

# Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EHZK) der Großen Kreisstadt Glauchau Fortschreibung

---

erstellt im Auftrag der

**Großen Kreisstadt Glauchau**

Fachbereich Planen und Bauen

Markt 1

08371 Glauchau

erarbeitet von der

BBE Handelsberatung GmbH

Dr. Silvia Horn

Dr. Ulrich Kollatz

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 22. Januar 2018



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Glauchau</b> .....	<b>4</b>
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung .....	4
2.2. Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet des Glauchauer Einzelhandels .....	6
<b>3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030</b> .....	<b>8</b>
3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung .....	8
3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017.....	10
3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030 .....	13
<b>4. Einzelhandelsstrukturen der Stadt Glauchau</b> .....	<b>15</b>
4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung .....	15
4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Glauchau .....	17
4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Glauchau .....	23
4.4. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Glauchau .....	26
4.4.1. Städtebauliche Strukturanalyse .....	26
4.4.2. Räumliche und funktionale Entwicklungspotenziale des Glauchauer Innenstadtzentrums.....	29
4.4.3. Einzelhandelsentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce.....	32
<b>5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Glauchau</b> .....	<b>35</b>
5.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Glauchau ....	35
5.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung.....	36
5.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems.....	39
5.4. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept.....	44
5.5. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Glauchau .....	50
5.5.1. Historische Kernstadt Glauchau .....	50
5.5.2. Nahversorgungszentrum Am Bürgerpark .....	54
5.5.3. Integrierte Nahversorgungslagen.....	55
5.5.4. Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel .....	58
5.6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung .....	63
5.6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente .....	63
5.6.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Nachbarschaftsladen Glauchau“ .....	65

5.6.3.	Definition der „Glauchauer Liste“ der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente ....	68
5.7.	Handlungsleitsätze zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes .....	73
5.8.	Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment .....	77
<b>6.</b>	<b>Verzeichnis der Anlagen.....</b>	<b>80</b>
<b>7.</b>	<b>Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen .....</b>	<b>83</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Zentrale-Orte-System mit Mittelbereich Glauchau gemäß LEP Sachsen 2013 .....	4
Abb. 2:	Mittelbereich der Stadt Glauchau und regionale Kaufkraftströme .....	7
Abb. 3:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Glauchau im regionalen Vergleich .....	10
Abb. 4:	Verkaufsflächen und Umsatzanteile nach der Zentren- und Standortstruktur.....	17
Abb. 5:	Verteilung der Standorte und Verkaufsflächen im Stadtgebiet von Glauchau .....	22
Abb. 6:	Ansichten zur Innenstadt .....	26
Abb. 7:	Verkaufsflächenanteil des filialisierten Einzelhandels in der Glauchauer Innenstadt.....	27
Abb. 8:	Potenzialflächen und deren funktionale Einbindung.....	31
Abb. 9:	Zentren- und Standortkonzept der Stadt Glauchau .....	41
Abb. 10:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Glauchau .....	43
Abb. 11:	Umsatzentwicklung des Einzelhandels im engeren Sinne vs. Lebensmitteleinzelhandel.....	44
Abb. 12:	Begriff der qualifizierten Grundversorgung .....	46
Abb. 13:	Standortstruktur zur Nahversorgung (Nahversorgungsumfeld 600 m) im Stadtgebiet Glauchau.....	48
Abb. 14:	Multifunktionalität des A-Zentrums Historische Kernstadt .....	50
Abb. 15:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Historische Kernstadt .....	52
Abb. 16:	Entwicklungsschwerpunkte für das A-Zentrum Historische Kernstadt .....	53
Abb. 17:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Am Bürgerpark.....	54
Abb. 18:	Ergänzungsstandort Waldenburger Straße .....	59
Abb. 19:	Ergänzungsstandort Grenayer Straße.....	61
Abb. 20:	Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente .....	78

## Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Einwohnerverteilung in der Stadt Glauchau.....	6
Tab. 2:	Einwohner im Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Glauchau (Stand 31.12.2015).....	8
Tab. 3:	Vergleich der Einwohnerentwicklung in der Stadt Glauchau, im Mittelbereich und im Landkreis Zwickau.....	9
Tab. 4:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Glauchau nach Warengruppen 2017.....	11
Tab. 5:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Mittelbereich Glauchau nach Warengruppen 2017.....	12
Tab. 6:	Nachfrageentwicklung in der Stadt Glauchau bis 2030 .....	14
Tab. 7:	Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Glauchau .....	18
Tab. 8:	Umsatzstruktur nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Glauchau .....	19
Tab. 9:	Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Glauchau 2017 .....	23

# 1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Mit Schreiben vom 10.05.2017 beauftragte die Stadt Glauchau die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig, mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (EHZK) der Großen Kreisstadt Glauchau.

Seit dem Jahr 2009 verfügt die Große Kreisstadt Glauchau über ein vom Stadtrat beschlossenes Einzelhandelskonzept, welches im Jahr 2011, insbesondere im Hinblick auf eine Erweiterung der Einkaufsinnenstadt, aktualisiert wurde. Das Konzept bildete die Grundlage für eine städtebaulich geordnete Einzelhandelsstandortentwicklung. Die Steuerung und Funktionsabstimmung von Einzelhandelsstandorten ist darauf ausgerichtet, den Schutz und die Entwicklung der definierten zentralen Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung für die Bevölkerung nachhaltig zu gewährleisten.

Die angestrebte Aktualisierung 2017 des Einzelhandelskonzeptes resultiert zu einem aus einer weiterhin dynamischen Einzelhandelsentwicklung im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen. Dies führt zu einem forcierten Standortwettbewerb, gleichzeitig auch zur Aufgabe von Altstandorten. Eine zukunftsfähige und rechtssichere Fortschreibung des Zentren- und Standortkonzeptes bildet eine wesentliche Aufgabenstellung. Zum anderen ist zeitlich parallel die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §9 Abs. 2a Baugesetzbuch (BauGB) vorgesehen. Die gutachterliche Untersetzung der in den Bebauungsplan aufzunehmenden Festsetzungen wird durch die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gewährleistet.

Die Dynamik des Einzelhandels zeigt sich vor allem im Lebensmitteleinzelhandel, wo die Anpassung von Marktkonzepten an eine veränderte Nachfrageentwicklung sich deutlich auf Verkaufsflächendimensionierung und Standorte auswirkt. Eine Überprüfung der Nahversorgungsstruktur ist folglich eine weitere maßgebliche Aufgabenstellung. Darüber hinaus ist die ortspezifische Sortimentsliste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente für Glauchau grundsätzlich zu prüfen und in der präzisen Zuordenbarkeit einzelner Sortimente gegebenenfalls weiter zu entwickeln.

Dabei wird den Zielen, dem Schutz und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Gewährleistung der Nahversorgung, höchste Priorität beigemessen.

Die Aufgabenstellung umschließt eine Gesamtbetrachtung aller Einzelhandelsstandorte Glauchaus: zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte und dezentrale, großflächige Einzelhandelsstandorte mit konkreter Funktionsabstimmung und städtebaulich verträglichen Entwicklungsperspektiven. Eine entsprechende Priorität zentraler Versorgungsbereiche bildet die Grundlage für ein attraktives Einzelhandelsangebot, insbesondere in den innerstädtischen Geschäftslagen, während großflächige Einzelhandelsagglomerationen die Versorgungsstruktur ergänzen und die Funktion als Mittelzentrum regional stärken können.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Große Kreisstadt Glauchau soll, unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen und Urteile im Baurecht, die Rahmenbedingungen und Handlungsstrategien einer zielgerichteten Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet sowie geeignete Instrumentarien zur Erreichung verbundener städtebaulicher Ziele aufzeigen. Inhaltliche Schwerpunkte bilden somit:

- Analyse aktueller Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Glauchau,
- Kaufkraftbindung und Entwicklungsspielräume des Glauchauer Einzelhandels,
- generelle Überprüfung und Weiterentwicklung der hierarchischen Zentren- und Standortstruktur mit räumlicher und funktionaler Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche,
- Sicherung und Weiterentwicklung des integrierten Nahversorgungskonzeptes,
- Bewertung und Funktionsabstimmung der Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel,

- Überprüfung und Weiterentwicklung der „Glauchauer Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente“,
- Erarbeitung eines Handlungsleitfadens zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, gemäß aktueller Rechtsprechung,
- gutachterliche Untersetzung der Festsetzungen im parallel aufzustellenden Bebauungsplan zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche.

Im Rahmen der Betrachtungen zu künftigen Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Glauchau werden neben möglichen gesamtstädtischen Entwicklungsstrategien absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, unter Berücksichtigung ökonomischer und insbesondere auch demographischer Rahmenbedingungen, herausgearbeitet. Die einzelnen Komponenten bilden die Grundlage zur Überprüfung des fixierten Entwicklungsleitbilds, welches durch die konzeptionellen Bausteine konkretisiert und weiterentwickelt wird. Grundlage hierfür bilden aktuelle Entwicklungen und Urteile des Gesetzgebers zum Bau-recht.

Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes ist eine wettbewerbsfähige Positionierung des Einzelhandels der Stadt Glauchau, die, eingebunden in übergeordnete Stadtentwicklungsziele, zu einer nachhaltigen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, zur Sicherung und Gewährleistung der Nahversorgung sowie zur Stärkung der zentralörtlichen Funktion beiträgt.

Das Einzelhandelskonzept baut im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen, Datenquellen und empirischen Untersuchungen auf:

### **Einzelhandelserhebung**

Die Datenbasis zum Einzelhandel gründet zunächst auf den von der Stadt Glauchau zur Verfügung gestellten Daten aus dem HAFLIS<sup>1</sup> basierend auf der Einzelhandelserhebung des Handelsatlases der Industrie- und Handelskammer Chemnitz.<sup>2</sup>

Die Datengrundlage wurde durch eine gesamtstädtische Erhebung der Angebotssituation im August 2017 komplett aktualisiert.

Die Erhebung der Verkaufsflächen beinhaltete eine Differenzierung nach 19 Warengruppen, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe erfolgte, unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern, eine Umsatzeinschätzung. In zentralen Versorgungsbereichen wurden weitere Angebotsstrukturen (Dienstleister, Gastronomie, etc.) in die Erhebung einbezogen. Die Bewertung schließt weiterhin Potenzialstandorte der Glauchauer Innenstadt ein.

### **Nachfrageanalyse**

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Stadt Glauchau und des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen. Die verwendeten Daten zur Kaufkraft und zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial der Stadt Glauchau beruhen auf aktuellen Daten von BBE!CIMA!MB!-Research und dem Institut für Handelsforschung (IFH) Köln.

