



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Löbau

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts



im Auftrag der Großen Kreisstadt Löbau
Hamburg, Februar 2019



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Löbau

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

Projektnummer: DLP2493
Exemplarnummer: 01

Projektleitung: Boris Böhm
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Jonas Hopfmann

im Auftrag der
Großen Kreisstadt Löbau
Altmarkt 1
02708 Löbau

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Altmarkt 10d · 01067 Dresden
Prinzenallee 7 · 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c · 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	3
	Tabellenverzeichnis	4
1	Grundlagen	6
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	6
1.2	Untersuchungsdesign	7
1.3	Vorgehensweise	10
2	Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel	12
2.1	Demografischer Wandel	12
2.2	Betriebsformenwandel	13
2.3	Der Online-Handel erobert die Märkte	17
2.4	Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich	21
2.5	Fazit	24
3	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Löbau	27
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	27
3.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	30
3.3	Raumordnerische Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung	35
4	Nachfragesituation in Löbau	38
4.1	Marktgebiet der Stadt Löbau	38
4.2	Nachfragepotenzial der Stadt Löbau	40
5	Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Löbau	42



5.1	Verkaufsflächenentwicklung und Branchenstruktur	42
5.2	Raumstruktur des Einzelhandels	45
5.3	Betriebsgrößenstruktur	46
5.4	Leerstandssituation	48
5.5	Umsatzsituation des Einzelhandels in Löbau	49
5.6	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Löbau	52
6	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	53
6.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Löbau	53
6.2	Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge	54
6.3	Nahversorgungssituation in Löbau	60
6.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Löbau	64
6.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	66
6.6	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Löbau	68
7	Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Löbau	72
7.1	Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025	72
7.1.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	72
7.1.2	Verkaufsflächenspielräume bis 2025	75
7.2	Strategische Orientierungsprinzipien	78
8	Zentrenkonzept für die Stadt Löbau	82
8.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	82
8.2	Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Löbau	86
8.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Löbau	89
8.2.2	Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße	94
8.2.3	Sonderstandort Rumburger Straße	97
8.3	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Löbauer Liste“	100



9	Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Löbau	101
10	Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept	110
11	Zusammenfassung	113
12	Glossar	116



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	14
■ Abbildung 2: Markthalle Krefeld (Real) – Profilierung durch hohe Frischekompetenz und Gastronomie	15
■ Abbildung 3: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	16
■ Abbildung 4: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz.	17
■ Abbildung 5: Prognose des Umsatzanteils von stationärem und interaktivem Handel nach Segmenten	19
■ Abbildung 6: Lage im Raum	27
■ Abbildung 7: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	33
■ Abbildung 8: Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Löbau	39
■ Abbildung 9: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt	41
■ Abbildung 10: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Löbau seit 2009	42
■ Abbildung 11: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Löbau	43
■ Abbildung 12: Branchenstruktur des Einzelhandels in Löbau	44
■ Abbildung 13: Räumlich-funktionale Struktur des Löbauer Einzelhandels	45
■ Abbildung 14: Verteilung des großflächigen Einzelhandels nach Zentrenrelevanz und Standortlage	47
■ Abbildung 15: Leer stehende Ladenlokale entlang der Inneren Zittauer Straße	48
■ Abbildung 16: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Löbau	50
■ Abbildung 17: Sortimentsstruktur des Innenstadt-Einzelhandels in Löbau	55
■ Abbildung 18: Einkaufskomplex Sachsenstraße am nördlichen Rand der Innenstadt	56
■ Abbildung 19: Der Löbauer Altmarkt mit Blick in die Nicolaistraße	57



■ Abbildung 20: Die Bahnhofstraße in der Löbauer Innenstadt	57
■ Abbildung 21: Nahversorgungssituation in Löbau	61
■ Abbildung 22: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Löbau	65
■ Abbildung 23: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Löbau	67
■ Abbildung 24: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Löbau	74
■ Abbildung 25: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	76
■ Abbildung 26: Strategische Orientierungsprinzipien	79
■ Abbildung 27: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“	80
■ Abbildung 28: Hierarchisches Standortmodell für die Stadt Löbau	86
■ Abbildung 29: Zentren- und Standortstruktur in Löbau	88
■ Abbildung 30: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Löbau“	89
■ Abbildung 31: Weitläufige Potenzialfläche am Promenadenring	93
■ Abbildung 32: Das barocke Rathaus am Altmarkt	93
■ Abbildung 33: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße“	94
■ Abbildung 34: Das Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße mit dem Norma-Markt als Magnetbetrieb	96
■ Abbildung 35: Abgrenzung des Sonderstandorts Rumburger Straße	98
■ Abbildung 36: Fachmarktzentrum an der Rumburger Straße mit Kaufland als Ankermieter	99
■ Abbildung 37: Das AWG Mode-Center am Sonderstandort Rumburger Straße	99

Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Die definierten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Löbau	29
--	----



■ Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in Löbau im Vergleich	31
■ Tabelle 3: Altersstruktur der Stadt Löbau 2013 und 2018	32
■ Tabelle 4: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	33
■ Tabelle 5: Ein- und Auspendler im Vergleich	34
■ Tabelle 6: Tourismusedwicklung im Vergleich	34
■ Tabelle 7: Marktgebiet des Einzelhandels	40
■ Tabelle 8: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Löbau nach Standortbereichen	46
■ Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Löbauer Einzelhandels	51
■ Tabelle 10: Verkaufsflächendichten im Vergleich	53
■ Tabelle 11: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche Löbaus	58
■ Tabelle 12: Citydichte der Innenstadt im Vergleich	59
■ Tabelle 13: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH	62
■ Tabelle 14: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Löbau	63
■ Tabelle 15: Zentrenpass „Innenstadt Löbau“ – Teil 1	91
■ Tabelle 16: Zentrenpass „Innenstadt Löbau“ – Teil 2	92
■ Tabelle 17: Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Löbau“ und Handlungsempfehlungen	92
■ Tabelle 18: Zentrenpass NVZ Breitscheidstraße	95
■ Tabelle 19: Bewertung des Nahversorgungszentrums Breitscheidstraße und Handlungsempfehlungen	96
■ Tabelle 20: Standortpass Sonderstandort Rumburger Straße	97
■ Tabelle 21: Bewertung des Sonderstandorts Rumburger Straße und Handlungsempfehlungen	98
■ Tabelle 22: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Löbauer Liste“)	100



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Große Kreisstadt Löbau liegt im Südosten des Bundeslands Sachsen und ist dem Landkreis Görlitz zugeordnet. Die Stadt befindet sich am Ostrand des Lausitzer Berglands in der sächsischen Oberlausitz und ist Teil und Verwaltungssitz der Verwaltungsgemeinschaft Löbau. Die nächstgrößeren Städte Bautzen sowie die Kreisstadt Görlitz befinden sich rd. 22 km nordwestlich bzw. 25 km nordöstlich von Löbau. Die Landeshauptstadt Dresden ist rd. 75 km entfernt.

Derzeit leben in Löbau rd. 15.000 Einwohner – mit abnehmender Tendenz. Das Stadtgebiet gliedert sich in insgesamt 23 Stadtteile, die aufgrund zahlreicher Eingemeindungen z.T. dispers um die Kernstadt verteilt sind.

Seitens der Regional- und Landesplanung ist Löbau als Mittelzentrum ausgewiesen und weist damit auch Versorgungsqualitäten der höherwertigen Daseinsvorsorge auf. Gemäß den Zielsetzungen der Landesplanung ist Löbau als wichtiges regionales Wirtschafts-, Versorgungs-, Bildungs- und Kulturzentrum, insbesondere zur Stabilisierung des ländlichen Raums, zu sichern und zu stärken. Dabei übernimmt Löbau nicht nur wichtige Versorgungsfunktionen für den regionalplanerisch festgelegten Nahbereich, sondern auch für den landesplanerisch definierten Mittelbereich.

Seit der in den 90er Jahren erfolgten Innenstadtsanierung zeichnet sich Löbau durch einen kleinstädtischen Ortscharakter aus und verfügt über eine sehenswerte und weitgehend funktionsfähige Innenstadt. Vor allem die historische Altstadt mit dem barocken Rathaus weist eine hohe städtebauliche Qualität auf.

Löbau verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2009 mit Betrachtungshorizont bis zum Jahre 2015. Aktuell gibt es in Löbau verschiedene einzelhandelsrelevante Planvorhaben, die sich jedoch nicht mehr anhand des Einzelhandelskonzepts von 2009 bewerten lassen. In den letzten Jahren haben sich die Rahmenbedingungen und Trends auf der Angebots- und Nachfrageseite zudem verändert. Um die Funktionalität des städtebaulichen Entwicklungskonzepts aufrecht zu erhalten und realistische Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen für die nächsten Jahre aufzuzeigen, ist eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts unter Berücksichtigung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Entwicklungen notwendig gewesen.



1.2 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungskonzept zur Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts für die Große Kreisstadt Löbau umfasste folgende Schritte:

Trends der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung

Dem eigentlichen Einzelhandelskonzept ist eine Übersicht über die wesentlichen Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland vorangestellt. Dies dient vor allem dazu, die Empfehlungen und Entwicklungsmöglichkeiten richtig einordnen zu können:

- Darstellung der wesentlichen Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite (Demographie, Konsumverhalten);
- Darstellung der wesentlichen Entwicklungstrends auf der Angebotsseite (Konzentration, Betriebstypenwandel, Branchen/Sortimente, Nahversorgung, Online-Handel).

Situationsdarstellung (Status-quo-Analyse)

Basis der Untersuchung stellt eine gründliche Analyse der IST-Situation des Einzelhandels in Löbau dar. Dabei war sowohl die Nachfrage- als auch die Angebotsseite zu betrachten:

- Darstellung der planerischen Ausgangssituation; Vorgaben der Landes- und Regionalplanung¹, zentralörtliche Bedeutung von Löbau und Versorgungsfunktion; Darstellung der regionalen Wettbewerbssituation;
- Stand und Entwicklung der sozioökonomischen Eckdaten in der Stadt Löbau als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Altersstruktur, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen, Arbeitslosenquoten, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);
- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Überprüfung und ggf. Anpassung des Marktgebiets des Löbauer Einzelhandels; Ermitteln des Nachfragepotenzials (sowohl insgesamt als auch nur für den stationären Einzelhandel) aktuell und für den Prognosehorizont 2025 nach Branchen im Marktgebiet;

¹ LEP Sachsen 2013 und Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien 2010



- Ermittlung und Bewertung der aktuellen Angebots- und Leerstandssituation des Einzelhandels (aktive und inaktive Flächen) im Stadtgebiet von Löbau. Darstellung und Analyse nach Lagen/Standorten, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität; vergleichende Gegenüberstellung zur Situation in 2009: Darstellung von einzelhandelsrelevanten Planvorhaben im Untersuchungsraum

Bewertung des Einzelhandels in Löbau

Die Ergebnisse der Situationsanalyse wurden dann einer gutachterlichen Bewertung unterzogen und stellen die Basis für die Erstellung des Konzepts und die Handlungsempfehlungen dar:

- Bewertung der Versorgungslage in Löbau (Verkaufsflächendichten nach Branchen); Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen Durchschnittswerten sowie geeigneten kommunalen Vergleichsdaten; vergleichende Gegenüberstellung zur Situation in 2009;
- Bewertung der Funktionswahrnehmung der Innenstadt im Verhältnis zu den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet sowie Einordnung von Löbau als Einzelhandelsstandort in das Einzelhandelsgefüge der Region;
- Bestimmung der aktuellen Einzelhandelszentralität² der Stadt Löbau; Analyse von Nachfrageströmen und Zentralitäten insgesamt und nach Branchen sowie Ermittlung und Bewertung der Nachfragebindung und -abflüsse der ortsansässigen Bevölkerung sowie der Zuflüsse aus dem Umland;³
- Bewertung der Leistungs- und Zukunftsfähigkeit der wohnstandortnahen Nahversorgungsstruktur; dabei Ermittlung und Bewertung von Nahversorgungsdichten, ggf. vorhandenen räumlichen Versorgungslücken und der nahversorgungsrelevanten Betriebstypenstruktur; Bewertung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe hinsichtlich möglicher Anpassungsbedarfe;
- Durchführen einer SWOT-Analyse (kombinierte Stärken-/Schwächen und Chancen-/Risiko-Analyse) für den Einzelhandelsstandort Löbau.

² Verhältnis von vor Ort vorhandener Nachfrage zu vor Ort gebundenen Umsätzen.

³ Zur empirischen Absicherung dieser Daten bietet sich die Durchführung einer telefonischen Haushaltsbefragung an.



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Löbau

Im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wurden die Grundlagen zur künftigen Einzelhandelssteuerung gelegt. Im Fokus standen dabei vor allem die Überprüfung bzw. aktualisierende Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die vorzunehmende Fortschreibung der Sortimentsliste. Zudem galt es, den künftigen Flächenrahmen für die Einzelhandelsentwicklung zu bestimmen, um Erweiterungs- und Ansiedlungsbestrebungen einordnen zu können:

- Darstellung der Entwicklung der Hauptantriebskräfte und Restriktionen der künftigen Flächenentwicklung; Ableitung des quantitativen und qualitativen Entwicklungsrahmens (Verkausflächenspannbreiten nach Standortbereichen, Branchen und Betriebstypen) für den Einzelhandel in Löbau;
- Formulierung einer grundsätzlichen Einzelhandelsentwicklungsstrategie für die Stadt Löbau einschl. einer klaren Empfehlung für ein anzustrebendes hierarchisches Standortprofil und für die einzelnen Versorgungsbereiche;
- Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Angebotslücken);
- Überprüfung und ggf. Modifizierung der Zentren- und Standortstruktur (Innenstadt, Nahversorgungszentrum, Sonstige Standorte) für die Stadt Löbau; diesbezüglich werden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der einzelnen Standorte unterbreitet;
- Überprüfung und ggf. Modifizierung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (inkl. Kartierung) sowie ggf. weiterer Nahversorgungslagen;
- städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse und Bewertung der im bisherigen Konzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt, NVZ Breitscheidstraße) sowie ggf. sonstiger prägender Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet; Herausarbeiten der wesentlichen Stärken und Schwächen; Aussagen zur Versorgungsfunktion und Funktionsfähigkeit der Zentren;
- Überprüfung und ggf. Modifizierung der ortstypischen Sortimentsliste („Löbauer Liste“) zur Einstufung der Zentrenrelevanz einzelner Branchen. Die Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wurde sowohl anhand der faktischen Situation als auch anhand planerischer Überlegungen zur Attraktivitätssteigerung der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen.



Maßnahmen und Handlungsempfehlungen

Abschließend haben wir Handlungsempfehlungen formuliert, wie der Einzelhandelsstandort Löbau auf Basis des Konzepts gestärkt und zukunftsfähig entwickelt werden kann und wie bestehende Planvorhaben in die Zielaussagen des Konzepts integriert werden können.

- Übergeordnete/gesamtgemeindliche Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der Nahversorgung in der Stadt Löbau;
- Herausarbeiten standortspezifischer Handlungsempfehlungen für die wesentlichen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet;
 - Aufzeigen der Entwicklungsperspektiven sowie von Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten für die Innenstadt; dabei werden auch konkrete Potenzialflächen für die künftige Innenstadtentwicklung identifiziert und bewertet;
 - Konkrete Empfehlungen zur Absicherung bestehender Nahversorgungsstandorte;
 - Entwicklungsempfehlungen für die Sonstigen Einzelhandelsstandorte.
- Einordnung aktueller Einzelhandelsvorhaben in die Zentren- und Standortstruktur sowie in den aufgezeigten Entwicklungsrahmen für den Einzelhandelsstandort Löbau.

1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Durchsicht und Auswertung von übergeordneten Planungen (LEP, Regionalplan) und ggf. vorliegenden Einzelhandelsgutachten;
- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;



- Vollständige Bestandserhebung⁴ aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände in den Zentren) in der Stadt Löbau u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen;
- Gründliche Begehungen aller Standortbereiche des Einzelhandels in Löbau (insbesondere der Löbauer Innenstadt) sowie der wesentlichen interkommunalen Wettbewerbsstandorte.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der nicht stationäre Handel (Online- und Versandhandel) berücksichtigt, da die Grenzen zwischen stationärem und nicht-stationärem Handel im Sinne einer Omni-Channel-Strategie vieler Einzelhändler zunehmend verwischen und sich die Ausgaben der Verbraucher auch nicht immer eindeutig dem stationären oder dem interaktiven Betriebskanal zuordnen lassen (z.B. Click & Collect). Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt.

⁴ Die Bestandserhebung erfolgte app-gestützt als physische Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe nach dem Angebotsprinzip – d.h. Randsortimente wurden nicht dem Hauptsortiment zugeschlagen, sondern sortimentsgenau erfasst.



2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, liegt die Lebenserwartung bei neugeborenen Jungen heute bei durchschnittlich rd. 78 Jahren und bei neugeborenen Mädchen sogar bei rd. 83 Jahren.⁵ In einigen Jahren wird die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar sind. Der Einzelhandel muss sich frühzeitig anpassen, um Wettbewerbsvorteile generieren zu können.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern – wie auch der Landkreis Görlitz – stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben besonders attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden (z.B. Dresden, Leipzig).
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

⁵ Statistisches Bundesamt: vdek – Basisdaten des Gesundheitswesens 2017/2018. April 2018.



Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“) und
- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, so folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen sind bei den Verbraucherbedürfnissen Präferenzverschiebungen verbunden. U.a. sind im Bereich des Food- und Nearfood-Segments in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein und Nachfrage nach mehr „Convenience“, der Wunsch nach Fair Trade/Bio, Regionalität und „Handwerk“ gestiegen. Mit sich verändernden Haushaltsgrößen geht zudem eine veränderte Nachfrage nach Produktgrößen einher. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung 1). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der B2C E-Commerce⁶ sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

⁶ B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.

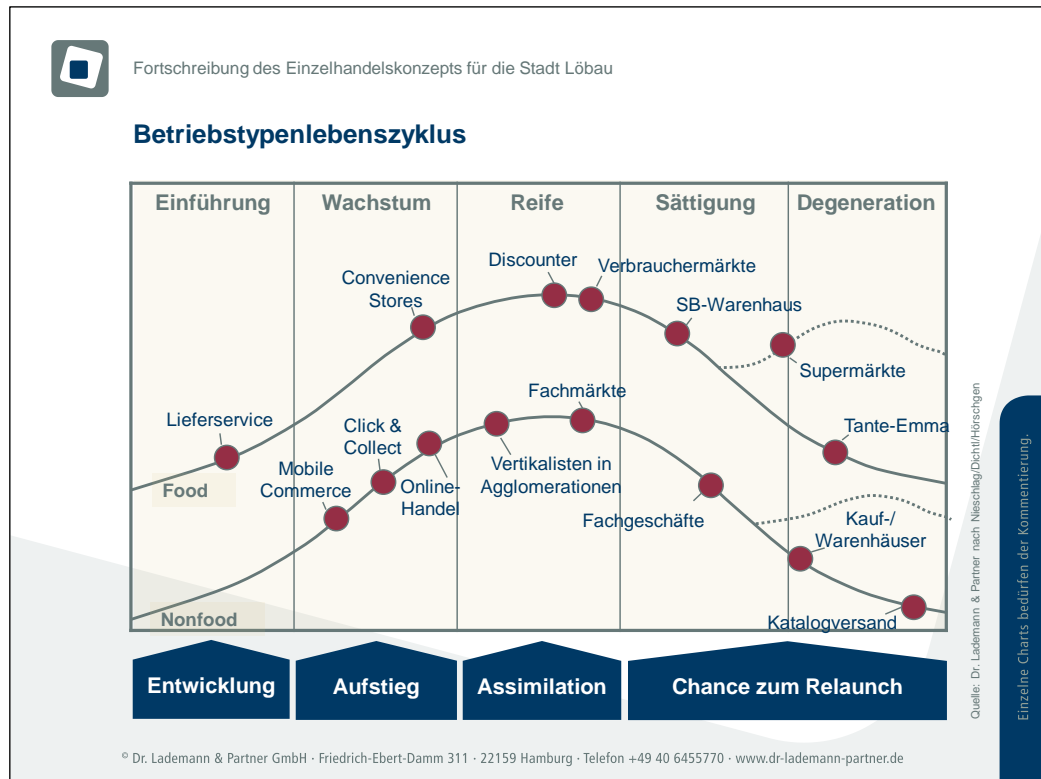


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das Gewicht hin zu discount- und fachmarktorientierten Konzepten. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen. Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden.

Darüber hinaus ist an einer Reihe von Standorten eine grundlegende Konzeptumstellung von einstigen SB-Warenhäusern zu erkennen (z.B. Umstellung Real SB-Warenhaus in Markthallen-Konzept, s.u.). Durch die verbesserte Inszenierung der Großfläche, der deutlichen Reduzierung von innenstadtypischen Sortimenten sowie durch die Verbindung von Frische, Produktion und Gastronomie können moderne Konzepte gerade auch solche Kunden ansprechen, die Wert auf Qualität, Genuss und Gesundheit legen. Diese „Flaggschiffe“ haben aufgrund ihrer Spezialisierung jedoch die klassische Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere verlassen.



Abbildung 2: Markthalle Krefeld (Real) – Profilierung durch hohe Frischekompetenz und Gastronomie

Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden jüngere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzrückgang, weshalb u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von digitalen Angeboten mit dem Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place“). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (gepaart mit Altersnachfolgeproblemen). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren im Segment des Lebensmitteleinzelhandels anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen Preiswettbewerb und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern



können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.⁷ Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel, wenngleich nach Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner v.a. in den überbesetzten Räumen ein „Gesundshrumpfen“ festzustellen ist.

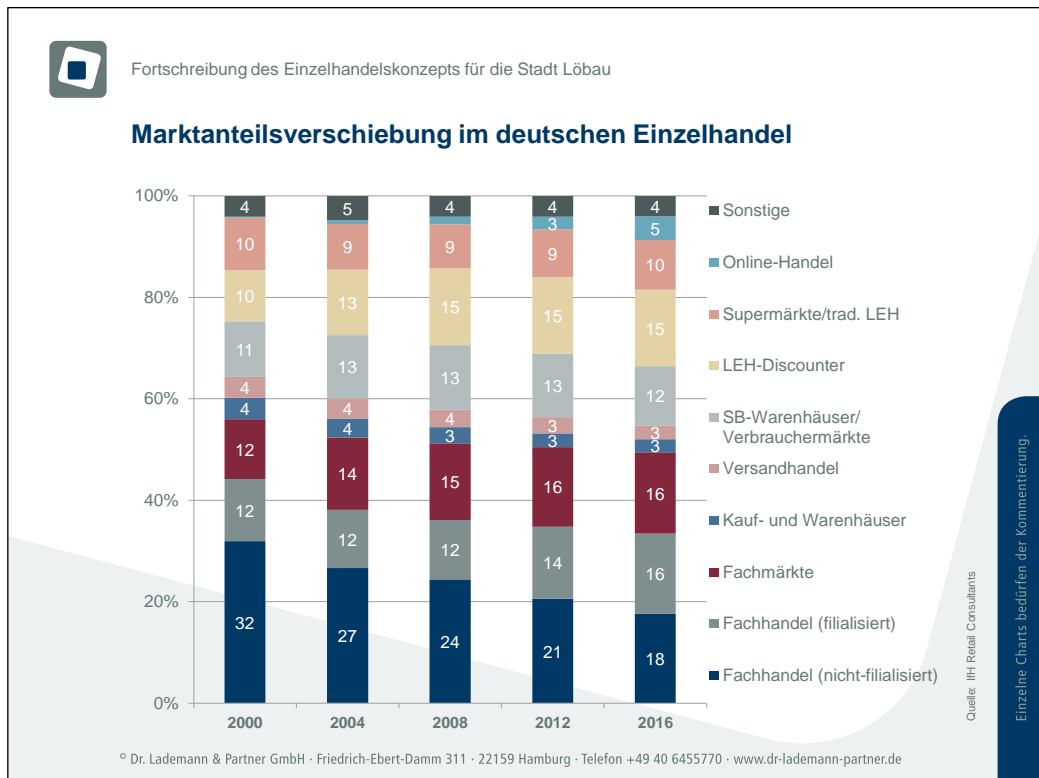


Abbildung 3: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

⁷ Vgl. Lademann, Rainer, *Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck*, 1999.



2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland ist in den letzten zehn Jahren stetig leicht angestiegen. Bis zum Jahr 2012 wurden mehr als 90 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes im stationären Einzelhandel erwirtschaftet. Allerdings verzeichnet der interaktive Handel ein deutlich stärkeres Wachstum. Während der stationäre Einzelhandelsumsatz im Zeitraum von 2008 bis 2017 jährlich lediglich um rd. 2 % anstieg, weist der Online-Handel im gleichen Zeitraum mit rd. 9 % eine deutlich dynamischere jährliche Zuwachsrate auf.⁸

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren ungebremst fort. Hierbei geht einerseits eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer Verdrängung des klassischen Katalogversands einher: Belief sich im Jahr 2008 der Anteil des Online-Handels am Versandhandel auf rd. 47 %, wird für das Jahr 2018 bereits ein Anteil von 95 % des gesamten Versandhandels prognostiziert.

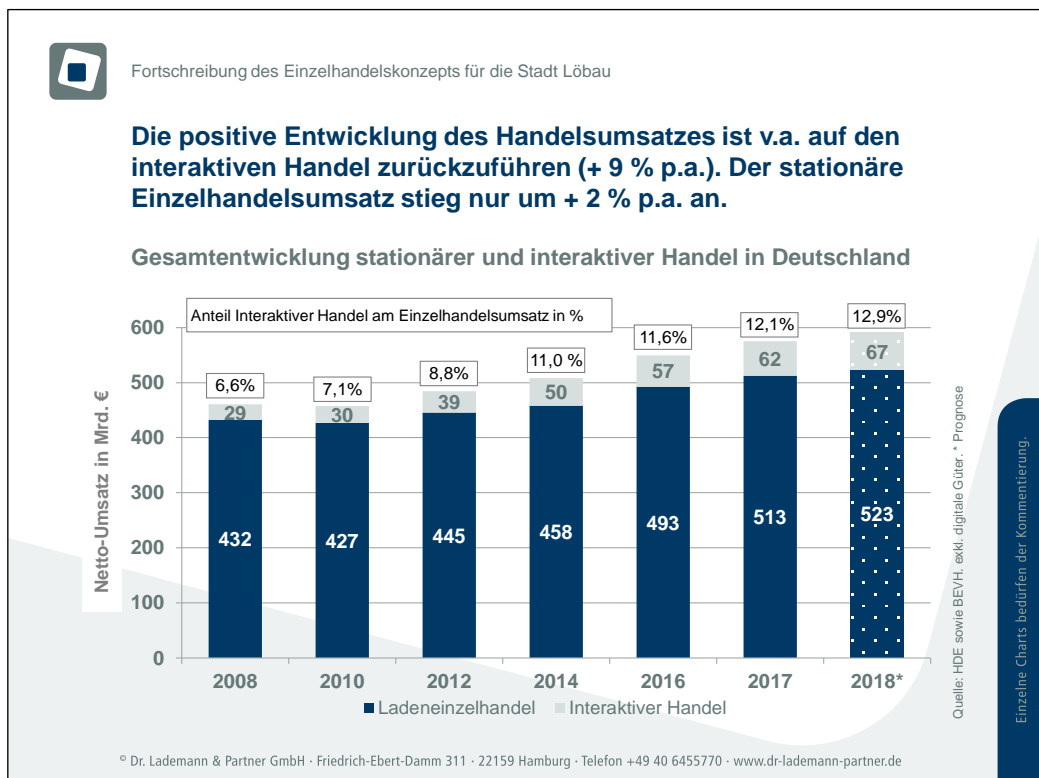


Abbildung 4: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz.

⁸ u.a. BEVH: Studie „Interaktiver Handel in Deutschland“. 2018.



Während zwischen den Jahren 2008 bis 2012 das Marktvolumen für den Distanzhandel im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr durchschnittlich um ca. 8 % auf insgesamt 39,3 Mrd. € anstieg, war im Jahr 2013 ein deutlich stärkeres Wachstum von rd. 23 % zu verzeichnen. Die Wachstumstendenzen für die nachfolgenden Jahre 2014 und 2015 (rd. 10 %) sowie 2016 und 2017 (rd. 9 %) sind zwar deutlich unter Erwartung verlaufen, gerade in absoluten Werten gemessen, zeigen sich aber nach wie vor hohe Zuwächse. Für das Jahr 2018 wird damit gerechnet, dass die Zuwachsraten bei etwa 8 % liegen werden.

Festzuhalten bleibt damit, dass der Online-Handel auch künftig kräftig an Bedeutung gewinnen wird, dass das Wachstum des Online-Handels aber nicht vollständig zu Lasten des stationären Einzelhandels geht, sondern auch dieser noch moderate Wachstumszahlen aufweisen wird. Der Vormarsch des Online-Handels führt aber dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Der Anteil des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz wird für das Jahr 2018 auf rd. 13 % prognostiziert (vgl. Abbildung 3).

Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen gerade zu Lasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat, da innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher oder Elektronik besonders stark vom Online-Handel betroffen sind. Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Handel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen komplett auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buchhandel);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt;
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen oder faktischem Platzmangel nicht wachsen kann;
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet).



Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer“ der Entwicklung kleinere Mittelstädte sowie die Stadtteilzentren von Großstädten sind, da diese häufig nicht über die benötigte „kritische Angebotsmasse“ verfügen, um langfristig gegen den Online-Handel zu bestehen. Umgekehrt ist für die Metropolen in Deutschland sowie für Mittelstädte im ländlichen Raum mit großem Einzugsgebiet ein weiteres Wachstum zu erwarten.

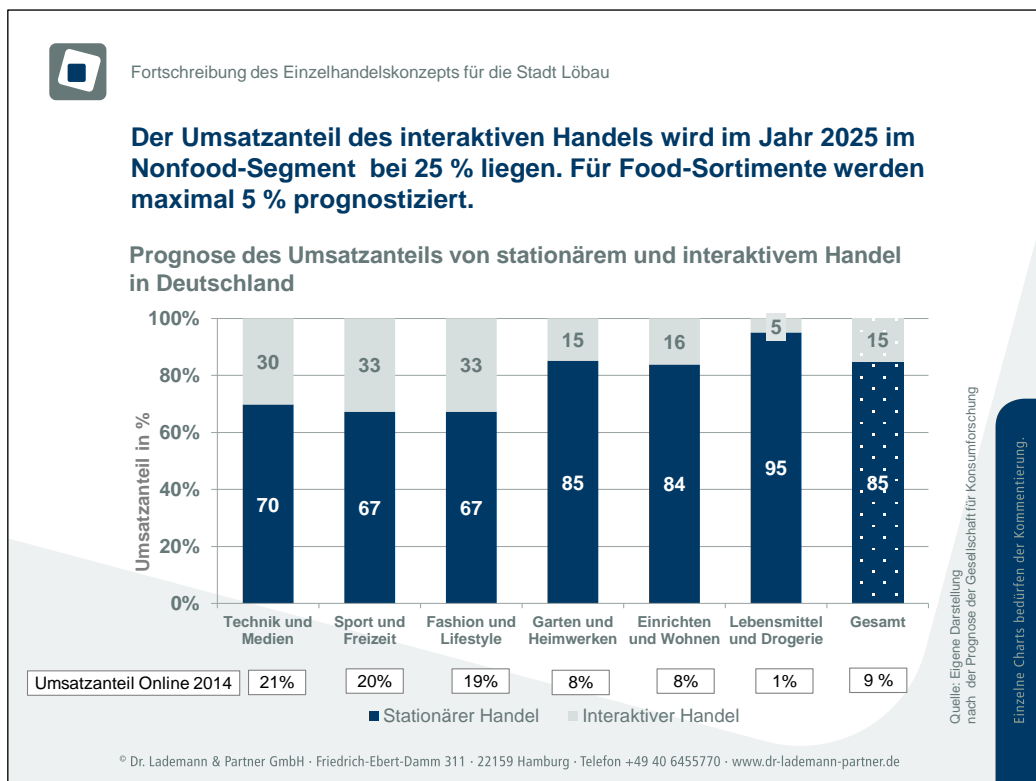


Abbildung 5: Prognose des Umsatzanteils von stationärem und interaktivem Handel nach Segmenten

Das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bleibt nach den Prognosen⁹ der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) „unterm Strich“ bis zum Jahr 2025 weitgehend stabil, da einerseits von einem Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann. Andererseits geht die GfK in ihrer Prognose bis 2025

⁹ Vgl. ECOMMERCE: WACHSTUM OHNE GRENZEN? - Online-Anteile der Sortimente – heute und morgen - White Paper, Juli 2015.



davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von 9 % (2014) in deutlich abgeschwächter Dynamik auf künftig etwa 15 % erhöhen wird. Wie die obige Abbildung zeigt, sind hierbei deutliche Unterschiede in den einzelnen Branchen zu erwarten.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass in einzelnen Sortimenten bereits erste Sättigungstendenzen festzustellen sind. Blickt man z.B. auf das Segment Bekleidung, zeigt sich für die jüngere Vergangenheit, dass die jährlichen Zuwachsraten auf +2 %- bis +5 %-Punkte abgesunken sind. Auch bei Büchern/Schreibwaren konnten z.B. zuletzt überhaupt keine nennenswerten Zuwächse mehr festgestellt werden. Insofern sind bei den onlineaffinen Segmenten die Grenzen des Wachstums allmählich erreicht. Der stationäre Handel wird somit auch künftig eine bedeutende Rolle einnehmen. Die Verknüpfung der Kanäle¹⁰ trägt zudem zur Stabilisierung des stationären Handels bei. Sortimente, die eine komplexe Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) aufweisen, waren bislang weniger durch den Online-Handel tangiert. Hier liegen noch wesentliche Wachstumspotenziale, wenngleich davon auszugehen ist, dass der Lebensmitteleinzelhandel auch zukünftig primär stationär abgewickelt werden wird.

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen diese Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Faktisch muss auch auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen.

¹⁰ D.h. das bisher rein stationär aktive Einzelhändler (z.B. mit einem Laden in der Innenstadt) neue Vertriebswege erschließen und z.B. durch die Einrichtung eines eigenen Online-Shops den Online-Handel stärker in den Verkaufsprozess einbinden. Hiermit können potenzielle Kunden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle erreicht und zum Kauf angeregt werden. Mit einer Verknüpfung von Offline- und Online-Aktivitäten können sich Einzelhändler breiter aufstellen und die Vorteile des stationären Handels mit den Vorteilen des interaktiven Handels verknüpfen.



2.4 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich

Durch die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung haben sich die ursprünglichen Funktionen des Einzelhandels als Verteiler von Waren stark gewandelt. Es ist ein Netz der Filialisierung und Massendistribution mit ganz unterschiedlichen Betriebsformen entstanden. Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter¹¹ (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel;
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie Zeitungen/Zeitschriften und
- Tiernahrung als gängiges Randsortiment von Lebensmittel- und Drogeriemärkten.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 qm. Die Folge ist eine, wenn zuletzt auch gedämpfte, Flächenexpansion im Lebensmittel Einzelhandel. Die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleine-

¹¹ Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.



rer Betriebseinheiten wird von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion integrierter Nahversorgungslagen wird jedoch keineswegs nur durch den Angebotsausbau an peripheren Standorten und der damit verbundenen Verschiebung der Nachfrageströme zu Lasten bestehender, wohngebietsintegrierter Nahversorgungsbereiche ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. So werden vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren verstärkt an verkehrsgünstig und unmittelbar auf dem Arbeitsweg gelegenen Standorten nachgefragt. Daraus ergibt sich die Gefahr, dass die eigentlich am Wohnort verfügbare Kaufkraft zunehmend bereits am Arbeitsstandort abgeschöpft wird. Hieraus wiederum resultieren Umsatzrückgänge wohngebietsintegrierter Nahversorgungsbetriebe. Dies betrifft vor allem Gemeinden, die, beispielsweise aufgrund der Nähe zu einem attraktiven Oberzentrum, über stark negative Pendlersalden verfügen. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung¹² der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das Vordringen der Lebensmitteldiscounter mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Ver-

¹² Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.



drängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial (z.B. in Form von Erweiterungsbestrebungen) zur Attraktivitätssteigerung und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik mindestoptimaler Ladengrößen mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die ausufernde Sortimentsentwicklung infolge der von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation angewachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (z.B. Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte);
- Steigende Angebotsvielfalt und Wertigkeit der Lebensmitteldiscounter, die die Nachfrage des täglichen Bedarfs abdecken; hierdurch wird Druck auf die Vollsortimenter ausgelöst, sich durch die weitere Ausweitung von Service, Frische, Produktion und Gastronomie abzusetzen; dies induziert veränderte Flächenbedarfe;
- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu
 - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 7.000 qm);
 - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (oftmals 2.000 qm bis 3.000 qm);
 - größeren Verkaufsflächen bei Discountern (von 700 qm bis 800 qm auf 1.000 bis 1.300 qm).



- einem Relaunch der Supermärkte (bis 800 qm) und kleinen Verbrauchermärkte in hochverdichteten Lagen von Großstadtreionen sowie an Frequenzstandorten (z.B. Bahnhöfe, Fußgängerzone etc.).

2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel branchenübergreifend gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich folgende zentrale Befunde ableiten:

- Schrumpfung und Überalterung: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft bundesweit stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszuwachs profitieren können (vorwiegend die Metropolen und die süd-westlichen Regionen, insb. zwischen Frankfurt und Stuttgart). Zusätzlich ist die heterogene Entwicklung innerhalb der Orte zu beachten (alternde Stadtteile).
- Präferenzverschiebung bei Verbrauchern: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten‘ bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im Lebensmitteleinzelhandel neben der Attraktivität und Größe auch weiterhin die Nähe zum Verbraucher.
- Verschärfter Strukturwandel: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an führenden Unternehmen in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und große Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung und allmähliche Sortimentsverbreiterung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den



Vormarsch des Online-Handels, der die Entwicklung bei Anbietern mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zulasten der Innenstädte führt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die Digital Natives noch in das konsumfähige Alter reinwachsen, was in den nächsten Jahren den Einkauf im Internet weiter treiben wird.

Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft (im stationären Handel), jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen, ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen.

Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Stadtplaner und Einzelhändler, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkennntnis an.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- gute Standorte (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung, etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung;
- Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- Integration der digitalen Medien in das stationäre Geschäft zur breiteren Kundenansprache, zur verbesserten Auffindbarkeit und zur „digitalen Vergrößerung“ des Ladenlokals;
- permanente Verbraucherforschung, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.



Die Städte wiederum müssen für günstige Rahmenbedingungen sorgen, um den stationären Handel vor Ort zu stabilisieren und zu stärken. Dazu gehören insbesondere:

- Schaffung eines positiven Investitionsklimas für den Handel,
- Gewährleistung schlanker Genehmigungsverfahren,
- Förderung und Unterstützung des Engagements lokaler Händler und
- transparente Entscheidungen auf Basis politisch beschlossener Einzelhandels- und Zentrenkonzepte.

3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Löbau

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die Große Kreisstadt Löbau befindet sich im Südosten des Bundeslands Sachsen sowie am Rand des Landkreises Görlitz und ist damit Bestandteil der sächsischen Oberlausitz. Die Grenze zum Nachbarstaat Polen verläuft rd. 28 km östlich von Löbau, das tschechische Staatsgebiet ist in südwestlicher Richtung lediglich rd. 15 km entfernt. Löbau liegt relativ zentral zwischen den nächstgrößeren Städten Bautzen, Görlitz und Zittau, die allesamt rd. 20-25 km entfernt liegen.

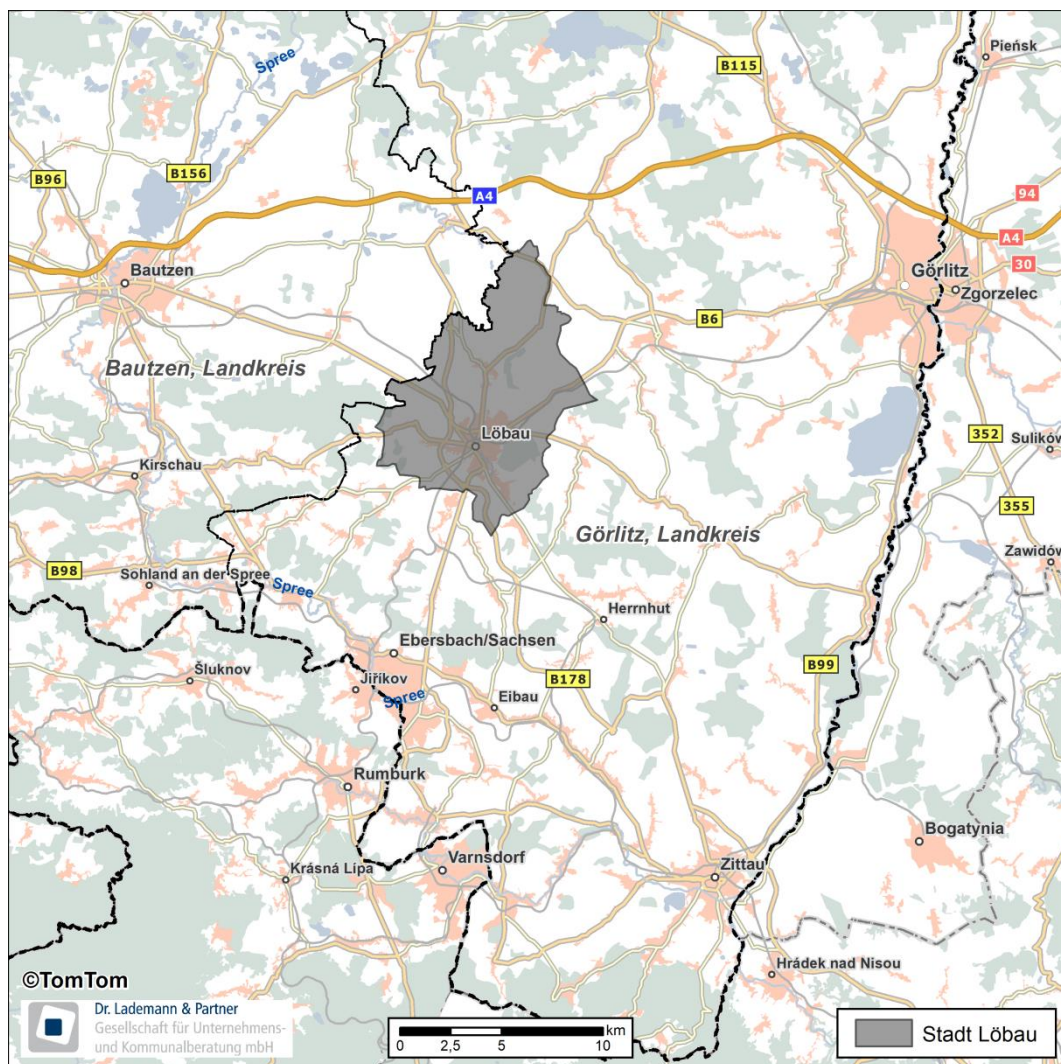


Abbildung 6: Lage im Raum



Die Große Kreisstadt ist Teil und auch Sitz der Verwaltungsgemeinschaft Löbau, welcher auch die Nachbargemeinden Großschweidnitz, Lawalde und Rosenbach angehören. Zwischen 1934 und 2003 wurden zahlreiche ehemals selbstständige Orte nach Löbau eingemeindet. Heute gliedert sich die Stadt in insgesamt 23 Stadtteile, welche im relativ weitläufigen Stadtgebiet dispers um die Kernstadt verteilt sind.

Die Anbindung an das regionale Straßennetz erfolgt im Wesentlichen über die Bundesstraßen 6 und 178 bzw. 178n. Die Bundesstraße 6 fungiert dabei als Ost-West-Achse innerhalb der Oberlausitz und gewährleistet die Anbindung an die Städte Bautzen und Görlitz. Die (in Teilen) neu gebaute Bundesstraße 178 verbindet Löbau als autobahnähnliche Bundesstraße mit der Bundesautobahn 4 (Görlitz – Dresden) und sorgt somit für den Anschluss Löbaus an das Fernverkehrswegenetz. Der geplante Bau des 5,8 km langen Teilabschnitts zwischen Nostitz und der BAB 4-Anschlussstelle bei Weißenberg bildet den letzten Baustein der „neuen“ B 178 nördlich von Löbau. Als Lückenschluss zwischen der BAB 4 und der Ortsumfahrung Löbau wird diese Baumaßnahme die Anbindung Löbaus an das überregionale Straßennetz perspektivisch nochmals verbessern.

In Richtung Süden führt die B 178 weiter nach Zittau und überquert dort im sogenannten Dreiländereck zunächst die Grenze nach Polen, um dann auf tschechischem Staatsgebiet in die tschechische Autobahn D 35 überzugehen. Damit kommt der B 178 eine wichtige Funktion im Rahmen des europäischen Fernverkehrs zu. Der Neubau der B 178n ist auch südlich von Löbau zu großen Teilen abgeschlossen. Lediglich für einen rd. 6 km langen Teilabschnitt zwischen Niederoderwitz und Oberseifersdorf steht der Bau noch aus. Mit der Verwirklichung der B 178n als „neue“ B 178 wird im östlichen Teil Sachsens eine durchgängige und leistungsfähige Nord-Süd-Verbindung zwischen dem Dreiländereck und der BAB 4 geschaffen, die nahezu die gesamte Oberlausitz sowie das Stadtgebiet von Löbau durchquert. Damit profitiert auch Löbau von einer sehr guten regionalen und überregionalen Verkehrsanbindung, die sich zukünftig weiter verbessern wird.

Die Große Kreisstadt Löbau verfügt über einen regional bedeutsamen Bahnhof. Hier verkehren in regelmäßigen Abständen Züge der Länderbahn, unter dem Markennamen „trilex“, auf der Bahnstrecke zwischen Dresden und Görlitz (Linien RE 1 bzw. TLX 1 und RB 60 bzw. TL 60). Damit ist Löbau über das Schienennetz der Deutschen Bahn in regelmäßigen Abständen und auf direktem Wege mit den Städten Dresden, Görlitz, Bautzen und Hoyerswerda verbunden. Die inner- und überörtliche Erschließung zwischen den Löbauer Ortsteilen wird zudem durch



mehrere Buslinien gewährleistet. Den zentralen Haltepunkt bildet dabei der Busbahnhof Löbau, der dem eigentlichen Bahnhof von Löbau vorgelagert ist.

Von Seiten der Landesplanung ist Löbau die Funktion eines Mittelzentrums¹³ zugewiesen. Mittelzentren sollen als regionale Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Versorgungszentren, insbesondere zur Stabilisierung des ländlichen Raums, gesichert und gestärkt werden. Ein Mittelzentrum nimmt seine mittelzentralen Versorgungsfunktionen für einen zugewiesenen Mittelbereich wahr. Gemäß dem Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 umfasst der Mittelbereich von Löbau die Gemeinden Lawalde, Großschweidnitz, Rosenbach, Schönbach, Dürrhennersdorf, Kottmar, Ebersbach-Neugersdorf, Neusalza-Spremberg, Bernstadt a.d. Eigen und Beiersdorf. Für die Gemeinde Herrnhut teilt sich Löbau die Versorgungsaufgaben mit dem Mittelzentrum Zittau, die Gemeinden Weißenberg, Hochkirch, Cunewalde und Oppach werden anteilig auch vom Mittelzentrum Bautzen versorgt. Im Mittelbereich von Löbau leben derzeit rd. 67.400 Personen.

Verflechtungsbereich	zugehörige Gemeinden	Einwohner 2018
Nahbereich	<u>vorrangig zugeordnet:</u> Löbau, Großschweidnitz, Lawalde, Rosenbach sowie der OT Niedercunnersdorf (Gemeinde Kottmar) <u>partiell zugeordnet:</u> Beiersdorf, Cunewalde, Dürrhennersdorf, Schönbach, OT Obercunnersdorf (Gemeinde Kottmar) sowie OT Strahwalde (Gemeinde Herrnhut)	20.475
Mittelbereich	<u>vorrangig zugeordnet:</u> Löbau, Großschweidnitz, Rosenbach, Lawalde, Schönbach, Dürrhennersdorf, Beiersdorf, Kottmar, Neusalza-Spremberg, Bernstadt a.d. Eigen sowie Ebersbach-Neugersdorf <u>partiell zugeordnet:</u> Herrnhut (Zittau), Weißenberg, Hochkirch, Cunewalde und Oppach (Bautzen)	67.425

Quelle: Vorgaben der Landes- und Regionalplanung; LEP 2013 und Regionalplan für die Region Niederlausitz-Oberschlesien 2009

Tabelle 1: Die definierten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Löbau

Gemäß dem Landesentwicklungsplan nimmt ein Mittelzentrum neben seinen mittelzentralen Versorgungsfunktionen für den definierten Mittelbereich auch die Aufgaben eines Grundzentrums für seinen grundzentralen Nahbereich wahr. Dem Regionalplan für die Region Oberlausitz-Niederschlesien folgend, bezieht sich der Nahbereich neben der Stadt Löbau im Kern auch auf die Umlandgemeinden

¹³ Im LEP 2003 und im Regionalplan für die Region Oberlausitz-Niederschlesien (2010) ist Löbau noch als Mittelzentrum als Ergänzungsstandort im ländlichen Raum definiert. Mit der Fortschreibung des LEP und dessen Inkrafttreten im Jahr 2013 wurde diese Kategorie aufgelöst. Seither kommt der Stadt die Funktion eines Mittelzentrums zu.



Großschweidnitz, Lawalde und Rosenbach sowie den Ortsteil Niedercunnersdorf der Gemeinde Kottmar. Die Gemeinden Beiersdorf, Cunewalde, Dürrhennersdorf und Schönbach sowie die Ortsteile Obercunnersdorf (Gemeinde Kottmar) und Strahwalde (Gemeinde Herrnhut) sind dem Nahbereich Löbaus partiell zugeordnet.

Die nächstgelegenen Oberzentren befinden sich mit Bautzen und Görlitz rd. 21 km bzw. rd. 25 km von Löbau entfernt. Görlitz und Bautzen bilden gemeinsam mit Hoyerswerda einen oberzentralen Städteverbund. Die nächstgelegenen Mittelzentren Zittau und Niesky sind bereits mehr als 25 km von Löbau entfernt. Angesichts dieser recht großen Distanzen zu den nächstgelegenen Zentralen Orten gleicher oder höherer Hierarchiestufe, steht Löbau vor allem mit den nächstgelegenen Grundzentren Reichenbach/Oberlausitz, Weißenberg, Bernstadt a.d. Eiben und Ebersbach-Neugersdorf im interkommunalen Wettbewerb.

3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Den Zahlen des Statistischen Landesamts des Freistaates Sachsen zufolge, verlief die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Löbau seit 2014 mit einem jährlichen Rückgang von rd. 1,3 % negativ. Mit Ausnahme der Gemeinde Ebersbach-Neugersdorf (-1,7 % p.a.) fiel der Bevölkerungsrückgang in Löbau damit stärker aus als in den betrachteten Gemeinden im Umland sowie dem Landkreis Görlitz insgesamt (rd. -0,5 % p.a.). Einzig die Kreisstadt Görlitz konnte im gleichen Zeitraum an Bevölkerung zulegen (+1,1 % p.a.). Damit hat sich die Bevölkerungsentwicklung in Löbau sowie dem Landkreis Görlitz vom landesweiten Wachstumstrend (+0,2 % p.a.) entkoppelt.

Insgesamt lebten in Löbau am 1.1.2018

rd. 14.770 Einwohner.



Einwohnerentwicklung in der Stadt Löbau im Vergleich					
Gemeinde/Stadt/ Kreis/Land	2014	2018	+/- 14/18		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Löbau	15.531	14.767	- 764	-4,9	-1,3
Reichenbach/Oberlausitz	5.063	4.968	- 95	-1,9	-0,5
Ebersbach-Neugersdorf	12.951	12.072	- 879	-6,8	-1,7
Bautzen	39.607	39.429	- 178	-0,4	-0,1
Görlitz	54.042	56.391	2.349	+4,3	+1,1
Zittau	25.950	25.575	- 375	-1,4	-0,4
Landkreis Görlitz	262.168	256.587	- 5.581	-2,1	-0,5
Sachsen	4.046.385	4.081.308	34.923	+0,9	+0,2

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in Löbau im Vergleich

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Löbau kann in Anlehnung an die Prognose von MB Research¹⁴ unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren weiterhin rückläufig sein werden. Im Jahr 2025 ist in Löbau mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 13.820 Einwohnern (-1,0 % p.a.).

Auch für das Umland der Stadt Löbau ist mit signifikanten Bevölkerungsrückgängen zwischen -0,6 % bis -1,4 % pro Jahr zu rechnen.

Die Altersstruktur der Bevölkerung von Löbau entspricht dem Trend des demographischen Wandels. Die Bevölkerung im Erwerbsalter ist von Schrumpfung und Alterung betroffen. Im Zeitraum zwischen 2013 und 2018 kam es zu einem deutlichen Anstieg der Altersgruppen ab 50 Jahren. Im Jahr 2018 waren ca. 30 % der Bevölkerung 65 Jahre und älter¹⁵. Zum Vergleich: Im Landkreis Görlitz lag der Anteil bei rd. 29 %, im Land Sachsen hingegen bei lediglich rd. 26 %. Damit zeigt sich, dass der Anteil Hochbetagter (65+) in Löbau bzw. im Landkreis Görlitz höher ist als im Land Sachsen insgesamt.

¹⁴ Vgl. Kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2017. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

¹⁵ Vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen. Die aktuellsten Daten mit einer Untergliederung der Bevölkerung nach Altersgruppen liegen für den 31.12.2017 vor.



Altersstruktur in Löbau in %		
Altersgruppen	2013	2018
unter 15 Jahre	12%	12%
15 bis unter 25 Jahre	8%	7%
25 bis unter 50 Jahre	29%	26%
50 bis unter 65 Jahre	23%	25%
ab 65 Jahre	28%	30%

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Tabelle 3: Altersstruktur der Stadt Löbau 2013 und 2018

Auch perspektivisch ist eine weitere Verschiebung der Altersstruktur zu erwarten. Gemäß der Prognose des Statistischen Landesamts des Freistaates Sachsen¹⁶ wird der Anteil der ab 65-jährigen in Löbau im Jahr 2030 bei über 35 % liegen. Dabei wird dieser Trend höher ausgeprägt sein als im Bundesland Sachsen allgemein. Hier wird der Anteil der ab 65-jährigen im Jahr 2030 voraussichtlich bei rd. 30 % liegt.

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches Angebot einstellen. Dies wird ebenfalls Verschiebungen im Einkaufsverhalten induzieren (z.B. höhere Serviceaffinität).

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁷. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Löbau bewegt sich mit 81,0 auf einem relativ niedrigen Niveau und liegt damit auch unterhalb des Schnitts des Landkreises Görlitz (83,3) und deutlich unterhalb des Landesschnitts (89,2).

¹⁶ Hierbei wurde auf die Variante 1 abgestellt, welche eine insgesamt positivere Entwicklung der Bevölkerung voraussagt.

¹⁷ Vgl. MB Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2018. Durchschnitt Deutschland=100.

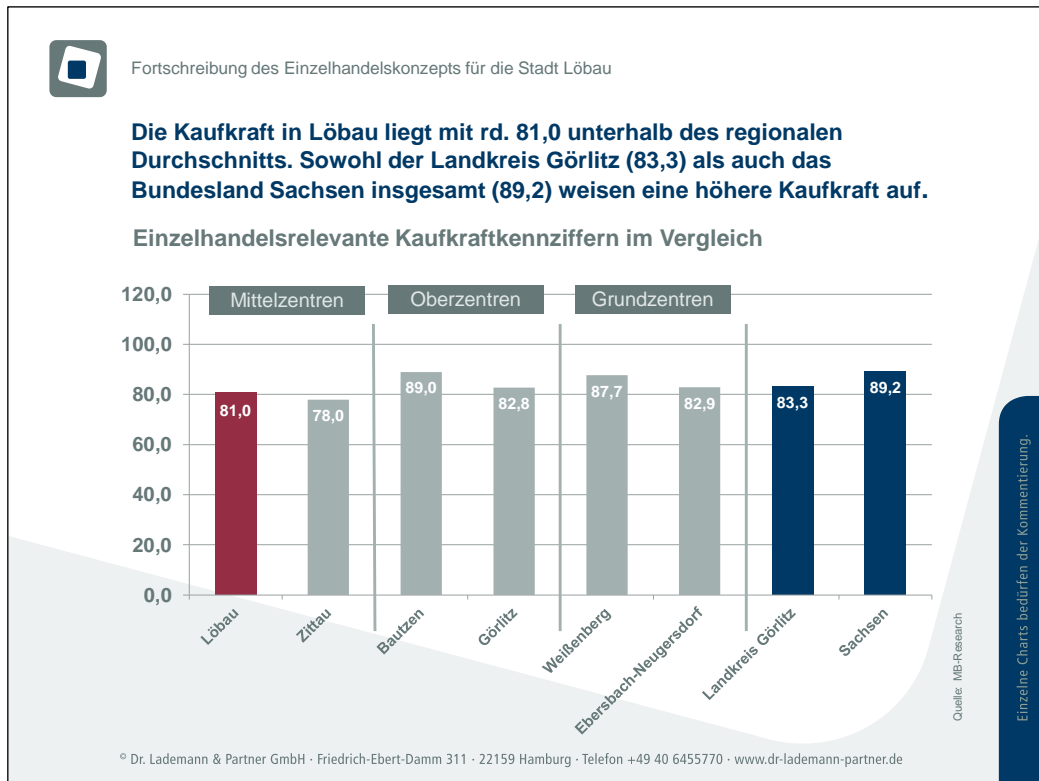


Abbildung 7: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Die Beschäftigungssituation im Landkreis Görlitz hat sich zwischen 2014 und 2017 deutlich verbessert. Die Arbeitslosenquote ist in diesem Zeitraum um rd. 2,6 %-Punkte gesunken und lag im Jahr 2017 bei rd. 9,2 %. Damit ist die Arbeitslosenquote im Vergleichszeitraum stärker zurückgegangen als im Land Sachsen (-2,1 %-Punkte) und dem östlichen Bundesgebiet (-2,2 %-Punkte). Allerdings bewegt sich die Arbeitslosenquote im Landkreis Görlitz nach wie vor auf einem höheren Niveau als im Bundesland Sachsen (6,7 %) sowie dem östlichen Bundesgebiet insgesamt (7,6 %).

