Diska-Markt in Weissenborn.

Standortprofil Grundversorgungsstandort Eisenberger Straße (Lidl)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ integrierter Standort im nördlichen Stadtgebiet direkt an der Eisenberger Straße, ca. 300 Meter vom Brückencenter (zentraler Versorgungsbereich) entfernt ▪ direkt nördlich des Lidl-Marktes verläuft die Gemarkungsgrenze zu Bad Klosterlausnitz ▪ Lidl liegt östlich eines Wohngebiets („Waldsiedlung“), die Eisenberger Straße stellt eine Trennung zu dem Wohnquartier dar
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ westliches Standortumfeld ist durch eine hoch verdichtete Wohnbebauung mit mehrgeschossigen Zeilenbauten geprägt ▪ nördliches, östliches und südliches Umfeld ist durch Gewerbebetriebe (Gewerbegebiet „An der Krümme“) belegt
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Eisenberger Straße, Zufahrten aus der Eisenberger Straße und der Industriestraße möglich ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit aus Bad Klosterlausnitz, da die Eisenberger Straße als Hauptverbindungsstraße von Hermsdorf nach Bad Klosterlausnitz fungiert ▪ fußläufige Erreichbarkeit aus dem westlich befindlichen Wohngebiet
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine direkte ÖPNV-Anbindung, knapp 400 Meter südlich befinden sich jedoch der Bahnhof und der ZOB
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ standortangepasste Parkplatzanlage (ca. 80 PP, kostenfrei), die sich konzeptkonform vor dem Markteingang bzw. zur Eisenberger Straße hin befindet
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 3.200 Personen im 800 Meter-Laufweg
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 1.100 m² VK / 1 Betrieb ▪ konzeptkonforme Flächengröße, wenngleich Lidl auch größere Filialen betreibt
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lidl
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein Leerstand
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundversorgungsfunktion für die westlich angrenzende Großwohnsiedlung ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da Lidl aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist ▪ Versorgungsfunktion auch für Bad Klosterlausnitz und für Gemeinden im Verflechtungsbereich von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Lage



Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bebauungsplan „Lidl - Eisenberger Straße“ (2018) ▪ Ausweisung als Sonstiges Sondergebiet i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO ▪ textliche Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung: Zulässigkeit eines großflächigen Lebensmittelmarktes mit max. 1.100 m² Verkaufsfläche, hiervon max. 10 % für nicht-nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante oder nicht-zentrenrelevante Sortimente ▪ Fazit: Der Lidl-Markt entspricht den textlichen Festsetzungen.
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots ▪ Beibehaltung der monofunktionalen Versorgungsfunktion ▪ sofern zukünftig notwendig, ist eine maßvolle Flächenerweiterung auf eine marktkonforme Flächengröße ggf. möglich, allerdings unter strikter Einhaltung des Beeinträchtigungsverbots des zentralen Versorgungsbereiches oder anderer wohnortnaher Lebensmittelmärkte

Quelle: Nexiga Basemaps, B-Plan „Lidl - Eisenberger Straße“; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

5.4.4. Sonderlagen (Hermsdorf)

Nachstehend wird eine Bewertung der beiden bestehenden Sonderlagen des Einzelhandels vorgenommen (vgl. Karte 8), die das Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich bzw. am dem Grundversorgungsstandort Eisenberger Straße ergänzen.

A. Standortprofil Sonderlage Holzlandcenter																					
Lage	<ul style="list-style-type: none"> nordwestliches Stadtgebiet direkt an der Gemarkungsgrenze zu Bad Klosterlausnitz, in Randlage der Waldsiedlung Lage unmittelbar an der Ortseingangsstraße aus Bad Klosterlausnitz und von der Autobahn (A9) kommend, im Kreuzungsbereich der Naumberger Straße und der Erich-Weinert-Straße, daher sehr gute und direkte Sichtachse zu diesen Verkehrsträgern 																				
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> südlich und östlich befinden sich mehrgeschossige Wohngebäude und wohngebietstypische Nutzungen (Kita, Schule, Sportstätten) westlich liegt ein Garagenkomplex, nordwestlich hat die Firma Küchen Hecht ihre Niederlassung; nördlich schließt sich ein Waldgebiet an 																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus Hermsdorf und den nördlich liegenden Gemeinden, da das Fachmarktzentrum direkt an einem innerörtlichen Hauptverkehrsträger (Naumberger Straße, als Landesstraße [L1070] ausgewiesen) lokalisiert ist fußläufige Erreichbarkeit aus der angrenzenden Waldsiedlung direkt möglich, wengleich sich der Fachmarktstandort in Randlage dieser Großwohnsiedlung befindet 																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> keine direkte ÖPNV-Anbindung, ca. 250 Meter südlich befindet sich jedoch eine Bushaltestelle 																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> standortangepasste Parkplatzanlage (knapp 130 PP, kostenfrei), die sich mittig zu den einzelnen Fachmärkten befindet 																				
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 3.400 Personen im 800 Meter-Laufweg 																				
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 1.660 m² VK / 5 Betriebe 																				
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branch</th> <th>Anzahl</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (2) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Branch	Anzahl	Lebensmittel/Reformwaren	2	Drogeriewaren/Gesundheit	0	Blumen/Pflanzen/Zoo	1	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1	Bücher/Schreib-/Spielwaren	0	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	1	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branch	Anzahl																				
Lebensmittel/Reformwaren	2																				
Drogeriewaren/Gesundheit	0																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	1																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	0																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	1																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> Aldi, Tedi, Huster Getränkemarkt 																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau 																				
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> Imbiss 																				
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ca. 600 m² (geschätzt) im nördlichen Teil der Fachmarktzeile 																				
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Grundversorgungsfunktion für die östlich liegende Großwohnsiedlung, Ergänzung durch sonstige Waren (Tedi) 																				

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da das Fachmarktzentrum aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist ▪ Versorgungsfunktion auch für Bad Klosterlausnitz und für Gemeinden im Verflechtungsbereich von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz
<p>Lage</p>	
<p>Planungsrechtliche Situation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vorhabenbezogener Bebauungsplan „Holzlandcenter“, 2. Änderung (2019) ▪ textliche Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung: <ul style="list-style-type: none"> - ein Lebensmittelmarkt mit max. 1.300 m² VK - ein Textilfachmarkt mit max. 250 m² VK - ein Schuhfachmarkt mit max. 400 m² VK - ein Drogeriemarkt mit max. 600 m² VK - ein Getränkemarkt mit max. 350 m² VK - eine Bäckerei mit max. 100 m² VK - eine Metzgerei mit max. 100 m² VK ▪ Die Verkaufsfläche des Non-Food-Bereiches darf in Summe eine Verkaufsfläche von 1.500 m² nicht überschreiten. ▪ maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche: 2.210 m² ▪ Fazit: Die aktuelle Nutzung (Tedi, Blumenshop) entspricht nicht den Festsetzungen des o.g. B-Plans. Durch den B-Plan sind lediglich der bestehende Aldi-Markt, der Huster-Getränkemarkt und der Textil-Shop abgedeckt.
<p>Entwicklungsziele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots ▪ Beibehaltung der Fokussierung des Angebots auf nahversorgungsrelevante Sortimente, vordringlich auf Lebensmittel; Ergänzung durch nicht-zentrenrelevante Sortimente wünschenswert ▪ sofern zukünftig notwendig, ist eine maßvolle Flächenerweiterung des Lebensmittelmarktes auf eine marktkonforme Flächengröße⁶⁴ zu prüfen, allerdings unter strikter Einhaltung des Beeinträchtigungsverbots des zentralen Versorgungsbereiches oder anderer wohnortnaher Lebensmittelmärkte
<p>Sonstiges</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Fachmarktzentrum befindet sich augenscheinlich in einem nicht-zeitgemäßen Zustand; insbesondere scheinen Modernisierungs- und Instandhaltungsinvestitionen an den Immobilien und der Parkplatzanlage notwendig.