---

<sup>1</sup> Handelsflächeninformationssystem des Freistaates Sachsen

<sup>2</sup> Handelsatlas für den Freistaat Sachsen – IHK-Bezirk Chemnitz, Ausgabe 2015



## Arbeitskreis

Die Konzeptentwicklung basiert auf einer dialogorientierten Vorgehensweise. Die fachbezogene Diskussion gibt wichtige Impulse für den Arbeitsprozess und verbessert i.d.R. die Qualität der Untersuchung. Darüber hinaus soll ein Anstoß für den Diskussionsprozess auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung gegeben werden. Nur wenn dieser Dialog bereits während der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes beginnt und die Akteure Einfluss auf die Fragestellungen nehmen können, ist die Basis für eine konstruktive Fortsetzung des Dialogs gegeben. Im Rahmen von insgesamt drei Arbeitskreisberatungen mit Akteuren aus Politik, Verwaltung, Handel und Kultur / Tourismus der Stadt Glauchau sowie verantwortlichen Vertretern der Industrie- und Handelskammer Chemnitz, der Landesdirektion Sachsen und des Handelsverbands Sachsen e.V. (Geschäftsstelle Chemnitz) wurden die Ergebnisse sowie Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und der planungsrechtlichen Absicherung umfassend diskutiert und die konzeptionelle Ausrichtung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur und deren planungsrechtliche Umsetzung fixiert.

Nachfolgend wird ein Überblick zu den Terminen und Themen der Arbeitskreise gegeben:

- **22. August 2017** – Ziele und Aufgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, Vorstellung der Ergebnisse zur Angebots- und Nachfrageentwicklung, Grundlagen zur Überprüfung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes
- **10. Oktober 2017** – Entwicklungspotenziale der Innenstadt, Entwurf des Zentrenkonzeptes der Stadt Glauchau – funktionale und räumliche Abgrenzung, Empfehlungen zur Einbindung von Planvorhaben
- **14. November 2017** – Zentrenkonzept der Stadt Glauchau mit Funktionsabstimmung und Entwicklungsperspektiven dezentraler Standorte sowie Handlungsleitfaden zur planungsrechtlichen Umsetzung

## Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung liegen im Wesentlichen folgende Unterlagen zugrunde:

- Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Glauchau, Endbericht Dezember 2009 - überarbeiteter Stand 2011, Bearbeiter: GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Erfurt,
- INSEK Glauchau 2030+ Integriertes Stadtentwicklungskonzept, Stand Juni 2016; Herausgeberin: Große Kreisstadt Glauchau Fachbereich Planen und Bauen, Konzept und Bearbeitung: Büro für urbane Projekte, Leipzig
- Landesentwicklungsplan des Freistaates Sachsen (LEP 2013)
- Regionalplan Chemnitz-Erzgebirge vom Juli 2008 und Entwurf Regionalplan Region Chemnitz vom 15. Dezember 2015
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Stadt Glauchau
- Statistische Daten der Stadt Glauchau und des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen

## 2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Glauchau

### 2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

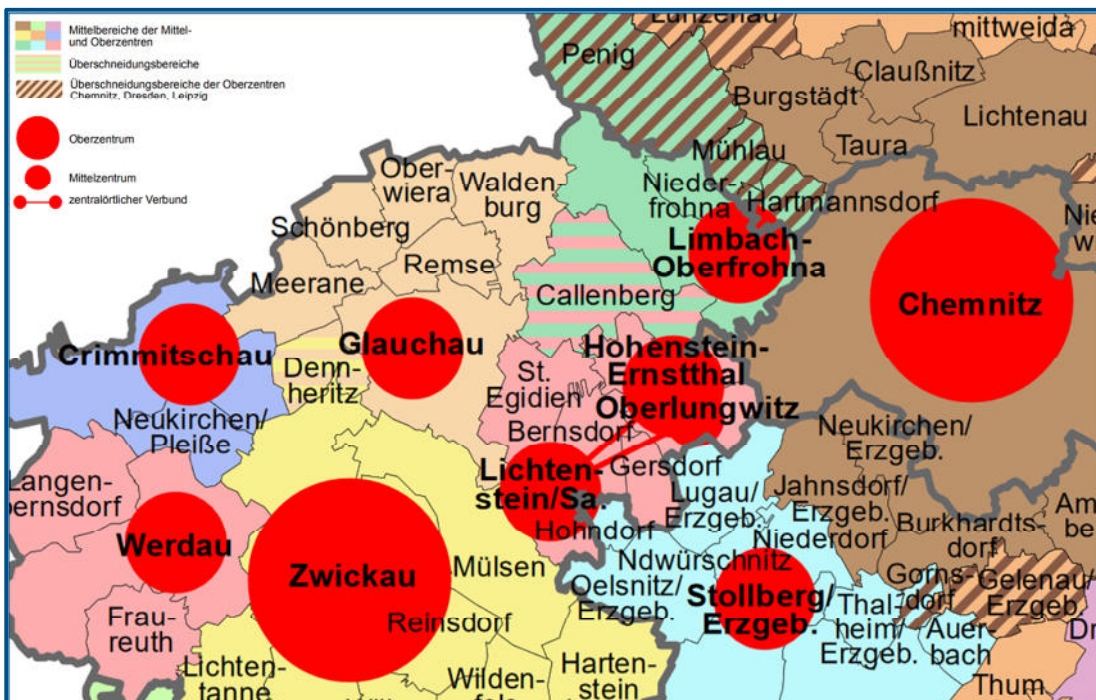
Die Große Kreisstadt Glauchau liegt im Westen des Freistaates Sachsen zwischen den Städten Chemnitz (rd. 30 km) und Zwickau (rd. 15 km). Glauchau ist dem Landkreis Zwickau zugehörig. Gegenwärtig leben in Glauchau rd. 23.000 Einwohner.

Die Stadt Glauchau verfügt über ein breites Spektrum kleiner und mittelständisch geprägter Unternehmen. Zu den Schwerpunktbranchen gehören Maschinenbau, Fahrzeugbau und Textilindustrie. Für die Unternehmen im Fahrzeugbau ist die Nähe zum Volkswagenwerk in Zwickau von besonderer Relevanz. Von wirtschaftlicher Bedeutung ist zudem das Güterverkehrszentrum mit Umschlagbahnhof.

Im Landesentwicklungsplan 2013 des Freistaates Sachsen wird der Stadt Glauchau die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.<sup>3</sup> Mittelzentren sind regionale Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur-, und Versorgungszentren, die insbesondere zur Stabilisierung des ländlichen Raums gesichert und gestärkt werden sollen.<sup>4</sup>

Das Mittelzentrum Glauchau hat Versorgungsfunktionen sowohl für die eigene Wohnbevölkerung als auch für den zugewiesenen Verflechtungsbereich wahrzunehmen. Zu den Aufgaben eines Mittelzentrums gehört die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs.

**Abb. 1: Zentrale-Orte-System mit Mittelbereich Glauchau gemäß LEP Sachsen 2013**



Quelle: Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Karte 2 (Ausschnitt), Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

<sup>3</sup> Quelle: Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Z 1.3.7

<sup>4</sup> vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Z 1.3.7

Der für die Stadt Glauchau gemäß LEP 2013 zugewiesene Mittelbereich umfasst neben der Stadt selbst, die Städte und Gemeinden Meerane, Oberwiera, Schönberg, Remse, Waldenburg und Dennheritz. Mit rd. 14.900 Einwohnern verfügt die Stadt Meerane nach Glauchau über die größte Einwohnerzahl im Mittelbereich. Die anderen Städte und Gemeinden verzeichnen weit weniger und eine große Bandbreite von 942 Einwohnern (Schönberg) bis 4.104 Einwohner (Waldenburg).

Die Rahmen- und Zielsetzungen zur Entwicklung des Einzelhandels sind im Regionalplanentwurf Region Chemnitz (2015) unter Kap. 1.7 Handel festgelegt. Gemäß Z 1.7.2 sind die Innenstädte in ihrer Funktion als Standorte des Einzelhandels und der Nahversorgung zu sichern, zu stärken und auszubauen. Dabei ist insbesondere auch auf die Sicherung und Belebung des kleinteiligen Einzelhandels hinzuwirken. Dazu sollen kommunale Einzelhandelskonzepte zur Vorbereitung der abschließenden planerischen Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels erarbeitet werden (s. dazu Z 1.7.3).

Im Ergebnis des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden das aktuelle Anforderungsprofil und die Entwicklungsperspektiven der Stadt Glauchau als Mittelzentrum klar definiert und konzeptionelle Lösungswege zur Sicherung der mittelzentralen Funktion, bezogen auf den Einzelhandel, aufgezeigt. Die Erfüllung der mittelzentralen Versorgungsfunktion wird durch die Lage der Stadt Glauchau im Spannungsfeld der nahegelegenen Oberzentren Chemnitz und Zwickau geprägt.

Für die Einzelhandelsentwicklung stellt die örtliche und überörtliche Erreichbarkeit einen wesentlichen Standortfaktor dar. Glauchau kennzeichnet eine gute regionale Verkehrsanbindung, die durch die Bundesstraße B 175 (Döbeln-Glauchau-Zwickau) und die zwei Anschlussstellen Glauchau-Ost und Glauchau-West an die Bundesautobahn A 4 gesichert wird. Die Bundesstraße B 175 verläuft von Nordost in Südwest-Richtung durch das Stadtgebiet und gewährleistet nördlich des Stadtkerns über die Autobahnanschlussstelle Glauchau-Ost die Anbindung an die A 4 (Aachen-Görlitz-Wrocław). Die innerörtliche Erreichbarkeit der Stadt Glauchau wird durch mehrere radial auf die Innenstadt zulaufende Straßen gewährleistet.

Per Bahn ist Glauchau über den Bahnhof Glauchau (Sachs) und den Haltepunkt Glauchau-Schönbörnchen zu erreichen. Glauchau verfügt über eine Anbindung an die Bahnstrecke Dresden–Hof, einem Teilstück der „Sachsen-Franken-Magistrale“. Diese wird im Takt von einer Stunde bedient. Darüber hinaus bestehen im Zweistundentakt Regionalbahnverbindungen nach Erfurt sowie nach Gößnitz mit Anschluss nach Leipzig. Mit der City-Bahn ist eine Anbindung nach Stollberg im Erzgebirge gegeben. Buslinien verbinden die Ortsteile untereinander und stellen eine Verbindung mit Zwickau und Gemeinden im Mittelbereich her.

### **Siedlungsstruktur**

Das Stadtgebiet von Glauchau gliedert sich in die Kernstadt sowie in sieben Ortsteile, die in der nachfolgenden Tabelle angeführt sind. Die Siedlungsstruktur ist von einer kompakten Kernstadt sowie von den teilweise siedlungsstrukturell deutlich abgesetzten Ortsteilen geprägt.