Entwicklung der Arbeitslosenquoten			
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		+ / - 14/17
	2014	2017	%-Punkte
Landkreis Görlitz	11,8	9,2	-2,6
Sachsen	8,8	6,7	-2,1
Bundesgebiet (Ost)	9,8	7,6	-2,2

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2014-17 / Jahreszahlen, Nürnberg.

Tabelle 4: Entwicklung der Arbeitslosenquoten



Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Löbau mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Die Stadt Löbau verfügte im Jahr 2017 über einen positiven Pendlersaldo von knapp 1.620 Personen, der sich gegenüber den letzten Jahren sogar noch vergrößert hat. Dies deutet daraufhin, dass dem Mittelzentrum eine wichtige Bedeutung als Arbeitsort in der ländlich geprägten Oberlausitz zukommt.

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

Ein- und Auspendler in der Stadt Löbau im Vergleich						
Stadt/Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2014	2017	2014	2017	2014	2017
Löbau	3.320	3.385	4.724	5.006	1.404	1.621
Ebersbach-Neugersdorf	2.806	2.828	2.389	2.434	- 417	- 394
Zittau	3.885	3.916	6.310	6.733	2.425	2.817
Landkreis Görlitz	18.672	19.497	9.396	11.502	- 9.276	- 7.995

Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018. Stand: 30.06

Tabelle 5: Ein- und Auspendler im Vergleich

Seit 2014 hat sich die Zahl der Gästeankünfte in Löbau leicht verringert. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als sieben Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach etwas größer einzuschätzen, wobei der Tourismus bei der Entwicklung des Einzelhandels in Löbau ohnehin eine eher untergeordnete Rolle spielt.

Gästeankünfte					
Stadt/Kreis/Land	2014	2017	+/- 14/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Löbau	8.613	7.397	-1.216	-14,1	-4,9
Ebersbach-Neugersdorf		4.428	+4.428	k.A.	k.A.
Zittau	20.071	24.884	+4.813	24,0	+7,4
Landkreis Görlitz	393.554	442.230	+48.676	12,4	+4,0
Sachsen	7.408.813	7.864.001	+455.188	6,1	+2,0

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (Stand: Jahreswert); Beherbergungsstätten mit 8 und mehr Betten (ohne Campingplätze)

Tabelle 6: Tourismusentwicklung im Vergleich



3.3 Raumordnerische Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen wird in Kapitel 2.3.2 (Handel) des Landesentwicklungsplans Sachsen 2013 geregelt. Die folgenden additiv verknüpften Ziele und Grundsätze sind bei entsprechenden Vorhaben im Geltungsbereich qualifizierter Bebauungspläne zu beachten und beeinflussen auch die Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts:

Z 2.3.2.1 (Konzentrationsgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichnenden großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Factory-Outlet-Centern ist nur in Oberzentren zulässig.

Z 2.3.2.2 (Konzentrationsgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.

Z 2.3.2.3 (Integrationsgebot)

Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

Z 2.3.2.4 (Kongruenzgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.

Z 2.3.2.5 (Beeinträchtigerungsverbot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Fol-



gewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orten substantziell beeinträchtigen.

G 2.3.2.6 (ÖPNV)

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.

Z 2.3.2.7 (Agglomerationsverbot)

Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gelten entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.

Im geltenden Regionalplan für die Region Oberlausitz-Niederschlesien aus dem Jahr 2010 wurden die Ziele und Grundsätze des damals gültigen LEP Sachsen 2003 nicht weiter konkretisiert. In Absatz 5.2 (Handel und Dienstleistungen) ist lediglich ein ergänzender Grundsatz verankert:

G. 5.2.1

Die Innenstädte und Stadtteilzentren des Oberzentralen Städteverbands Bautzen-Görlitz-Hoyerswerda und der Mittelzentren sind entsprechend ihrem zentralörtlichen Verflechtungsbereich als Standorte des Einzelhandels und der Dienstleistungen auszubauen. Insbesondere für die Mittelzentren sollen zur Vermeidung eines weiteren Funktionsverlustes der Innenstädte im Rahmen der integrierten Stadtentwicklungskonzepte Einzelhandelskonzeptionen erstellt werden. Dabei ist auf die Sicherung und Belebung des kleinteiligen Einzelhandels hinzuwirken.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Löbau sind eher restriktiv zu bewerten: Neben einer seit Jahren anhaltenden rückläufigen Einwohnerentwicklung wirkt sich auch die überdurchschnittlich alte Bevölkerungsplattform und das unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau einschränkend auf die Entwicklungsperspektiven im Einzelhandel aus. Positive Impulse induzieren vor allem eine verbesserte Beschäftigungssituation sowie der positive Pendlersaldo.



Löbau ist die raumordnerische Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Damit fungiert Löbau als regionales Wirtschafts- und Versorgungszentrum zur Stabilisierung des ländlichen Raums. Neben mittelzentralen Versorgungsfunktionen für ihren Mittelbereich soll die Stadt auch die Grundversorgung für einen zugewiesenen Nahbereich sicherstellen. Nichtsdestotrotz soll sich die Einzelhandelsausstattung in Löbau von den umliegenden Grundzentren abheben. Löbau hat demnach einen klaren, von der Raumordnung angewiesenen, überörtlichen Versorgungsauftrag, was bei der Verkaufsflächenausstattung zu berücksichtigen ist.



4 Nachfragesituation in Löbau

4.1 Marktgebiet der Stadt Löbau

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Einwohner dieses Marktgebiets alle ihre Einkäufe in dieser Stadt tätigen, sondern sie weisen lediglich eine deutliche Orientierung auf den lokalen Einzelhandel auf.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und der zentralörtlichen Struktur der Region. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Zudem wurden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

Das Marktgebiet ist in drei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Löbauer Stadtgebiet insgesamt stellt dabei die Zone 1 dar.

Die Zone 2 wird von den Gemeinden Lawalde, Großschweidnitz und Rosenbach sowie dem nördlichen Gemeindegebiet von Kottmar (Ortsteil Niedercunnersdorf) gebildet. Diese Gemeinden/Ortsteile sind gemäß dem Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien, neben der Stadt Löbau selbst, vorrangig dem Nahbereich von Löbau zugeordnet.

Die Zone 3 umfasst die Gemeinden Weißenberg, Hochkirch, Cunewalde, Oppach, Beiersdorf, Schönbach, Dürrhennersdorf, Neusalza-Spremberg, Ebersbach-Neugersdorf, Herrnut und Bernstadt a.d. Eigen sowie das restliche Gemeindegebiet von Kottmar. Damit entspricht die Zone 3 dem übrigen Mittelbereich, welcher dem Mittelzentrum Löbau von Seiten der Landesplanung zugewiesen wurde.¹⁸

¹⁸ Im Vergleich zum Marktgebiet aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Löbau 2009 haben Dr. Lademann & Partner das Marktgebiet etwas ausgedehnt, an den Gemeindegrenzen orientiert und zudem an die aktuellsten Vorgaben der Landes- und Regionalplanung angepasst.

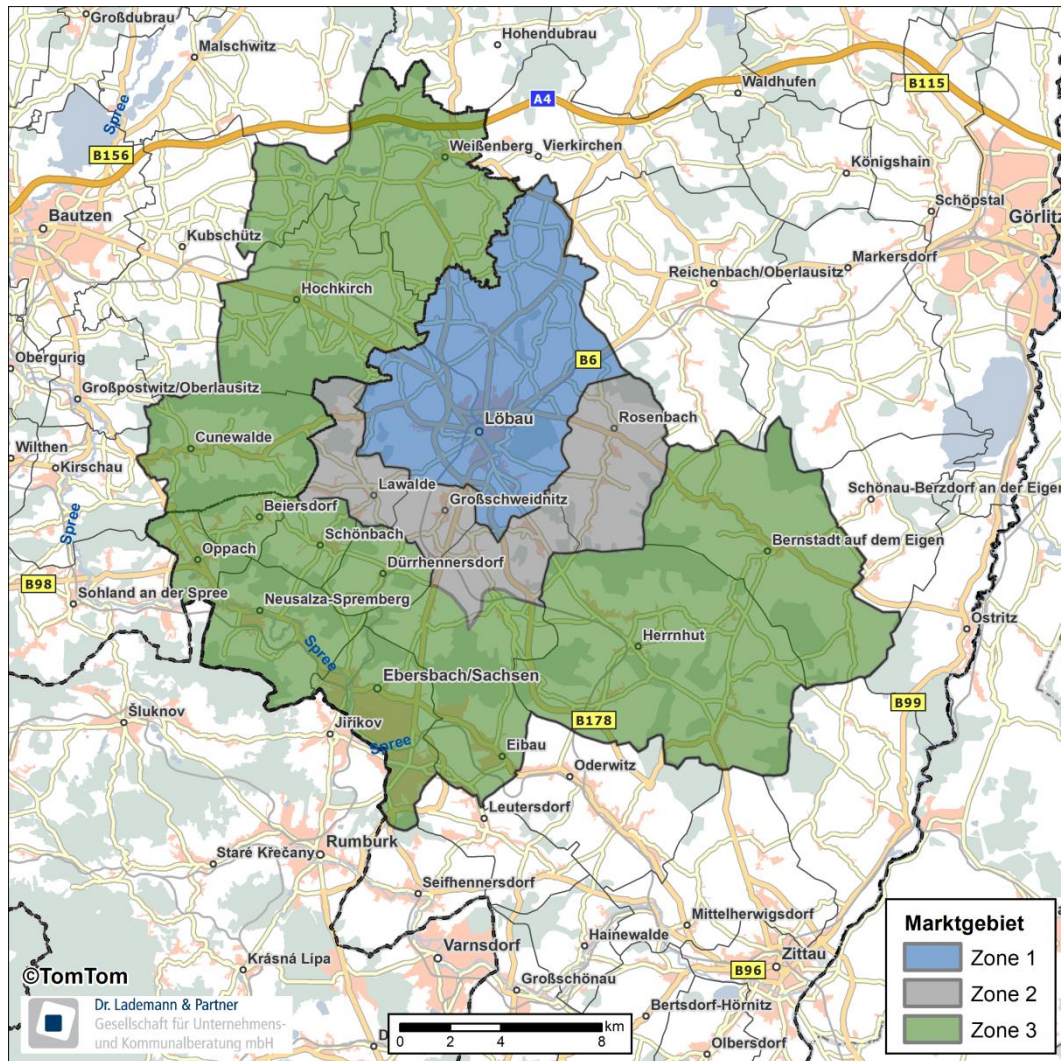


Abbildung 8: Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Löbau

In dem Marktgebiet leben derzeit

rd. 67.430 Personen.

Davon entfallen rd. 22 % auf die Stadt Löbau selbst, rd. 7 % auf den vorrangigen Nahbereich (Zone 2) und rd. 70 % auf den übrigen Mittelbereich (Zone 3).

Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einem Rückgang des Einwohnerpotenzials bis 2025 auf

rd. 62.900 Einwohner auszugehen.



Marktgebiet des Einzelhandels in Löbau			
Bereich	Zonen	2018	2025
Löbau, Stadt	Zone 1	14.767	13.750
Nahbereich	Zone 2	5.708	5.330
weiteres Umland	Zone 3	46.950	43.810
Einzugsgebiet	Gesamt	67.425	62.890
Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.			

Tabelle 7: Marktgebiet des Einzelhandels

Darüber hinaus ist noch mit Streukunden zu rechnen. Diese Streukunden setzen sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Touristen, Durchreisenden, Zufallskunden und Pendlern zusammen, die nur sporadisch in Löbau einkaufen. Hierzu trägt, wenn auch in begrenztem Maße, die Grenznähe Löbaus bei, weshalb auch mit vereinzelt Kunden aus den Nachbarländern Polen und Tschechien zu rechnen ist.

4.2 Nachfragepotenzial der Stadt Löbau

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes¹⁹ errechnet sich für 2018 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente²⁰ innerhalb des Marktgebiets von rd. 388,1 Mio. €.

Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Löbau jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Löbau selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen (z.B. Online-Handel).

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Löbau für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

rd. 362 Mio. € (- rd. 26,1 Mio. €).

¹⁹ Pro-Kopf-Ausgabesatz gemäß MB Research (2018) = 6.924 €

²⁰ Die Sortimente werden nach der kurzfristigen Bedarfshäufigkeit (v.a. Lebensmittel) sowie nach dem mittelfristigen (wie Bekleidung/Schuhe) und langfristigen (z.B. Möbel, Bau- und Gartenbedarf) Bedarf gegliedert. Für eine detaillierte Erläuterung sei auf das Glossar verwiesen.

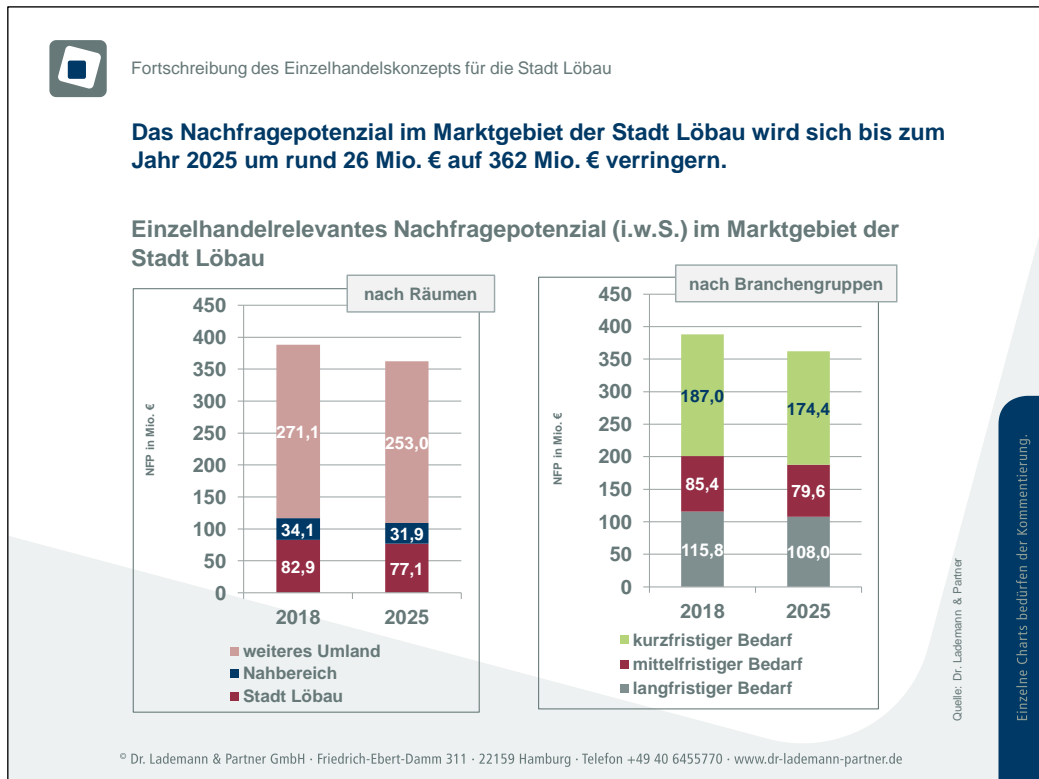


Abbildung 9: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) - wenn auch abgeschwächt - weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich 13 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht stationären Handel. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. Es sind gerade die Innenstadtleitsortimente, die am stärksten von Nachfrageabflüssen in den nicht-stationären Handel tangiert sind (im Mittel zu etwa einem Drittel).

Im Marktgebiet der Stadt Löbau leben in 2018 rd. 67.400 Personen. Vor dem Hintergrund einer abnehmenden Einwohnerzahl (rd. 62.900 im Jahr 2025) wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 auf rd. 362 Mio. € sinken. Vor diesem Hintergrund bedarf es Anstrengungen, die Nachfrage durch den stationären Handel vor Ort in Löbau stärker als bislang zu binden, um auch zukünftig als leistungsfähiges Mittelzentrum im ländlichen Raum fungieren zu können.



5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Löbau

5.1 Verkaufsflächenentwicklung und Branchenstruktur

Im November 2018 verfügte die Stadt Löbau in 146 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene²¹ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 30.450 qm.

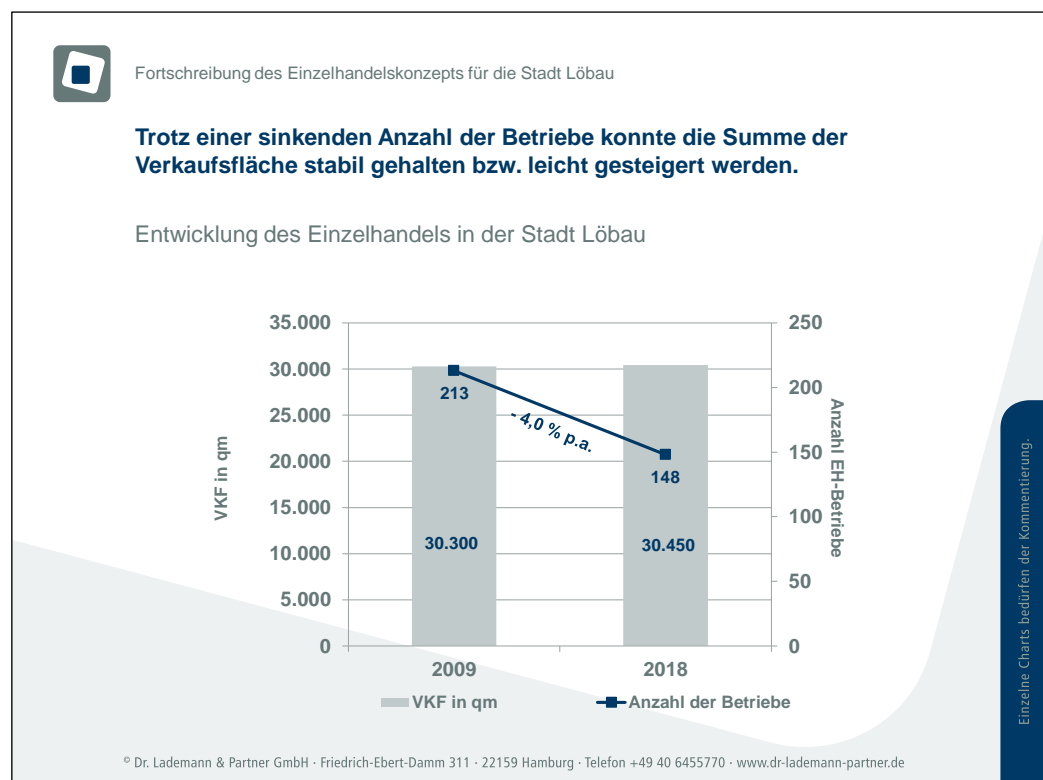


Abbildung 10: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Löbau seit 2009

Im zeitlichen Vergleich zur Situation in 2009 zeigt sich eine deutliche Abnahme der Anzahl der Ladenlokale um jährlich 4 %. Die Verkaufsfläche ist im selben Zeitraum gleichwohl weitgehend stabil geblieben. Gemäß dem bundesdeutschen Trend kann somit auch für Löbau konstatiert werden, dass die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Ladeneinheit stetig zugenommen haben. Dieser Betriebsfor-

²¹ Ohne Leerstände.



menwandel resultiert daraus, dass vorwiegend kleine Geschäfte aus dem Markt ausscheiden und neben Neueröffnungen (z.B. Löbauer Schlafstudio) auch Bestandsbetriebe in den letzten Jahren Flächenerweiterungen durchgeführt haben (z.B. Rossmann).

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentschwerpunkt auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 41 %) sowie auf das Segment Bau- und Gartenbedarf/Tierbedarf (rd. 23 %) entfällt. Bei den übrigen Sortimenten zeigt sich, dass nach Verkaufsflächenanteilen v.a. das Innenstadtleitsegment Bekleidung/Schuhe (rd. 16 %) vergleichsweise stark aufgestellt ist.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

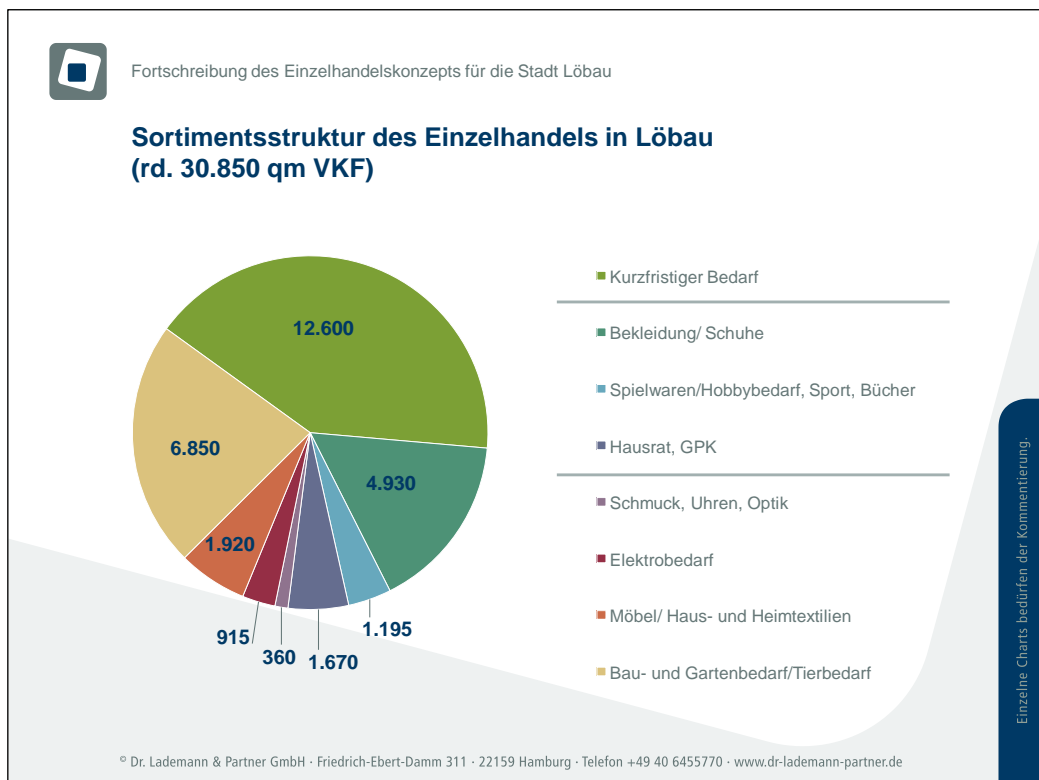


Abbildung 11: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Löbau



Insgesamt gesehen weist der Löbauer Einzelhandel eine Branchenstruktur auf, die tendenziell stärker durch Verkaufsflächen des kurzfristigen Bedarfs geprägt wird:

- Mit rd. 12.600 qm entfallen rd. 41 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich sogar auf rd. 47 %. Damit bedient fast die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe in Löbau den kurzfristigen Bedarfsbereich.
- Mit rd. 7.800 qm entfallen rd. 26 % der Gesamtverkaufsfläche auf den mittelfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 27 %.
- Der langfristige Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 33 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 10.050 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 26 %.

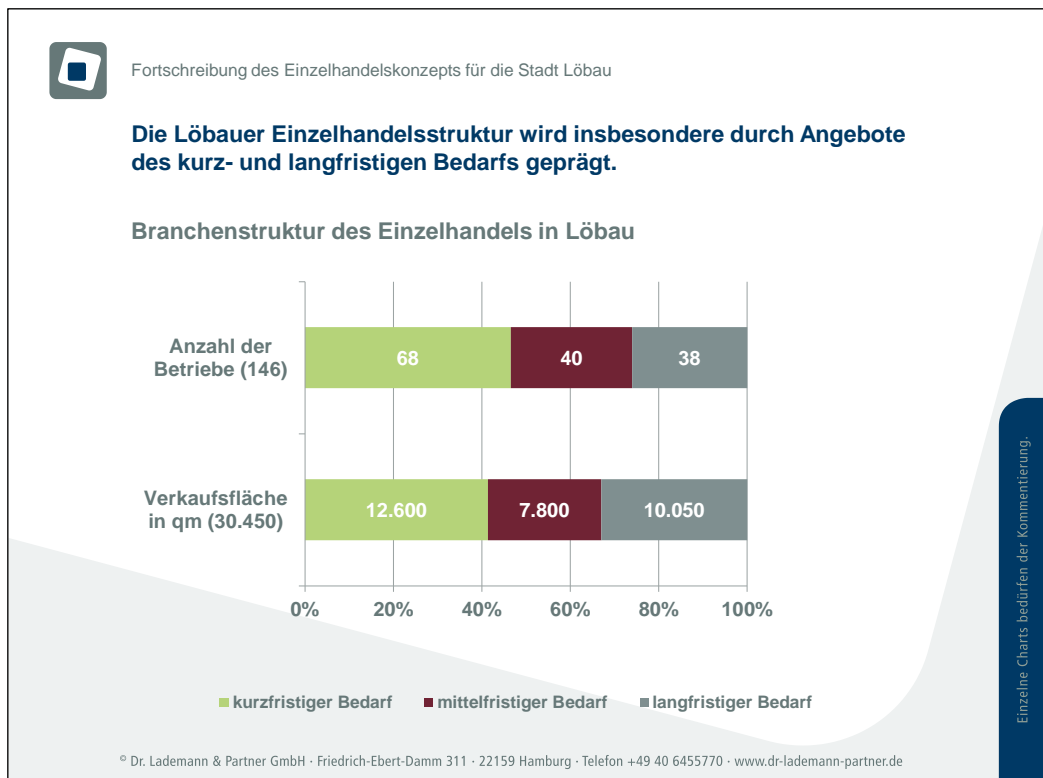


Abbildung 12: Branchenstruktur des Einzelhandels in Löbau

5.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf die zentrale Fragestellung des Gutachtens bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert aufbereitet.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

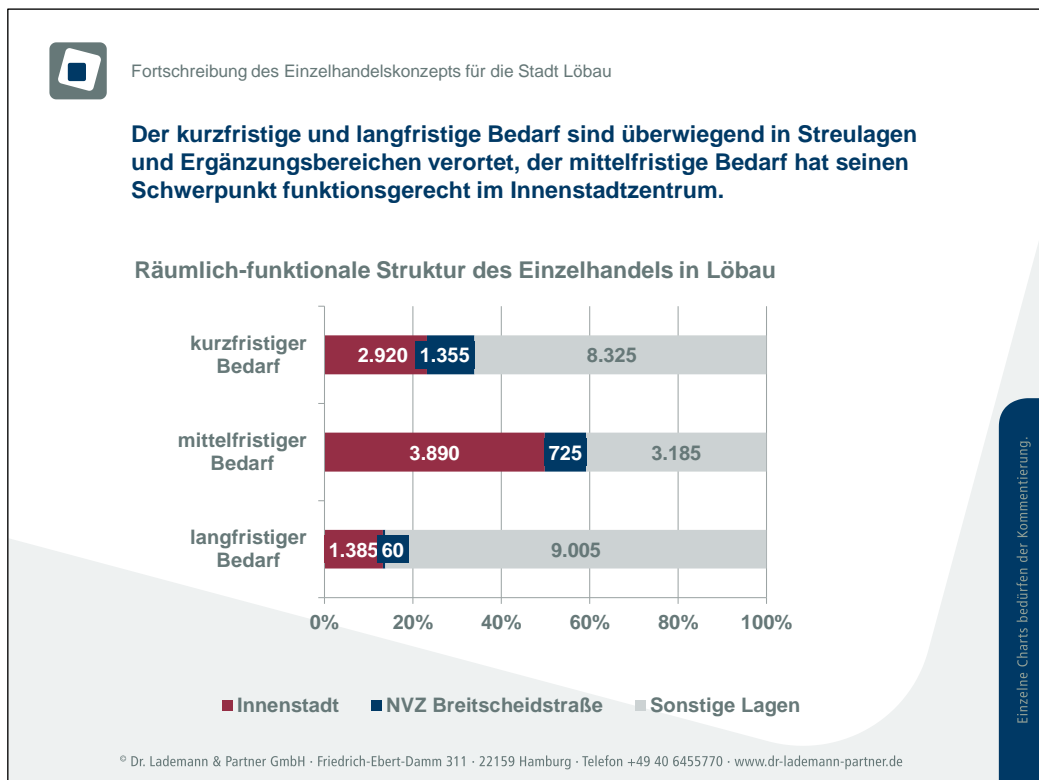


Abbildung 13: Räumlich-funktionale Struktur des Löbauer Einzelhandels

Die sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteile verteilen sich auf folgende Standortlagen:

- Rd. 58 % der Einzelhandelsbetriebe in Löbau entfallen auf das Innenstadtzentrum. Der Anteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich hingegen auf lediglich rd. 27 %. Dies verdeutlicht die kleinteiligen Strukturen innerhalb des Stadtzentrums. Einen Schwerpunkt bilden funktionsgerecht die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs und damit die Leitsortimente einer funktionsfähigen Innenstadt. Etwas mehr als die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche im mittelfristigen Bedarf entfällt dabei auf die Innenstadt von Löbau.