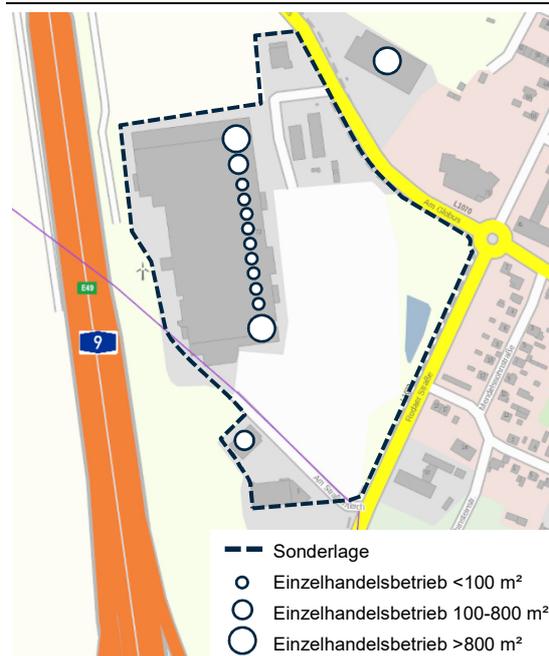
Kartengrundlage: GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Bebauungsplan Holzlandcenter; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

64 Die zulässige Verkaufsfläche von 1.300 m² stellt derzeit die maximale Fläche für einen Aldi-Markt dar.

B. Standortprofil Sonderlage Globus-Center

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ südwestliches Stadtgebiet, direkt an der Gemarkungsgrenze zur Gemeinde Schleifeisen ▪ Lage unmittelbar östlich der Autobahn A9, zu der ein Sichtachse besteht
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nördlich des Globus-Standortes befindet sich eine Freifläche; östlich sind zwei größere Immobilien (Möbelhaus, Berufsschulzentrum) vorhanden, in weiter östlicher Richtung sind Wohnsiedlungsbereiche vorzufinden ▪ südlich befinden sich vereinzelte Gewerbenutzungen, ferner schließt sich an die Rodaer Straße ein Kleinsiedlungsgebiet an ▪ östlich stellt die Autobahn A9 eine Zäsur des Standortbereiches dar
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit aus Hermsdorf und den Umlandgemeinden durch Lage im Kreuzungsbereich der Landesstraßen L1070/L1073 ▪ fußläufige Erreichbarkeit aus den östlich und südlich angrenzenden Wohnquartieren möglich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ direkte ÖPNV-Anbindung durch eine Bushaltestelle („Hermsdorf Globus“) am Globus-Markt
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ großzügig dimensionierte Parkplatzanlage (kostenfrei), direkt den Eingängen des SB-Warenhauses bzw. des Baumarktes vorgelagert
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 710 Personen im 800 Meter-Laufweg
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 18.050 m² VK / 13 Betriebe
Verkaufsflächenstruktur	<p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (4) Drogeriewaren/Gesundheit (1) Blumen/Pflanzen/Zoo (0) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (1) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2) Optik/Uhren/Schmuck (2) Sonstiger Einzelhandel (1)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Globus SB-Warenhaus, Globus Baumarkt
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ discountorientiertes bis teilweise mittleres Sortiments- und Preisniveau
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastronomie, Dienstleistungen (u.a. Friseur, Reisebüro, Finanzdienstleistungen) in der Globus-Mall ▪ Tankstelle und Reifencenter vor dem Globus-Baumarkt
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein Leerstand
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundversorgungsfunktion für das östlich liegende zentrale Stadtgebiet und eine südlich befindliche Kleinwohnsiedlung ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da das Globus-Center aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist und eine hohe Attraktivität besitzt ▪ Versorgungsfunktion auch für Bad Klosterlausnitz und für Gemeinden im Verflechtungsbereich von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz, beruhend auf der hohen Strahlkraft des SB-Warenhauses und des Baumarktes („Alleinstellungsmerkmal“ in der Region)

Lage



Planungsrechtliche Situation

- Es existiert ein Bebauungsplan aus dem Jahr 1992 mit Festsetzung eines Sondergebiets; die einzige flächenseitige Beschränkung besteht im Bereich Lebensmittel auf eine Verkaufsfläche von 3.000 m².
- Die realisierten und genehmigten Bestandsnutzungen innerhalb des Bebauungsplangebietes sind z.T. von den Festsetzungen nicht gedeckt. Ferner sind die Festsetzungen z.T. nicht rechtseindeutig.
- Anlässlich einer beabsichtigten Umplanung und Erweiterung von Globus beabsichtigt der Vorhabenträger die Anpassung des Bebauungsplans an die aktuelle Rechts- und Sachlage.
- Fazit: Es besteht ein erheblicher Überarbeitungsbedarf des Bebauungsplans, es ist eine 1. Änderung geplant.

Entwicklungsziele

- Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots
- Beibehaltung der Fokussierung der beiden Globus-Betriebe auf nahversorgungsrelevante und auf nicht-zentrenrelevante Sortimente, maßvolle Ergänzung durch Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit – unter Ausschluss von schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich – möglich

Sonstiges

- Südlich des Globus-Standortes befindet sich ein leerstehender Fachmarkt (vormals Zoo & Co), der jedoch auf dem Gebiet der Gemeinde Schleichreisen verortet ist.
- Nordöstlich liegt ein Möbelhaus, das zwar im Geltungsbereich des vorstehend genannten Bebauungsplans erfasst ist; jedoch bestehen zwischen beiden Handelsstandorten keine funktionalen Zusammenhänge (bspw. Kundenaustauschbeziehungen, Kopplungs-/ Synergieeffekte)

Kartengrundlage: GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Bebauungsplan Globus; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