Basierend auf dem Einwohnermelderegister verfügt die Stadt Glauchau mit Stand vom 30.09.2017 über insgesamt 22.961 Einwohner, davon leben rd. 64% der Einwohner in der Kernstadt Glauchau. Die Einwohnerzahlen und Anteile der weiteren Ortsteile dokumentieren, dass die Ortsteile mehrheitlich ländlich geprägte Siedlungsstrukturen aufweisen, aufgrund ihrer Lage jedoch über einen sehr unterschiedlichen Einzelhandelsbesatz verfügen (siehe Kapitel 4.2).

**Tab. 1: Einwohnerverteilung in der Stadt Glauchau**

Ortsteil	Einwohner	Anteil
Glauchau Kernstadt	14.610	63,6%
Jerisau/Lipprandis	619	2,7%
Rothenbach/Albertsthal	966	4,2%
Gesau/Höckendorf/Schönbörnchen	2.386	10,4%
Niederlungwitz	2.504	10,9%
Reinholdshain	954	4,2%
Wernsdorf	922	4,0%
<b>Glauchau gesamt</b>	<b>22.961</b>	<b>100,0%</b>

(Stand Melderegister 09/2017)

## 2.2. Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet des Glauchauer Einzelhandels

Ausgangspunkt der Betrachtung zum potenziellen Einzugsgebiet des Glauchauer Einzelhandels bilden zunächst die raumordnerischen Versorgungsfunktionen für den mittelzentralen Verflechtungsbereich. Der Mittelbereich<sup>5</sup> ist in der nachfolgenden Abbildung 2 farblich hervorgehoben.

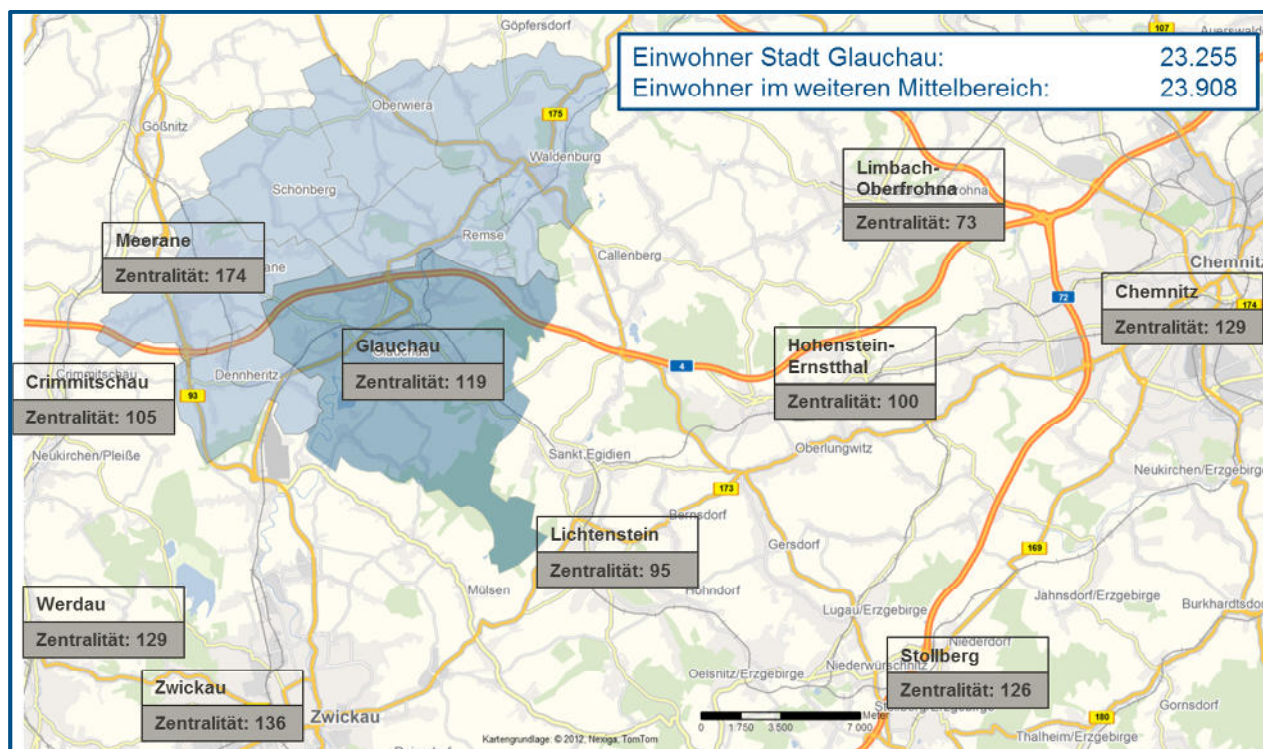
Die tatsächlich resultierende Kundenbindung aus dem Umland hängt jedoch sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage.

Unter diesen Prämissen sind für die Einzugsgebietsabgrenzung des Glauchauer Einzelhandels folgende Aspekte maßgeblich:

- Die regionale Lage im Spannungsfeld gleichrangiger bzw. übergeordneter zentraler Orte, insbesondere die Ausstrahlung der Oberzentren Chemnitz und Zwickau, aber auch benachbarter Mittelzentren, wirkt begrenzend auf die zu erzielende regionale Kundenbindung.
- Der Mittelbereich weist eine deutliche Nord-Ausdehnung auf. Mit dem A 4-Center verfügt die Stadt Meerane über einen regional bedeutsamen Einzelhandelsstandort, welcher verstärkt regionale Versorgungsfunktionen wahrnimmt und die Bindungschancen für den Glauchauer Einzelhandel im nördlichen Teil des Mittelbereichs stark einschränkt. Die Zentralität der Stadt Meerane spiegelt signifikant deren regionale Bedeutung, maßgeblich durch das A 4-Center getragen, wider.
- Im südlichen Teil des Mittelbereichs ist vorrangig von einer stärkeren Kundenorientierung auf Zwickau auszugehen. Das Oberzentrum verfügt über attraktive und verkehrlich gut erreichbare Einzelhandelsstandorte.

Vor dem Hintergrund der dargelegten Standortbedingungen ist die Zentralitätskennziffer der Stadt Glauchau mit 119,0 als positiv zu bewerten und für ein Mittelzentrum angemessen. Im Saldo von Zu- und Abflüssen generiert der Einzelhandelsstandort Glauchau aktuell einen Kaufkraftzufluss in Höhe von rd. 7,4 Mio. €. (vgl. Abschnitt 4.3). Die regionale Ausstrahlung und Zentralität wird vor allem über die peripher gelegenen Einzelhandelsstandorte an der Waldenburger Straße und Grenayer Straße erzeugt.

<sup>5</sup> vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Karte 2 (Erläuterungskarte) Mittelbereiche

**Abb. 2: Mittelbereich der Stadt Glauchau und regionale Kaufkraftströme**


Kartengrundlage: Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Es ist festzuhalten, dass der Mittelbereich im Wesentlichen das Einzugsgebiet des Glauchauer Einzelhandels abbildet. Die eingebundenen Zentralitätskennziffern<sup>6</sup> der zentralen Orte unterstreichen die bisherigen Aussagen zur regionalen Kundenorientierung. Neben den Oberzentren Zwickau mit einer Zentralitätskennziffer von 136,0 und Chemnitz (129,0) weisen insbesondere die Mittelzentren Werdau (129,0) und Stollberg (126,0) im Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse auf. Auf die starken Kaufkraftzuflüsse des Grundzentrums Meerane wurde bereits hingewiesen und diese auch erläutert.

Ausgehend von raumordnerischen Versorgungsfunktionen und tatsächlichen regionalen Kundenströmen wird gegenwärtig ein Potenzial von insgesamt rd. 47.200 Einwohnern angesprochen, wovon fast 50% (ca. 23.255 Einwohner) auf die Stadt Glauchau entfallen.<sup>7</sup>

Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Einzelhandels von Glauchau müssen sich zunächst an den spezifischen örtlichen und mittelzentralen Versorgungsfunktionen ausrichten, wobei Rahmenbedingungen der regionalen Nachfrageentwicklung (vgl. Abschnitt 3) und der Angebotssituation (vgl. Abschnitt 4) zu berücksichtigen sind.

<sup>6</sup> Quellen: BBE/CIMA/MB-Research Zentralitätskennziffern 2017 für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern

<sup>7</sup> Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen zum 31.12.2015

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

#### 3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Der Mittelbereich und daraus resultierende Versorgungsfunktionen bilden für alle nachfolgenden Analysen den planungsrechtlichen Rahmen hinsichtlich Einzelhandelsausstattung und Einzelhandelsentwicklung der Stadt Glauchau.

Der Mittelbereich verzeichnete mit Stand vom 31.12.2015<sup>8</sup> insgesamt 47.163 Einwohner.

Auf das Stadtgebiet Glauchau entfallen nach den Angaben des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen zum oben genannten Zeitraum 23.255 Einwohner. Die Stadt Meerane verfügt über 14.851 Einwohner, in den weiteren Städten und Gemeinden im Mittelbereich liegen die Einwohnerzahlen deutlich darunter.

**Tab. 2: Einwohner im Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Glauchau (Stand 31.12.2015)<sup>9</sup>**

#### Einwohner und Kaufkraft-Kennziffern - Übersicht

	Einwohner	einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017
Stadt Glauchau	23.255	87,43
Gemeinden im Mittelbereich	23.908	87,68
<b>Mittelbereich gesamt</b>	<b>47.163</b>	<b>87,56</b>

#### Einwohner und Kaufkraft-Kennziffern - Gemeindeebene

Gemeinde	Einwohner	einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017
Stadt Glauchau	23.255	87,43
Gemeinden im Mittelbereich:		
Meerane	14.851	86,43
Oberwiera	1.038	92,74
Schönberg	942	93,87
Remse	1.651	86,01
Waldenburg	4.104	86,89
Dennheritz (Überschneidungsbereich mit Zwickau)	1.322	97,85

<sup>8</sup> Stichtag 31.12.2015 zum Zeitpunkt der Analyse die aktuellste Datengrundlage des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen zum Bevölkerungsstand in Städten, Gemeinden und Landkreises des Freistaates

<sup>9</sup> Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen zum Bevölkerungsstand in Städten, Gemeinden und Landkreises des Freistaates (Stand 31.12.2015), BBE-Berechnungen, BBE|CIMA|MB-Research

Im Zeitraum von 2011 bis 2015 verzeichnete die Stadt Glauchau insgesamt einen leichten Bevölkerungsrückgang um 0,8%, dabei konnten in den Jahren 2014 und 2015 sogar moderate Zuwächse erzielt werden. Ein Trend, der laut Statistischem Landesamt des Freistaates Sachsen auch für die Jahre 2017 und 2018 prognostiziert wird, danach allerdings sich nicht fortsetzt. Die weiteren Kommunen im Mittelbereich verzeichnen im Untersuchungszeitraum ebenso wie der Landkreis Zwickau kontinuierlich Bevölkerungsverluste, die jedoch in 2015 eine abflachende Tendenz aufweisen.