- Im ergänzenden Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße werden rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche vorgehalten. Einen Schwerpunkt bildet hier funktionsgerecht der kurzfristige bzw. periodische Bedarf.
- Unter den Sonstigen Lagen werden die übrigen Angebotsbereiche erfasst. Eine wichtige Bedeutung kommt hierbei dem Sonderstandort Rumburger Straße zu. Auf diesen autoorientierten Ergänzungsstandort entfallen rd. 19 % der Gesamtverkaufsfläche Löbaus. Bei allen weiteren Angebotsstandorten in Löbau handelt es sich v.a. um solitäre Lagen. Auf diese entfallen insgesamt rd. 44 % der Gesamtverkaufsfläche Löbaus. Angesichts ihres hohen Flächenbedarfs befinden sich Anbieter des langfristigen Bedarfs (wie z.B. Baumärkte) typischerweise in diesen Streulagen und damit außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

5.3 Betriebsgrößenstruktur

Hinsichtlich der Betriebsgrößen weist der Einzelhandel in der Stadt Löbau erwartungsgemäß kleinteilige Strukturen auf. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 210 qm Verkaufsfläche. Da die Anzahl der Betriebe seit 2009 stark abgenommen hat, die Verkaufsfläche hingegen auf einem ähnlichen Niveau verblieben ist, hat sich die durchschnittliche Betriebsgröße seit 2009 (rd. 140 qm) deutlich erhöht. Auch diese Entwicklung entspricht damit dem bundesdeutschen Trend, wonach die Verkaufsfläche der Ladengeschäfte in den letzten Jahren stetig gewachsen ist. Die Innenstadt von Löbau weist eine besonders kleinteilige Struktur auf. Hier liegt die durchschnittliche Betriebsgröße bei lediglich rd. 100 qm Verkaufsfläche. Nach Standortbereichen ergibt sich dabei folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Löbau nach Standortbereichen					
durchschnittliche Betriebsgröße in qm	Innenstadt	NVZ Breitscheidstraße	Sonderstandort Rumburger Straße	Streulage	Gesamt
kurzfristig	97	194	1.090	181	185
mittelfristig	130	181	743	318	195
langfristig	55	0	0	704	271
Summe	96	195	942	336	210

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 8: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Löbau nach Standortbereichen



In Löbau entfallen insgesamt

rd. 47 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 8 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Die Mehrzahl dieser Betriebe befindet sich außerhalb der Innenstadt und ist dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen.

Einzelhandelsbetriebe >800 qm VKF in Löbau nach Standortbereichen		
Lage	Name	Sortimentskategorie
Innenstadt	Rossmann, Sachsenstraße 4	kurzfristig
	Diska, Sachsenstraße 4	kurzfristig
Sonderstandort Rumburger Straße	Kaufland, Rumburger Straße 9	kurzfristig
	AWG Mode-Center, Rumburger Straße 5	mittelfristig
Sonstige Lagen	Löbauer Schlafstudio, Görlitzer Straße 19	langfristig
	Netto, Breitscheidstraße 21	kurzfristig
	Lidl, Poststraße 7	kurzfristig
	Obi-Baumarkt, Weststraße 1	langfristig

Quelle: Eigene Erhebung.

Abbildung 14: Verteilung des großflächigen Einzelhandels nach Zentrenrelevanz und Standortlage

Im kurzfristigen Bedarf bildet der Kaufland-Verbrauchermarkt am Sonderstandort Rumburger Straße mit Abstand den flächengrößten Anbieter. Dahinter folgen die Lebensmitteldiscounter Diska (Innenstadt) und Netto (Streulage).

Bei den mittelfristigen Sortimenten stellt das AWG Mode-Center am Sonderstandort Rumburger Straße den einzigen großflächigen Anbieter dar. Der Sonderpostenmarkt Wreesmann in Streulage bildet den zweitgrößten Anbieter, unterschreitet die Schwelle zur Großflächigkeit jedoch knapp. Die Betriebe des mittelfristigen Bedarfs in der Innenstadt sind überwiegend kleinteilig strukturiert.

Den flächengrößten Betrieb im langfristigen Bedarfsbereich und den größten Einzelhandelsbetrieb der Stadt Löbau zugleich, bildet der OBI-Baumarkt in peripherer Lage in der Weststraße. Das Löbauer Schlafstudio in der Görlitzer Straße überschreitet die Schwelle zur Großflächigkeit ebenfalls.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in Löbau rd. 30.450 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 210 qm Verkaufsfläche. Verkaufsfächenseitig liegt der Schwerpunkt der Großflächen außerhalb der Zentren. Die Löbauer Innenstadt ist hingegen sehr kleinteilig strukturiert. Etwa 27 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots entfällt auf das Stadtzentrum.



5.4 Leerstandssituation

Zum Zeitpunkt Januar 2019 standen in den Zentren der Stadt Löbau insgesamt 48 Ladengeschäfte leer. Hiervon entfallen 36 Ladengeschäfte auf die Innenstadt von Löbau und 12 Ladengeschäfte auf das Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße. Es handelt sich dabei vorwiegend um relativ kleine Flächen von schätzungsweise 30-50 qm potenzieller Verkaufsfläche.

Für die Löbauer Innenstadt entspricht dies einer Leerstandsquote von rd. 22 % gemessen an der Anzahl der Betriebe. Weitere 29 % der Flächen sind durch Dienstleister genutzt. Damit werden aktuelle nur rd. 49 % der Ladenlokale durch Einzelhandelsnutzungen belegt.



Abbildung 15: Leer stehende Ladenlokale entlang der Inneren Zittauer Straße

Die Leerstandssituation in der Innenstadt von Löbau ist damit insgesamt als angespannt zu bewerten. Die Leerstände konzentrieren sich dabei allerdings insbesondere auf die Randbereiche der Innenstadt, vor allem auf die Innere Zittauer Straße im südlichen Teil des Stadtzentrums. In diesem Bereich ist der noch bestehende Nutzungsbesatz von zahlreichen leer stehenden Ladenlokalen durchsetzt, die das Erscheinungsbild des südlichen Zentrumszugangs in Verbindung mit der teils noch unsanierten Bausubstanz deutlich schmälern. In diesen Berei-



chen sollte die bereits verschärfte Leerstandssituation genauestens beobachtet werden um weitere Trading-Down-Effekte zu vermeiden. In den sonstigen Kernbereichen der Innenstadt (Bahnhofstraße, Nicolaistraße, Altmarkt) ist die Leerstandssituation allerdings noch als moderat zu bezeichnen.

Im Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße liegt die Leerstandsquote gemessen an der Anzahl der Betriebe bei sehr hohen 41 %. Weitere 21 % der Flächen sind mit Dienstleistungsnutzungen belegt. Durch den Einzelhandel sind damit aktuell nur 38 % der Ladenlokale belegt. Die Leerstände verteilen sich auf die unterschiedlichen Geschäftsbereiche und entfallen vorwiegend auf die Einkaufspassage mit Norma als Ankermieter.

Insgesamt gilt es somit, die Leerstandssituation künftig genau zu beobachten, da diese v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden kann. Der Leerstand innerhalb der einzelhandelsseitig vorgeprägten Lagen in den Zentren ist vorrangig abzubauen, Nachnutzungen sind zu fördern. Die Belebung der Innenstadtrandlagen mit attraktiven Einzelhandelsangeboten wird unter Berücksichtigung der Entwicklungstrends im Einzelhandel und der restriktiven sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen in Löbau auch zukünftig mitunter schwer zu realisieren sein. Deshalb sollte gerade in den Randbereichen auch auf eine Nachnutzung leer stehender Ladenlokale durch zentrenergänzende Funktionen wie Dienstleistungen und Gastronomie hingearbeitet werden. Aber auch das Thema innerstädtisches Wohnen kann hier eine Rolle spielen.

5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels in Löbau

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Löbau im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2017 auf insgesamt

rd. 97 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 3.200 € je qm Verkaufsfläche und Jahr.

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

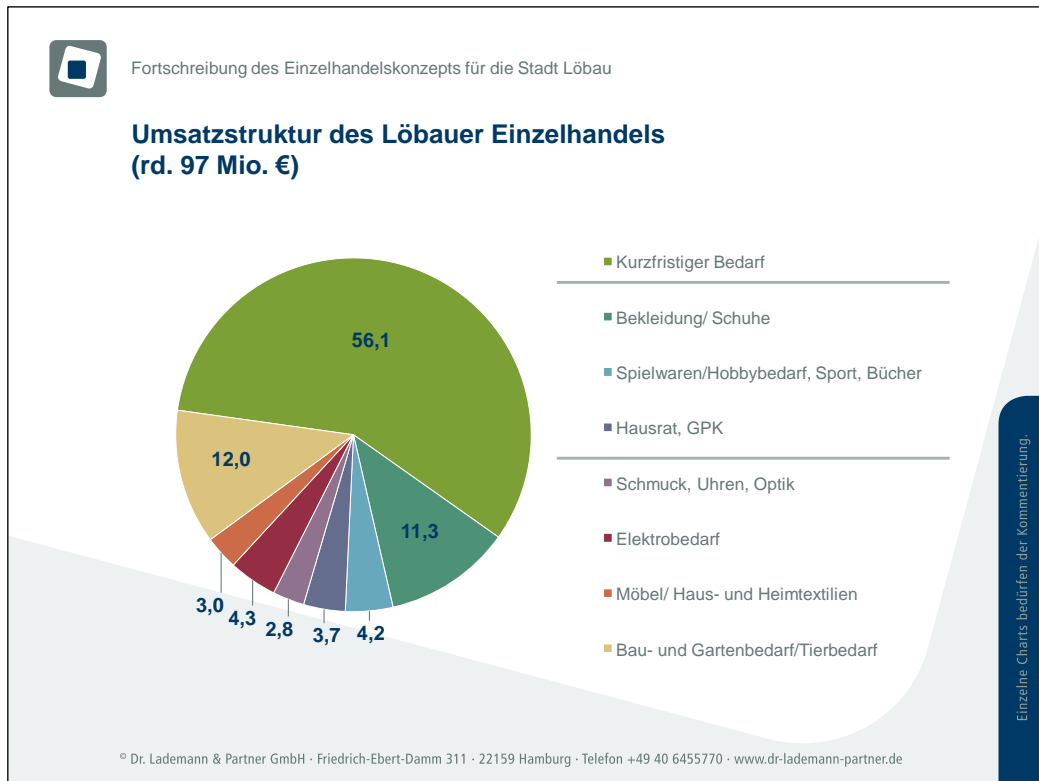


Abbildung 16: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Löbau

- Der Umsatzanteil des kurzfristigen Bedarfs beträgt rd. 58 % (rd. 56 Mio. €) des Gesamtumsatzes. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.450 € je qm Verkaufsfläche, fällt damit im Branchenvergleich am höchsten aus und wird vor allem von den umsatzstärkeren Lebensmitteldiscountern getrieben
- Auf den mittelfristigen Bedarf entfällt mit rd. 19,1 Mio. € ein Fünftel des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 2.450 € je qm Verkaufsfläche.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven Sortimenten des langfristigen Bedarfs liegt bei etwa 22 % (rd. 21,8 Mio. €). Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 2.200 € je qm Verkaufsfläche.



Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Löbauer Einzelhandels			
Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenpro- duktivität*
Kurzfristiger Bedarf	12.600	56,1	4.450
Nahrungs- und Genussmittel	10.340	45,3	4.380
Gesundheits- und Pflegeartikel	2.145	10,3	4.810
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	1.525	6,9	4.500
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	620	3,4	5.560
Tiernahrung	115	0,5	4.250
Mittelfristiger Bedarf	7.795	19,1	2.460
Bekleidung/Wäsche	3.650	7,9	2.160
Schuhe, Lederwaren	1.280	3,4	2.630
Spielwaren, Hobbybedarf	230	0,7	3.020
Sportbedarf, Camping	215	0,5	2.430
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	750	3,0	3.960
Hausrat, GPK	1.670	3,7	2.200
Langfristiger Bedarf	10.045	21,8	2.170
Optik	240	1,5	6.400
Schmuck, Uhren	120	1,0	8.250
Elektrobedarf	915	4,3	4.650
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	1.700	2,7	1.580
Möbel	220	0,3	1.300
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	6.850	12,0	1.750
Summe/Mittelwert	30.440	96,9	3.180

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *€ je qm Verkaufsfläche.

Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Löbauer Einzelhandels

Nach Standortlagen betrachtet, werden von dem gesamten Umsatzvolumen insgesamt rd. 32 % in der Innenstadt von Löbau erwirtschaftet (rd. 31,2 Mio. €). Den Schwerpunkt des Innenstadtumsatzes bildet mit rd. 14 Mio. € der kurzfristige Bedarf. Ein gewichtiger Umsatzanteil entfällt mit rd. 11 Mio. € auch auf den mittelfristigen Bedarf. Den größten Anteil am Gesamtumsatz (rd. 41 %) erwirtschaften die Sonstigen Lagen. Mit rd. 20 % des Gesamtumsatzes kommt auch dem Ergänzungsstandort Rumburger Straße eine hohe Bedeutung zu.

Umsatzseitig wird der Löbauer Einzelhandel durch den kurzfristigen Bedarf dominiert, auf den rd. 58 % des Gesamtumsatzes entfallen. Etwa 32 % des Einzelhandelsumsatzes werden von den Angeboten in der Innenstadt generiert. Dabei steht die Innenstadt im kurz- und mittelfristigen Bedarf vor allem mit den Angeboten am Sonderstandort Rumburger Straße im Wettbewerb.



5.6 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Löbau

Aktuell liegen folgende Anfragen bei der Stadt Löbau vor bzw. befinden sich in der Umsetzung:

- Der bestehende, derzeit kleinflächige Norma-Lebensmitteldiscounter in der Breitscheidstraße möchte, unter Einbezug ohnehin leer stehender Ladenlokale in der gleichen Handelsimmobilie (Einkaufszentrum Breitscheidstraße), seine Verkaufsflächen am Bestandsstandort erweitern.
- Auf einem innenstadtnahen Areal zwischen der Äußeren Bautzner Straße, der Pestalozzistraße, der August-Bebel-Straße, der Hartmannstraße und dem Promenadenring ist die Neuansiedlung eines Verbrauchermarkts geplant. Zusätzlich sind auf dem Vorhabenareal weitere arrondierende, kleinflächige Einzelhandelsnutzungen (u.a. ein Bäcker) sowie Wohnnutzungen vorgesehen. Um das Vorhaben auf den Weg zu bringen, hat die Stadt Löbau erst kürzlich den Aufstellungsbeschluss für einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gefasst. Im Zuge der Vorhabenrealisierung sollen die auf dem Areal bestehenden leer stehenden Gebäude, u.a. ein seit Jahren leer stehendes Möbelhaus, abgerissen oder revitalisiert werden. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.900 qm (zzgl. Windfang, Backshop etc. etwa 2.000 qm) soll anschließend bzw. parallel ein „Markt der Generationen“ entstehen.



6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Löbau

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Löbau einen Wert von

rd. 2.060 qm je 1.000 Einwohner.

Differenziert nach den unterschiedlichen Einzelhandelsbranchen fällt die Angebotssituation des Löbauer Einzelhandels allerdings sehr unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Löbau im Vergleich			
Branchen	Flächendichte*		
	Löbau	Spannbreite Mittelzentren**	Freistaat Sachsen***
periodischer Bedarf	853	550 - 810	530
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	334	230 - 490	240
Sonstige Hartwaren	218	230 - 310	220
Elektrobedarf/elektronische Medien	62	70 - 130	80
Möbel/Haus- und Heimtextilien	130	380 - 530	280
Bau- und Gartenbedarf	464	440 - 730	340
Summe	2.061	2190 - 2880	1.690

Quelle: Eigene Berechnungen.
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.
** Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner
*** Vergleichswerte aus dem Handelsatlas Sachsen 2015.

Tabelle 10: Verkaufsflächendichten im Vergleich

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.800 qm je 1.000 Einwohner (im Freistaat Sachsen bei etwa 1.700 qm je 1.000 Einwohner). Damit liegt die Flächenausstattung in Löbau rein rechnerisch sowohl über dem Bundesschnitt als auch über dem Landesschnitt des Freistaats Sachsen. Allerdings liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte von Mittelzentren – in Abhängigkeit von der Größe des überörtlichen Marktgebiets des Einzelhandels und der interkommunalen Wettbewerbssituation – nach Berechnungen von Dr. Lademann & Partner i.d.R. rd. 20 bis 50 %-Punkte höher (> 2.200 qm je 1.000 Einwohner). Ein Überbesatz an Verkaufsfläche ist somit nicht festzustellen. Da-



bei sind zusätzlich der Einpendlerüberschuss sowie die die Versorgungsfunktion für das Umland zu beachten. In diesem Zusammenhang spielt auch die relativ solitäre Lage im Raum und die damit einhergehende weiträumige Ausstrahlung des Einzelhandels eine wichtige Rolle. Vor diesem Hintergrund lässt sich für die Verkaufsflächenentwicklung in Löbau noch Spielraum ableiten.

Nach der Bereinigung um die einzelhandelsrelevante Zentralität (s.u.) für die Stadt Löbau ergibt sich eine Netto-Verkaufsflächendichte, die mit rd. 1.760 qm nur noch leicht über dem sächsischen Durchschnitt und leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegt.

Im Jahr 2009 betrug die unbereinigte Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Löbau noch rd. 1.770 qm je 1.000 Einwohner. Dieser Anstieg lässt sich in erster Linie rein rechnerisch vor dem Hintergrund des Bevölkerungsrückgangs begründen und deutet somit auf eine geringere Flächenleistung hin.

Die Verkaufsflächendichte in Löbau liegt mit rd. 2.060 qm je 1.000 Einwohner sowohl über dem Bundes- als auch über dem Landesschnitt, muss allerdings vor dem Hintergrund der mittelzentralen Funktion für das ländlich geprägte Umland und dem Einpendlerüberschuss relativiert werden.

6.2 Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

Zum Zeitpunkt der Erhebungen verfügte die Löbauer Innenstadt²² in 85 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von rd. 8.190 qm. Der Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt beläuft sich auf rd. 31,5 Mio. €.

Gegenüber der Einzelhandelserhebung im Jahr 2009 (114 Betriebe) hat sich die Anzahl der Betriebe damit deutlich verringert. Dies ist mit dem Ausscheiden zahlreicher Kleinflächen, vorrangig in den Randbereichen der Innenstadt, zu erklären. Die Verkaufsfläche im Stadtzentrum hat sich im Vergleich zu 2009 (rd. 7.390) hingegen leicht erhöht. Dies ist vor allem auf die Eröffnung der Einkaufspassage in der Sachsenstraße im Jahr 2016 zurückzuführen. Neben der Erweiterung von Diska (vorher EDEKA) sowie der Neuansiedlung von MäcGeiz, hat auch der Drogeriemarkt Rossmann seine Filiale in die Einkaufspassage verlagert und seine Verkaufsfläche in diesem Zuge erweitert.

²² Die Abgrenzung der Innenstadt wird in Kapitel 8 vorgenommen.



Branchenseitig zeigt der Einzelhandel in der Löbauer Innenstadt folgendes Bild:

- Mit rd. 2.920 qm entfallen rd. 36 % der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt auf den kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 35 %.
- Mit rd. 3.885 qm entfallen rd. 47 % der Innenstadtverkaufsfläche auf den mittelfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 35 %.
- Der langfristige Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 17 % an der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt (rd. 1.385 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil rd. 30 %.

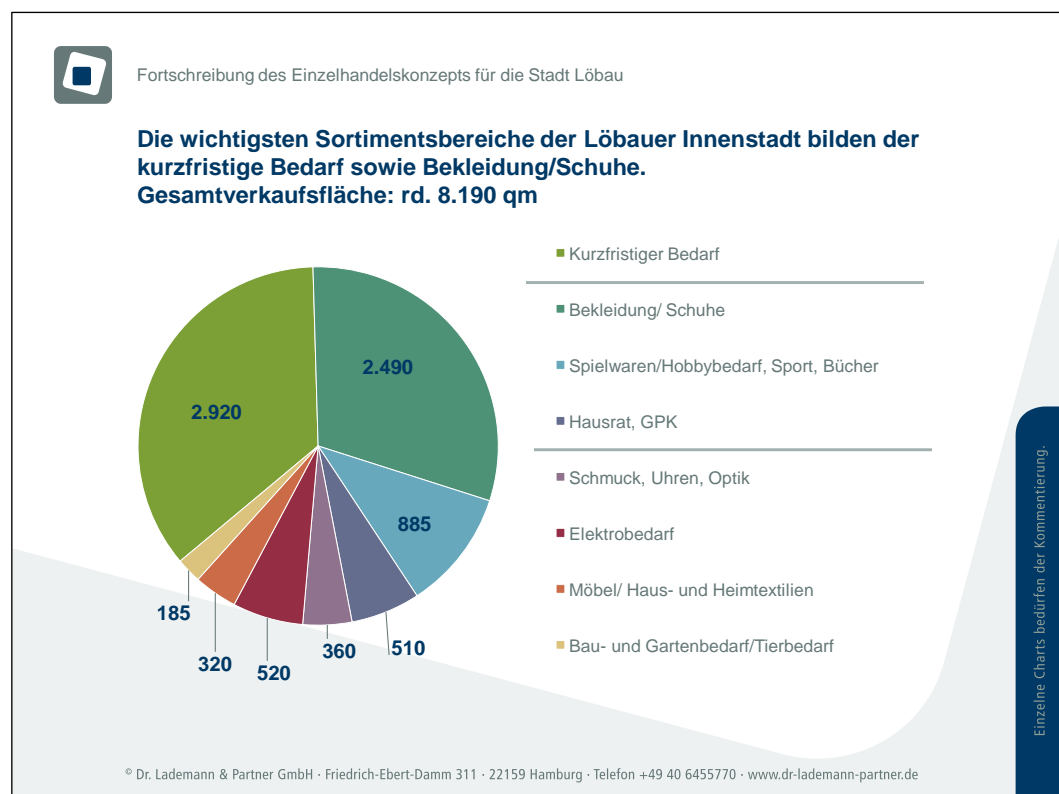


Abbildung 17: Sortimentsstruktur des Innenstadt-Einzelhandels in Löbau

Wie bereits dargestellt, ist das Angebot in der Löbauer Innenstadt sehr kleinteilig strukturiert. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei lediglich rd. 100 qm. Darüber hinaus ist darauf zu verweisen, dass einige Ladeneinheiten, neben der ohnehin suboptimalen Verkaufsflächengröße, nicht mehr den Ansprüchen an moderne und leistungsfähige Immobilien entsprechen. Hieraus resultieren in



einigen Teilbereichen (z.B. Innere Zittauer Straße) Vermietungsschwierigkeiten und ein Investitionsstau.

Aufgrund der kleinteiligen Struktur sind vor allem im Kernbereich der Innenstadt kaum größere Ladeneinheiten zu finden. Als größere Ladengeschäfte sind folgende, vor allem im nördlichen Randbereich der Innenstadt (Einkaufskomplex Sachsenstraße) gelegene, Betriebe zu nennen:

- Diska-Lebensmitteldiscounter, Sachsenstraße
- Rossmann-Drogeriemarkt, Sachsenstraße
- Schuhfachgeschäft Reno, Sachsenstraße
- MäcGeiz, Sachsenstraße
- Textildiscounter NKD, Altmarkt
- Buchhandlung Thalia, Bahnhofstraße



Abbildung 18: Einkaufskomplex Sachsenstraße am nördlichen Rand der Innenstadt



Abbildung 19: Der Löbauer Altmarkt mit Blick in die Nicolaistraße



Abbildung 20: Die Bahnhofstraße in der Löbauer Innenstadt



Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Löbau zeigt sich mit rd. 27 % ein leichter Anstieg gegenüber 2009 (rd. 24 %). Dennoch kann der Einzelhandel weiterhin nicht die notwendige Dominanz einer mittelzentralen Innenstadt entfalten. Vor allem der Anteil der innenstadtprägenden Segmente Bekleidung und Schuhe ist mit rd. 50 % noch ausbaufähig. Aber auch der Anteil von 23 % im kurzfristigen Bedarf zeigt noch einen deutlichen Ausbaubedarf.

Einzelhandelsstruktur der Löbauer Innenstadt	
Sortiment	Anteil Innenstadt an der Gesamt-VKF
Kurzfristiger Bedarf	23%
Mittelfristiger Bedarf	50%
Bekleidung/Wäsche	50%
Schuhe, Lederwaren	52%
Spielwaren, Hobbybedarf	70%
Sportbedarf, Camping	60%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	79%
Hausrat, GPK	31%
Langfristiger Bedarf	14%
Optik	100%
Schmuck, Uhren	100%
Elektrobedarf	57%
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	15%
Möbel	32%
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	3%
Summe/Mittelwert	27%
Quelle: Dr. Lademann & Partner.	

Tabelle 11: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche Löbaus

Der unterdurchschnittliche innerstädtische Verkaufsflächenanteil resultiert im Wesentlichen aus dem umfangreichen Einzelhandelsbestand am Sonderstandort Rumburger Straße. Hier bestehen mehrere Anbieter, die den Innenstadteinzelhandel bei einigen zentrentypischen Sortimenten (v.a. Bekleidung/Schuhe) unter Druck setzen. Hieraus lässt sich der Bedarf einer konsequenten Einzelhandelssteuerung ableiten. Im Fokus sollte hierbei insbesondere die Stärkung der Innenstadt bei den zentrenrelevanten Sortimenten stehen, während einer Angebotsausdehnung im mittelfristigen Bedarf außerhalb der Innenstadt eher restriktiv begegnet werden sollte. Ähnliches gilt für den kurzfristigen Bedarf. Abgese-



hen von den wohnortnahen Lebensmittelbetrieben in Streulagen sowie im ergänzenden Nahversorgungszentrum wird hier am Sonderstandort Rumburger Straße über den großen Kaufland-Verbrauchermarkt ein großes Verkaufsflächenangebot vorgehalten, welches die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt einschränkt und daher nicht weiter ausgebaut werden sollte.

Im Vergleich zu anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Mittelzentren liegt die Citydichte²³ insgesamt mit rd. 555 qm je 1.000 Einwohner auf einem durchschnittlichen Niveau. Während sowohl für den kurzfristigen als auch den langfristigen Bedarf Werte im oberen Bereich der jeweiligen Spannweite erreicht werden, ergibt sich für den mittelfristigen Bedarf derzeit ein unterdurchschnittliches Niveau. Gleiches gilt für das Innenstadtleitsegment Bekleidung/Schuhe.

Citydichte der Löbauer Innenstadt im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Löbau	Spannbreite Mittelzentren**
Kurzfristiger Bedarf	198	110 - 210
Mittelfristiger Bedarf	263	280 - 430
<i>davon Bekleidung/Schuhe/Lederwaren</i>	<i>169</i>	<i>180 - 300</i>
Langfristiger Bedarf	94	40 - 130
Summe	555	450 - 740

Quelle: Eigene Berechnungen.
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.
** Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 12: Citydichte der Innenstadt im Vergleich

Die Innenstadt von Löbau verfügt mit rd. 8.190 qm in 85 Ladengeschäften über einen Anteil von rd. 27 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot. Insbesondere im Bereich des mittelfristigen Bedarfs (rd. 50 %) sowie des kurzfristigen Bedarfs (rd. 23 %) verfügt die Innenstadt noch über signifikante Ausbaupotenziale. Dies spiegelt sich auch in der unterdurchschnittlichen Citydichte einiger Branchen wieder.

²³ Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt.



6.3 Nahversorgungssituation in Löbau

Eines der zentralen Ziele der Einzelhandels- und Stadtentwicklung ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Löbau sind mit Stand November 2018 insgesamt vier großflächige Lebensmittelbetriebe (Kaufland, Diska, Lidl, Netto) mit insgesamt knapp 6.400 qm Verkaufsfläche ansässig. Hinzukommen noch vier weitere strukturprägenden Lebensmittelbetriebe, die die Grenze der Großflächigkeit jedoch nicht überschreiten (Penny, Aldi, Netto, Norma) sowie ein (großflächiger) Rossmann-Drogeriefachmarkt. Inklusive aller Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die Flächendichte im kurzfristigen Bedarf bei

ca. 850 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner, bezogen auf das Stadtgebiet, sowie bei ca. 615 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner, bezogen auf den zu versorgenden Nahbereich.

Die Verkaufsflächendichte liegt damit deutlich oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 540 qm je 1.000 Einwohner und weist auf eine hohe Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf hin, die angesichts der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Löbau aber zu relativieren ist. Im gesamten Marktgebiet gibt es zudem nur wenige strukturprägende Lebensmittelbetriebe, sodass von einer hohen Einkaufsorientierung des Umlands auf Löbau ausgegangen werden kann. Eine hohe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt auch noch nichts über die Qualität der Nahversorgung sowie über die räumliche Verteilung des Angebots aus.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen - Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 700-m-Isochronen um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich bis zu 10 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die nachfolgende Karte zeigt, ist das Kernstadtgebiet räumlich derzeit sehr gut versorgt. Sowohl im Innenstadtbereich (Diska, Lidl) als auch in den vornehmlich nördlich und südlich angrenzenden dichter besiedelten Siedlungsräumen sind mehrere Einkaufsalternativen vorhanden, wodurch eine wohngebietsbezogene Versorgung fast flächendeckend gewährleistet ist. Den Lebensmittel-discountern Aldi und Netto (Ahornallee) sowie Netto und Norma (Breit-

scheidstraße) ist angesichts ihrer wohngebietsintegrierten Lage ein besonderer Stellenwert bei der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung beizumessen. Der Kaufland-Verbrauchermarkt in der Rumburger Straße sowie der Penny-Markt an der Bundesstraße 6 sind jeweils an Ausfallstraßen gelegen und tragen daher eher dem autokundenorientierten Versorgungseinkauf Rechnung.