5.4.5. Ortsmitte Bad Klosterlausnitz

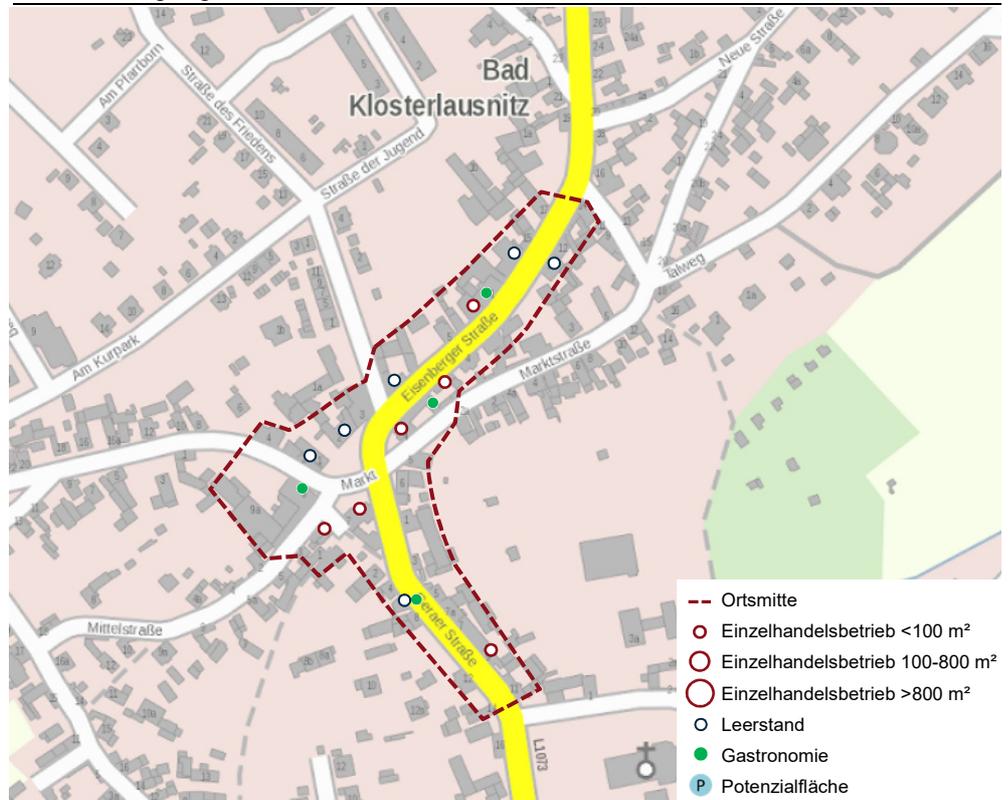
Die Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz erfüllt nicht die Maßgaben an einen zentralen Versorgungsbereich (vgl. Seite 44/45). Dennoch sollte in diesem Bereich möglichst eine Konzentration von Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben erfolgen, da dieser Bereich eine – wenn auch eingeschränkte – Versorgungsfunktion für die Einwohner von Bad Klosterlausnitz besitzt.

Standortprofil Ortsmitte Bad Klosterlausnitz											
Lage	<ul style="list-style-type: none"> zentrale Lage im Gemeindegebiet der Geschäftsbereich erstreckt sich um den Markt und umfasst die Anfangsbereiche der hier abgehenden Jenaer Straße, Eisenberger Straße und der Geraer Straße 										
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> gute verkehrliche Anbindung über die als Landesstraße (L1073) ausgewiesene Eisenberger Straße / Geraer Straße; über die Jenaer Straße besteht eine direkte Verbindung zur westlich verlaufenden Autobahn A9 gute fußläufige Erreichbarkeit durch die zentrale Lage innerhalb des Ortsgebietes, jedoch Erreichbarkeitshemmnisse durch topographische Höhenunterschiede im gesamten Gemeindegebiet 										
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> keine direkte ÖPNV-Anbindung, im weiteren Umfeld befinden sich Regionalbus-haltstellen 										
Parken	<ul style="list-style-type: none"> verschiedene Parkmöglichkeiten (kostenfrei) im Marktbereich, weitere straßenbegleitende Parkplätze im direkten Umfeld 										
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> eingeschränktes Handelsangebot, auf Grund der geringen Verkaufsfläche ist keine prägende Handelsbranche auszumachen 										
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> ca. 190 m² Verkaufsfläche (rd. 14 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche) 										
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> 6 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 50 % der gesamtörtlichen Handelsbetriebe) 										
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Verkaufsflächenstruktur (Anteil an Fläche)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (2) Drogeriewaren/Gesundheit (2) Blumen/Pflanzen/Zoo (0) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1) Bücher/Schreib-/Spielwaren (1) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0) Optik/Uhren/Schmuck (0) Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Branchen	Anteil	Bücher/Schreib-/Spielwaren	31%	Drogeriewaren/Gesundheit	29%	Lebensmittel/Reformwaren	24%	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	16%
Branchen	Anteil										
Bücher/Schreib-/Spielwaren	31%										
Drogeriewaren/Gesundheit	29%										
Lebensmittel/Reformwaren	24%										
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	16%										
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> keine Magnetbetriebe vorhanden 										
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> mittleres Sortiments- und Preisniveau 										
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> keine Filialisten ansässig 										
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> konsumnahe Dienstleistungen, Gastronomie/Hotellerie, Kultureinrichtung (Holzlandsaal), Verwaltung (Rathaus) aktuell sind knapp 10 komplementäre Angebote vorzufinden 										
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Ausstrahlung nur auf das Gemeindegebiet und auf die nordöstlich angrenzenden Gemeinde Weißenborn 										

Einzelhandelsfunktion

- eingeschränkte Versorgungsfunktion durch geringen Handelsbesatz
- die Versorgung ist auf vereinzelt Branchen beschränkt

Räumliche Abgrenzung



Städtebauliche Kurzbewertung

- in dem Bereich um den Markt besteht eine kleinteilige Bebauung mit meist zweigeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, die wenigen Handelsbetriebe sind in den Erdgeschosszonen etabliert
- keine durchgängige Schaufensterfront, da ein großer Teil der Immobilien durch Wohnnutzungen belegt ist und Gewerbeflächen leer stehen
- der Handel belegt nur kleinformige Geschäftsflächen, die durchschnittliche Geschäftsgröße liegt nur bei knapp über 30 m² je Geschäft
- die Bausubstanzen sind größtenteils saniert und in einem optisch guten Zustand, wenngleich auch verschiedene sanierungsbedürftige Immobilien vorhanden sind
- attraktive Möblierung und Bepflasterung des Marktbereiches
- der Bereich unterliegt einer hohen Fahrzeugfrequenz, dadurch eingeschränkte Aufenthaltsqualität



Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstand von 6 Gewerbeeinheiten ▪ die leerstehenden Ladenflächen weisen eine sehr geringe Ladengröße auf und fallen damit für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein aus; die Nutzung erscheint lediglich durch Dienstleistungsanbieter möglich, somit bestehen geringe Weiterentwicklungsmöglichkeiten für den Handel
Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine größeren Potenzialflächen zur Bebauung vorhanden
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung der bestehenden Handelsbetriebe ▪ Ansiedlung von weiteren Handelsbetrieben, wenngleich auf Grund des geringen Flächenangebots und der limitierten Nachfrage nur wenige Möglichkeiten zur Akquisition von neuen Betrieben bestehen ▪ verstärkte Ausrichtung des Geschäftsbereiches auf Gastronomie/Hotellerie ▪ Optimierung der Anbindung an den nordwestlich liegenden Kurbereich bzw. die hier vorhandenen Kliniken ▪ Förderung der Verlagerung von Dienstleistungs- und sonstigen Gewerbebetrieben in den Marktbereich ▪ Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit und des kostenfreien Parkplatzangebots, optimal wäre ein ÖPNV-Haltepunkt ▪ wünschenswert wäre die Entwicklung dieses Bereiches hin zu einem zentralen Versorgungsbereich

Kartengrundlage: GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1); BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

5.5. Sortimentskonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

5.5.1. Begriffsdefinition

Eine Sortimentsliste stellt einen wesentlichen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzepts dar und ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Zur Steuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Festlegung von zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erforderlich.