**Tab. 3: Vergleich der Einwohnerentwicklung in der Stadt Glauchau, im Mittelbereich und im Landkreis Zwickau**

Stand	Stadt Glauchau			Gemeinden im Mittelbereich			Landkreis Zwickau		
	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	23.446		100,0%	24.853		100,0%	333.291		100,0%
31.12.2012	23.355	-0,4%	99,6%	24.555	-1,2%	98,8%	330.294	-0,9%	99,1%
31.12.2013	23.131	-1,0%	98,7%	24.252	-1,2%	97,6%	327.062	-1,0%	98,1%
31.12.2014	23.231	0,4%	99,1%	24.015	-1,0%	96,6%	325.137	-0,6%	97,6%
31.12.2015	23.255	0,1%	99,2%	23.908	-0,4%	96,2%	324.534	-0,2%	97,4%
<b>Bevölkerungsvorausberechnung</b>									
Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen									
Prog 2030 - Var. 1	21.714		<b>92,6%</b>				297.552		<b>89,3%</b>
Prog 2030 - Var. 2	20.429		<b>87,1%</b>				281.206		<b>84,4%</b>

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011 sowie 6. Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030

Die aktuelle Tendenz zur Stabilisierung der Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Glauchau setzt sich laut der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen allerdings im Prognosezeitraum bis 2030 in beiden Varianten nicht fort.

In der Variante 1 weist die Prognose für die Stadt Glauchau bis zum Jahr 2030 einen Rückgang um 7,4% auf 21.714 Einwohner aus. In der Variante 2 wird sogar mit einem Rückgang von 12,9%, in der Folge mit einer Einwohnerzahl von 20.429 gerechnet. Gemäß der Prognose setzt die negative Entwicklung aber erst ab 2019 ein, verläuft in den Folgejahren jedoch stetig.

Für den Landkreis Zwickau wird in der Prognose bis 2030 sogar mit einem Rückgang der Bevölkerungszahlen in der Spannweite zwischen 10,7% bis 15,6% gerechnet.

Die absehbare Bevölkerungsentwicklung und deren Konsequenzen für die Entwicklung des verfügbaren Marktvolumens sowie die örtliche Kaufkraftbindung bilden eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Entwicklungsperspektiven des lokalen Einzelhandels und letztlich für die konsequente Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

### 3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017

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

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

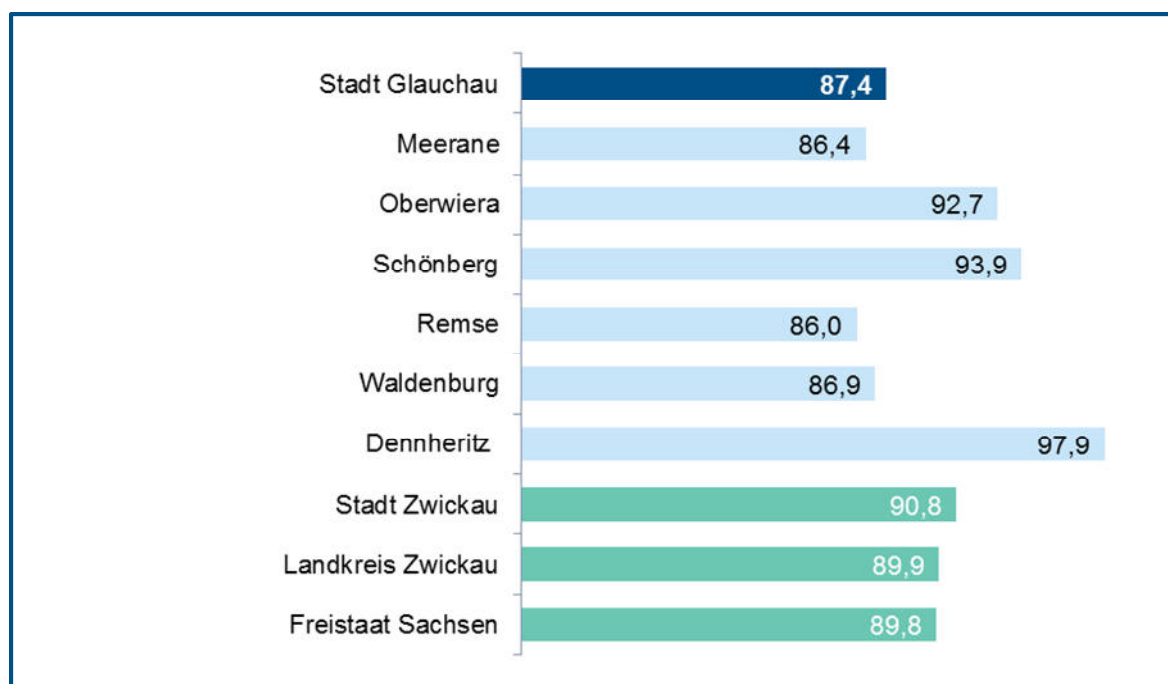
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Glauchau.

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

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

Für die Stadt Glauchau errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 87,4. Das Niveau der einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegt somit 12,6%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt und 2,4%-Punkte unter dem Landesdurchschnitt von Sachsen. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Mittelbereich unterliegt einer großen Spannweite. Die nachfolgende Abbildung gibt den Überblick zum regionalen Vergleich. Dabei ist festzustellen, dass die kleineren Gemeinden Oberwiera, Schönberg und Dennheritz deutlich höhere Kaufkraftkennziffern aufweisen.

**Abb. 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Glauchau im regionalen Vergleich**





Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen jährlich 6.232 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus liegen die Verbrauchsausgaben im Stadtgebiet Glauchau bei 5.449 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial der Stadt Glauchau von ca. 126,67 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 77,02 Mio. € (ca. 60,8%),
- den mittelfristigen Bedarf 27,32 Mio. € (ca. 21,6%),
- den langfristigen Bedarf 22,33 Mio. € (ca. 17,6%).

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Glauchau und weiterführend für den mittelzentralen Verflechtungsbereich gemäß der Abgrenzung im Abschnitt 2.2, jeweils untergliedert nach Warengruppen.

**Tab. 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Glauchau nach Warengruppen 2017**

Sortimentgruppe	Kaufkraftkennziffer	Verbrauchsausgaben pro Kopf (€)	Nachfragevolumen (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	92%	2.130	49.530
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	89%	308	7.160
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	89%	47	1.100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel, Akustik	92%	604	14.040
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	88%	89	2.080
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	88%	75	1.750
Blumen	89%	58	1.360
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>91%</b>	<b>3.312</b>	<b>77.020</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	79%	422	9.820
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	80%	97	2.260
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	88%	305	7.070
Gartenbedarf / Pflanzen	89%	119	2.760
GPK**/Haushaltsgegenstände	81%	50	1.150
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	78%	74	1.730
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	71%	109	2.530
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>81%</b>	<b>1.176</b>	<b>27.320</b>
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	84%	82	1.890
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	80%	294	6.840
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	87%	127	2.950
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	84%	278	6.470
Foto / Optik	86%	80	1.860
Uhren / Schmuck	67%	48	1.120
sonstiger Einzelhandel	87%	52	1.200
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>82%</b>	<b>961</b>	<b>22.330</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>87%</b>	<b>5.449</b>	<b>126.670</b>

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

**Einwohner 23.255**

Quelle: BBE-Berechnungen, BBE/CIMA/MB-Research, IfH Köln

**Tab. 5: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Mittelbereich Glauchau nach Warengruppen 2017**

Sortimentgruppe	Stadt Glauchau (T€)	Mittelbereich gesamt (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	49.530	100.560
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	7.160	14.370
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.100	2.250
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel, Akustik	14.040	27.740
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.080	4.210
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1.750	3.540
Blumen	1.360	2.850
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>77.020</b>	<b>155.520</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	9.820	19.980
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.260	4.600
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	7.070	14.830
Gartenbedarf / Pflanzen	2.760	5.780
GPK**/Haushaltsgegenstände	1.150	2.370
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.730	3.560
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	2.530	5.310
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>27.320</b>	<b>56.430</b>
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	1.890	3.860
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	6.840	13.940
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	2.950	5.980
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	6.470	13.100
Foto / Optik	1.860	3.760
Uhren / Schmuck	1.120	2.270
sonstiger Einzelhandel	1.200	2.440
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>22.330</b>	<b>45.350</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>126.670</b>	<b>257.300</b>
<b>Einwohner</b>	<b>23.255</b>	<b>47.163</b>

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

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

Der Mittelbereich umfasst ein Marktpotenzial insgesamt in Höhe von rd. 257 Mio. €. Der Anteil der Stadt Glauchau beträgt rd. 49,2% und liegt damit auf gleichem Niveau wie der Bevölkerungsanteil von Glauchau am Mittelbereich.

Für eine realistische Bewertung der Entwicklungsperspektiven des Glauchauer Einzelhandels muss jedoch auch auf den unter Punkt 2.2.aufgezeigten, intensiven Standortwettbewerb sowohl innerhalb des Mittelbereichs mit der Stadt Meerane als auch mit benachbarten Zentren, insbesondere den Oberzentren, verwiesen werden. Diese Rahmenbedingungen begrenzen die Bindungschancen für den Einzelhandelsstandort Glauchau.

### 3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030

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

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Danach ist mit einer positiven Bevölkerungsentwicklung der Stadt Glauchau in den Jahren nach 2020 nicht zu rechnen. Die Einschätzung beruht auf der 6. Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030.<sup>10</sup>

Für die Stadt Glauchau wird ein kontinuierlicher Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2030 in der Spannweite zwischen 7,4% bis 12,9% ausgewiesen.

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

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

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

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

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

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

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Glauchau im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 6 zusammengefasst.

Die Modellrechnung führt zu einer Nachfrageentwicklung in einer Spannweite zwischen -12,2% bis +0,3% zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Glauchau.

Die aktuell absehbare Bevölkerungsentwicklung kann durch einen moderaten Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben kompensiert werden, dies gilt allerdings nicht für das pessimistische Szenario.