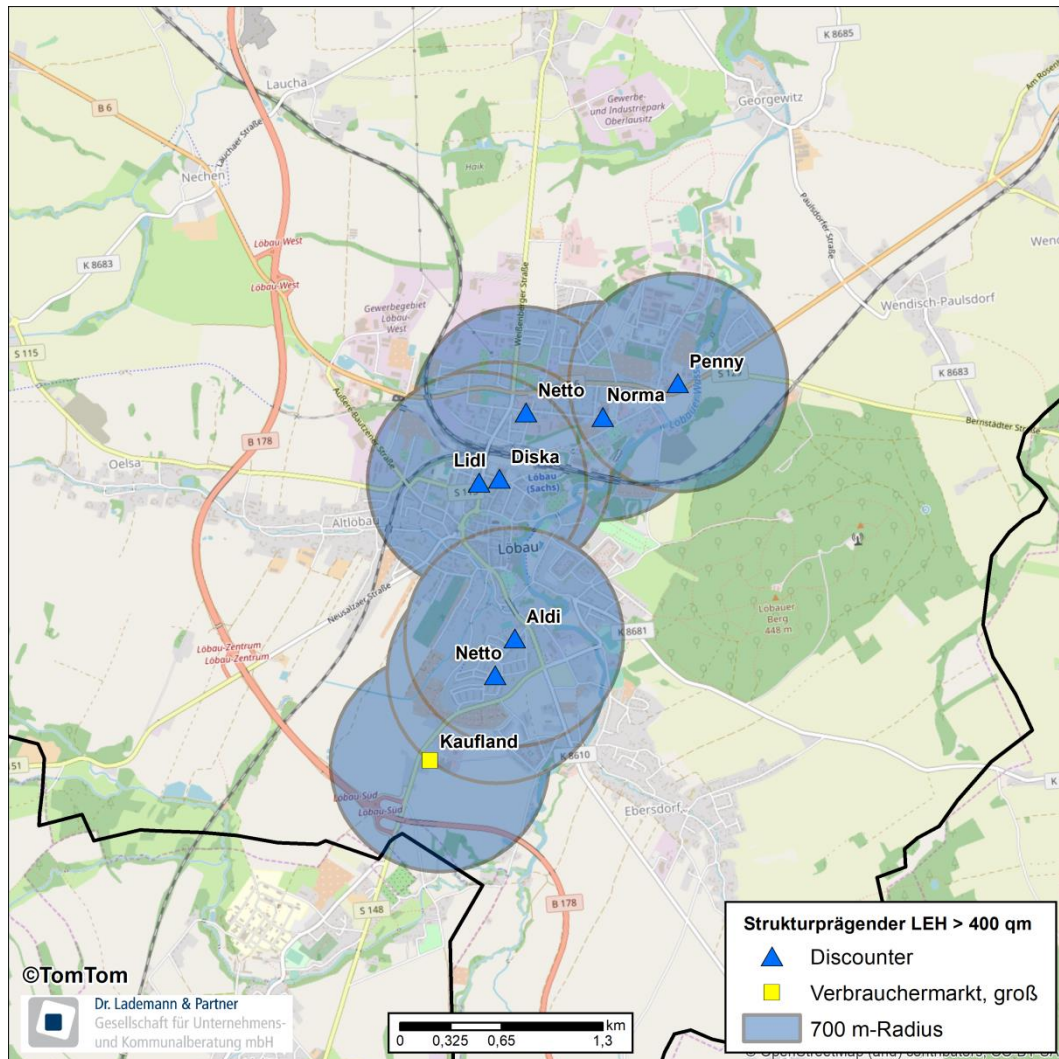


Abbildung 21: Nahversorgungssituation in Lößau

Im Sinne einer wohnortnahen, flächendeckenden Versorgungsstruktur sollten die wohngebietsintegrierten Nahversorgungsstandorte zukunftsfähig abgesichert werden. Diesen Standorten sollte die Möglichkeit eingeräumt werden, sich an ihren Bestandsstandorten maßvoll weiterzuentwickeln, um sich an die aktuellen Marktanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels anpassen zu können.



Gegenüber dem Jahr 2009 hat sich die Nahversorgungssituation nur geringfügig verändert. Lediglich der ehemals bestehende Spar-Markt im östlichen Stadtgebiet hat mittlerweile aufgegeben. Dafür haben mehrere Anbieter ihre Verkaufsflächen erweitert. Insbesondere der ehemals bestehende EDEKA-Markt im nördlichen Teil der Innenstadt hat mit seiner Umstellung auf das Discountformat Diska grundlegend modernisiert und seine Verkaufsfläche erweitert.

Es zeigt sich weiterhin, dass in den Randgebieten sowie den peripheren Ortschaften der Stadt Löbau, die sich relativ dispers um die Kernstadt verteilen, Versorgungslücken bestehen. Diese werden angesichts des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials, der z.T. abgelegenen Lage und den z.T. wenig kompakten Siedlungsstrukturen auch künftig kaum zu schließen sein. Hier kommt es darauf an, alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu schaffen (z.B. Nachbarschaftsläden, mobile Händler oder Lieferservice) sowie die örtlichen verkehrlichen Erreichbarkeiten, und dabei insbesondere den ÖPNV, zu sichern und zu stärken.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*			
	Anteil Löbau	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	13%	44%	-31%
Discounter	87%	56%	31%
Summe	100%	100%	0%
Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*			
	Anteil Löbau	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	38%	63%	-24%
Discounter	62%	37%	24%
Summe	100%	100%	0%

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2018. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

Tabelle 13: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH

Qualitativ wird der periodische bzw. nahversorgungsrelevante Bedarf durch insgesamt sieben Lebensmitteldiscounter geprägt, welche zusammengenommen rd. 62 % der relevanten nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (exkl. Kleinflächen unter 400 qm VKF, Getränke- und Drogeriemärkte sowie Lebensmittelhandwerk) einnehmen. Im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ist in Löbau somit sowohl gemessen an der Anzahl der Betriebe (+ 31 %) als auch gemessen an der Verkaufsfläche der Betriebe (+ 24 %) ein erheblicher Überhang an discountorientierten Lebensmittelangeboten zu erkennen, der durch die Umstellung von EDEKA auf Diska zuletzt noch weiter zugenommen hat. Verschärfend kommt hinzu, dass es sich bei dem einzigen im Stadtgebiet ansässigen Vollsortimenter Kaufland eher um eine Art „Großflächendiscounter“ handelt, der nicht an die Service- und Frischekompetenz eines klassischen Vollsortimenters heranreicht und auch



von der Preispolitik und der Warenpräsentation eher discountorientiert agiert. Vor diesem Hintergrund ist derzeit eine sehr deutliche Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Angebote in Löbau erkennbar, die auf einen Nachholbedarf hinweist.

Ein Vergleich mit üblichen Betriebsgrößen verdeutlicht, dass die Lebensmittelmärkte hinsichtlich ihrer aktuellen Verkaufsflächendimensionierung differenziert zu bewerten sind. Während die Lebensmitteldiscounter Diska (Löbauer Innenstadt) und Netto (Breitscheidstraße) sowie der Verbrauchermarkt Kaufland am Sonderstandort Rumburger Straße über marktgängige Verkaufsflächen verfügen, sind vor allem die Lebensmitteldiscounter Penny, Aldi und Netto (Ahornallee 21a) verhältnismäßig klein dimensioniert. Der Lebensmitteldiscounter Norma (NVZ Breitscheidstraße) ist derzeit ebenfalls nur bedingt marktgängig aufgestellt, wird sich im Zuge der geplanten Verkaufsflächenerweiterung, jedoch an die aktuellen Marktanforderungen anpassen. Der Lidl-Markt verfügt mit etwa 800 qm über eine Verkaufsfläche, die für Discounter im Allgemeinen zwar noch tragfähig wäre, im Vergleich zu den gängigen Lidl-Formaten aber ebenfalls relativ klein dimensioniert ist und künftig Erweiterungsbestrebungen auslösen wird.

Strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) in der Stadt Löbau					
Betrieb	Adresse	Typ	Bewertung Größe	Lagetyp	Einwohner im 700m-Radius
Aldi Nord	Ahornallee 2	DC	-	Streulage (integriert)	3.913
Netto	Ahornallee 21a	DC	-	Streulage (integriert)	2.845
Kaufland	Rumburger Straße 9	VG	+	Sonderstandort Rumburger Straße	1.496
Netto	Breitscheidstraße 21	DC	+	Streulage (integriert)	2.794
Diska	Sachsenstraße 4	DC	+	Innenstadt Löbau	3.197
Lidl	Poststraße 7	DC	o	Streulage (integriert)	3.109
Penny	Laubaner Straße 37	DC	-	Streulage (peripher)	959
Norma	Breitscheidstraße 2	DC	-	NVZ Breitscheidstraße	1.984

Quelle: Dr. Lademann & Partner. DC=Discounter, VG = großer Verbrauchermarkt
+ = entsprechend der Betriebsform marktgängig; o = für Betriebsform übliche Verkaufsfläche; - = für Betriebsform

Tabelle 14: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Löbau

Rein quantitativ wird in der Stadt Löbau ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorgehalten. Räumliche Versorgungslücken lassen sich lediglich in den Randbereichen der Kernstadt sowie in den weiteren, dünn besiedelten Ortsteilen identifizieren. Allerdings besteht in der Stadt Löbau aktuell ein deutliches Übergewicht discountorientierter Anbieter und damit ein qualitatives Versorgungsdefizit, was auf einen Nachholbedarf in Hinblick auf einen leistungsfähigen Vollsortimenter mit hoher Frischekompetenz hinweist.



6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Löbau

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Löbau eine einzelhandelsrelevante Zentralität von

rd. 117 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt demnach rd. 17 % oberhalb der am Ort vorhandenen Nachfrage und konnte gegenüber dem Jahr 2009 (rd. 110 %) noch einmal gesteigert werden, was aber vor allem mit dem gesunkenen Einwohner- und Nachfragepotenzial zusammenhängt, wodurch die Zentralität auch ohne signifikanten Verkaufsflächenausbau rechnerisch ansteigt. Häufig korreliert eine hohe Zentralität positiv mit einer geringen Bevölkerungsdichte im Umland und einer recht hohen Verkaufsflächenausstattung im zentralen Ort selbst, wie es für Löbau der Fall ist. Gemäß ihrer mittelzentralen Versorgungsfunktion kommt der Stadt eine wichtige Bedeutung bei der Versorgung der Bevölkerung im ländlichen Umland zu. In diesem Zusammenhang fließt vermehrt Nachfrage aus dem erweiterten Marktgebiet (Zonen 2 und 3) zu. Die moderate interkommunale Wettbewerbssituation, die sich aus der relativ großen räumlichen Distanz zu den nächstgelegenen Zentralen Orten gleicher oder höherer Hierarchie ergibt, führt zudem dazu, dass ein großer Teil der örtlichen Nachfrage in Löbau gebunden werden kann.

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Löbau sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation:

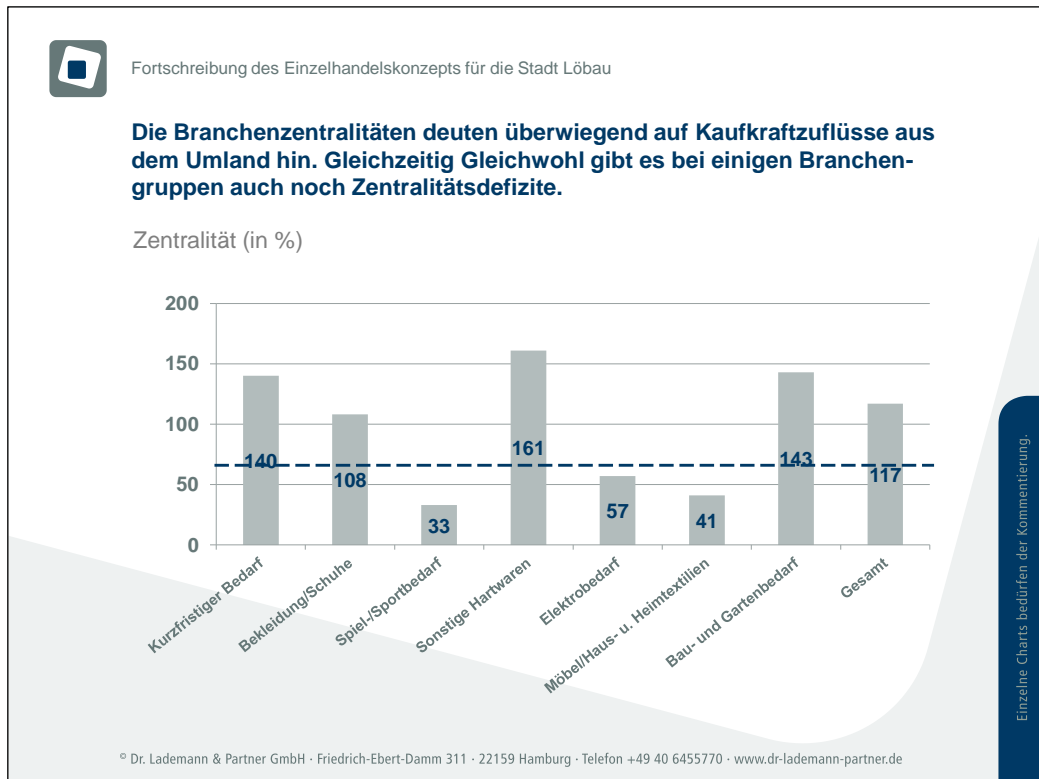


Abbildung 22: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Löbau

- Die Branchenzentralität innerhalb des kurzfristigen Bedarfs beträgt rd. 140 %. Diese liegt somit auf einem überdurchschnittlichen Niveau und deutet auf Umsatzzuflüsse aus dem Umland hin. Dies ist einerseits auf die hohe Versorgungsbedeutung Löbaus für den zugewiesenen Nahbereich zurückzuführen, welcher deutlich über das eigentliche Stadtgebiet hinausgeht. Andererseits stehen dabei auch Kopplungskäufe von Pendlern und Kunden im Fokus, die ursprünglich Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs in der Stadt Löbau aufsuchen. Der Kaufland-Verbrauchermarkt verfügt zudem über eine hohe überörtliche Ausstrahlungskraft.
- Der Zentralitätswert des mittelfristigen Bedarfsbereichs weist mit im Schnitt 105 % einen leicht überdurchschnittlichen Wert auf, der auf leichte Nachfragezuflüsse aus dem Umland schließen lässt. Die Zentralität ist zwischen den einzelnen Sortimenten dabei stark unterschiedlich zu bewerten. Während die Segmente Bekleidung/Schuhe und Sonstige Hartwaren auf einem überdurchschnittlichen Niveau liegen, bestehen insbesondere im Segment Sport- und Spielbedarf deutliche Angebotsschwächen. Insgesamt bestehen, hinsichtlich der mittelfristigen Versorgungsfunktion Löbaus, im mittelfristigen Bedarf noch begrenzte Ausbaupotenziale.



- Der langfristige Bedarfsbereich verfügt mit 89 % über eine leicht unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralität. Hier bestehen insgesamt leichte Nachfrageabflüsse an andere Einkaufsstandorte. Während Löbau im Segment Bau- und Gartenbedarf gut aufgestellt ist (Baumarkt Obi), sind insbesondere in den Branchen Elektrobedarf und Möbel/Haus- und Heimtextilien starke Kaufkraftabflüsse in Richtung der Oberzentren Bautzen und Görlitz zu erkennen. Damit bestehen auch im langfristigen Bedarf grundsätzlich noch Zentralitätsspielräume, die gleichwohl nur schwer zu schließen sein werden, da sich die Angebotsstruktur in diesem Segment sehr stark auf große Fachmärkte fokussiert, die große Einzugsgebiete benötigen, welche in Kleinstädten wie Löbau nur in Ausnahmefällen vorhanden sind.

Die Zentralität des Löbauer Einzelhandels liegt aktuell bei rd. 117 % und hat sich gegenüber dem Jahr 2009 (rd. 110 %) damit leicht erhöht. Per Saldo fließen derzeit rd. 17 % der Nachfrage von außerhalb des Stadtgebiets zu. Zwischen den einzelnen Sortimenten sind jedoch deutliche Zentralitätsunterschiede zu konstatieren. In einigen Sortimentsbereichen lassen sich Defizite erkennen, welche noch moderate Ausbaupotenziale bieten.

6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Löbau in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Löbau (eigene Bevölkerung) über alle Sortimente bei ca. 66 %, so dass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 28 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt etwa 43 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Löbau in Höhe von rd. 33 Mio. € (Zone 2 und 3) zuzüglich des Streukundenpotenzials durch Pendler, Touristen (u.a. aus Polen und Tschechien), Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt rd. 10 Mio. € (ca. 10 %).

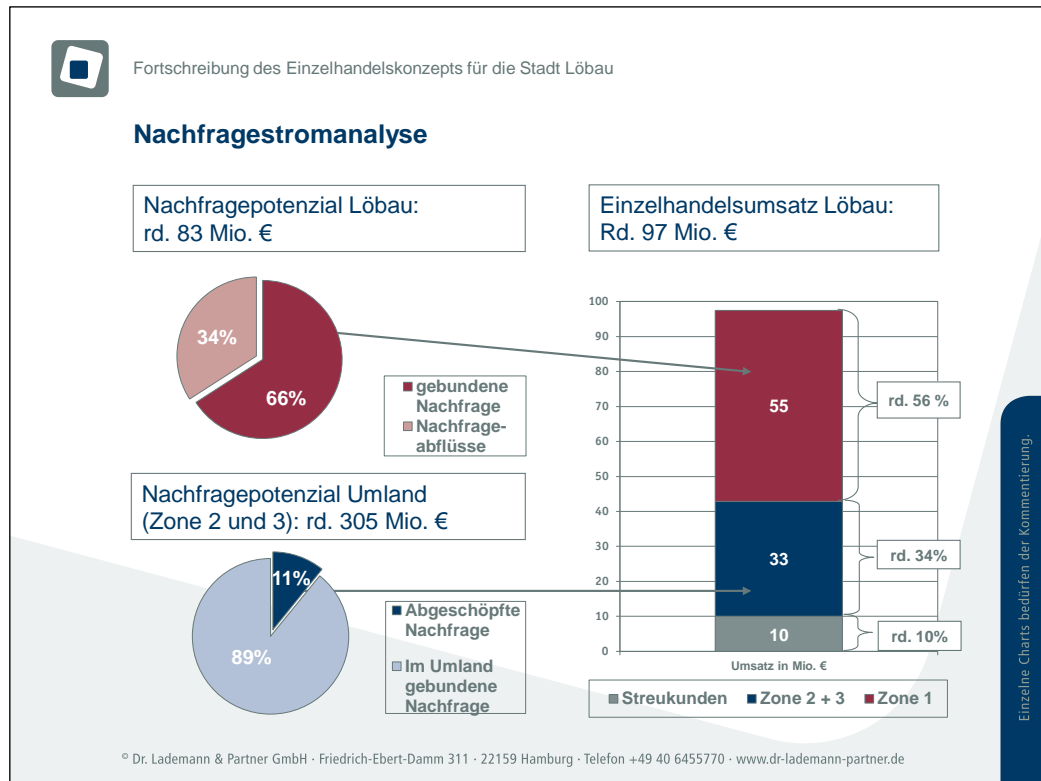


Abbildung 23: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Löbau

Differenziert nach Hauptwarengruppen liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (kurzfristiger Bedarf) die Nachfragebindung in Löbau bei rd. 88 %, da nahversorgungsrelevante Einkäufe in der Regel wohnortnah getätigt werden und die Stadt Löbau über ein breites und attraktives Nahversorgungsangebot verfügt. Bei den mittelfristigen (rd. 51 %) und langfristigen Hauptwarengruppen (rd. 41 %) liegt die Nachfragebindung deutlich niedriger. Hier bestehen zum Teil erhebliche Angebotslücken. Zudem sind die Segmente des mittel- und langfristigen Bedarfs deutlich onlineaffiner, weshalb damit zu rechnen ist, dass ein bedeutender Teil der Nachfrage in den interaktiven Handel abfließt. Und auch die umliegenden Oberzentren sowie die Landeshauptstadt Dresden schöpfen funktionsgerecht einen Teil des Kaufkraftvolumens in diesen Bedarfssegmenten ab.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 66 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 43 Mio. € von außen zu (Umland sowie Streukundenpotenzial).



6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Löbau

Die wichtigsten Stärken des Einzelhandelsstandorts Löbau lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Angesichts der vergleichsweise zentralen Lage der Stadt Löbau im Raum, wird die Einkaufsorientierung der Stadt- und Umlandbewohner auch zukünftig überwiegend auf Löbau ausgerichtet sein.
- Mit ihrem positiven Pendlersaldo hat die Stadt Löbau eine hohe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort. Hiervon kann auch der lokale Einzelhandel profitieren.
- Die Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote Löbaus kann als sehr gut bewertet werden. Hierzu tragen auch die baulichen Maßnahmen an der B 178 bei, welche als leistungsfähige Verkehrsachse durch die Oberlausitz führt und die Stadt sowohl mit ihrem Umland als auch mit der BAB 4 verbindet.
- Insgesamt gesehen wird Löbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion weitgehend gerecht. Es wird ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorgehalten. Bei mehreren Sortimenten (z.B. Bekleidung/Schuhe, Bau- und Gartenbedarf) ergeben sich überdurchschnittliche Zentralitätswerte.
- Die Löbauer Innenstadt (ZVB Innenstadt) verfügt mit Betrieben aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie sowie öffentlichen Einrichtungen über eine hohe Multifunktionalität. Entlang der Hauptlage (Nicolaistraße/Altmarkt) findet sich zudem ein nahezu durchgängiger Nutzungsbesatz, welcher sich in den Nebenlagen jedoch deutlich ausdünn. Der Hauptgeschäftsbereich weist zudem über ein attraktives, historisches Erscheinungsbild auf, zeichnet sich somit durch eine erhöhte Aufenthaltsqualität aus und gewährleistet ein ansprechendes Einkaufsambiente.
- Mit der Eröffnung der Einkaufspassage in der Sachsenstraße hat die Innenstadt einen attraktiven Einzelhandelspol gewonnen. Mit dem Lebensmittel-discounter Diska und dem Drogeriefachmarkt Rossmann haben sich frequenzbringende Magnetbetriebe angesiedelt. Dies hat der gesamten Innenstadt einen positiven Entwicklungsimpuls gegeben.
- Trotz einer insgesamt hohen Leerstandsquote weist der Haupteinkaufsbereich der Innenstadt (Bahnhofstraße, Nicolaistraße, Altmarkt) noch eine moderate Leerstandsquote auf, was auf intakte Strukturen hinweist. In den Randlagen (vor allem Innere Zittauer Straße) konzentrieren sich hingegen vermehrt Leerstände, die es zu reduzieren gilt.



- Der Ergänzungsstandort Rumburger Straße und der Bau- und Gartenmarkt OBI tragen erheblich zur Wahrnehmung der mittelzentralen Funktion Löbaus bei. Diese Standortbereiche strahlen stark in den Raum aus und wirken zentralitätsbildend für das Marktgebiet. Dennoch sollten verschärfte Wettbewerbsbeziehungen (v.a. vom Sonderstandort Rumburger Straße) mit der Innenstadt zukünftig vermieden werden.
- Die Stadt Löbau verfügt über eine funktionsfähige Nahversorgungsstruktur. Wenngleich die ländlich geprägten Ortsteile unterversorgt sind, zeigt sich eine weiträumige Abdeckung der verdichteten Wohnsiedlungsbereiche in der Kernstadt. Für einen Großteil der Einwohner ist der nächstgelegene Nahversorger mit dem Fuß oder mit dem Rad gut zu erreichen.

Die wesentlichen Schwächen des Einzelhandels in Löbau lassen sich aus unserer Sicht wie folgt zusammenfassen:

- Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen des Einzelhandels in Löbau und im Umland (v.a. Bevölkerungsprognose, demographischer Wandel, unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau) wirken sich restriktiv auf die Entwicklungsmöglichkeiten im Stadtgebiet aus.
- In einigen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs konnten deutliche Angebots- und Zentralitätsdefizite ausgemacht werden. Dies gilt insbesondere für die Segmente Sport, Spielwaren/Hobbybedarf und Möbel. In diesen Sortimenten kann Löbau die ihr zugewiesene mittelzentrale Versorgungsfunktion derzeit nicht erfüllen. Ein Großteil der Nachfrage fließt hier derzeit ab.
- Der Verkaufsflächenanteil im ZVB Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Löbau erreicht mit rd. 27 % nicht die für Mittelzentren erforderliche Dominanz. Um deren Sogkraft und Attraktivität weiter zu erhöhen, sollten Verkaufsflächenentwicklungen zukünftig gezielt auf die Innenstadt gelenkt werden. Einem Angebotsausbau in (nicht-integrierten) Streulagen sollte entgegen gewirkt werden.
- Strukturelle Defizite sind in teilweise nicht mehr marktgerechten Betriebsgrößen vorzufinden. Der Löbauer Einzelhandel ist sehr kleinteilig geprägt. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche ergeben sich noch Entwicklungsbedarfe.
- Der deutliche Überhang discountorientierter Lebensmittelangebote im Löbauer Stadtgebiet führt zu einem qualitativen Versorgungsdefizit. Das Voll-



sortiment ist in Löbau derzeit stark unterrepräsentiert. Hier besteht erheblicher Ausbaubedarf.

- In den Randbereichen der Innenstadt konzentrieren sich vermehrt kleinteilige Ladenleerstände (v.a. Innere Zittauer Straße). Um die Ausbreitung dieser städtebaulichen Missstände einzudämmen und Trading-Down-Effekte zu vermeiden, sollte versucht werden die leer stehenden Ladeneinheiten durch zentrentypische Nutzungen wieder zu beleben.
- Insgesamt fällt die Nutzung der Innenstadtfächen durch den Einzelhandel mit etwa 50 % vergleichsweise gering aus. Neben leer stehenden Flächen ist dies vor allem auf einen hohen Anteil an Dienstleistungen zurückzuführen. Diese sind als zentrentypische Nutzungen zwar nicht negativ zu beurteilen, zeigen aber, dass es zunehmend schwieriger wird, innerstädtische Flächen mit Einzelhandelsnutzungen zu belegen.

Folgende Chancen eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Löbau und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Die identifizierten Angebotsdefizite (u.a. Sportbedarf, Spielwaren) generieren gewisse Verkaufsflächenpielräume. Diese Potenziale stehen für den (quantitativen) Ausbau und die Profilbildung des Einzelhandelsstandorts Löbau zur Verfügung. Die Entwicklungen sollten dabei konsequent auf die städtischen Zentren und vor allem das Innenstadtzentrum gelenkt werden.
- Die Profilierung eines aktiven Citymanagements könnte die Vermarktung der Innenstadt verbessern und u.a. helfen, mehr Events in der Innenstadt zu initiieren, welche Aufmerksamkeit erzeugen und mehr potenzielle Kunden in die Innenstadt locken.
- Durch eine gezielte Weiterentwicklung und Qualifizierung des Einzelhandelsangebots kann die Stadt Löbau noch stärker in den Fokus der Umlandkunden rücken. Damit kann die Nachfrageabschöpfung im Umland erhöht und gleichzeitig die derzeit abfließende Kaufkraft verstärkt gebunden werden.
- Im Stadtgebiet von Löbau und insbesondere im Innenstadtbereich lassen sich Potenzialflächen identifizieren, die sich für die Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels eignen. Hier ist auch die Ansiedlung großflächiger Formate möglich. Hervorzuheben ist dabei das Areal zwischen dem Promenadenring, der Pestalozzistraße, der August-Bebel-Straße, der Äußeren Bautzner Straße sowie der Hartmannstraße. Die gezielte Aktivierung dieser Flächenpotenziale kann zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Löbau führen und gleichzeitig städtebauliche Missstände abbauen.



- Als mögliche weitere „Stellschraube“, um zusätzliche Potenziale für den Einzelhandel zu generieren, kann die Attraktivierung des Wohnungsangebots fungieren. Hiermit können sowohl Neubürger gewonnen als auch bisherige Einwohner in der Stadt gehalten werden.

Dennoch bestehen auch Risiken, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Die restriktiven Rahmenbedingungen (v.a. rückläufige Einwohnerentwicklung) schränken die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels auch zukünftig stark ein. Die Gewinnung höherwertigen Einzelhandelsangeboten wird dadurch erheblich erschwert.
- Eine Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges, insbesondere hervorgerufen durch großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Innenstadt, sollte verhindert werden. Das oberste Ziel sollte die Schaffung einer kompakten Einzelhandelsstruktur in Löbau sein. Dabei steht die Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt an vorderster Stelle. Zudem ist eine zielkonforme und adäquate Weiterentwicklung des Nahversorgungszentrums Breitscheidstraße geboten. Einem Angebotsausbau an peripheren Standorten ist mit den Mitteln der Bauleitplanung entgegenzuwirken.
- Es besteht gleichwohl die Gefahr, dass Potenziale überschätzt oder an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Bestandseinzelhandels eintreten könnte. Größerflächige Ansiedlungsbegehren sollten daher fundiert (z.B. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht die Sicherung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Vordergrund.
- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Löbau der wachsende Online-Handel künftig eine große Herausforderung dar, sofern sich der Löbauer Einzelhandel nicht entsprechend darauf einstellt. Für die lokale Bevölkerung wird der Online-Handel, vor allem mit innenstadttypischen Sortimenten, künftig zunehmend eine Alternative darstellen. Die örtliche Nachfrage wird damit auch zukünftig nicht vollständig in Löbau gebunden werden. Anbieter mit nicht online auffindbaren und/oder nicht interessant gestalteten Internet-Präsenzen werden für zunehmende Teile der Bevölkerung zudem nicht wahrnehmbar sein.