Nachfolgender **Kriterienkatalog** dient zur Unterscheidung von zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Abbildung 19: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

zentrenrelevante Sortimente

- geringer spezifischer Flächenanspruch, räumliche Integration dieser Betriebe ist grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche möglich
- meist hohe Flächenproduktivität
- hohe Ausstrahlungskraft
- überwiegend leichter bzw. problemloser Abtransport, ein Kfz ist i.d.R. nicht notwendig
- häufige Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen und meist in Abhängigkeit von anderen Frequenzbringern
- lösen positive Agglomerations- bzw. Verdichtungseffekte aus
- prägen durch ihr Vorhandensein bereits die städtebaulich-funktionale Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig

nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Angebot dieser Waren erfolgt auf Grund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten
- zum Warenabtransport wird überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigt
- keine Eignung für zentrale Lagen, da hoher Flächenbedarf
- niedrige Flächenproduktivität
- erzeugen eine eigene Besucherfrequenz und werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe Kopplungen mit anderen Aktivitäten
- keine prägende Funktion für zentrale Innenstadtlagen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Zentrenrelevante Sortimente tragen maßgeblich zur Attraktivität städtebaulich integrierter Versorgungszentren bei und können positive Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auslösen. Die Sortimente können dabei im Verbund eine hohe Ausstrahlungskraft induzieren, was sich positiv auf die Besucherfrequenzen auswirkt. Diese Sortimente sind ferner durch einen meist geringen Flächenanspruch geprägt und lassen sich i.d.R. in bestehende innerörtliche Bebauungsstrukturen integrieren. Zentrenrelevante Sortimente sind i.d.R. bereits in zentralen Versorgungsbereichen etabliert und prägen städtebaulich-funktional die Bestandsstruktur.

Für die Stärkung der innerstädtischen Versorgung und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Hermsdorf gilt es, diejenigen Sortimente im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren, die maßgeblich der Nutzungsvielfalt und der Attraktivität dieses Bereiches dienen. Ferner sollten diese Sorti-

mente ebenfalls in der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz angesiedelt werden, obwohl dieser Bereich (derzeit) keinen – im Sinne der Rechtsprechung – zentralen Versorgungsbereich darstellt.

Zu der Sortimentsgruppe der zentrenrelevanten Sortimente zählen auch die sog. **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, die überwiegend der kurzfristigen bzw. periodischen Grundversorgung dienen (v.a. Lebensmittel) und durch eine häufige Konsumentennachfrage gekennzeichnet sind. Auf diese Warengruppen treffen auch die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Da in innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen meist großformatigen Anbietern nicht gegeben sind, sollte eine Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen und möglichst engmaschigen Bedarfsabdeckung möglich sein.

Eine Ansiedlung außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches könnte erfolgen, wenn die jeweilige Lage der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dient, der Standort städtebaulich integriert ist und die Größe des geplanten Vorhabens dem zu versorgenden Einzugsbereich entspricht. Ferner müssen schädliche Auswirkungen auf den Angebotsbesatz in zentralen Versorgungsbereichen weitgehend ausgeschlossen werden.

Die sog. **nicht-zentrenrelevanten Sortimente** besitzen i.d.R. hohe Flächenansprüche, die in zentralen Versorgungsbereichen meist nicht darstellbar sind. Bei diesen Sortimenten handelt es sich um Waren, die zentrale Versorgungsbereiche nicht prägen und hier i.d.R. bezüglich ihrer Größe und Beschaffenheit nicht angeboten werden können. Somit besitzt diese Sortimentsgruppe für die Attraktivität von zentralen Versorgungsbereichen eine untergeordnete Bedeutung. Ferner ist zum Abtransport dieser meist großvolumigen Waren ein Kfz erforderlich.

Grundsätzlich sollte eine Ansiedlung dieser Sortimentsgruppe an einem städtebaulich integrierten Standort, idealerweise in innerstädtischer Randlage oder in einer bestehenden Sonderlage erfolgen. Hierbei ist die Nachnutzung von bestehenden Gewerbestandorten bzw. die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsstandorten zu präferieren (Prinzip „Nachnutzung vor Neuinanspruchnahme von Flächen“).

Bei der Definition ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.⁶⁵ Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

Die nachfolgende Herleitung der Sortimentsliste erfolgt auf Grundlage des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz. Dabei sind insbesondere die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentspezifische Bestand von Anbietern in dem zentralen Versorgungsbereich in Hermsdorf wichtig. Ferner wird bei der Einstufung der Zentrenrelevanz auch beachtet, dass einzelne Sortimente möglicherweise untereinander wichtige Kopplungen und Synergien auslösen und so – auch bei einem derzeitigen Nichtvorhandensein im zentralen Versorgungsbereich – perspektivisch hier angesiedelt werden sollten.

Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann daher Sortimente – auch wenn diese in einem zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.⁶⁶ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

65 vgl. Urteile OVG Nordrhein-Westfalen [7A D 92/.NE] vom 03.06.2002, VGH Baden-Württemberg [8 S 1848/04] vom 02.05.2005.
66 vgl. Urteile BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004, VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

5.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Hermsdorf bzw. auch in der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz zu etablieren. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig maßgeblich auf den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich beschränkt werden.

Ferner stellt die Hermsdorfer- / Bad Klosterlausnitzer Sortimentsliste ein möglicherweise wichtiges Element für die Festlegung von sog. **Randsortimenten** bei der Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (bspw. Möbelanbietern, Bau- und Gartenmärkten) dar. Durch eine exakte Definition der Randsortimente nach Warengruppen und deren flächenmäßige Eingrenzung in Bebauungsplänen kann dem Zentrenkonzept der beiden Orte Rechnung getragen werden. Nicht nur bei der Festsetzung der Randsortimente, auch im Rahmen von Bebauungsplänen für den großflächigen Einzelhandel kann die Sortimentsliste dazu dienen, zulässige oder ausgeschlossene Sortimente (Positiv-/Negativliste) zu definieren.

Der Erstellung der **Sortimentsliste** für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Seite 66/67) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Hermsdorf und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 5.4.2).

Bei fast allen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente ist in dem zentralen Versorgungsbereich bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 4). Diese Sortimentsliste wird ebenfalls auf Bad Klosterlausnitz übertragen, da die Ansiedlung dieser innenstadtrelevanten Sortimente auch hier in der Ortsmitte städtebaulich wünschenswert ist.