---

<sup>10</sup> vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 6. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030

**Tab. 6: Nachfrageentwicklung in der Stadt Glauchau bis 2030**

Sortimentgruppe	Stadt Glauchau		
	2017 Nachfragevol. in Mio. €	2030 (opt.) Nachfragevol. in Mio. €	2030 (pess.) Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	49,5	49,7	43,5
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	7,2	7,2	6,3
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1,1	1,1	1,0
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel, Akustik	14,0	14,1	12,3
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2,1	2,1	1,8
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,7	1,8	1,5
Blumen	1,4	1,4	1,2
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>77,0</b>	<b>77,3</b>	<b>67,7</b>
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	9,8	9,9	8,6
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2,3	2,3	2,0
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	7,1	7,1	6,2
Gartenbedarf / Pflanzen	2,8	2,8	2,4
GPK**/Haushaltsgegenstände	1,2	1,2	1,0
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1,7	1,7	1,5
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	2,5	2,5	2,2
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>27,3</b>	<b>27,4</b>	<b>24,0</b>
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	1,9	1,9	1,7
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	6,8	6,9	6,0
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	3,0	3,0	2,6
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	6,5	6,5	5,7
Foto / Optik	1,9	1,9	1,6
Uhren / Schmuck	1,1	1,1	1,0
sonstiger Einzelhandel	1,2	1,2	1,1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>22,4</b>	<b>22,4</b>	<b>19,6</b>
<b>Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt</b>	<b>126,7</b>	<b>127,1</b>	<b>111,3</b>
<b>Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials</b>		<b>0,3%</b>	<b>-12,2%</b>
Einwohnerentwicklung	23.255	21.714	20.429
Kaufkraftentwicklung	87%	94%	87%

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

Quelle: BBE-Berechnung nach Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 6. Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030

Eine geordnete Einzelhandelsstandortentwicklung mit dem Fokus auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung stellt sich als zwingendes Erfordernis der Nachfrageentwicklung dar.

## 4. Einzelhandelsstrukturen der Stadt Glauchau

### 4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

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

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der Gesamtstadt Glauchau aus, konzentriert sich weiterführend auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen. Die Untersuchung bildet die Grundlage für die Ableitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Stadt Glauchau verfügt mit Stand zum 31. August 2017 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 222 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 43.885 m<sup>2</sup>, die einen Umsatz von ca. 134,1 Mio. € tätigen.

In der Gegenüberstellung zum überarbeiteten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 (Einzelhandelserhebung vom Juli 2009) ist festzustellen, dass die Anbieterzahl und die Gesamtverkaufsfläche deutlich zurückgegangen sind. Im Einzelhandelskonzept 2011 wurden 296 Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 58.495 m<sup>2</sup> ausgewiesen. Die Anbieterzahl ging folglich um 25% und die Gesamtverkaufsfläche ebenfalls um ca. 25% zurück. Die Entwicklung ist u.a. auf die Schließung eines Bau- und Heimwerkermarktes (toom Baumarkt) zurückzuführen. Darüber hinaus sind auch Geschäftsaufgaben speziell in den Ortsteilen, vielfach auch in der Innenstadt von Glauchau und Streulagen mit geringer Kundenfrequenz zu beobachten. Die Umsatzleistung verzeichnet dagegen nur einen im Vergleich zur Anbieterzahl und Verkaufsfläche mit ca. 6,5% geringen Rückgang gegenüber den Daten von 2009. Die positive Ausgabenentwicklung, speziell im kurzfristigen Bedarfsbereich, trägt sicherlich zur aktuellen Umsatzleistung bei. Auch kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass vorhandene oder neu in den Markt eingetretene Einzelhandelsunternehmen ihre Umsätze durchschnittlich steigern konnten, was zu einer gefestigten Marktposition und zur Stärkung des Einzelhandelsstandortes Glauchau beiträgt. Dies kann sich standortspezifisch sehr unterschiedlich darstellen.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1,9 m<sup>2</sup> je Einwohner weist Glauchau immer noch einen hohen Flächenbesatz auf. Im Bundesdurchschnitt liegt die Flächenausstattung bei 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner. In der jeweiligen Bewertung sind jedoch die zugewiesenen Versorgungsfunktionen zu berücksichtigen. Vor diesem Hintergrund verzeichnen viele Mittelzentren eine ähnlich hohe Flächenausstattung wie Glauchau oder liegen sogar darüber. Beispielhaft ist hier auf das Mittelzentrum Eilenburg zu verweisen, dass mit 2,1 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner über eine höhere Ausstattungskennziffer verfügt, bei vergleichbaren Standortrahmenbedingungen.

Die Verkaufsflächenausstattung ist aber auch einer stärkeren Branchen- / und Betriebsformenprägung unterworfen. Wie auch im Einzelhandelskonzept von 2011 zeigt die Verkaufsflächenausstattung in Glauchau eine deutliche Ausprägung bei Lebensmittelmärkten / Verbrauchermärkten.

Allein auf Verbrauchermärkte entfällt ein Verkaufsflächenanteil von über 21,0%, an oben genannter Ausstattungskennziffer tragen sie mit einem Anteil von rd. 0,4 m<sup>2</sup> je Einwohner bei. Insgesamt verfügt die Stadt über 9 Standorte von Lebensmittelmärkten, darunter 2 Verbrauchermärkte (jeweils Kaufland-Verbrauchermärkte an den Standorten Waldenburger Straße und Grenayer Straße) sowie einen Supermarkt (Simmel) und sechs Discounter. Insgesamt steht in diesen Lebensmittel-Betriebsformen eine Ge-

samtverkaufsfläche von ca. 16.320 m<sup>2</sup> zur Verfügung, dies entspricht gemessen am Bevölkerungspotenzial der Stadt Glauchau einem Besatz von 175% des Bundesdurchschnittes (vgl. Abschnitt 5.4).

Die Verkaufsflächenausstattung des innerstädtischen Handels liegt derweil nur bei 0,21 m<sup>2</sup> je Einwohner und vermittelt somit schon einen Eindruck zur Ausprägung des Einzelhandels in der Innenstadt. Dies ist vorrangig darauf zurückzuführen, dass die Innenstadt über eine sehr kleinteilige Fachgeschäftsstruktur verfügt.

Auf das innenstadtrelevante Warengruppenspektrum der persönlichen Ausstattung (Bekleidung / Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Uhren / Schmuck) entfällt nur ein Verkaufsflächenanteil von 6.020 m<sup>2</sup> bzw. 0,26 m<sup>2</sup> je Einwohner, bezogen auf das innerstädtische Angebot sind es nur 0,07 m<sup>2</sup> je Einwohner in den innenstadtrelevanten Branchen. Letzteres kennzeichnet auch die Dominanz jeweiliger Betriebsformen an den unterschiedlichen Standorten.

Eine rein quantitative Betrachtung des Verkaufsflächenbesatzes erlaubt folglich keine Aussagen über Entwicklungspotenziale. Die Weiterentwicklung der Glauchauer Einzelhandelsstrukturen setzt bei der Präferenz für maßgebliche Einzelhandelsstandorte und bei der spezifischen Betrachtung jener Branchen an, für die potenzielle Marktchancen bestehen.

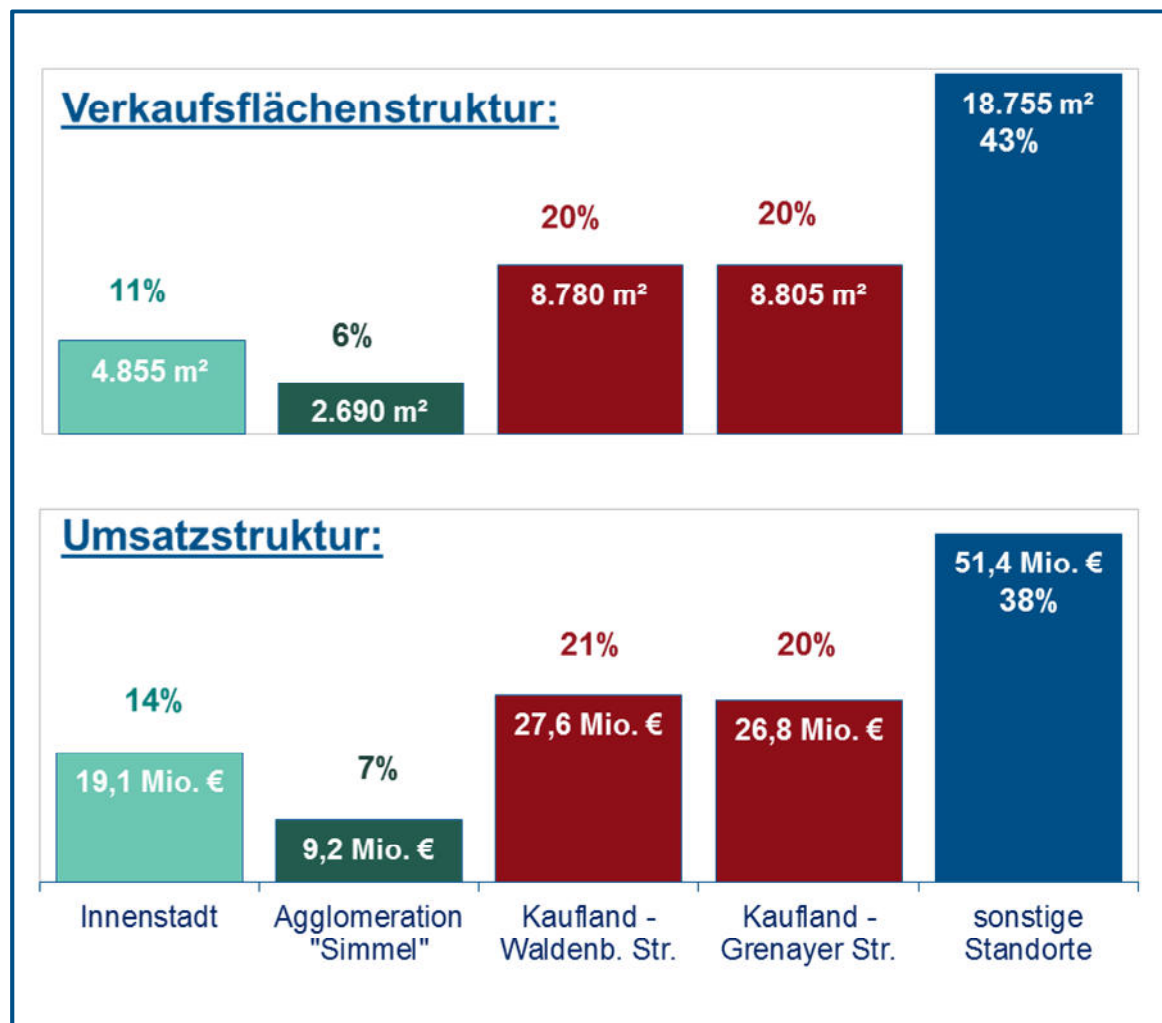
## 4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Glauchau

Die nachfolgende Abbildung 4 sowie die Tabellen 7 und 8 differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach der Zentren- und Standortstruktur innerhalb der Stadt Glauchau.

Auffällig in der räumlichen Differenzierung nach Zentren- und Standortstruktur ist, dass 43% der Glauchauer Verkaufsfläche auf die sonstigen Standorte in Glauchau entfallen. Insgesamt 90 Anbieter, bzw. beachtliche 40,5% aller Einzelhandelsanbieter an den sonstigen Standorten erzielen zusammen einen Umsatzanteil von 38%. In die Kategorie sonstiger Standorte sind in der aktuellen Analyse auch Standorte von Lebensmittelmärkten eingebunden, u.a. auch die Standorte, die im Einzelhandelskonzept von 2011 als Nahversorgungszentren eingestuft wurden. Ein dominanter Anbieter ist bei den sonstigen Standorten nicht gegeben. Die Verkaufsfläche und der Umsatz verteilen sich auf Anbieter im Lebensmittelbereich, des Heimwerker- und Gartenbedarfs, außerdem sind auch Sonderpostenmärkte sowie Möbelanbieter, speziell Küchenstudios, eingeschlossen.