7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Löbau

7.1 Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025

7.1.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Löbau als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Löbau insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Löbau heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen in Löbau und der Region werden perspektivisch weiter rückläufig sein und restriktiv auf die künftige Einzelhandelsentwicklung wirken. Zudem bewirkt die demografische Entwicklung zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der dem stationären Handel (mit Ausnahme des kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfs) weiter Kaufkraft entziehen wird.



- Die Betriebstypendynamik ist auch für die Stadt Löbau zu beobachten: So ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten der Großflächen²⁴ v.a. bei den nahversorgungsrelevanten Anbietern Verkaufsflächenpotenziale entstehen. Die Bestandsentwicklung der letzten Jahre zeigt zudem nach wie vor eine ansteigende durchschnittliche Verkaufsfläche je Betriebseinheit.
- Die Einzelhandelszentralität bewegt sich mit rd. 117 % für ein Mittelzentrum insgesamt auf einem zufriedenstellenden Niveau. Rein quantitativ betrachtet wird Löbau seiner Versorgungsfunktion weitgehend gerecht. Gleichwohl hat die Bestandsanalyse ergeben, dass branchenspezifisch und hinsichtlich des Angebotsniveaus noch Zentralitätsdefizite bestehen, woraus sich Steigerungspotenziale ableiten lassen. Dabei scheint vor allem eine stärkere Nachfrageabschöpfung aus dem Umland plausibel.
- Die Flächenausstattung liegt in Löbau, verglichen mit der Flächenausstattung im Freistaat Sachsen, auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Verglichen mit anderen Mittelzentren bewegt sich die Flächenausstattung hingegen auf einem moderaten Niveau. Insbesondere in den Segmenten des mittelfristigen Bedarfs besteht noch deutliches Ausbaupotenzial.

Darüber hinaus sind strukturelle Defizite in Löbau feststellbar:

- Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt von aktuell rd. 27 % weist darauf hin, dass der Innenstadt derzeit noch nicht die gewünschte übergeordnete Bedeutung im Einzelhandelsgefüge der Stadt zukommt. Vor diesem Hintergrund erscheint der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche noch steigerbar (notfalls auch zu Lasten der Streulagen).
- Derzeit besteht in der Nahversorgungsstruktur von Löbau eine erhebliche Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Lebensmittelhändler. Mit insgesamt sieben Lebensmitteldiscountern ist die Nahversorgung in Löbau derzeit stark discountlastig geprägt. Bei der möglichen Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters ist der Fokus auf die Innenstadt zu richten, da es dieser an einem attraktiven und großen Vollversorger mangelt.
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch voraussichtlich aufgrund der fehlenden Tragfähigkeits-

²⁴ Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) v.a. im Bereich des kurzfristigen Bedarfs um etwa 0,3 % p.a. steigen wird.



potenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Über diesen weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen hinaus ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die Berücksichtigung einer verträglichen Umsatzumverteilung. Denn letztlich wird und kann ein Ansiedlungsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zu Lasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Umsatzumverteilung). Dabei setzen Dr. Lademann & Partner in einer vorsichtigen Betrachtung mit rd. 8 % eine Umsatzumverteilungsquote unter dem in der Rechtsprechung gängigen Schwellenwert von rd. 10 % an. Damit ist sichergestellt, dass in dieser pauschalen Betrachtung die prospektiven Auswirkungen nicht mehr als unwesentlich sein werden. Bei konkreten Vorhaben ist aber dennoch eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich.

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:



Abbildung 24: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Löbau



7.1.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2025

Der Entwicklungsrahmen des Löbauer Einzelhandels ergibt sich aus einer höheren Nachfragebindung und –abschöpfung im Stadtgebiet selbst sowie im Umland, welche durch eine Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots und einer damit verbundenen stärkeren Ausstrahlungskraft des Löbauer Einzelhandels erreicht werden kann. Dies impliziert, dass den stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten (Innenstadt, NVZ Breitscheidstraße) die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Städtebauliche Aufwertungen, arrondierende Nutzungen und weitere städtebauliche Maßnahmen (z.B. Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit) können darüber hinaus zu einer Erhöhung der Nachfragebindung bzw. –abschöpfung beitragen.

Derzeit liegt die Nachfragebindung in Löbau über alle Sortimente bei rd. 66 %. Durch eine weitere Stärkung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen und einer damit verbundenen besseren Positionierung des stationären Einzelhandels im interkommunalen Wettbewerb sowie im Wettbewerb mit dem Online-Handel, gehen Dr. Lademann & Partner davon aus, dass die Nachfragebindung in Löbau um maximal 5 %-Punkte auf dann rd. 71 % gesteigert werden kann.

Der Löbauer Einzelhandel kann derzeit rd. 11 % der Nachfrage aus dem Umland (Zonen 2 und 3 des Marktgebiets) abschöpfen. Wenn es dem Löbauer Einzelhandel gelingt seine Ausstrahlungskraft weiter zu steigern und damit seine Marktdurchdringung im Umland zu erhöhen, gehen die Gutachter davon aus, dass die Nachfrageabschöpfung im überörtlichen Einzugsgebiet um rd. 3 %-Punkte auf dann 14 % steigen könnte.

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für Löbau damit ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

rd. 4.000 bis 6.500 qm Verkaufsfläche²⁵.

²⁵Die jeweils kleinere Zahl der Spannbreite entspricht dabei einem weitgehend verdrängungsneutralem Entwicklungsrahmen. Nimmt man bis zu rd. 8 % Umsatzumverteilung in Kauf, sind Flächenentwicklungen bis zum oberen Bereich der Spannbreite rechnerisch möglich. Will man den noch als vertretbar angesehenen Grenzwert von 10 % Umverteilung akzeptieren, so ergeben sich noch weitere Ansiedlungsspielräume, die jedoch genau abgewägt werden sollten.



Der Expansionsrahmen für die Stadt Löbau entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

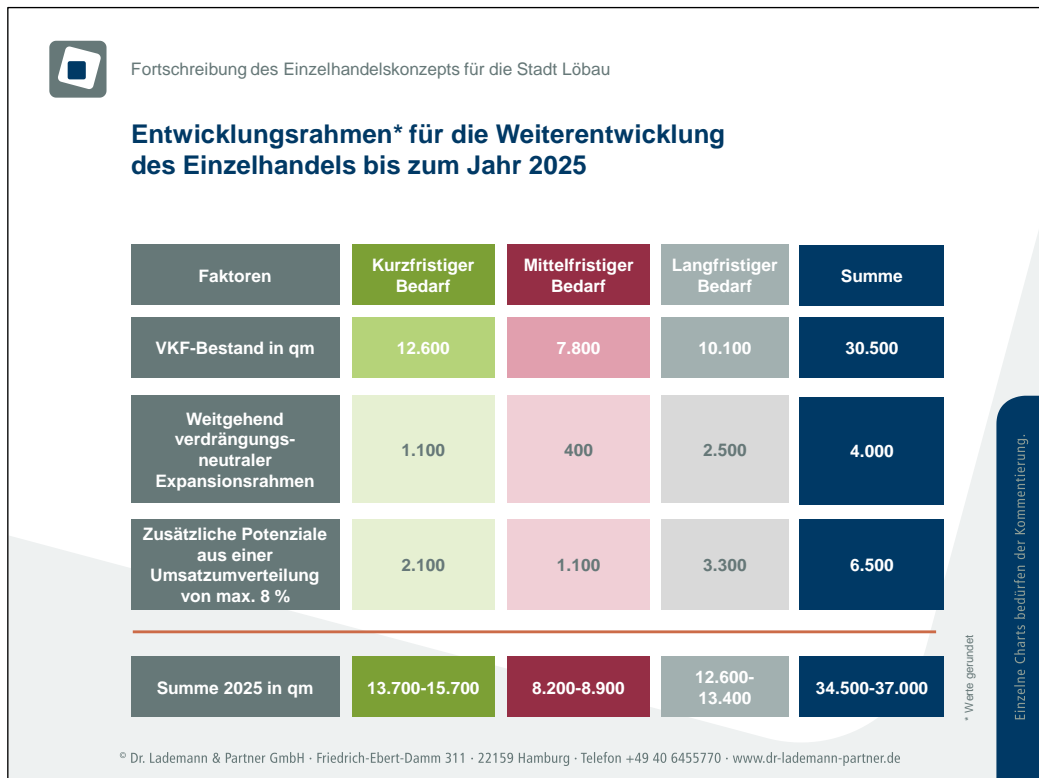


Abbildung 25: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels

Untergliedert in die einzelnen Branchengruppen ist Folgendes festzuhalten:

■ Kurzfristiger bzw. periodischer Bedarf:

Für den kurzfristigen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf ergeben sich insgesamt Flächenpotenziale zwischen rd. 1.000 und 2.100 qm Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsrahmen sollte schwerpunktmäßig zur Ansiedlung eines attraktiven und leistungsfähigen Vollsortimenters genutzt werden, um dem erheblichen Überhang an discountorientierten Angeboten im Stadtgebiet entgegenzuwirken. Räumlich sollte sich eine solche Ansiedlung auf die Innenstadt fokussieren, da der zu geringe Verkaufsflächenanteil der Innenstadt durch die Ansiedlung von Magnetbetrieben noch weiter ausgebaut werden sollte und es gerade im Innenstadtbereich derzeit keinen Vollversorger gibt. Darüber hinaus bestehen nur noch Spielräume für Erweiterungen von Bestandsbetrieben. Diese sollten aber aus Tragfähigkeitsaspekten auf die noch zu definierenden Nahversorgungsstandorte beschränkt bleiben, die für die wohnortnahe Grundversorgung eine maßgebliche Rolle spielen.



■ Mittelfristiger Bedarf:

Den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs stehen insgesamt Verkaufsflächenspielräume zwischen rd. 400 und 1.100 qm zur Verfügung. Dabei bestehen die höchsten Verkaufsflächenspielräume in den bislang angebotsschwächeren Segmenten Sportbedarf und Spielwaren. Diese Flächenpotenziale sollten vordergründig dazu eingesetzt werden die Funktionsfähigkeit der Innenstadt zu sichern, deren mittelzentrales Angebot gezielt quantitativ und qualitativ auszubauen und diese als dominierenden Einzelhandelsstandort der Stadt sowie des Löbauer Marktgebiets zu positionieren. Ein Ausbau von Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs an Standorten außerhalb der Innenstadt sollte hingegen weitgehend unterbunden werden.

■ Langfristiger Bedarf:

Der ermittelte Entwicklungsrahmen für den langfristigen Bedarf bewegt sich in einer Spannweite zwischen rd. 2.500 qm und 3.300 qm. Aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig damit verbundenen auto-kundenorientierten Einkaufsverkehr sollten die nicht-zentrenrelevanten Sortimente des langfristigen Bedarfs vorzugsweise an bestehenden Agglomerationen (Sonderstandort Rumburger Straße) oder an (einzelhandelsseitig vorgeprägten) Verkehrsachsen angesiedelt werden. Die zentrenrelevanten Sortimente des langfristigen Bedarfs sollten dagegen ebenfalls auf die Innenstadt fokussiert werden. Da die Stadt Löbau in den meisten Branchen des langfristigen Bedarfs bereits heute gut aufgestellt ist, entfällt der größte Teil des ausgewiesenen Flächenrahmens auf das Sortiment Möbel. Hier befindet sich derzeit kein prägender Anbieter im Stadtgebiet von Löbau, weshalb ein sehr großer Teil der Nachfrage derzeit abfließt.

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei diesem Expansionsrahmen nur um einen groben Orientierungsrahmen handelt, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile ggf. auch leicht überschritten werden kann. Dafür ist jedoch jeweils eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich.

Der Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Löbau beträgt rd. 4.000 bis 6.500 qm Verkaufsfläche. Der Großteil hiervon entfällt auf den kurz- und langfristigen Bedarfsbereich. Die ermittelten Verkaufsflächenspielräume sollten zur Qualifizierung der Nahversorgungsstruktur und einer Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche eingesetzt werden.



7.2 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen.

Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Dies ist insbesondere für die zentrenrelevanten Sortimente der Fall. Das Prinzip der dezentralen Konzentration lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.



Abbildung 26: Strategische Orientierungsprinzipien

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb sowohl zwischen den zentralen Orten als auch mit dem Online-Handel anzusehen. Die zentralörtliche Position der Stadt Löbau sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und für das ländlich geprägte Umland gesichert und gestärkt werden. Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung künftig in erster Linie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden. Die Bemühungen zielen dabei insbesondere darauf ab, die Innenstadt zu stabilisieren und zu stärken. Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:



Abbildung 27: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Konzentration auf die Zentren“, hierbei

- Stärkung und Positionierung der Lößauer Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transport-sensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente (v.a. mittelfristiger Bedarf) sollte dabei gerade in den Hauptlagen der Innenstadt gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an großflächigen und sog-kräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten. Die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts im Innenstadtbereich als Frequenzbringer kann hierbei als zielführende Maßnahme begrüßt werden. Neben dem Einzelhandelsangebot steht hier auch das Angebot an arrondierenden Nutzungen und Funktionen im Mittelpunkt. Hierüber kann die Multifunktionalität und Aufenthaltsqualität im Innenstadtbereich weiter erhöht werden.
- Dem Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße kommt eine ergänzende, wohngebietsorientierte Nahversorgungsfunktion zu. Die Entwicklungen dieses zentralen Versorgungsbereichs sollten auch künftig primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs aus-



gerichtet werden. Zentrenrelevante Sortimente sollten ergänzend nur in begrenztem Umfang vorgehalten werden. Die geplante Erweiterung des Normamarkts zählt auf die Positionierung des NVZ Breitscheidstraße als nahversorgungsorientierte Versorgungslage ein und ist damit vollständig zielkonform.

- Der periphere und vor allem autoorientiert gelegene Fachmarktstandort Rumburger Straße ist als zentralitätsbildender Sonderstandort zu behandeln. Dieser Standortbereich erlangt eine wichtige Bedeutung bei der Versorgung der Bevölkerung und verfügt zudem über eine überörtliche Ausstrahlung. Da jedoch vorwiegend Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfs angeboten werden, steht dieser nicht-integrierte Ergänzungsstandort gleichzeitig im Wettbewerb zur Innenstadt. Das Bestandsangebot von Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs sollte zwar gesichert, jedoch auf den aktuellen Bestand festgeschrieben werden. Einer signifikanten Weiterentwicklung in diesen Sortimentsbereichen ist entgegenzuwirken. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte zukünftig vor allem auf dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich liegen.
- Die Entwicklung eines weiteren Einzelhandelspols ist vor dem Hintergrund des begrenzten Flächenrahmens und der Bedeutung der Innenstadt als Haupteinkaufsort weder möglich noch empfehlenswert. Insofern sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben (Verlagerungen, Erweiterungen, Neuansiedlungen) mit nahversorgungsrelevanten oder zentrenrelevanten Kernsortimenten in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden und den Wettbewerbsdruck auf die städtebaulich gewünschten und versorgungsstrukturell zu sichernden Standorte einzudämmen. Lediglich den im Weiteren noch zu definierenden solitären Nahversorgungslagen, sollten etwaige Marktanpassungen (Erweiterungen, Verlagerungen) ermöglicht werden, um die verbrauchernahe Versorgung sicherzustellen. Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind dagegen auch außerhalb der Zentren grundsätzlich vorstellbar.



8 Zentrenkonzept für die Stadt Löbau

8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Löbau unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (Innenstadt, Nahversorgungszentrum) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Sonderstandorte) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherheits- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen



Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur²⁶ haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegene Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vie-

²⁶ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



len Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Die im Folgenden näher erläuterten funktionalen und städtebaulichen Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Löbau:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.

Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Innenstadt:

- Größerer Einzugsbereich: In der Regel gesamtes Stadtgebiet und ggf. weiteres Umland
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentren-typische und ggf. nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf; diverse zentrenergänzende Nutzungen

Nahversorgungs- oder Nebenzentren:

- Kleiner bis mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke und Stadtteile größerer Städte;



- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich des kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfs; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs.

Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung, die jedoch die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht vollständig erfüllen sind insbesondere:

(Integrierte) Nahversorgungsstandorte

- Einzugsbereich: in der Regel direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- in der Regel keine oder nur eingeschränkte ergänzende Nutzungen
- kein Wettbewerb am Standort

Zentralitätsbildender Sonderstandort/Ergänzungsstandort

- Überörtlicher Einzugsbereich
- Zumeist flächenextensive Sortimente aller Bedarfsstufen
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich i.d.R. in autokundenorientierter Lage befinden
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

8.2 Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Löbau

In der Stadt Löbau konnte

neben dem Innenstadtzentrum noch das Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße

als zentraler Versorgungsbereich im Sinne des § 34 BauGB ausgemacht werden.

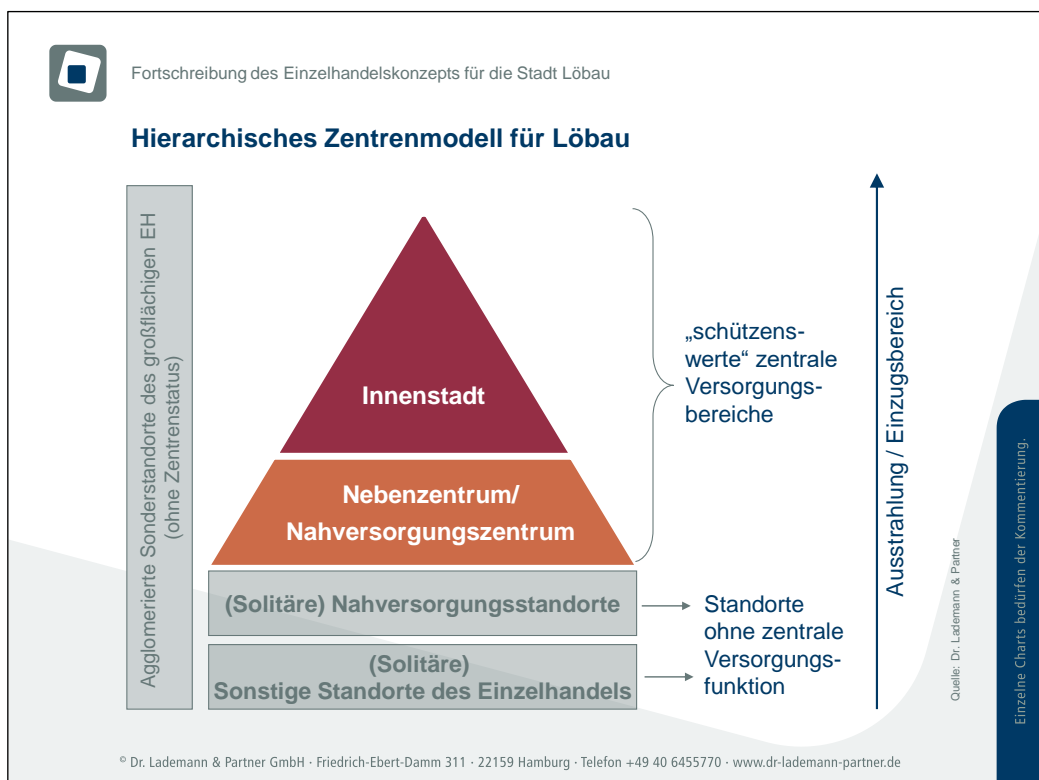


Abbildung 28: Hierarchisches Standortmodell für die Stadt Löbau

Die beiden benannten zentralen Versorgungsbereiche wurden bereits im Einzelhandelskonzept für die Stadt Löbau im Jahr 2009 identifiziert. Die intensiven Begehungen der beiden Zentren haben ergeben, dass eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich für beide Standortbereiche auch unter den heutigen Rahmenbedingungen gerechtfertigt erscheint.

Darüber hinaus wurde mit dem Sonderstandort Rumberger Straße ein zentralitätsbildender Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels (kein zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 BauGB) identifiziert.



Als solitäre Nahversorgungsstandorte außerhalb der Zentren, die für die wohnortnahe Grundversorgung in Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen eine wichtige Rolle spielen, lassen sich ausgehend von der siedlungsintegrierten Lage, dem jeweiligen Wohngebietsbezug und der Einwohnerzahlen im fußläufigen Einzugsgebiet (Tabelle 14) folgende Betriebe identifizieren:

- Aldi (Ahornallee 2),
- Netto (Ahornallee 21a) und
- Netto (Breitscheidstraße 21)

Der Lidl-Standort liegt zwar ebenfalls siedlungsintegriert, sein fußläufiger Einzugsbereich überschneidet sich jedoch weitgehend mit dem fußläufigen Einzugsbereich des in der Innenstadt ansässigen Disca-Discounters, sodass die Nahversorgungsfunktion von Lidl durch die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt bereits gedeckt wird. Auch aufgrund der räumlichen Nähe zur Innenstadt wird der Lidl-Standort daher nicht als ein für die Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung maßgeblicher Betrieb eingeordnet.

Der Penny-Discounter in der Laubaner Straße spielt aufgrund der autoorientierten Lage und der relativ geringen Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsgebiet nur eine untergeordnete Rolle für die Sicherung der Nahversorgung und wurde daher nicht als ein für die wohnortnahe Grundversorgung maßgeblicher Standort eingestuft. Vielmehr steht dieser Standort in Konkurrenz zum ohnehin geschwächten Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße und sollte daher auch keine Erweiterungsmöglichkeiten bekommen.

Nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der beiden Zentren im Stadtgebiet:

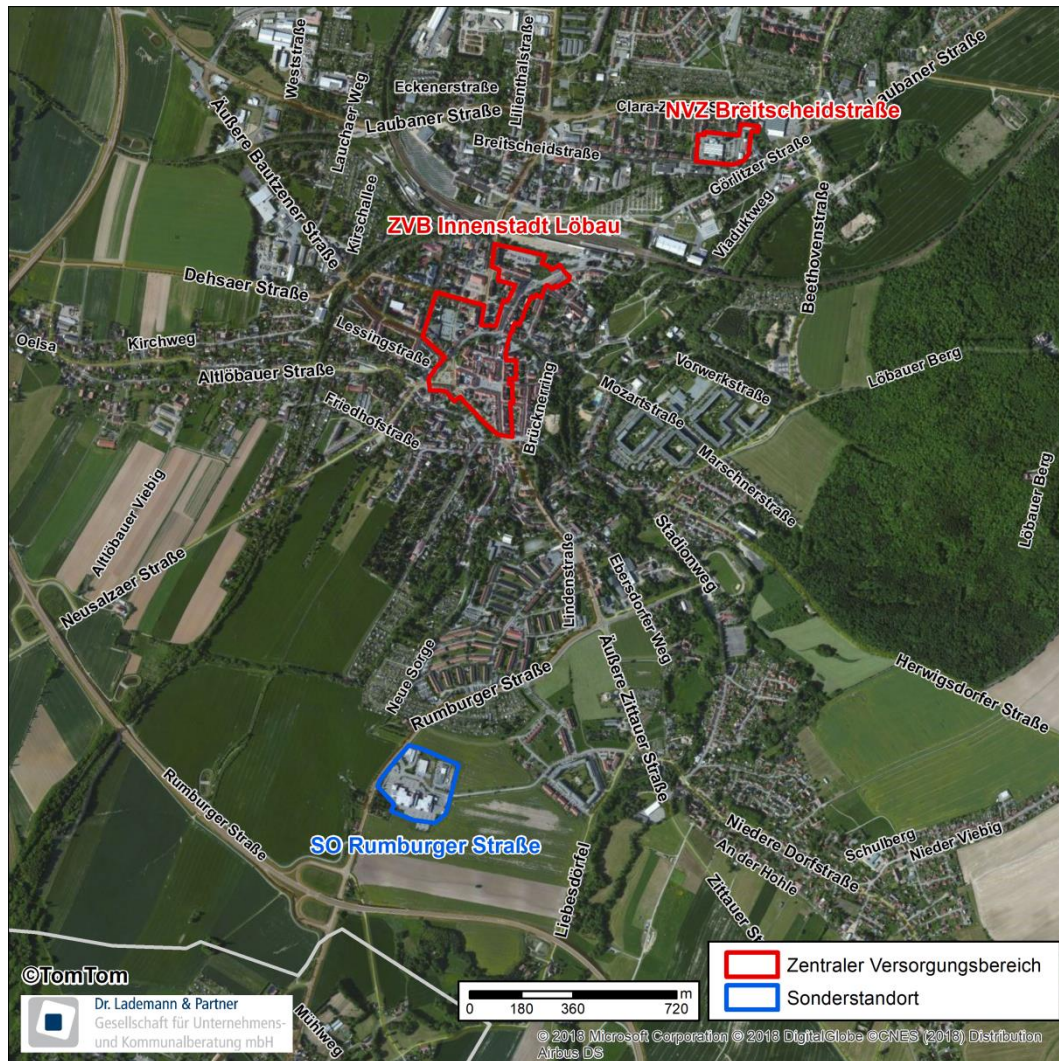


Abbildung 29: Zentren- und Standortstruktur in Löbau

Nachfolgend wird anhand der Zentrenhierarchie (Innenstadt, Nahversorgungszentrum) die städtebauliche, funktionale Analyse dieser beiden Zentren anhand von Zentrenpässen vorgenommen. Neben einer kriteriengestützten Beschreibung und Bewertung erfolgt auch eine kartographische Darstellung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche. In diesem Zusammenhang wird auch der Sonderstandort Rumburger Straße kurz beleuchtet.



8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Löbau

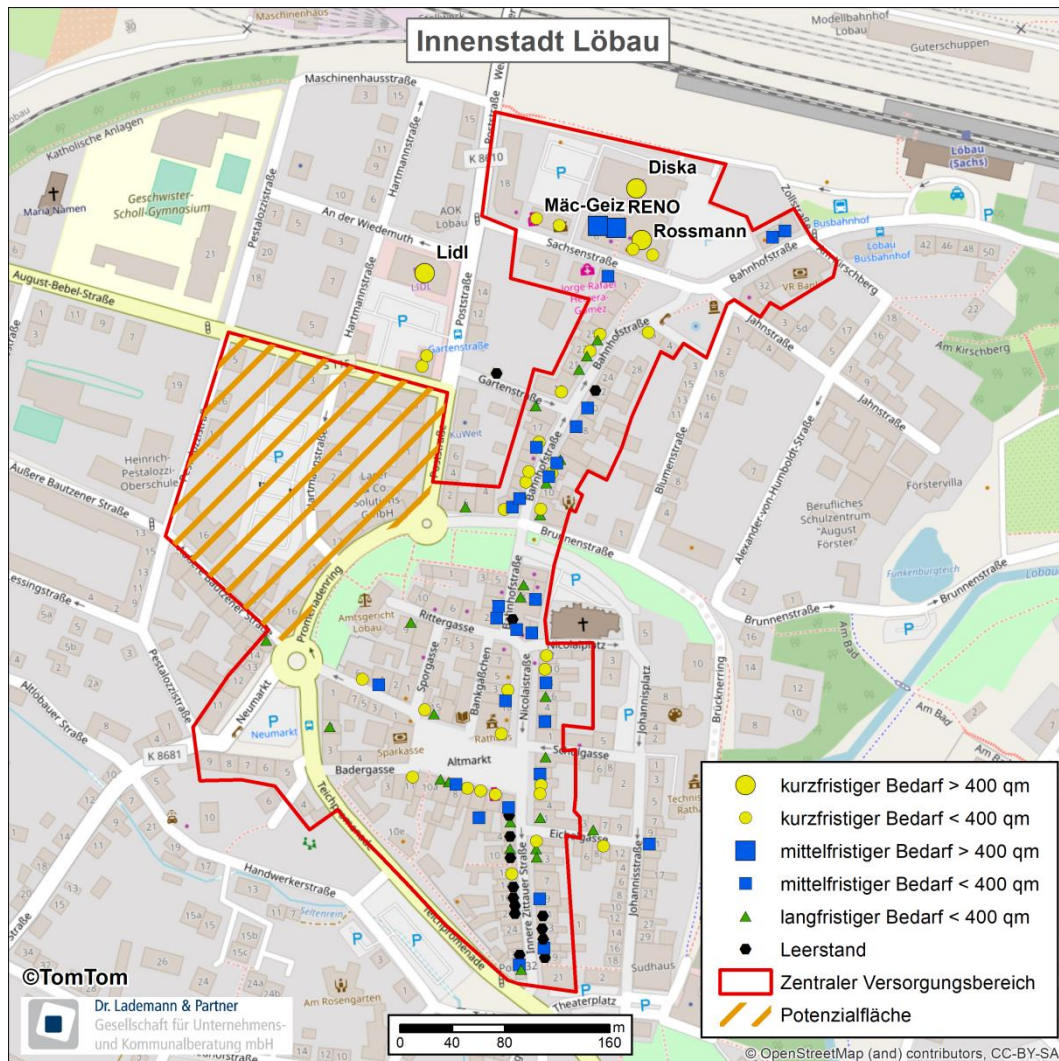


Abbildung 30: Abgrenzung der Innenstadt Löbau

Die Abgrenzung der Innenstadt orientiert sich weitgehend an der bestehenden Abgrenzung aus dem Konzept von 2009 und umfasst zum einen die kleinteiligen Strukturen der Altstadt rund um den Altmarkt und die Haupteinkaufslage Innere Zittauer Straße / Nicolaistraße. Zum anderen umfasst die Abgrenzung die Bahnhofstraße, die ebenfalls als Haupteinkaufslage einzuordnen ist. Im Norden wird zudem der sich am Ende der Bahnhofstraße befindliche fachmarktorientierte Bereich an der Sachsenstraße mit aufgenommen, in dem sich die Mehrzahl der größerflächigen Betriebe der Innenstadt konzentriert und von dem frequenzzeugende Wirkungen auf den Altstadtbereich ausgehen.