Von den Branchen, die aktuell nicht in dem zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weisen zwei Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 19) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 15) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** im zentralen Versorgungsbereich in Hermsdorf – als zentrenrelevant definiert. Hierbei handelt es sich um die Sortimente

- Antiquitäten, Kunstgegenstände und
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger

Bezüglich der genannten Branchen ist zu konstatieren, dass sich diese Sortimente in bestehenden kleinformigen Leerständen in der Hermsdorfer Innenstadt ansiedeln lassen. Demnach bestehen in dem zentralen Versorgungsbereich in diesen Sortimenten realistische Ansiedlungschancen, die auch dem Flächenanspruch dieser Branche gerecht werden.

Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Sollte möglicherweise eine Warengruppe nicht in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter dem Punkt 5.5.1 vorzunehmen.

Abbildung 20: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz
Teil I

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ⁶⁷	
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	47.73	Apotheken
▪ Blumen, Zimmerpflanzen	aus 47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, nur: Blumen
▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	47.75	EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
▪ Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	aus 47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere
▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	47.2	EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
▪ Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	EH mit Zeitschriften und Zeitungen
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände	47.79.1	EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen
▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	47.78.1	Augenoptiker
▪ Bücher	47.61	EH mit Büchern
▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör	47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
▪ Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten
▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
▪ Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	47.59.2 47.59.9	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Haushaltstextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche), Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen
▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
▪ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	47.59.3 47.42	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien EH mit bespielten Ton- und Bildträgern
▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung	47.71	EH mit Bekleidung

▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
▪ Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
▪ Schuhe	47.72.1	EH mit Schuhen
▪ Spielwaren, Bastelartikel	47.65	EH mit Spielwaren
▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	47.64.2 aus 47.78.9	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition
▪ Uhren, Schmuck	47.77	EH mit Uhren und Schmuck
▪ Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton- und Bildträger, Telekommunikationsgeräte	47.43 47.63 47.42	EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik EH mit bespielten Ton- und Bildträgern EH mit Telekommunikationsgeräten
▪ Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Teil II

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer /	Bezeichnung nach WZ 2008
▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör	45.32 45.40	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
▪ Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen)	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
▪ Boote, Zubehör	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten	47.53 aus 47.52.3	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel	47.76.1 47.52.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren
▪ Leuchten, Lampen	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Bettwaren (u.a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)	47.59.1 aus 47.51	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

5.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 15) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz definiert. Hiermit wird eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt. Die Ansiedlungsgrundsätze sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich in Hermsdorf, der Ortsmitte in Bad Klosterlausnitz, dem Grundversorgungsstandort Eisenberger Straße und den beiden Sonderlagen in Hermsdorf abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich von Hermsdorf und in die Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich in Hermsdorf besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in diesem zentralen Versorgungsbereich anzusiedeln sind. So kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Stadtgebiet entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.

Das Hermsdorfer Zentrum sollte zum flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung der Hermsdorfer Innenstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 5.5.2).

Um die Attraktivität der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz zu verbessern, ist die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten – unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit – auch hier möglich und wünschenswert.

II. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in den zentralen Versorgungsbereich von Hermsdorf und in die Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Grundversorgung auch an Grundversorgungsstandorte und in Sonderlagen

Die Hermsdorfer Innenstadt soll perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen.

Um die Grundversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (im Randsortiment) möglichst engmaschig und auch für nicht-mobile Bevölkerungsteile fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu dem zentralen Versorgungsbereich von Hermsdorf die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel auch in der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz sowie an integrierten Standorten in beiden Orten möglich. In Hermsdorf sind hierfür insbesondere der bestehende Grundversorgungsstandort Eisenberger Straße und die beiden bestehenden Sonderlagen prädestiniert.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Hermsdorf und der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz können ausnahmsweise Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels jedoch nur angesiedelt werden, wenn für diese Anbieter nachweislich im zentralen Versorgungsbereich von Hermsdorf und in der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz keine Flächenkapazitäten bestehen oder hier bereits ein gleichartiges Angebot vorhanden ist.

Die Neuansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist auf städtebaulich integrierte Standorte⁶⁸ in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz zu lenken. Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln müssen diese Vorhaben überwiegend der Grundversorgung⁶⁹ dienen und eine standortgerechte Dimensionierung besitzen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Hermsdorfer / Bad Klosterlausnitzer Liste“) darf nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung wohnt.⁷⁰ Grundsätzlich muss ein Ansiedlungsvorhaben den im Landesentwicklungsplan Thüringen⁷¹ formulierten Zielen (u.a. Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot, vgl. Ausführungen unter Punkt 2) entsprechen. Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen.

Die in dem vorstehenden Abschnitt formulierten Anforderungen treffen auch bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche von Bestandsbetrieben des Lebensmitteleinzelhandels zu.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in bestehenden Sonderlagen

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des innerstädtischen Handels. In der Innenstadt ist die Aufnahmefähigkeit begrenzt, da diese Anbieter für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben, hohe Lieferverkehre erzeugen und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung an verkehrsgünstigen bzw. autokundenorientierten Standorten in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz prinzipiell zulässig, wobei eine Entwicklung – je nach Ansiedlungsvorhaben – in den beiden bestehenden Sonderlagen zu präferieren ist.

Bei einer möglichen Ansiedlung oder Verlagerung sollte eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten angestrebt werden. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplatz) gemeinsam genutzt werden können. Grundsätzlich ist zu empfehlen, dass eine Entwicklung dieses Sortiments – sofern möglich – an einem integrierten und möglichst innenstadtnahen Standort erfolgt.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten können bei Flächenverfügbarkeit auch in den zentralen Versorgungsbereich oder in Randlage hierzu angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lage erfolgt.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist grundsätzlich zulässig, sofern diese langfristig der Standortsicherung dient.

68 Ein Standort ist im Sinne des Zentrenkonzeptes als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser in zentraler und für einen Großteil der lokalen Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbaren Lage befindet, an einem siedlungsintegrierten Standort verortet ist, über eine gute verkehrliche Anbindung (Straße, Fuß- und ggf. Radweg) verfügt, im Umfeld einen ortsüblichen ÖPNV-Anschluss besitzt, sich räumlich in die örtliche Einzelhandelsstruktur integriert (Einbindung in vorhandene Einzelhandelsstrukturen) und ein hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial (in Abhängigkeit der Wohnsiedlungsstrukturen) in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

69 Unter Grundversorgung wird i.S.d. LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 bis 2.6.4.

70 Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten (z.B. die deutlichen topografischen Höhenunterschiede innerhalb des Gemeindegebietes von Bad Klosterlausnitz) berücksichtigt werden müssen.

71 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Punkt 2.6.

IV. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur begrenzt zulässig

In der Regel führen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment meist Randsortimente, die als zentrenrelevant einzustufen sind. Im Gegensatz zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten können von diesen Ergänzungs- bzw. Randsortimenten ggf. negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen.

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.⁷² Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich darstellen.

Um den zentralen Versorgungsbereich vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sind die zentrenrelevanten Randsortimente auf rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche des jeweiligen Betriebes zu begrenzen. Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen Bezug zum Kernsortiment haben.⁷³

Prinzipiell ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen.

⁷² Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Baumärkten oder in Möbelhäusern zu nennen.

⁷³ Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998.