Eine differenzierte Betrachtung des Verkaufsflächenbesatzes und der Umsatzstruktur nach Warengruppen, verteilt auf maßgebliche Glauchauer Standorte, erfolgt in den folgenden Tabellen 7 und 8.

**Abb. 4: Verkaufsflächen und Umsatzanteile nach der Zentren- und Standortstruktur**



Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

**Tab. 7: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Glauchau**

	Innenstadt Glauchau	Agglomeration "Simmel"	Nahversorgung Wettiner Str.	Nahversorgung Schlachthofstr.	Kaufland Waldenb. Str.	Kaufland Grenayer Str.	Agglomeration Lampertstr.	sonstige Standorte	Stadt Glauchau gesamt
	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )	(m <sup>2</sup> )
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Fleischer)	385	1.150	1.425	895	3.445	4.390	970	2.575	15.235
	3%	8%	9%	6%	23%	29%	6%	16%	100%
Drogerie/Parfümerie	240	170	130	60	630	525	435	140	2.330
	10%	7%	6%	3%	27%	23%	18%	6%	100%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	155	75	0	0	50	0	0	270	550
	28%	14%	0%	0%	9%	0%	0%	49%	100%
Blumen/Heimtierbedarf	60	35	30	10	140	215	70	2.055	2.615
	2%	1%	1%	0%	5%	8%	3%	80%	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	320	265	5	0	175	90	135	371	1.361
	24%	19%	0%	0%	13%	7%	10%	27%	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.345	420	15	0	1.195	720	775	405	4.875
	28%	9%	0%	0%	24%	15%	16%	8%	100%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	295	135	10	0	120	165	285	45	1.055
	28%	13%	1%	0%	11%	4%	27%	4%	100%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	110	90	30	0	150	835	335	2.339	3.889
	3%	2%	1%	0%	4%	21%	9%	60%	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	680	190	10	0	340	90	990	50	2.350
	29%	8%	0%	0%	14%	4%	43%	2%	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	70	30	10	0	70	20	65	10	275
	25%	11%	4%	0%	25%	7%	24%	4%	100%
Sportartikel/Fahrräder	260	0	10	0	50	25	0	975	1.320
	20%	0%	1%	0%	4%	2%	0%	73%	100%
Haustextilien/Heimtextilien	110	40	10	0	630	1.465	260	115	2.630
	4%	2%	0%	0%	24%	56%	10%	4%	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	75	0	0	0	250	150	70	1.740	2.285
	3%	0%	0%	0%	11%	7%	3%	76%	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	105	20	10	0	505	50	5	110	805
	13%	2%	1%	0%	63%	6%	1%	14%	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	155	65	15	0	840	15	5	205	1.300
	12%	5%	1%	0%	65%	1%	0%	16%	100%
Foto/Optik	240	0	0	0	110	0	0	50	400
	60%	0%	0%	0%	27%	0%	0%	13%	100%
Uhren/Schmuck	90	0	0	0	0	0	0	0	90
	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
sonstiges	160	5	30	30	80	50	5	160	520
	31%	1%	6%	6%	15%	10%	1%	30%	100%
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>4.855</b>	<b>2.690</b>	<b>1.740</b>	<b>995</b>	<b>8.780</b>	<b>8.805</b>	<b>4.405</b>	<b>11.615</b>	<b>43.885</b>
	<b>11%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>11%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung



**Tab. 8: Umsatzstruktur nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Glauchau**

	Innenstadt Glauchau	Agglomeration "Simmei"	Nahversorgung Wettiner Str.	Nahversorgung Schlachthofstr.	Kaufland Waldenb. Str.	Kaufland Grenayer Str.	Agglomeration Lampertstr.	sonstige Standorte	Stadt Glauchau gesamt
	(T€)	(T€)	(T€)	(T€)	(T€)	(T€)	(T€)	(T€)	(T€)
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Fleischer)	2.490	5.050	6.010	3.570	12.430	18.720	2.790	11.600	62.660
	4%	8%	10%	6%	20%	29%	4%	19%	100%
Drogerie/Parfümerie	1.580	420	530	230	1.640	1.810	520	430	7.160
	22%	6%	7%	3%	23%	25%	7%	7%	100%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	3.360	1.130	0	0	750	0	0	6.980	12.220
	27%	9%	0%	0%	6%	0%	0%	58%	100%
Blumen/Heimtierbedarf	280	190	120	40	410	620	80	2.230	3.970
	7%	5%	3%	1%	10%	16%	2%	56%	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	910	640	20	0	520	550	200	1.320	4.160
	22%	15%	0%	0%	13%	13%	5%	32%	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	3.240	660	50	0	2.430	1.160	980	900	9.420
	34%	7%	1%	0%	26%	12%	10%	10%	100%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	890	300	30	0	220	430	490	160	2.520
	35%	12%	1%	0%	9%	18%	19%	6%	100%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	260	110	90	0	210	980	380	4.220	6.250
	4%	2%	1%	0%	3%	16%	6%	68%	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.090	280	30	0	570	220	300	190	2.680
	41%	10%	1%	0%	22%	8%	11%	7%	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	90	40	30	0	130	80	70	30	470
	19%	9%	6%	0%	28%	17%	15%	6%	100%
Sportartikel/Fahrräder	870	0	30	0	100	80	0	1.500	2.580
	34%	0%	1%	0%	4%	3%	0%	58%	100%
Haustextilien/Heimtextilien	280	50	30	0	1.000	1.670	260	340	3.630
	8%	1%	1%	0%	28%	46%	7%	9%	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	150	0	0	0	400	170	60	2.660	3.460
	4%	0%	0%	0%	12%	5%	2%	77%	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	490	20	40	0	2.060	160	20	150	2.940
	17%	1%	1%	0%	70%	5%	1%	5%	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	830	250	60	0	3.920	60	20	990	6.070
	14%	4%	1%	0%	65%	1%	0%	15%	100%
Foto/Optik	1.150	0	0	0	660	0	0	280	2.090
	55%	0%	0%	0%	32%	0%	0%	13%	100%
Uhren/Schmuck	770	0	0	0	0	0	0	0	770
	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
sonstiges	350	20	80	80	140	130	10	240	1.050
	33%	2%	8%	8%	13%	12%	1%	23%	100%
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>19.080</b>	<b>9.160</b>	<b>7.150</b>	<b>3.920</b>	<b>27.590</b>	<b>26.840</b>	<b>6.180</b>	<b>34.180</b>	<b>134.100</b>
	<b>14%</b>	<b>7%</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>	<b>21%</b>	<b>20%</b>	<b>5%</b>	<b>25%</b>	<b>100%</b>

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Auf die Innenstadt entfallen 82 Einzelhandelsbetriebe und damit ein Anteil von 37% an der Gesamtzahl. Zusammen repräsentieren die innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe mit rd. 4.855 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche jedoch nur 11% der Einzelhandelsfläche. Die Umsatzleistung des innerstädtischen Handels liegt bei 19,1 Mio. €. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 3.900 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, die im Wesentlichen von Anbietern aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich (Drogerie, Apotheke und dem Lebensmittelhandwerk) getrieben wird. Der Umsatzanteil des Innenstadtzentrums liegt bei 14% vom Gesamtumsatz des Einzelhandelsstandortes Glauchau. Der höhere Umsatzanteil im Vergleich zum Verkaufsflächenanteil der Innenstadt resultiert aus der Branchenstruktur und den kleinflächigen Geschäftsstrukturen, die höhere Flächenleistungen als großflächige Einzelhandelsbetriebe erzielen. Besonders die stark flächenbeanspruchenden Branchen Heimtextilien mit Teppiche / Bodenbeläge sowie Möbel etc. verzeichnen deutlich geringere Flächenleistungen.

Auf signifikante Rückgänge von Einzelhandelsbetrieben und Verkaufsflächen im Vergleich zur Bestandserhebung für das Einzelhandelskonzept 2011 wurde bereits hingewiesen. Diese Entwicklung hat die Innenstadt wesentlich geringer berührt. Im Vergleich verzeichnet die Innenstadt aktuell sechs Einzelhandelsbetriebe weniger und bei der Verkaufsfläche einen Rückgang um 495 m<sup>2</sup>. Die Absiedlungen erfolgten vor allem an den sonstigen Standorten, z.T. auch in den peripheren Einkaufsstandorten, insbesondere Grenayer Straße. In der Folge ist der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt trotz Rückgang der Anbieterzahlen und Verkaufsflächen von rd. 9% auf 11% im aktuellen Untersuchungszeitraum gestiegen. Ein positiver Aspekt der Innenstadt ist weiterhin die Branchenvielfalt und die Ausprägung zentrenrelevanter Branchen. Die Verkaufsflächenanteile von Uhren / Schmuck, Foto / Akustik liegen bei 100% bzw. 60%. Die Sortimente Glas / Porzellan / Keramik sowie Bekleidung und Schuhe / Lederwaren binden 29% bzw. 28% der Gesamtverkaufsfläche in der Innenstadt. Die Branche Bekleidung verfügt insgesamt über eine Verkaufsfläche von 1.345 m<sup>2</sup> und hebt sich damit von anderen Standorten ab, ist jedoch stark ausbaufähig, vor allem wenn die Innenstadt zukünftig eine größere Ausstrahlungskraft erzielen will, gilt es Entwicklungsspielräume innenstadtrelevanter Branchen auf das Zentrum zu konzentrieren. Dies gilt auch für Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs, welcher vor allem durch Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf vertreten wird und einen Flächenanteil von zusammen 38% ausweist, maßgeblich auch durch mehrere Apotheken und Orthopädische Schuhtechnik beeinflusst. Der Rossmann Drogeriemarkt verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 310 m<sup>2</sup>. Die Umsetzung seines aktuellen Angebotskonzepts ist auf der vorhandenen Fläche nicht möglich, dies spiegelt sich auch in den Verkaufsflächen- und Umsatzanteilen der Branche Drogerie für die Innenstadt wider, die mit einem Verkaufsflächenanteil von 10% deutlich in der Innenstadt unterrepräsentiert ist. Moderne Drogeriemarktkonzepte können als maßgebliche Frequenzbringer für eine Innenstadt fungieren.

Ebenso unterrepräsentiert ist das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in der Innenstadt von Glauchau, ursächlich hierfür sind Gebäude- und Flächenstrukturen sowie Erreichbarkeit der Innenstadt, die insbesondere für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes keine geeigneten Standortvoraussetzungen bieten.