Als Potenzialfläche zur Innenstadterweiterung wird der Bereich zwischen Promenadenring, Äußere Bautzener Straße, Pestalozzistraße, August-Bebel-Straße und Poststraße in die Abgrenzung mit aufgenommen. Um die Versorgungsfunktion und die Attraktivität der Innenstadt gemäß den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts weiter auszubauen, bedarf es der Ansiedlung von sogkräftigen Magnetbetrieben im Innenstadtbereich. In der Altstadt gibt es hierfür jedoch keine Flächenpotenziale, so dass sich das Ziel der Innenstadterweiterung durch die Ansiedlung von Magnetbetrieben nur auf Flächen außerhalb des Promenadenrings erreichen lässt. Hierfür bietet sich die ausgewiesene Potenzialfläche an, da sie einerseits genügend Flächenpotenzial aufweist und andererseits für eine Entwicklung zur Verfügung steht.

Zwar ist die Potenzialfläche nicht unmittelbar an die Haupteinkaufslagen angebunden, es bestehen aber sowohl Sichtbezüge als auch Wegeverbindungen über die Innere Bautzener Straße in Richtung Altmarkt sowie über den Promenadenring in Richtung Bahnhofstraße, so dass von einem Kundenaustisch ausgegangen werden kann. Die Planungen für diese Fläche sehen die Ansiedlung eines großen Lebensmittelmarkts vor. Die in diesem Zusammenhang entstehende Stellplatzfläche kann auch als Parkplatz für Innenstadtbesuche genutzt werden, was die Kopplungsaktivitäten zwischen dem Innenstadt-Kernbereich und diesem Ergänzungsstandort zusätzlich erhöhen wird.

Der Lidl-Standort ist der Innenstadt nicht mehr zugeordnet worden, da weder eine direkte Wegeverbindung noch eine direkte Sichtenbindung zur Bahnhofstraße besteht und damit nur sehr eingeschränkt von Synergiepotenzialen ausgegangen werden kann.



Zentraler Versorgungsbereich 'Löbauer Innenstadt'	
Lage und Einzugsbereich	Zentrale Lage im Stadtgebiet von Löbau; dabei umfasst die Innenstadt die Einkaufspassage an der Sachsenstraße sowie die Bahnhofstraße im Norden und erstreckt sich über weite Teile der historischen Altstadt mit dem Altmarkt als zentralem Platz im Süden; zudem ist auch der westlich der Altstadt gelegene Neumarkt sowie die weitläufige Potenzialfläche am Promenadenring dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen; der Einzugsbereich erstreckt sich sowohl auf das Stadtgebiet als auch auf die umliegenden Gemeinden (Marktgebiet)
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Die Haupteinkaufslage erstreckt sich dabei entlang der Bahnhofstraße und wird in Richtung Süden weiter über die Nicolaistraße bis zum Altmarkt geführt; entlang dieser Laufachse besteht ein relativ dichter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz; in diesem Bereich sind vorwiegend inhabergeführte Betriebe vorhanden, während im nördlichen Bereich der Innenstadt (Einkaufspassage Sachsenstraße) mehrere, teils großflächige Fachmärkte bestehen; in der Inneren Zittauer Straße dünnt sich das Einzelhandelsangebot stark aus; auf dem Altmarkt finden regelmäßig Wochenmärkte statt
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	Kernstädtisch geprägter Straßenraum mit ansprechender mehrgeschossiger Altbausubstanz entlang der Haupteinkaufslage; historischer Altmarkt als zentraler Platz der Altstadt mit dem markanten und attraktiven barocken Rathaus; funktionaler Gebäudekomplex an der Sachsenstraße; städtebauliche Missstände entlang der Inneren Zittauer Straße trüben das Erscheinungsbild der südlichen Eingangssituation in die Innenstadt
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	Überwiegend Wohnnutzungen sowie öffentliche Einrichtungen (Oberschule, Gymnasium, Altenpflegeheim); im Norden verläuft die Bahntrasse, unmittelbar nordöstlich der Innenstadt befindet sich der Bahnhof von Löbau
Erreichbarkeit MIV	Mit der Lage an der Bundesstraße 178 (zukünftig S 115) ist eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt gegeben; mit der Fertigstellung der beiden Kreisverkehre (Promenadenring und Neumarkt) hat sich die Verkehrsführung zudem deutlich verbessert; die Altstadt ist durch ein System aus Einbahnstraßen erschlossen
Stellplatzangebot	Stellplatzanlagen finden sich vor allem in den Randbereichen der Innenstadt (z.B. am Neumarkt); zudem existieren Stellplatzanlagen beidseitig der Einkaufspassage Sachsenstraße (Parken mit Parkscheibe eine Stunde kostenlos)
Erreichbarkeit ÖPNV	direkt nordöstlich der Innenstadt befindet sich der Bahnhof Löbau; damit besteht eine sehr gute Anbindung an das Schienen- und Busnetz; zudem grenzt auch die Bushaltestelle Bahnhofstraße direkt an die Innenstadt, an welcher zahlreiche Buslinien in regelmäßigen Abständen verkehren; Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs besteht eine Anbindung an den ÖPNV am Neumarkt
Fußläufige Erreichbarkeit	Aufgrund der zentralen Lage besteht eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten innerhalb und außerhalb der Zentrenabgrenzung; nördlich wirkt die Bahntrasse jedoch als städtebauliche Barriere
Aufenthaltsqualität	höhere Aufenthaltsqualitäten ergeben sich vorrangig durch die städtebaulichen Qualitäten in der Altstadt; insbesondere der Altmarkt mit dem historischen Rathaus schafft eine angenehme Einkaufsatmosphäre
Magnetbetriebe	in der Einkaufspassage Sachsenstraße in der nördlichen Innenstadt befinden sich mit einem Disca-Lebensmitteldiscounter sowie einem Rossmann-Drogeriefachmarkt frequenzbringende Betriebe des periodischen Bedarfs; im aperiodischen Bedarfsbereich sind die Filialisten Ernsting's Family, NKD und Thalia aufzuführen.
EH-Verkaufsfläche 2018	Insgesamt rd. 8.100 qm Verkaufsfläche, davon rd. 2.920 qm kurzfristiger Bedarf (36 %) sowie rd. 3.890 qm mittelfristiger Bedarf (rd. 47 %).
Angebotsspezialisierung/-Wertigkeit	Die Innenstadt von Löbau ist durch ein vielfältiges Angebot sowie einen guten Branchen-Mix von überwiegend inhabergeführten Betrieben geprägt; vor allem im nördlichen Geschäftsbereich an der Sachsenstraße befinden sich jedoch auch Filialisten, die als wichtige Frequenzbringer fungieren; der Angebotsschwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
Struktur des Einzelhandels	In der Hauptlage entlang der Bahnhofstraße und der Nicolaistraße sowie am Altmarkt besteht ein nahezu durchgängiger Nutzungsbesatz; hier sind vorwiegend kleinteilige Handelsstrukturen lokalisiert; in der Sachsenstraße befindet sich ein funktional gestalteter Einkaufskomplex, welcher mehrere Fachmärkte vereint

Tabelle 15: Zentrenpass „Innenstadt Löbau“ – Teil 1



Ergänzende Nutzungen	Diverse zentrenergänzende Nutzungen (u.a. Geldinstitute, Ärzte und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Versicherungen sowie konsumnahe Dienstleistungen und öffentliche Einrichtungen)
Leerstandssituation 2018	Innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs befanden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 36 kleinteilige Leerstände; diese konzentrieren sich vor allem im Bereich der Inneren Zittauer Straße
Konkurrenz mit anderen Standorten	Im Bereich des periodischen bzw. kurzfristigen Bedarfs bestehen aktuell Konkurrenzen zum Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße sowie zu den solitären Nahversorgungslagen (u.a. Lidl/ Netto); sowohl im kurz- als auch im mittelfristigen Bedarf bestehen darüber hinaus Wettbewerbsbeziehungen mit dem Sonderstandort Rumberger Straße (u.a. Kaufland, AWG Mode-Center)
Potenzialflächen	einige inaktive, kleinteilige Verkaufsflächen in den Innenstadtrandlagen (v.a. Innere Zittauer Straße); große Potenzialfläche (rd. 9.700 qm Grundstücksfläche) zwischen dem Promenadenring, der Hartmannstraße, der August-Bebel-Straße, der Pestalozzistraße sowie der Äußeren Bautzner Straße

Tabelle 16: Zentrenpass „Innenstadt Löbau“ – Teil 2

Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	
Stärken	Ausgewogener Branchenmix und eine nahezu durchgängig besetzte Hauptlage; attraktiver Mix aus Filialisten und individuellen, inhabergeführten Fachgeschäften; hohe Multifunktionalität durch einen Mix aus Einzelhandel und zentrenergänzenden Nutzungen; gute Anbindung im modal split und ausreichende Stellplatzsituation; weitgehend sanierte Innenstadt die vor allem im Bereich der Altstadt ein angenehmes Stadtbild und eine hohe Aufenthaltsqualität bietet
Schwächen	Bereich entlang der Inneren Zittauer Straße durch Leerstand sowie Sanierungsstau geprägt; funktionaler Bruch im Bereich des Nicolaiplatzes; Potenzial des Marktplatzes wird nicht ausgeschöpft (z.B. Außengastronomie); ungenutzte und mit auffälligen Leerständen besetzte Potenzialfläche am Promenadenring; es fehlt ein großer Vollversorger als Frequenzbringer
Handlungsziele	Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs; Sogkraft des Innenstadtzentrums durch die Ansiedlung eines weiteren großflächigen Magnetbetriebs erhöhen; Aufrechterhalten der durch den teils hochwertigen Facheinzelhandel geschaffenen Individualität der Innenstadt; Nachnutzung der leer stehenden Ladenflächen bei gleichzeitiger Aufwertung des Stadtbildes; Arrondierungen durch weitere frequenzerzeugende, innenstadttypische Angebote zur "Inszenierung" der Innenstadt; Ausbau des Gastronomieangebots im Bereich des Altmarkts und damit verbundene Erhöhung der Verweildauer; konsequente Nutzung der bestehenden Flächenpotenziale

Tabelle 17: Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Löbau“ und Handlungsempfehlungen



Abbildung 31: Weitläufige Potenzialfläche am Promenadenring



Abbildung 32: Das barocke Rathaus am Altmarkt



8.2.2 Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße



Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Breitscheidstraße

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums wurde gegenüber der Abgrenzung aus dem Konzept von 2009 nicht verändert und ergibt sich aus den gewerblich genutzten baulichen Strukturen der Gebäudekomplexe beidseitig der Stauffenbergstraße.



Zentraler Versorgungsbereich 'Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße'	
Lage und Einzugsbereich	im nördlichen Teil der Kernstadt; das NVZ umfasst einen Teilbereich zwischen der namensgebenden Breitscheidstraße im Süden, der Otto-Staudinger-Straße im Westen, der Clara-Zetkin-Straße im Norden sowie der Stauffenbergstraße im Osten; zudem zählen auch die einzelhandelsseitig geprägten Gebäude östlich der Stauffenbergstraße zum Zentrum; der Einzugsbereich erstreckt sich über das nordöstliche Kernstadtgebiet und wird im Süden durch die Bahntrassen begrenzt
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	das NVZ lässt sich in mehrere Baukörper unterteilen, die allesamt funktional gestaltet sind und nur eingeschränkt räumliche Bezüge zueinander aufbauen; neben dem prägendsten Baukörper, dessen Nutzungen z.T. von außen (Norma, Getränkemarkt) und z.T. über eine überdachte Einkaufspassage erschlossen werden, existiert im nördlichen Zentrumsbereich eine bandförmige Ladenzeile mit kleinteiligen Fachgeschäften; östlich der Stauffenbergstraße befinden sich einige solitäre und durch Einzelhandel genutzte Gebäude
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	die funktional gestalteten Immobilien sind zum großen Teil nur noch bedingt zeitgemäß (geringe Deckenhöhe, undurchsichtige innere Erschließung, kleine und ungünstig zugeschnittene Ladenflächen); die Außenfassade hinterlässt ebenfalls kein sonderlich ansprechendes Erscheinungsbild
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	nördlich und westlich angrenzend befinden sich Wohnstrukturen mit überwiegender Mehrfamilienhausbebauung; nordöstlich schließen weitere Einzelhandelsnutzungen an (Schlafstudio), südlich befindet sich ein Gewerbepark und die Bahntrasse
Erreichbarkeit MIV	die Zufahrt erfolgt über die Breitscheidstraße, welche südöstlich des Zentrums von der Görlitzer Straße abweigt; aus der Lage etwas abseits der innerörtlichen Hauptverkehrsachsen ergibt sich eine eher durchschnittliche verkehrliche Erreichbarkeit
Stellplatzangebot	die beidseitig der Hauptimmobilie befindlichen Stellplatzanlagen offerieren eine ausreichende Zahl an Parkplätzen
Erreichbarkeit ÖPNV	die Bushaltestelle "Löbau Gewerbepark" befindet sich rd. 200 Meter vom Zentrum entfernt; hier verkehrt die Linie 64 in regelmäßigen Abständen in beide Fahrrichtungen
Fußläufige Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit aus den unmittelbar nördlich und westlich angrenzenden Wohngebieten ist gegeben
Aufenthaltsqualität	die solitäre Gebäudestruktur, fehlende städtebauliche Qualitäten (Sitzmöblierungen, Begrünungen) und die zahlreichen Leerstände lassen keine besonderen Aufenthaltsqualitäten entstehen
Magnetbetriebe	Norma-Lebensmitteldiscounter
EH-Verkaufsfläche 2018	Insgesamt rd. 3.150 qm Verkaufsfläche, davon rd. 1.360 qm dem kurzfristigen Bedarf (43 %) sowie rd. 1.060 qm dem langfristigen Bedarf zugehörig (rd. 34 %).
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	der Fokus des NVZ liegt funktionsgerecht auf dem periodischen Bedarfsbereich; ergänzend finden sich hier jedoch auch signifikante Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs; unteres Angebots- und Preisniveau
Struktur des Einzelhandels	der Einzelhandel konzentriert sich überwiegend auf die Hauptimmobilie (Norma, Getränkemarkt, aperiodische Angebote) sowie die freistehenden Baukörper östlich der Stauffenbergstraße (langfristiger Bedarf); die Ladenzeile ist durch kleinteilige Geschäfte geprägt
Ergänzende Nutzungen	Zentrenergänzende Nutzungen (u.a. konsumnahe Dienstleistungen, Ärzte, vereinzelt Gastronomiebetriebe)
Leerstandssituation 2018	zum Zeitpunkt der Erhebung konnten insgesamt 9 Leerstände mit einer potenziellen Gesamtverkaufsfläche von rd. 720 qm identifiziert werden; diese verteilen sich relativ gleichmäßig auf die einzelnen Gebäudekomponenten; der größte Leerstand (rd. 280 qm VKF) soll im Rahmen der geplanten Norma-Erweiterung in die Verkaufsfläche des Discounters integriert werden
Konkurrenz mit anderen Standorten	das NVZ steht v.a. im Wettbewerb mit den solitären Nahversorgungsstandorten im Kernstadtgebiet von Löbau; dabei kommt es v.a. zu einer Überlagerung der Einzugsgebiete mit den umliegenden Lebensmitteldiscountern Netto und Penny sowie mit der Innenstadt
Potenzialflächen	inaktive Verkaufsflächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ermöglichen eine bauliche und angebotsseitige Aufwertung des Zentrums; die größte Potenzialfläche wird perspektivisch durch die geplante Norma-Erweiterung genutzt

Tabelle 18: Zentrenpass NVZ Breitscheidstraße



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs "Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße "	
Stärken	siedlungsintegrierte Lage im nördlichen Kernstadtgebiet; für ein NVZ breiter Branchenmix mit Angeboten aller Bedarfsbereiche; ausreichende Stellplatzsituation; einheitliche Vermarktung unter dem Namen "Einkaufszentrum Breitscheidstraße"; Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes durch frequenzbringende Nutzungen (Ärzte, Dienstleister)
Schwächen	durchschnittliche verkehrliche Erreichbarkeit; schlechte/keine Einsehbarkeit von den Hauptverkehrsachsen (B 6 und Görlitzer Straße); zahlreiche Leerstände; geringe städtebauliche Qualität - kaum Aufenthaltsqualität; in die Jahre gekommene Immobilien mit überwiegend kleinteiliger Struktur, einer suboptimalen Wegeführung innerhalb des Einkaufskomplexes und einer wenig einladenden Einkaufsatmosphäre
Handlungsziele	Bestandssicherung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs; Stärkung der Nahversorgungsfunktion; ein maßvoller Ausbau des periodischen Verkaufsflächenangebots (abgedeckt durch die geplante Norma-Erweiterung) oder Nutzungsänderungen im Rahmen des Sortimentschwerpunkts (kurzfristiger Bedarf) sind zu begrüßen; ein weiterer Ausbau des aperiodischen Angebots ist mit Blick auf den Schutz der Innenstadt hingegen nicht zu empfehlen; funktionale und bauliche Aufwertung der Handelsimmobilien; Stärkung der Aufenthaltsqualität durch eine Aufwertung des Umfelds (z.B. Installation von Sitzmöbeln etc.); Nachnutzung leer stehender Ladengeschäfte

Tabelle 19: Bewertung des Nahversorgungszentrums Breitscheidstraße und Handlungsempfehlungen



Abbildung 34: Das Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße mit dem Norma-Markt als Magnetbetrieb



8.2.3 Sonderstandort Rumburger Straße

Sonderstandort Rumburger Straße	
Lage und Einzugsbereich	periphere Siedlungslage im südlichen Kernstadtgebiet von Löbau an der Rumburger Straße unweit der Ortsumfahrung (B 178n); der Einzugsbereich erstreckt sich über das Stadtgebiet hinaus, spricht weite Teile des Marktgebiets an und wirkt damit zentralitätsbildend für den Löbauer Einzelhandel
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	die Hauptimmobilie ist als vollständig überdachtes, eingeschossiges Fachmarktzentrum mit leichtem Höhenversatz innerhalb des Gebäudes gestaltet; es existiert ein zentraler Eingang, alle Einzelhandelsnutzungen werden über eine kleine Mall erschlossen; direkt gegenüber des Fachmarktzentums befinden sich weitere freistehende Baukörper, deren Eingänge der Hauptimmobilie zugewandt sind und welche durch unterschiedliche Nutzungen besetzt sind (z.B. AWG Mode-Center)
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	sehr schlichte und funktional gehaltene Architektur und Innengestaltung; der scheinbar ältere Gebäudekomplex offeriert mit seiner Fachmarkt- und Stellplatzprägung keine besondere städtebauliche Qualität
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	bedingt durch die Stadtrandlage wird das unmittelbare Umfeld vor allem von Grün-, Acker- und Freiflächen geprägt; weiter nördlich schließen Kleingärten und die Siedlungsbereiche der südlichen Löbauer Kernstadt an
Erreichbarkeit MIV	sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Auto; rd. 550 Meter südlich des Sonderstandorts befindet sich eine Auf- und Abfahrt der Ortsumfahrung (B 178n); über die Rumburger Straße ist der Standort zudem an die S 115 angebunden, welche die Kernstadt durchquert
Stellplatzangebot	zahlreiche kostenlose Kundenparkplätze im Umfeld der Hauptimmobilie und vor dem solitären Baukörper des AWG Mode-Centers
Erreichbarkeit ÖPNV	am Haltepunkt "Gewerbegebiet Süd" verkehren die Buslinien 53 (Löbau - Ebersbach), 55 (Löbau - Seiffhennersdorf) und 56 (Löbau - Neugersdorf) in regelmäßiger Taktung
Fußläufige Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit ist nicht gegeben; es handelt sich um einen autokundenorientierten Fachmarktstandort
Aufenthaltsqualität	die Mall des Fachmarktzentums ist sehr funktional gehalten, es gibt nur wenige Sitzmöglichkeiten; die einfachen gastronomischen Angebote erzeugen kaum Aufenthaltsqualität; die autokundenorientierte Positionierung des Standorts sowie die außenliegende Parkplatznutzung bieten keinerlei Aufenthaltsqualität außerhalb der Gebäude
Magnetbetriebe	Kaufland-Verbrauchermarkt
EH-Verkaufsfläche 2018	Insgesamt rd. 5.650 qm Verkaufsfläche, davon rd. 3.270 qm dem kurzfristigen Bedarf (58 %) sowie rd. 2.230 qm dem mittelfristigen Bedarf zugehörig (rd. 39 %); marginales Angebot im langfristigen Bedarf
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf mit Kaufland als Ankermieter; signifikantes Angebot im mittelfristigen Bedarf (v.a. Bekleidung/Schuhe sowie Randsortimente von Kaufland); die Anbieter der aperiodischen Sortimente sind überwiegend discountorientiert (Kik, Deichmann, AWG Mode-Center)
Struktur des Einzelhandels	fachmarktorientierte Ausrichtung; die verschiedenen filialisierten Fachmarktkonzepte werden durch wenige kleinteilige Anbieter ergänzt; mit Kaufland und dem AWG Mode-Center befinden sich am Standort zwei großflächige Betriebe
Ergänzende Nutzungen	u.a. Autohaus, Tankstelle, Reisebüro
Leerstandssituation 2018	zum Zeitpunkt der Begehung konnten keine Leerstände identifiziert werden
Konkurrenz mit anderen Standorten	der Kaufland-Verbrauchermarkt steht vor allem im Wettbewerb mit den strukturprägenden Lebensmittelmärkten (Innenstadt; NVZ Breitscheidstraße; solitäre Nahversorgungsstandorte); mit dem signifikanten Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich (v.a. im Segment Bekleidung/Schuhe) ergibt sich eine ausgeprägte Konkurrenzbeziehung zur Löbauer Innenstadt
Potenzialflächen	angesichts der Stadtrandlage sind Potenzialflächen ausreichend vorhanden; hier ist jedoch ein Augenmerk auf das Planungs- und Baurecht zu legen

Tabelle 20: Standortpass Sonderstandort Rumburger Straße

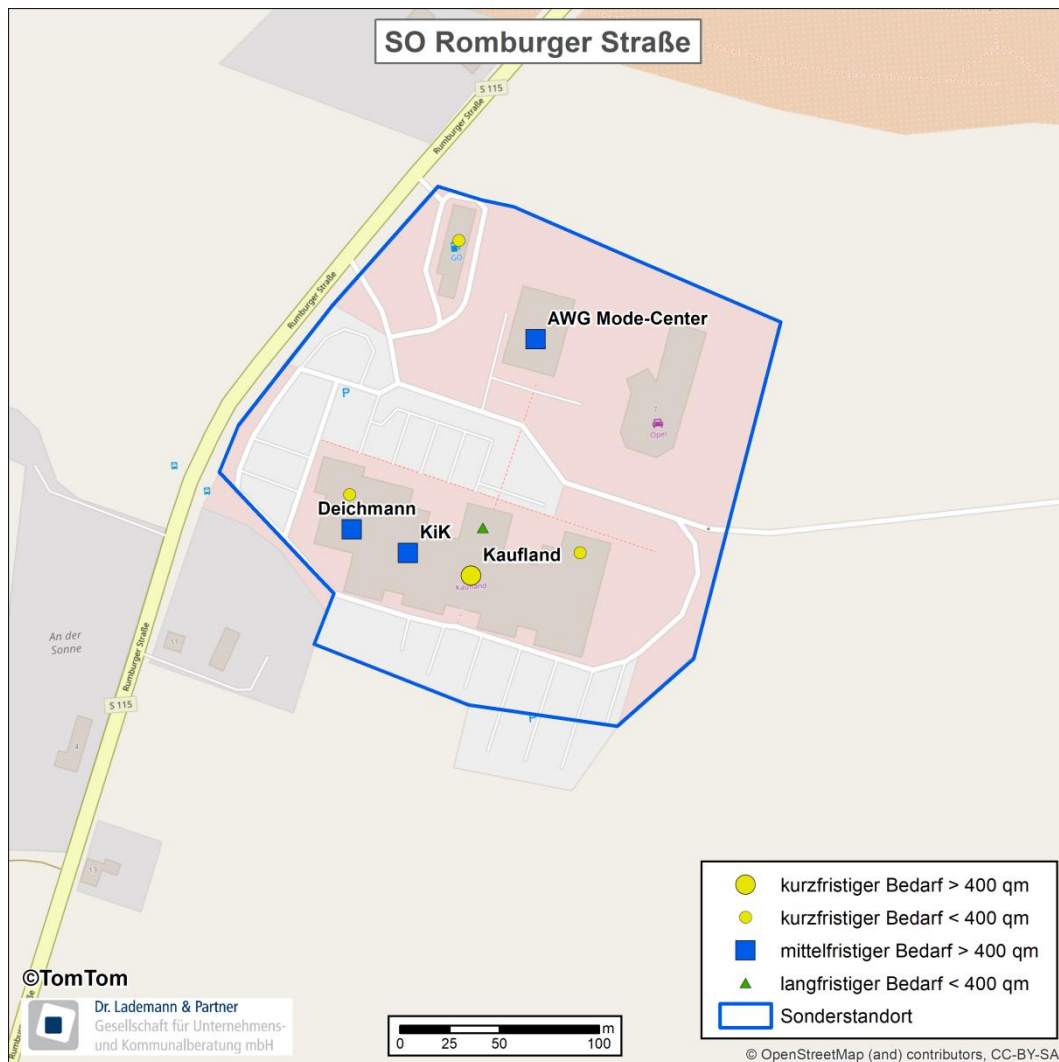


Abbildung 35: Abgrenzung des Sonderstandorts Rumburger Straße

Bewertung des Sonderstandorts	
Stärken	sehr gute inner- und überörtliche verkehrliche Erreichbarkeit (v.a. mit dem PKW); großzügiges Stellplatzangebot; breiter und attraktiver Branchenmix; leistungsfähiger Ankermieter mit Kaufland; derzeit einziger Lebensmittelmarkt mit vollsortimentiertem Angebot
Schwächen	geringe Aufenthaltsqualität im Innen- und Außenbereich; geringes Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsbereich
Handlungsziele	im kurz- und mittelfristigen Bedarf kommt es zu großen Angebotsüberschneidungen mit den zentralen Versorgungsbereichen (v.a. der Innenstadt von Löbau), dies führt zu einer Verteilung der Kaufkraft auf mehrere Standorte (Kannibalisierungseffekte); um die Konkurrenzsituation mit der Innenstadt nicht weiter zu verschärfen, sollte das Angebot im kurz- und mittelfristigen Bedarf auf den Bestand festgeschrieben werden; ein weiterer Angebotsausbau in diesen Segmenten sollte unterbunden werden; stattdessen ist eine Weiterentwicklung im langfristigen Bedarfsbereich denkbar, um den Fachmarktstandort stärker als Angebotsstandort typischer "Kofferraum-Sortimente" zu profilieren

Tabelle 21: Bewertung des Sonderstandorts Rumburger Straße und Handlungsempfehlungen



Abbildung 36: Fachmarktzentrum an der Rumburger Straße mit Kaufland als Ankermieter



Abbildung 37: Das AWG Mode-Center am Sonderstandort Rumburger Straße



8.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Löbauer Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung in Löbau:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Löbauer Sortimentsliste")		
nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Lebensmittel	Bekleidung, Wäsche	Möbel, Küchen
Getränke	Lederwaren, Schuhe	Campingartikel und -möbel
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	Hausrat/ Haushaltswaren	Bettwaren, Matratzen
Zeitungen, Zeitschriften	Glas, Porzellan, Keramik	Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
pharmazeutischer Bedarf	Geschenkartikel, Wohnaccessoires	Bodenbeläge, Teppiche
Schnittblumen	Foto, Film, Optik, Akustik	Kfz-Zubehör
	Uhren, Schmuck, Silberwaren	Bau- und Heimwerkerbedarf
	Sportartikel und -bekleidung	Gartenbedarf, Pflanzen
	Bücher	Tierbedarf
	Papier, Schreibwaren	Lampen/Leuchten/Sonstige Elektroartikel
	Unterhaltungselektronik, Computer und Telekommunikation	Weiß e Ware/Haushaltselektronik
	Spielwaren	Fahrräder und Zubehör
	Baby- und Kinderartikel	
	Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Stoffe	
	Musikalien, Musikinstrumente, Tonträger	
	Waffen und Jagdbedarf	
	Sanitätswaren	
	Parfümerie	
	Antiquitäten/Kunst	

Quelle: Dr. Lademann & Partner. * zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant.
Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

Tabelle 22: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Löbauer Liste“)

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.