5.7. Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Hermsdorf und der Gemeinde Bad Klosterlausnitz wird empfohlen, die in dem Zentrenkonzept beschriebenen Zielstellungen als Chance für eine vorteilhafte Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu betrachten und eine konsequente, fachlich sinnvolle Umsetzung zu verfolgen.

Dem informellen Zentrenkonzept selbst kommt keine Außenverbindlichkeit zu. Als Grundlage insbesondere folgender kommunaler und privatwirtschaftlicher Entscheidungen hat es jedoch eine **wichtige Bedeutung**:

- Verankerung des informellen Konzepts auf der Ebene der Flächennutzungsplanung,
- Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen zur Vermeidung von konzeptwidrigen Entwicklungen,
- Einleitung eines Bebauungsplanverfahrens anlässlich von beantragten konzeptkonformen und auch konzeptwidrigen Einzelhandelsvorhaben,
- Nutzung als Grundlage zur Beurteilung von beantragten Einzelhandelsvorhaben im Rahmen des gemeindlichen Einvernehmens nach § 36 BauGB i.V.m. § 34 Abs. 3 BauGB sowie im Rahmen der Abstimmung von Einzelhandelsgroßprojekten gemäß § 2 Abs. 2 BauGB, die in Nachbargemeinden realisiert werden,
- Nutzung als Handlungsgrundlage und Steuerungsinstrument bei Verkäufen kommunaler Grundstücke oder beim Erwerb von Grundstücken,
- Orientierung von Vorhabenträgern, Investoren und Handelsbetrieben, gerade bei geplanten Investitionsentscheidungen.

Nachstehend werden einzelne Maßnahmen bzw. Handlungsanleitungen zur **Umsetzung des Zentrenkonzeptes** im Rahmen der Bauleitplanung erläutert:

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder an städtebaulich unerwünschten Standorten mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potenziellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB).

Insbesondere sollten Standorte geprüft werden, die möglicherweise für leistungsstarke und expansive Einzelhandelsbetriebe (v.a. Non-Food-Fachmärkte) mit zentrenrelevantem Kernsortiment interessant sind. Eine Grundlage für die Einschätzung sind üblicherweise die Ansiedlungsprofile der gängigen Fachmarktbetreiber.

Vor diesem Hintergrund kommen beispielsweise Teilbereiche entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen, wie z.B. der Geraer Straße (nur südöstlicher Bereich) oder dem südlichen Bereich der Landesstraße L1070 in Hermsdorf in Frage. Für solche potenziellen Standorte ist die Notwendigkeit zu prüfen, Bebauungspläne mit dem Ziel aufzustellen, nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um den Erhalt des zentralen Versorgungsbereiches – auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden – zu sichern.

Ferner sollte auch in Gewerbegebieten – insbesondere bei Neuausweisungen – von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe vorzuhalten.

Gewerbegebiete besitzen i.d.R. eine höhere Flächenverfügbarkeit bei günstigeren Grundstückspreisen und bedingen geringere Entwicklungs- und Erstellungskosten einer Einzelhandelsimmobilie als städtebaulich integrierte (Innenstadt-)Standorte. Auf Grund der Pkw-Erreichbarkeit und der Agglomerations-effekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

Selbige Einschätzung trifft auch für die vorstehend benannten Standorte an Einfall- bzw. Hauptverkehrsstraßen zu, da diese i.d.R. eine gute Pkw-Erreichbarkeit und eine hervorragende Fernwirkung bzw. Einsehbarkeit besitzen. Diese Ansiedlungen in Solitärlagen führen ebenfalls zu einer Zersiedlung des Einzelhandelsangebots und sind für nicht-mobile Bevölkerungsteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich ebenfalls der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Einfache Bebauungspläne können dabei für den gesamten Innenbereich oder für Teile des Innenbereiches aufgestellt werden, wobei grundsätzlich nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit der Aufstellung eines Bebauungsplanes besteht (bspw. bei Wohngebieten).

2. Bestehende Bebauungspläne sollten daraufhin geprüft werden, inwieweit eine Ausweitung oder Umnutzung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sollten rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine weitere Verkaufsflächenerhöhung mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.

Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist dabei grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.⁷⁴

Die bestehenden Bebauungspläne für Handelslagen – Ausnahme Globus – zeigen, dass grundsätzlich bereits eine Flächenbegrenzung in den Bebauungsplänen enthalten ist. Demnach ist ein weiterer Flächenaufwuchs an bereits überplanten Standorten – über das festgesetzte Maß hinaus – nicht möglich.

Die Festsetzungen in dem Bebauungsplan des Globus-Areals aus dem Jahr 1992 sind z.T. nicht rechtseindeutig. Ferner sind die realisierten und genehmigten Bestandsnutzungen innerhalb des Bebauungsplangebietes teilweise von den Festsetzungen nicht gedeckt. Daher ist eine Anpassung des Bebauungsplans an die aktuelle Rechts- und Sachlage umzusetzen.

3. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Zentrenkonzept entgegenstehen. Eine Konzeptwidrigkeit liegt dabei – auch bei Fehlen von Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB – vor, wenn der in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB verankerte Entwicklungsaspekt nicht eingehalten wird bzw. das Vorhaben nicht den Entwicklungsleitlinien des Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.
4. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sollten diese Gebiete mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Dies trifft beispielsweise für den Möbelanbieter an der Straße „An der Autobahn“ (Bad Klosterlausnitz) zu.

Der Bebauungsplan kann nach § 9 Abs. 2a BauGB als einfacher Bebauungsplan i.S.d. § 30 Abs. 3 BauGB aufgestellt werden. Bei diesem kann die zulässige Art der Nutzung nicht durch Festsetzung eines Baugebiets bestimmt werden, ebenso soll es keine weitergehenden Regelungen zum Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, geben. Einzig bestimmte Arten von Nutzungen – nämlich Einzelhandelsbetriebe – sollen hinsichtlich ihrer zulässigen Größenordnungen und Sortimente reglementiert werden. Für die gewählte Verfahrensform muss der Geltungsbereich des Bebauungsplanes Teil eines im Zusammenhang bebauten Ortsteils im Sinne des § 34 BauGB sein.

⁷⁴ vgl. Urteil BVerwG vom 26.03.2009 (4 C 21.07): „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in Zentren bisher nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen den Zentren zuzuführen, um deren Attraktivität zu steigern oder zu erhalten.“

Die Festsetzungen des Bebauungsplanes müssen (auch) der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen, hierunter fällt das Hermsdorfer Hauptgeschäftszentrum. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Zentrenkonzeptes dienen; seine Festsetzungen erfolgen zur Erhaltung und Entwicklung des in dem Konzept definierten zentralen Versorgungsbereiches.

5. Das Zentrenkonzept ist als Grundlage für die Flächennutzungsplanung des gemeinsamen Mittelzentrums Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz zu sehen. Der zentrale Versorgungsbereich, der i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden kann, ist in dem Konzept – auch in seiner räumlichen Ausdehnung – eindeutig enthalten und somit für eine Übernahme geeignet.
6. Das vorliegende Zentrenkonzept ist nach dem Ratsbeschluss der beiden Kommunen als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten.
7. Die Steuerung des Einzelhandels kann über die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile (§ 34 BauGB) nach § 9 Abs. 2a BauGB erfolgen. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Er unterscheidet sich somit von Bebauungsplänen, welche Festsetzungen nach § 9 Abs. 1 BauGB enthalten.