Das Fehlen von Magnetbetrieben stellt ein Kernproblem der Glauchauer Innenstadt dar. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei 59 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Diese Durchschnittsgröße wird jedoch durch Anbieter wie Sparland (470 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Rossmann (310 m<sup>2</sup>) im Durchschnitt noch angehoben. Diese Anbieter herausgerechnet liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche bei rd. 51 m<sup>2</sup> pro Betrieb. Moderne Filialkonzepte, u.a. von Bekleidungsanbietern, beanspruchen größere Fachgeschäftsfächen, die Fachmarktnachfrage ist hierbei noch gar nicht angesprochen.

Der Agglomerationsstandort „Simmel“ mit rd. 2.690 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche verfügt über einen Anteil von rd. 6% an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt. Ankerbetrieb des Standorts ist der Supermarkt „Edeka Simmel“ mit rd. 1.220 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Darüber hinaus verfügen auch der Pfennigpfeiffer mit rd. 800 m<sup>2</sup> und der NKD Textilmarkt mit 380 m<sup>2</sup> über beachtliche Verkaufsflächengrößen, die den Standort eine starke Marktstellung sichern. Andere Anbieter u.a. Schuh Beck, Bäcker, Lotto ergänzen die Angebotsstruktur.

Der Einzelhandelsbesatz in den Nahversorgungsstandorten Wettiner Straße und Schlachthofstraße wird weitestgehend durch Angebote aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich, sprich Lebensmittelmärkte geprägt. Die Verkaufsflächenanteile sind entsprechend gering und betragen 4% bzw. 2% an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt. Nahrungs- und Genussmittel verfügen über einen Verkaufsflächenanteil von 82% in der Wettiner Straße (ALDI und Netto Marken-Discount) und sogar 90% (Netto Marken-Discount) in der Schlachthofstraße und dominieren somit die Branchenstruktur.

Der Standort Waldenburger Straße liegt im Ortsteil Jerisau / Lipprandis, angrenzend an die B 175, nahe der Anschlussstelle Glauchau-Ost der A 4. Mit der Lagegunst erreicht der Standort ein überörtliches Einzugsgebiet. Der Einzelhandelsstandort bindet 20% der Einzelhandelsflächen von Glauchau. Flächengrößte Anbieter sind der Kaufland-Verbrauchermarkt und der Unterhaltungselektronikanbieter MEDIMAX. Auch das Dänische Bettenlager und der AWG Modemarkt verfügen mit rd. 690 m<sup>2</sup> bzw. ca. 660 m<sup>2</sup> über relevante Verkaufsflächen. Mit Dienstleistern sind insgesamt 16 Anbieter am Standort (7% der Glauchauer Einzelhandelsbetriebe) vertreten und erzielen einen Gesamtumsatz von 27,6 Mio. € bzw. 21% der Glauchauer Einzelhandelsumsätze. Der Einzelhandelsstandort verzeichnet ein breites Branchenspektrum, das wie bereits dargelegt, auch innenstadtrelevante Sortimente (Pharmazeutische Artikel, Bekleidung, Unterhaltungselektronik etc.) einschließt. Der Standort ist schwerpunktmäßig auf die Fachmarktnachfrage ausgerichtet.

Ein weiterer großflächiger Einzelhandelsstandort liegt im südwestlichen Stadtgebiet an der Grenayer Straße im Ortsteil Schönböörnchen. Dieser verfügt ebenfalls über eine verkehrsgünstige Lage mit Anbindung an die B 175. Auch dieser Standort repräsentiert einen Anteil von 20% der Gesamtverkaufsfläche und 20% am Umsatz des Einzelhandels der Stadt Glauchau. Die Angebotsstruktur dominieren der Kaufland-Verbrauchermarkt, der Hammer Heimtextilienfachmarkt sowie der großflächige Lebensmittel-Discounter ALDI. Diese werden durch nicht-zentrenrelevante Anbieter wie Matratzen Concord aber auch zentrenrelevante Branchen (u.a. Jeans Live, Mayer's Marken Schuhe) ergänzt. Insgesamt sind am Standort 11 Anbieter angesiedelt.

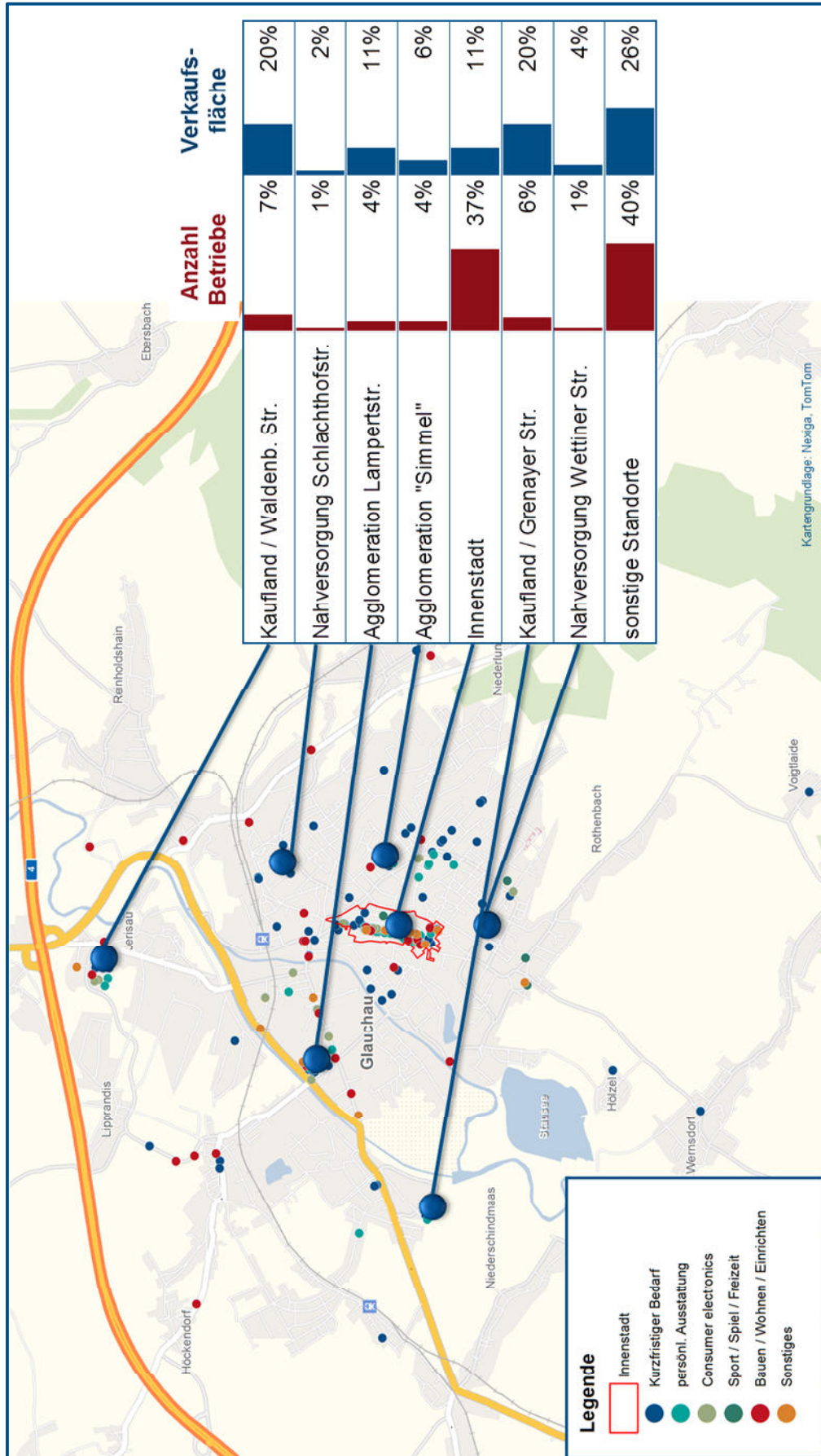
Beide Ergänzungsstandorte Waldenburger Straße und Grenayer Straße sind zum einen auf die Fachmarktnachfrage ausgerichtet, die von der Innenstadt nur unzureichend gebunden werden kann. Zum anderen tragen die Standorte auch zur Wahrnehmung mittelzentraler Versorgungsfunktionen bei, unterstützt auch durch die Lagegunst der Standorte.

Der Einzelhandelsbesatz in der Agglomeration Lampertstraße verzeichnet insgesamt neun Anbieter mit einer Verkaufsfläche von 4.405 m<sup>2</sup>, dies sind 11% an der Gesamtverkaufsfläche mit einem Umsatzanteil von 5%. Der geringe Umsatzanteil im Verhältnis zum Verkaufsflächenanteil erklärt sich aus der Angebotssituation, u.a. sind zwei Sonderpostenmärkte am Standort angesiedelt. Weiterhin umfasst das Angebot einen Lebensmittelmarkt (Penny) und Fachgeschäfte und -märkte mit zentrenrelevanten Sortiment (Schuh As, KiK, Getränkemarkt, Fleischer, Bäcker) sowie Matratzen aktuell als nicht-zentrenrelevanten Anbieter.

Die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe bezogen auf das Stadtgebiet ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Mit 171 Einzelhandelsbetrieben ist erwartungsgemäß der Großteil der Betriebe in der Kernstadt angesiedelt. Insgesamt 51 Betriebe verteilen sich demzufolge auf die weiteren sechs Ortsteile. Die jeweilige Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in den Ortsteilen korreliert im besonderen Maße mit Lage- und Erreichbarkeitsaspekten. So verfügt der Ortsteil Jerisau mit 22 Anbietern, gefolgt vom Ortsteil Gesau / Höckendorf / Schönböörnchen mit insgesamt 19 Einzelhandelsbetrieben über den höchsten Besatz. Beide Ortsteile sind jedoch stark von den großflächigen Einzelhandelsstandorten an der Waldenburger Straße und Grenayer Straße geprägt. In den anderen Ortsteilen liegen die Anbieterzahlen deutlich darunter und bewegen sich zwischen ein bis fünf Anbietern.

Festzuhalten ist auch, dass mehrheitlich in den Ortsteilen Rückgänge bei den Anbieterzahlen im Vergleich zum Einzelhandelskonzept von 2011 zu verzeichnen sind. Einen zusammenfassenden Überblick zur Standortverteilung der Angebotsstrukturen in der Stadt Glauchau gibt die nachfolgende Abbildung.