9 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Löbau

Alle zukünftigen Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Löbau sollten darauf hinsteuern, die Bindungswirkung der Stadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Generell sollten eine Reihe allgemeiner Maßnahmen zur Profilierung der Stadt Löbau als attraktiver Einzelhandelsstandort sowohl von den Händlern/Gewerbetreibenden als auch von Seiten der Stadt/des Amtes ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden. Der folgende Maßnahmenkatalog enthält auch Aktivitäten, die schon durchgeführt werden, deren Wichtigkeit aber noch einmal betont werden soll, damit sie nicht aus den Augen verloren werden bzw. damit weiterhin Mittel dafür zur Verfügung stehen. Insgesamt ist es zum einen für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Zum anderen sind aber auch eine Zusammenarbeit aller Beteiligten bzw. ein aktiver Dialog erforderlich.

Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts z.B. durch einen entsprechenden Stadtvertreterbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So kann Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Löbauer Einzelhandel erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelsentwicklungskonzept und die darin festgeschriebenen Entwicklungsziele und den schützenswerten zentralen Versorgungsbereich erfolgversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Stadtvertreterbeschluss vonseiten der Verwaltung hinzuwirken. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept – inkl. der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Sortimentsliste sowie der Ziel- und Strategieaussagen zur weiteren Einzelhandelsent-



wicklung - beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandels-sicherung und für die strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Die Stadt Löbau verfolgt i.d.R. eine Steuerung des Einzelhandels über die Aufstellung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- Gewünschte Ansiedlungsvorhaben sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden. Hierfür sollten bestehende Bebauungspläne entweder überarbeitet werden oder neue Bebauungspläne aufgestellt werden.
- An Standorten, die gemäß des Zentren- und Standortskonzepts für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, gilt es die u.U. bestehenden Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neue Bebauungspläne aufzustellen. Diesbezüglich sei explizit auch auf die Möglichkeit hingewiesen, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung im Rahmen von einfachen Bebauungsplänen nach § 9 Abs. 2a BauGB Einzelhandelsnutzungen auszuschließen. Das Einzelhandelskonzept stellt hierfür den wesentlichen Begründungszusammenhang her.
- In Gewerbegebieten empfiehlt sich ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten und um bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Zur Umsetzung der Ziele des beschlossenen Einzelhandelskonzepts, ist es darüber hinaus erforderlich für „Verdachtsbereiche“ im unbeplanten Innenbereich, in denen großflächiger Einzelhandel nach § 34 Abs. 1 BauGB als zulässig bewertet



werden kann, mit den Instrumenten der Bauleitplanung (durch einen Aufstellungsbeschluss²⁷ für einen Bebauungsplan) auszuschließen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen oder zur Sicherung eines zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der jeweilige zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

Umgang mit Leerstandsflächen

Angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge und dem weiteren Vormarsch des Online-Handels sowie der Nachfolgeproblematik im Fachhandel ist damit zu rechnen, dass vor allem kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte auch zukünftig in ihrer Existenz bedroht sein werden. Vor diesem Hintergrund empfehlen Dr. Lademann & Partner ein Flächen-/Leerstandsmanagement aufzubauen, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können.

Die oberste Priorität sollte einer langfristigen und zukunftsfähigen Nachnutzung der leer stehenden Ladenlokale beigemessen werden. Eine Reihe der Leerstandsflächen ist für eine einzelhandelsrelevante Nachnutzung jedoch als nicht mehr marktfähig zu bewerten. Hier sollten die Eigentümer auch eine anderweitige als die Einzelhandelsnutzung in Betracht ziehen (z.B. gewerbliches Wohnen, Dienstleistungen). Dies gilt vor allem für die Innere Zittauer Straße.

²⁷ Der Aufstellungsbeschluss darf sich allerdings nicht nur darauf beschränken, welche Bauvorhaben künftig unzulässig sein sollen. Vielmehr muss daneben erläutert werden, welche positiven Konzeptionen die Stadt mit dem Bebauungsplan verfolgt und aus welchem Grund ein Planungserfordernis besteht.



Einige der Leerstandsflächen innerhalb des Innenstadtzentrums lassen sich unter Einsatz von Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen jedoch durchaus noch einer potenziellen Einzelhandelsnachnutzung zuführen. Hierbei empfehlen die Gutachter auch eine Prüfung, ob durch Zusammenlegung bzw. immobilienseitige Neugestaltung attraktive und moderne Flächenzuschnitte geschaffen werden können. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten könnten hier beispielsweise der Abriss nicht erhaltungswürdiger Bausubstanz und die Einbeziehung daran angrenzender Nachverdichtungsflächen eine Möglichkeit sein. Um dieser Zielsetzung bei erhaltungswürdigen Gebäuden gerecht werden zu können, muss es sich um ausreichend groß dimensionierte Objekte handeln, die im Einzelfall den Nutzungsanforderungen vollständig gerecht werden.

Gleichwohl erscheint es nicht realistisch, dass die Leerstände kurzfristig und allesamt beseitigt werden können. Um das Erscheinungsbild des Innenstadtzentrums jedoch nicht zu belasten, empfiehlt es sich, die entsprechenden Flächen in geeigneter Form zwischenzunutzen. So können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Ort genutzt werden. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren eigenes Erscheinungsbild und das der Innenstadt aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen, um funktionale Lücken zu minimieren und die Bausubstanz zu pflegen.

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leer stehenden Ladeneinheiten. Die Stadt Löbau sollte allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass die Stadt als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Ausstellern/Werbenden fungiert.

Schwerpunktmäßige Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in den prägenden Standortlagen der Stadt Löbau

Um den Einzelhandelsstandort Löbau auszubauen, haben Dr. Lademann & Partner ein einzelhandelsseitiges Entwicklungspotenzial errechnet, dessen Ausnutzung bis zum Jahre 2025 zu empfehlen ist und welches auf einer verbesserten Ansprache der Umlandbewohner sowie einer verstärkte Bindung der örtlichen Nachfrage fußt.

Dr. Lademann & Partner empfehlen eine konsequente Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in den definierten zentralen Versorgungsbereichen. Die oberste Priorität kommt dabei der Löbauer Innenstadt zu. Im Hinblick auf den kurzfristigen Bedarf wird dies nur möglich sein, wenn auf die Potenzialflächen außerhalb



des Promenadenrings zurückgegriffen wird, da es im Altstadtbereich aufgrund der Kleinteiligkeit und der historischen Bebauung keine Flächen hierfür gibt.. Das Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße sollte weiterhin als Standort für die Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs profiliert bleiben und durch bestandssichernde Maßnahmen in seiner Funktion stabilisiert werden.

Um bestehende wohngebietsintegrierte Nahversorgungsstandorte in Streulagen abzusichern und diesen eine maßvolle Weiterentwicklung einzuräumen, können im Einzelfall auch nahversorgungsrelevante Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden. Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der Innenstadt sollte allerdings restriktiv behandelt werden. Außerhalb der Zentren sollte ansonsten nur nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel zugelassen werden.

Um die (begrenzten) Expansionsspielräume der Gesamtstadt für die Innenstadt nutzbar zu machen, sollte der aufgezeigte Entwicklungsrahmen überwiegend von Vorhaben in der Innenstadt ausgenutzt werden. Dies gilt vor allem für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente. Sortimentsseitig sehen Dr. Lademann & Partner die größten Entwicklungsspielräume im kurzfristigen Bedarf sowie in den Segmenten Sportbedarf/Camping, Bekleidung/Wäsche sowie Spielwaren, Hobbybedarf.

Bei der Ausdifferenzierung und Attraktivität des Angebots, geht es neben einem quantitativen Ausbau durch die Neuansiedlung von mittel- bis großflächigen Magnetbetrieben auch um eine Qualitätssteigerung.

Von Handelsunternehmen werden in der Regel folgende Verkaufsflächengrößen nachgefragt:

- Kleinflächen: 60 bis 100 qm Verkaufsfläche (v.a. lokale und regionale Anbieter, lokale Besonderheiten der Stadt Löbau sind dabei insbesondere hinsichtlich Nischenanbieter auszunutzen);
- Mittelflächen: 100 bis 300 qm Verkaufsfläche (hier spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine Rolle, diese Flächen werden jedoch bereits auch von filialgeführten Unternehmen nachgefragt);
- Größere Flächen: 400 bis 600 qm Verkaufsfläche (angesichts der kleinteiligen Struktur der Innenstadt sind diese Flächen äußerst knapp; hier ist zu prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können).



Aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler

Um das hergeleitete einzelhandelsseitige Entwicklungspotenzial ausschöpfen zu können ist eine aktive und gezielte Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler notwendig. Auf Basis des vorliegenden Konzepts bzw. dessen zentralen Ergebnissen gilt es, ein Exposé zu verfassen, welches die Stärken und wesentlichen Entwicklungsziele der Stadt Löbau zusammenfassend darstellt. Ein Ausblick auf mögliche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen sollte dabei ebenso enthalten sein wie eine Übersicht leer stehender Ladeneinheiten und potenzieller Flächen für Neubauten bzw. bereits bestehender einzelhandelsrelevanter Planvorhaben.

Mit diesem Exposé gilt es vor allem, Projektentwickler sowie lokale/regionale, aber auch national tätige Filialbetriebe und Franchisenehmer gezielt anzusprechen, von den Standortvorteilen der Stadt Löbau zu überzeugen und Frequenzbringer zu akquirieren. Erfahrungen aus anderen Kommunen haben gezeigt, dass es auch für Mittel- und Kleinstädte bei entsprechendem Einsatz möglich sein kann, attraktive Einzelhandelsanbieter zu gewinnen. Neben klassischen Individualkonzepten sind dabei v.a. Franchisemodelle oder lizenzierte Store- und Shopkonzepte geeignet. Ihre Ansiedlung oder ggf. Hinzunahme in das Markenportfolio bereits bestehender Betriebe würde auf das Ziel der Angebotsdiversifizierung einzahlen. Aber auch der Ausbau des Umfangs und der Breite bereits vorhandener Markenangebote trägt zu dieser Diversifizierung bei. Neben Einzelhändlern erscheint zudem die Ansprache von regional tätigen Gastronomen oder aber von im Bundesgebiet agierenden Franchise-Konzepten sinnvoll. Dies kann die Aufenthaltsqualität der Innenstadt verbessern und damit die Verweildauer im Zentrum erhöhen, was wiederum dem lokalen Einzelhandel zu Gute kommt.

Generell erscheint es ratsam, die Bemühungen um neue Einzelhandelsanbieter zwischen der Stadt und den Eigentümern leer stehender Ladeneinheiten zu koordinieren und potenzielle Investoren und Einzelhändler gemeinsam anzusprechen.

Weiterhin ist der für ein Mittelzentrum im ländlichen Raum spezifische Charakter zur Differenzierung gegenüber anderen zentralen Orten zu stärken (z.B. durch eine weitere Verbesserung der Erreichbarkeit, eine Optimierung der Beratungs- und Servicequalität, eine Forcierung der Ansiedlung von weiteren Fachgeschäften etc.) und gleichzeitig eine Abhebung durch Betonung der Vorteile des Löbauer Einzelhandels zu erzielen. Das Mittelzentrum Löbau sollte sich dabei hinsichtlich seiner Angebotsausstattung sowie der angebotenen Sortimentsbreite und -tiefe vor allem von den umliegenden Grundzentren abheben.



Einzelbetriebliche Maßnahmen und Engagement der Gewerbetreibenden

Eine vom breiten Engagement der Gewerbetreibenden getragene Einzelhandels- und Stadtentwicklung wirkt einerseits identitätsstiftend. Andererseits können so Alleinstellungsmerkmale zu anderen Einkaufsorten weiter ausgebaut werden: Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem qualitative Merkmale der Innenstadtangebote, wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale, eine wichtige Rolle. Es können bereits mit einfachen und kurzfristig realisierbaren Maßnahmen, wie mit einem neuen Anstrich der Fassade, positive Wirkungen auf das Umfeld induziert werden.

Die Verbesserung des Marktauftritts und des gesamten Erscheinungsbilds der Einkaufslagen stärken nicht nur die einzelnen Betrieben sondern auch den Einzelhandelsstandort Löbau insgesamt. Dabei sind folgende Kriterien besonders zu berücksichtigen:

- Das Leistungsspektrum des jeweiligen Betriebs spiegelt sich in der Schaufenstergestaltung wider. Insbesondere im Bereich des Spontankaufs bildet das Schaufenster den attraktivsten und effektivsten Werbeträger eines Unternehmens. Das Schaufenster soll dabei einen Überblick über das angebotene Warenspektrum geben und saison- und anlassgerechte Kaufanregungen geben. Wichtig sind dabei: Ausleuchtung, Attraktivität der Blickfänge, Auszeichnung und Preisschilder, Präsentation der angebotenen Waren und Gesamtwirkung.
- Der Eingangsbereich eines Geschäfts sollte besonders ansprechend gestaltet sein, um den Passanten zum Einkaufen einzuladen und diesen in das Geschäft „hinein zu locken“. Die häufigsten Mängel sind dabei zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung bzw. schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereichs.
- Auch die Innengestaltung eines Ladenlokals hat einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Kunden. Spontane Kaufentscheidungen werden vor allem in einer entspannten Einkaufsatmosphäre angeregt, die durch eine attraktive Warenpräsentation, eine gute Übersichtlichkeit und Kundenführung sowie die optische und funktionale Gliederung der Bereiche geschaffen werden kann. Neben einer ausreichenden Grundausleuchtung wirkt auch die gezielte und akzentuierte Ausleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente stimulierend auf die Verbraucher.
- Darüber hinaus sollte konsequent an der individuellen Service- und Beratungsqualität gearbeitet werden. Während der Online-Handel vor allem durch



den Preisvergleich in Verbindung mit der Bequemlichkeit punktet, wird es zukünftig noch mehr darum gehen, die Stärken des stationären Handels auszubauen und zu vermarkten (Erlebnis, Haptik, Verfügbarkeit, Service). Wichtig wäre auch die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen).

- Auch lokale Händler können vom Online-Handel profitieren, ohne einen eigenen Online-Shop aufbauen zu müssen. So bietet es sich z.B. an, auf Marktplätzen wie Amazon, Ebay oder real.de Waren anzubieten und damit den potenziellen Kundenkreis zu erweitern. Zwingende Voraussetzung im Zeitalter der Digitalisierung ist aber die Online-Auffindbarkeit (z.B. bei Google/Maps). Um sich bestmöglich zu präsentieren, existiert im besten Fall eine entsprechende Verlinkung auf die unternehmenseigene Homepage.

Allgemeine Handlungsempfehlungen

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Löbauer Einzelhandels positiv beeinflussen können. Zudem können gezielte Maßnahmen auf eine Stabilisierung der Nachfrageplattform hinwirken:

- Sicherung und Ausbau der Stadt als Arbeitsplatzstandort; zielgerichtete Ansiedlung von Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben zur Erhöhung der Arbeitsplatz-Zentralität; vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so Nachfrageabflüsse reduziert werden.
- Profilierung der Stadt als interessanten Wohnstandort der Region, auch für den höherwertigen, anspruchsvollen Wohnungsbau, um die Einwohnerzahlen in Löbau ein Stück weit zu stabilisieren bzw. deren Rückgang auszubremsen.
- Ausbau und Modernisierung der Beherbergungskapazitäten und touristischer Attraktionen, um den Tourismus in der Region auszubauen und zusätzliche Kaufkraftpotenziale zu generieren.
- Kontinuierliche Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur (auch ruhender Verkehr und insbesondere ÖPNV); ein großer Teil der Kunden des Löbauer Einzelhandels kommt aus dem ländlichen Umland.
- Schaffung/Sicherung eines investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung, Warenpräsentation)



regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlungen besteht.



10 Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Mit Stand Dezember 2018 liegen der Stadt Löbau zwei konkrete einzelhandelsrelevante Planvorhaben vor.

Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße

Der Norma-Lebensmitteldiscounter im Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von rd. 770 qm und bleibt damit unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit. Damit wird die Verkaufsflächen-dimensionierung des Norma-Markts den aktuellen Marktanforderungen im Lebensmitteleinzelhandel derzeit nur bedingt gerecht. Zugleich bildet Norma jedoch den wichtigsten Magnetbetrieb des geschwächten Nahversorgungszentrums und spielt bei der wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung im nordöstlichen Stadtgebiet von Löbau eine bedeutende Rolle.

Nunmehr plant der Norma-Markt eine Erweiterung seiner Verkaufsflächen auf rd. 1.000 qm Verkaufsfläche. Im Zuge dieser Verkaufsflächenerweiterung stellt sich der bestehende Norma-Markt leistungsfähig auf. Dies führt zu einer erheblichen Aufwertung des kompletten Standortbereichs und stärkt diesen zentralen Versorgungsbereich in seiner zugewiesenen Nahversorgungsfunktion. Die geplante Verkaufsflächenerweiterung entspricht damit vollumfänglich den erklärten Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts. Im Rahmen des Norma-Planvorhabens soll zudem ein bestehender Leerstand (rd. 250 qm potenzielle Verkaufsfläche) in die Verkaufsfläche des Norma-Markts integriert werden. Damit kann ein städtebaulicher Missstand innerhalb des Nahversorgungszentrums behoben und die Attraktivität des gesamten Zentrums gesteigert werden.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Auf einem Areal zwischen dem Promenadenring, der Äußeren Bautzner Straße, der Pestalozzistraße, der August-Bebel-Straße und der Hartmannstraße im westlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt plant die Stadt die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts. Auf dem Vorhabenareal befinden sich derzeit mehrere leer stehende, teils ruinöse Baukörper sowie ein Parkplatz. Die derzeitigen Planungen sehen eine Verkaufsfläche von rd. 1.900 qm (zzgl. Windfang, Backshop etc.) samt zugehöriger Stellplatzanlage, die Ansiedlung weiterer kleinflächiger Einzelhandelsnutzungen (z.B. Bäcker) in einer dem Verbrauchermarkt angegliederten Passage sowie die Errichtung eines Geschäftshauses an der Ecke



Promenadenring/Hartmannstraße vor. Zudem soll die Verkehrsführung erheblich verbessert werden.

Mit der Ansiedlung eines Verbrauchermarkts auf dem benannten Areal würde die Löbauer Innenstadt einen sogkräftigen und frequenzbringenden Magnetbetrieb hinzugewinnen. Durch eine Ertüchtigung der Laufwegebeziehungen kann das Vorhabenareal zudem stärker an die Löbauer Altstadt angegliedert werden. Von dieser neu entstehenden Laufachse und den Frequenzerhöhungen können weite Teile der Löbauer Innenstadt (z.B. der Neumarkt) profitieren. So kann von Koppelungseffekten ausgegangen werden, die Verbraucher (insbesondere auch aus dem Umland), welche ursächlich den Verbrauchermarkt aufsuchen, aufgrund der Zeit- und Wegekosteneinsparung zu einem Besuch und dem weiteren Einkauf in der Innenstadt animieren. Im Zuge der Vorhabenrealisierung werden zudem bestehende, großflächige Leerstände abgetragen und damit städtebauliche Misstände im Innenstadtbereich beseitigt. Insgesamt trägt das Vorhaben damit zu einer handelsseitigen und baulichen Aufwertung der Löbauer Innenstadt bei und ist somit zielkonform.

Die Analyse der Angebotssituation am Einzelhandelsstandort Löbau hat ergeben, dass die Nahversorgungsstruktur der Stadt derzeit durch eine deutliche Schiefelage zu Gunsten discountorientierter Anbieter besteht. Derzeit gibt es im gesamten Stadtgebiet von Löbau keinen klassischen Lebensmittelvollsortimenter und es fehlt v.a. der Innenstadt an einem großen Lebensmittelmarkt als Frequenzbringer. Dieses qualitative Versorgungsdefizit kann mit der Ansiedlung eines Verbrauchermarkts weitgehend beseitigt werden. Damit trägt das Planvorhaben im Innenstadtbereich auch zur Qualifizierung der Nahversorgung bei und entspricht somit den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts. Darüber hinaus kann der geplante Verbrauchermarkt mit seiner Innenstadtlage als Gegenpol zum bestehenden Kaufland-Verbrauchermarkt am peripheren Sonderstandort Rumburger Straße fungieren und damit nicht nur die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt erheblich ausbauen und stärken, sondern auch in der Peripherie gebundene Kaufkraft in die Innenstadt zurückholen.

Angesichts der bereits heute bestehenden hohen Versorgungsausstattung im periodischen Bedarf, die sich in einer überdurchschnittlichen nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächendichte (rd. 850 qm/1.000 Einwohner bzw. rd. 620 qm/1.000 Einwohner bezogen auf den Nahbereich) und einer bereits hohen Einzelhandelszentralität (rd. 140 %) ausdrückt, wird das Planvorhaben auch zu spürbaren Umsatzrückgängen an bestehenden Nahversorgungsstandorten im Löbauer Stadtgebiet führen, die jedoch hinnehmbar sind, solange dadurch keine Betriebsaufgaben von Nahversorgern drohen, die für die wohnortnahe Grundver-



sorgung eine maßgebliche Bedeutung haben (Nahversorgungslagen Aldi und Netto) oder in Zentren angesiedelt sind. Für die abschließende Bewertung, ob das Vorhaben keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung erwarten lässt und mit den Zielen der Raumordnung im Einklang steht, ist daher noch ein auf das konkrete Vorhaben bezogener Verträglichkeitsnachweis erforderlich. Dieses Gutachten gibt Aufschluss darüber, ob das Planvorhaben genehmigungsfähig ist oder ggf. modifiziert werden muss.

Dr. Lademann & Partner halten beide Planvorhaben für konform mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts und empfehlen daher, die Planvorhaben positiv zu begleiten.



11 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Löbau Folgendes festhalten:

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Löbau sind durch einen permanenten Bevölkerungsrückgang, die fortschreitende demographische Alterung und ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund sind die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Löbau überwiegend restriktiv zu bewerten. Gleichwohl kommt Löbau als Arbeits- und Einkaufsstandort im ländlich geprägten Raum eine hervorgehobene Bedeutung zu. Dies spiegelt sich auch im positiven Pendlersaldo wieder und wird durch die moderate interkommunale Wettbewerbssituation begünstigt.

Löbau ist die raumordnerische Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Damit kommt der Stadt eine über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Versorgungsbedeutung zu. Im Marktgebiet der Stadt Löbau leben derzeit rd. 67.400 Einwohner. Vor dem Hintergrund des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs in der Region wird sich die Bevölkerungsplattform perspektivisch weiter verringern. Damit verbunden wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 auf rd. 362 Mio. € sinken.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Löbau rd. 30.440 qm. Der Großteil des Angebots entfällt auf den kurzfristigen Bedarf. Der Funktion eines Mittelzentrums entsprechend werden jedoch auch signifikante Verkaufsflächenbestände in den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs vorgehalten. Hierbei sind vor allem die Segmente Bekleidung/Schuhe sowie Bau- und Gartenbedarf hervorzuheben. Auf die Löbauer Innenstadt entfallen rd. 27 % des gesamten Verkaufsflächenangebots, was als ausbaufähig zu bewerten ist. Dabei steht die Innenstadt sowohl im kurzfristigen als auch im mittelfristigen Bedarfsbereich im Wettbewerb mit dem Sonderstandort Rumburger Straße.

Die Leerstandssituation in der Innenstadt ist insgesamt als angespannt zu beurteilen. Allerdings konzentrieren sich die Leerstände vornehmlich auf die Randlagen (z.B. Innere Zittauer Straße), während die Leerstandsquote im Hauptgeschäftsbereich (Bahnhofstraße, Nicolaistraße, Altmarkt) moderat ausfällt. In Verbindung mit dem vergleichsweise hohen Anteil an Dienstleistungsnutzungen im Innenstadtbereich wird aber deutlich, dass es zunehmend schwieriger wird, innerstädtische Ladenlokale erfolgreich mit Einzelhandelsnutzungen zu belegen.



Verglichen mit anderen Mittelzentren weist die Verkaufsflächendichte in Löbau größtenteils unterdurchschnittliche Werte auf. Dies ist auf signifikante Angebotslücken in einigen Segmenten des aperiodischen Bedarfs zurückzuführen. Im Bereich Nahversorgung kann Löbau rein quantitativ hingegen ein umfassendes Angebot attestiert werden. Innerhalb der Kernstadt lassen sich auch keine räumlichen Versorgungslücken identifizieren. Allerdings ergibt sich mit dem Fehlen eines klassischen, leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenters im Innenstadtbereich eine deutliche Schieflage zu Gunsten discountorientierter Anbieter und ein qualitatives Versorgungsdefizit, welches es perspektivisch abzubauen gilt.

Der Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Löbau bis zum Jahr 2025 bewegt sich zwischen 4.000 und 6.500 qm Verkaufsfläche. Diese Entwicklungsspielräume sollten dafür genutzt werden, die Nahversorgungsstruktur qualitativ aufzuwerten und die städtischen Zentren, im Sinne der Strategieoption „Konzentration auf die Zentren“, zu stärken. Hierbei steht vor allem die Löbauer Innenstadt im Vordergrund, welche durch gezielte Angebotsarrondierungen, die Erschließung der städtebaulich sinnvollen Potenzialflächen, eine qualitative Optimierung bestehender Betriebe, einem nachhaltigen Leerstandsmanagement sowie einer verbesserten Außendarstellung für Einwohner und Besucher langfristig attraktiv gehalten werden soll. Für das Nahversorgungszentrum Breitscheidstraße geht es vor allem um eine Absicherung der Nahversorgungsfunktion.

Um eine weitere Zersplitterung der Angebotsstruktur zu vermeiden, sollte dem Ausbau zentrenrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb der Zentren entschieden entgegengewirkt werden. Hier sollte lediglich die Sicherung und Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe erfolgen. Der Sonderstandort Rumburger Straße fungiert hierbei als Vorrangstandort. Dessen nahversorgungs- und zentrenrelevanter Bestand sollte auf den Status quo festgeschrieben werden.

Ein Teil der außerhalb der Zentren gelegenen Nahversorgungsstandorte in Löbau sind an wohngebietsintegrierten Standorten gelegen und leisten einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung der lokalen Bevölkerung. Diese Standorte sind entsprechend der Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels und im Kontext der Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts abzusichern, wozu u.U. auch moderate Erweiterungen zählen.

Die bestehenden Planvorhaben (Erweiterung von Norma im NVZ Breitscheidstraße und Ansiedlung eines Verbrauchermarkts im Innenstadtbereich) sind trotz der quantitativ gut ausgebauten Nahversorgungsstrukturen als konform mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts einzuordnen. So dient das Norma-Vorhaben der Absicherung und Stabilisierung des NVZ Breitscheidstraße. Das Verbraucher-



markt-Vorhaben dient einerseits der qualitativen Aufwertung der discountlastigen Nahversorgungssituation und fungiert zugleich als Frequenzbringer für die Innenstadt und dient dazu, das Verkaufsflächenangebot der Innenstadt auszubauen sowie die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt wesentlich zu stärken.

Hamburg/Dresden, 14. Februar 2019

Boris Böhm

Jonas Hopfmann

Dr. Lademann & Partner GmbH



12 Glossar²⁸

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel

- **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- **Supermarkt**

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

- **Verbrauchermarkt, klein**

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

- **Verbrauchermarkt, groß**

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

²⁸ Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handelslexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014



- **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

- **Vollsortimenter**

Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sind im Wesentlichen auf den Periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sind regelmäßig als Vollsortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

Nonfood-Einzelhandel

- **Fachgeschäft**

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

- **Fachmarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

- **Warenhaus**

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.



- Kaufhaus

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser) befindet.

- Sonderpostenmarkt

Discountorientierter Fachmarkt, der nicht an spezielle Warengruppen oder Bedarfsbereiche ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

- Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

- Fachmarktzentrum

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

- Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

Warenangebot umfasst dabei B-Ware, Überproduktionen, Retouren, Vorsaison-Ware und Produktmuster.

- Filialbetrieb (Filialist)



Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

Begriffe aus dem Bauplanungsrecht²⁹:

■ Großflächigkeit

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i.S.v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind, sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht widerlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

■ Zentraler Versorgungsbereich

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde, dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

Sonstige Definitionen:

■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage.

²⁹ Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.



Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten wie MB Research ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- **Ausgabesatz**

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

- **Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial**

Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

- **Flächenproduktivität**

Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

- **Periodischer Bedarf (kurzfristiger Bedarf)**

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

- **Aperiodischer Bedarf (mittel- bis langfristiger Bedarf)**



Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.

Zusammenfassend wurden die Sortimente Obergruppen zugeordnet:

Branchen		
Kurzfristiger Bedarf	Mittelfristiger Bedarf	Langfristiger Bedarf
Nahrungs- und Genussmittel	Bekleidung/Wäsche	Optik
Gesundheits- und Pflegeartikel <i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	Schuhe/Lederwaren	Uhren/Schmuck
Tiernahrung	Spielwaren, Hobbybedarf	Elektrobedarf
	Sportbedarf, Camping	Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör
	Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	Möbel
	Hausrat, GPK	Bau- und Gartenbedarf/Kfz- Zubehör/Tierbedarf

■ Nahversorgung

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des Periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 Gehminuten für angemessen erachtet.