Ein Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf ein städtebauliches Entwicklungskonzept, da „... insbesondere ein [...] städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen [ist], das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.

Es wird deutlich, dass die Aufstellung eines Zentrenkonzeptes Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Einzelhandelssteuerung können aus der Zentrenkonzeption abgeleitet werden. Das Zentrenkonzept definiert dabei den zentralen Versorgungsbereich und liefert Maßstäbe und Ansätze, auf welche Weise dieser Versorgungsbereich zu schützen sind und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

Im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB können – anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB – auch noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche geschützt werden, die in einer Einzelhandelskonzeption ausgewiesen werden können. In Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz ist jedoch kein derartiger zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich geplant bzw. in Ansätzen bereits vorhanden.⁷⁵

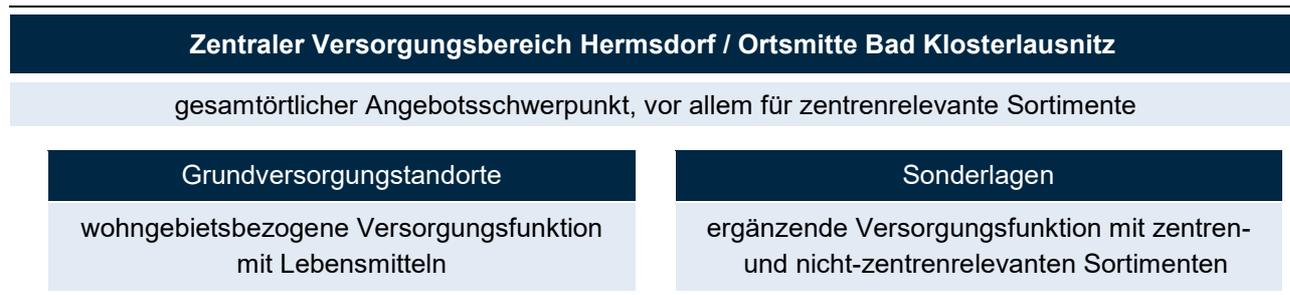
⁷⁵ Unter städtebaulichen Aspekten wäre ein solcher Versorgungsbereich in der Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz wünschenswert. Die Entwicklung dieses Bereiches hin zu einem zentralen Versorgungsbereich ist jedoch auf Grund der Standortgegebenheiten nicht darstellbar (vgl. Ausführungen auf Seite 44/45).

6. Schlussbemerkung

Die Stadt Hermsdorf besitzt hinsichtlich ihres Einzelhandelsbestandes und der räumlichen Verteilung eine gut entwickelte Handelsstruktur. Aktuell ist der innerstädtische Einzelhandelsbesatz bereits gut ausgeprägt, wenngleich dessen flächenseitiger Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche noch zu gering ausfällt. In Bad Klosterlausnitz ist dagegen – insbesondere durch die Ortsgröße bedingt – ein geringer Handelsbesatz vorzufinden; in der Ortsmitte sind nur wenige Handelsbetriebe angesiedelt.

Grundsätzlich sollte der zentrale Versorgungsbereich in Hermsdorf als umfassender und multifunktionaler Angebotsschwerpunkt weiter ausgebildet werden. Somit kann ein wichtiger Beitrag für den Erhalt, die Stabilisierung und den Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz geleistet werden. Ferner ist die Ortsmitte von Bad Klosterlausnitz als lokaler Angebotsschwerpunkt zu stabilisieren. Neben der weiteren Entwicklung der beiden Ortskerne ist die Sicherung der Grundversorgung mit Lebensmitteln insbesondere an integrierten Standorten und in bestehenden Sonderlagen von wesentlicher Bedeutung. Die Zentren- und Standortgliederung für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, welche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte verdeutlicht.

Abbildung 21: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz diskutiert und abgestimmt. Das Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und der Zentrenentwicklung gedacht und wird durch den Beschluss des Hermsdorfer Stadtrats bzw. des Gemeinderats von Bad Klosterlausnitz für die Verwaltung bindend. Zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes wird der Beschluss der

- Entwicklungsgrundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Handels,
- des Versorgungsstandorte des Handels und deren Funktionszuweisung und
- der „Hermsdorfer- / Bad Klosterlausnitzer Liste“ zur Sortimentsdefinition

empfohlen.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Mathias Vlcek
Projektleiter

i.V. Ute Menrath

Erfurt, 14. September 2020

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots

Der gesamte Einzelhandel in Hermsdorf und in Bad Klosterlausnitz wurde im Juli 2020 im Rahmen der Erstellung der Zentrenkonzeption erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine aktuelle Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Apotheken, Nahrungsmittelhandwerker). Die Betriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt. Es wurde eine sortimentsgenaue Erhebung in jedem Handelsbetrieb durchgeführt.

Es wurden folgende Maßgaben bzw. Einteilungskriterien bei der Einzelhandelserhebung berücksichtigt:

- Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Hermsdorf und in Bad Klosterlausnitz durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.
- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit großen Randsortimentsabteilungen (bspw. SB-Warenhäuser) und für Mehrbranchenanbieter (bspw. Multisortimentsmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.⁷⁶

Die umseitig eingefügte Tabelle stellt die erhobenen Branchen und die Einteilung nach der überwiegenden Häufigkeit der Nachfrage dar:

⁷⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, vgl. Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

Nr.	Branchen bzw. Warengruppen	Bedarfshäufigkeit
1	Lebensmittel (inkl. Back- & Konditoreiwaren, Fleischwaren, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren)	kurzfristig
2	Apotheken	
3	Drogerie/Parfümerie	
4	Blumen	
5	Oberkleidung/Textilien/Wäsche (Damen/Herren/Kinder)	mittelfristig
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	
7	Sportartikel/-bekleidung/-schuhe/-geräte/Camping/Angler-/Jagdbedarf	
8	Schuhe/Lederwaren	
9	Sanitätswaren/-bedarf /medizinische und orthopädische Artikel/Hörgeräte	
10	Bücher (inkl. Zeitungen/Zeitschriften)	
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	langfristig
12	Spielwaren (inkl. Hobby- /Bastelbedarf, Musikinstrumente/ Musikalien)	
13	Zoobedarf/Tiernahrung	
14	Möbel/Antiquitäten (inkl. Küchen- und Matratzenstudios)	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Eisenwaren/ Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung	
16	Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	
17	Elektrogeräte/Leuchten/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	
18	Optik	
19	Uhren/Schmuck	
20	Fahrräder/Fahrradzubehör	
21	Autoteile/-zubehör	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen

Ambulanter Handel

- Nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten.
- Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst.

Cash & Carry (C&C)

- Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden, meist zur Selbstabholung.
- Betrieb umfasst neben einem umfangreichen Lebensmittelangebot eine zusätzliche Non-Food-Abteilung.

Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C.

Einkaufspassage

- Geschlossene bauliche Ladeneinheit, meist mit verschiedenen Einzelhandelsgeschäften, Ergänzung durch Dienstleistungsbetriebe und Gastronomieanbieter möglich.
- Kein vollumfängliches Einzelhandelsangebot und begrenzte Gesamtverkaufsfläche.
- Standorte sind meist Citylagen oder Lagen in Nebengeschäftszentren.

Einkaufszentrum

- Großflächige räumliche Konzentration zahlreicher Einzelhandelsgeschäfte verschiedener Branchen sowie Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch diverse Gastronomie- und Dienstleistungsanbieter.
- Die Anbieter befinden sich in einer baulichen Einheit, oft mehrgeschossig.
- Das Einkaufszentrum ist durch einen oder mehrere Magnet- oder Ankermieter (Kauf-/Warenhaus, Fach-/Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus) geprägt.
- Großes Angebot an Kundenparkplätzen.
- Einheitliches Marketing, zentrale Verwaltung und Management.

Fachgeschäft

- Branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen.
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen.
- Hohe Sortimentstiefe.
- Umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip.

Fachmarkt

- Spezialisierter, oft großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment mit discountorientierter Preispolitik.
- Dominanz des Selbstbedienungsprinzips, aber auch teilweise mit Beratung und Service, häufig knappe Personalbesetzung.
- Lage vorwiegend außerhalb zentraler Einkaufsbereiche.
- Gute Pkw-Erreichbarkeit, vorwiegend an Ausfallstraßen oder in Gewerbe- und Sondergebieten gelegen.

Beispiele: KIK, Takko, Deichmann, Reno, Spielmax, Media-Markt, Medimax, Fressnapf, Zoo & Co.

Fachmarktzentrum/Fachmarkttagglomeration

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen.
- Oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/Discounter/Supermarkt.
- Dezentrale bzw. periphere Lage bei sehr guter Erreichbarkeit.
- Großes Angebot an Kundenparkplätzen.

Factory Outlet Center

- Konzentration von Einzelhandelsbetrieben meist mit dem Schwerpunkt Mode in einem Center.
- Verkauf erfolgt durch den Hersteller direkt an den Endverbraucher unter Ausschluss des Großhandels.
- Dezentrale, verkehrsgünstige Lage, meist in der Nähe von Autobahnen bzw. überregionalen Verkehrsachsen.
- Großes Angebot von Kundenparkplätzen.

Beispiele: Ingolstadt Village, The Style Outlets Halle Leipzig, Designer Outlet Berlin, Wertheim Village.

Kaufhaus

- Großflächiges Einzelhandelsfachgeschäft mit breiten, tiefen und branchengebundenen Sortimenten (häufig Textilien), oft auf mehreren Ebenen.
- Der Verkauf erfolgt vorwiegend in Kundenvorwahl.
- Standorte meist in zentraler Innenstadt oder in Einkaufszentren.

Beispiele: P&C, Breuninger, C&A, H&M

Warenhaus

- Großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem Sortiment, welches fast alle Branchen umfasst, der Sortimentsschwerpunkt liegt auf modischen Sortimenten.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt.
- Der Verkauf erfolgt vorwiegend in Kundenvorwahl.
- Meist in zentraler Innenstadtlage oder in Einkaufszentren.

Beispiele: Karstadt, Kaufhof.

Anlage 3: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m²
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- In kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um´s Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 800 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und ca. 3.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren)
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Netto (Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska

Supermarkt

- ca. 1.200 bis 2.000 m², i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, Sky, tegut, Combi

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila

SB-Warenhaus

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

Beispiele: Globus, Marktkauf, real

Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich

 zentrenrelevante Sortimente gemäß der
 Hermsdorfer- / Bad Klosterlausnitzer Sortimentsliste

 bestehende Angebote im
 zentralen Versorgungs-
 bereich⁷⁷

davon nahversorgungsrelevante Sortimente	
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	√
- Blumen, Zimmerpflanzen	√
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika,	√
- Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	√
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	√
- Zeitungen, Zeitschriften	√
- Antiquitäten, Kunstgegenstände	
- Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	√
- Bücher	√
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör	√
- Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	√
- Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	√
- Foto, Fotozubehör	√
- Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	√
- Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	√
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Haushaltstextilien, Gardinen	√
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	√
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	
- Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe	√
- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	√
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	√
- Schuhe	√
- Spielwaren, Bastelartikel	√
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	√
- Uhren, Schmuck	√
- Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Ton-/Bildträger, Telekommunikation	√
- Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	√

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

77 Es sind auch Sortimente erfasst, die im Randsortiment geführt werden. Hierbei wurden lediglich die Sortimente berücksichtigt, denen innerhalb eines Betriebes eine prägende Bedeutung zukommt bzw. die eine gewisse Fläche belegen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Zentrenkonzepts für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	3
Abbildung 2: Altersstruktur Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im Landesvergleich	13
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	15
Abbildung 4: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	16
Abbildung 5: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	18
Abbildung 6: Betriebsgrößenklassen des Einzelhandels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	19
Abbildung 7: Einkaufsinnenstadt in Hermsdorf (Eisenberger Straße / Brückencenter)	21
Abbildung 8: Fachmarktlagen in Hermsdorf (Holzlandcenter / Globus-Center).....	22
Abbildung 9: Ortsmitte in Bad Klosterlausnitz	24
Abbildung 10: Verkaufsflächenstruktur Hermsdorf.....	25
Abbildung 11: Verkaufsflächenstruktur Bad Klosterlausnitz.....	28
Abbildung 12: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Hermsdorf (Auswahl)	31
Abbildung 13: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	38
Abbildung 14: Stärken-Schwächen-Analyse von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	39
Abbildung 15: Städtebauliche Ziele + Standort-/Sortimentskonzept für Hermsdorf/Bad Klosterlausnitz.....	40
Abbildung 16: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	43
Abbildung 17: Modell der Zentrenstruktur von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	48
Abbildung 18: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	49
Abbildung 19: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	66
Abbildung 20: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz.....	69
Abbildung 21: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz.....	77

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im Vergleich	13
Tabelle 2: Pendlersaldo von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	14
Tabelle 3: Beherbergungen in Bad Klosterlausnitz	14
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	17
Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	18
Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Hermsdorf nach Standortkategorien	22
Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte in Bad Klosterlausnitz nach Standortkategorien	24
Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels in Hermsdorf.....	27
Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels in Bad Klosterlausnitz.....	29
Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	30
Tabelle 11: Lebensmittelmärkte in Hermsdorf nach städtebaulichen Lagebereichen	34
Tabelle 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz nach Bedarfsbereichen	36

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lagebeziehungen von Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz im regionalen Kontext	11
Karte 2: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt).....	12
Karte 3: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Hermsdorf	20
Karte 4: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Bad Klosterlausnitz	23
Karte 5: Fußläufige Nahbereiche der Lebensmittelmärkte in Hermsdorf / Weißenborn	32
Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der Lebensmittelmärkte in Hermsdorf.....	33
Karte 7: Fußläufiger Nahbereich des Diska-Marktes in Weißenborn.....	35
Karte 8: Zentren- und Standortkonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	50
Karte 9: Grundversorgungskonzept Hermsdorf / Bad Klosterlausnitz	56

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots	78
Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen.....	80
Anlage 3: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	82
Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich	84