Abb. 5: Verteilung der Standorte und Verkaufsflächen im Stadtgebiet von Glauchau



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung

### 4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Glauchau

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

Die Ergebnisse verdeutlichen ein Spannungsfeld zwischen Eigenbindung vor Ort, regionaler Ausstrahlung, insbesondere durch die Fachmarktstandorte an der Waldenburger Straße und Grenayer Straße sowie weitere im Stadtgebiet angesiedelte großflächige Anbieter insbesondere des Lebensmittelhandels und branchenspezifisch starken Kaufkraftabflüssen zu Wettbewerbsstandorten im regionalen Umfeld.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Glauchau errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 106%, dies entspricht einer Zentralitätskennziffer von 119%. Das heißt, dass im Saldo von Kaufkraftzu- und -abflüssen der Glauchauer Einzelhandel einen Kaufkraftzufluss verzeichnet. Im Saldo und über alle Warengruppen summiert kann der Glauchauer Einzelhandel rd. 7,4 Mio. € an Nachfragevolumen zusätzlich binden. Bei einer detaillierten Analyse nach Branchen ist festzustellen, dass deutliche Unterschiede bestehen. Diese sind zunächst darauf zurückzuführen, dass branchenspezifisch sehr unterschiedliche Nachfragesegmente und Zielgruppen angesprochen werden.

**Tab. 9: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Glauchau 2017**

	Marktpotenzial Stadt Glauchau (T€)	EH-Umsatz Stadt Glauchau (T€)	Kaufkraft- bindung (%)	Saldo Zu- u. Abfluss (T€)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	49.530	62.660	127%	13.130
Blumen/Heimtierbedarf	2.460	3.970	161%	1.510
Drogerie/Parfümerie	7.160	7.160	100%	0
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	14.040	12.220	87%	-1.820
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.830	4.160	109%	330
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>77.020</b>	<b>90.170</b>	<b>117%</b>	<b>13.150</b>
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	9.820	9.420	96%	-400
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.260	2.520	112%	260
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	9.830	6.250	64%	-3.580
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.150	2.680	233%	1.530
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.730	470	27%	-1.260
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	2.530	2.580	102%	50
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>27.320</b>	<b>23.920</b>	<b>88%</b>	<b>-3.400</b>
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	1.890	3.630	192%	1.740
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	6.840	3.460	51%	-3.380
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	2.950	2.940	100%	-10
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	6.470	6.070	94%	-400
Foto / Optik	1.860	2.090	112%	230
Uhren / Schmuck	1.120	770	69%	-350
Sonstiger Einzelhandel	1.200	1.050	88%	-150
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>22.330</b>	<b>20.010</b>	<b>90%</b>	<b>-2.320</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>126.670</b>	<b>134.100</b>	<b>106%</b>	<b>7.430</b>
<b>entspricht einer Zentralitätskennziffer von:</b>			<b>119%</b>	

Quelle: BBE-Berechnung

Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist bei einer Kaufkraft-Umsatz-Relation von 117% ein deutlicher überörtlicher Zufluss zu beobachten, der insbesondere durch das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln generiert wird. Die Glauchauer Standortstrukturen bei Lebensmittelmärkten werden sowohl durch die zwei Verbrauchermärkte (Kaufland) mit entsprechender regionaler Magnetwirkung als auch durch einen guten Mix der nahversorgungsrelevanten Betriebsformen Supermarkt und Discounter vertreten. Die Bindungsquote für Drogerie / Parfümerie liegt bei 100% und wird neben dem Drogeriefachmarkt vor allem durch das Angebot der Verbrauchermärkte gewährleistet. Beim Drogeriesortiment zeichnen sich noch Entwicklungschancen ab, dies zeigt der Vergleich mit Nahrungs- und Genussmitteln, zwischen beiden Sortimentsgruppen bestehen hohe Kopplungspotenziale. Bei Apotheken ist sogar ein Kaufkraftabfluss von rd. 1,8 Mio. € zu verzeichnen. In der Sortimentsgruppe Blumen / Heimtierbedarf wird insbesondere durch das Angebot von Bau- und Gartenfachmärkten ein deutlicher Kaufkraftzufluss erzielt. Ebenfalls nur sehr begrenzte Entwicklungsspielräume bestehen bei der Sortimentsgruppe Papier, Bürobedarf, Schreibwaren und Bücher bei einer aktuellen Kaufkraftbindung von 109%.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich überwiegen die Kaufkraftabflüsse, obschon branchenspezifische Unterschiede bestehen. Eine Bindungsquote von 96% bei Bekleidung ist ausbaufähig. Ein Orientierungswert für Bekleidung liefert die Bindungsquote für Schuhe / Lederwaren mit 112%, wobei der absolute Kaufkraftüberschuss mit 260 T€ auch noch entwicklungsfähig ist. Bekleidung gehört zu jenen Warengruppen, für die der Verbraucher eher bereit ist, größere Zeit-Wege-Aufwendungen zu akzeptieren. Gerade in diesem Sortiment bewirkt die Nähe zu den Oberzentren Chemnitz und Zwickau eine branchenspezifisch stärkere Tendenz zu Kaufkraftabflüssen. Im Besonderen auch, wenn das örtliche Angebot keine umfassende Zielgruppenansprache ermöglicht. Schließlich gelingt es beim Sortiment Schuhe / Lederwaren auch, die örtliche Kaufkraft viel stärker zu binden.

Die Schließung des toom-Baumarkts wirkt sich deutlich auf die Bindungsquote bei baummarktrelevanten Sortimenten aus, die nur bei 64% liegt. Der saldierte Zufluss bleibt durch leistungsfähige Wettbewerbsstandorte u.a. dem Obi-Baumarkt in Meerane begrenzt. Bei Möbeln verzeichnet Glauchau eine Bindungsquote von 51%. Im Saldo fließen rd. 3,4 Mio. € Kaufkraft an Standorte außerhalb Glauchaus. Hier sind die überregional ausstrahlenden Einrichtungshäuser aus dem Raum Chemnitz zu berücksichtigen.

In der Warengruppe Sportartikel / Fahrräder kann das örtliche Nachfragepotenzial mit einem marginalen Zufluss erschlossen werden. Die Nachfragebindung in diesem Branchenspektrum wird in Glauchau überwiegend durch eine größtenteils profilierte Fachgeschäftsstruktur im Fahrradhandel und bei Sportartikeln sowie branchenfremden Anbietern mit relevanten Randsortimenten bestimmt.

In der hohen Bindungsquote von Glas / Porzellan / Keramik mit 233% spiegelt sich die Angebotssituation der zwei Verbrauchermärkte und mehrerer Sonderpostenmärkte in Glauchau wider. Das Angebot trifft hier auf ein relativ begrenztes Nachfragevolumen.

Erstrangig mit dem Fachmarkt MEDIMAX kann das örtliche Nachfragevolumen der Branchen Elektro / Leuchten, Foto / Optik erschlossen und Zuflüsse generiert werden. Bei der Unterhaltungselektronik sind dagegen Abflüsse zu verzeichnen, trotz des leistungsfähigen Anbieters. Die Bindungsquote für Uhren / Schmuck ist mit 69% gering, widerspiegelt jedoch eine allgemeine Entwicklung von Fachgeschäftsstrukturen.

Eine generelle Steigerung von Bindungsquoten ist sicherlich im regionalen Standortwettbewerb, insbesondere auch mit den beiden Oberzentren nur bedingt möglich. Zu orientieren ist vielmehr auf branchenspezifische Entwicklungsperspektiven, die über leistungsfähige Angebotskonzepte vor Ort zu erschließen sind. Resultierend aus der Rückgewinnung bisheriger Abflüsse, einer stärkeren regionalen Orientierung auf Glauchau aber auch im Wettbewerb mit dem wachsenden Onlinehandel.

Entwicklungspotenziale der Glauchauer Einzelhandelsstrukturen bestehen eher warengruppenspezifisch (z.B. die angesprochenen, bisher unterdurchschnittlichen Kaufkraft-Umsatz-Relationen), im qualitativen Bereich (z.B. Innenstadtentwicklung mit Magnetwirkung, ergänzende Angebotsstrukturen im gehobenen Be-

darfsspektrum) und in der weiteren Konzentration auf zentrale Versorgungsbereiche zu Lasten von Solitär- und Streulagen im Stadtgebiet.

Der Bezug der Glauchauer Einzelhandelsumsätze auf das Marktpotenzial im Mittelbereich (vgl. nachfolgende Tabelle) widerspiegelt die aktuelle Zentralität und die regionalen Entwicklungsperspektiven, die branchenspezifisch sehr unterschiedlich ausgeprägt sind. Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist zu berücksichtigen, dass die Kommunen im Mittelbereich auch über ausgeprägte Angebotsstrukturen, insbesondere im Lebensmittelbereich verfügen. Chancen für den Einzelhandel in Glauchau lassen sich vorrangig aus den Bindungsquoten bei Drogerie und Pharmazie ableiten. Die Einzelwerte vieler Warengruppen liegen nur leicht über, mehrere Warengruppen (z.B. Bekleidung, Sportartikel / Fahrräder, Unterhaltungselektronik, Spielwaren, Möbel) sogar unter dem erzielten Durchschnittswert von 52%.

Die Gemeinden und Städte des Mittelbereiches verfügen nur über partielle Versorgungsstrukturen im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich, d.h. wesentliche Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Glauchau werden speziell von anderen Standorten in der Region wahrgenommen.

Dennoch kann sich der Glauchauer Einzelhandel in diesem Wettbewerb noch stärker profilieren und seine regionale Marktposition ausbauen. Identität, Nähe und attraktive Angebotsstrukturen sind nicht zu unterschätzende Standortfaktoren. Die Perspektiven gilt es prioritär an das Innenstadtzentrum zu koppeln, darüber hinaus sollte jedoch auch in der Abwägung von Standort- und Flächenpotenzialen der Innenstadt und marktgängigen Angebotskonzepten eine städtebaulich verträgliche Abstimmung zwischen zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten erfolgen.

**Tab. 10: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Mittelbereich Glauchau 2017**

	Marktpotenzial Mittelbereich (T€)	EH-Umsatz Stadt Glauchau (T€)	Kaufkraft- bindung (%)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	100.560	62.660	62%
Blumen / Heimtierbedarf	5.100	3.970	78%
Drogerie/Parfümerie	14.370	7.160	50%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	27.740	12.220	44%
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7.750	4.160	54%
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>155.520</b>	<b>90.170</b>	<b>58%</b>
Bekleidung / Wäsche / sonstige Textilien	19.980	9.420	47%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.600	2.520	55%
Heimwerker / Autozubehör / Gartenbedarf	20.610	6.250	30%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	2.370	2.680	113%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	3.560	470	13%
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	5.310	2.580	49%
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>56.430</b>	<b>23.920</b>	<b>42%</b>
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	3.860	3.630	94%
Möbel (inkl. Bad- /Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	13.940	3.460	25%
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5.980	2.940	49%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	13.100	6.070	46%
Foto / Optik	3.760	2.090	56%
Uhren / Schmuck	2.270	770	34%
Sonstiger Einzelhandel	2.440	1.050	43%
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>45.350</b>	<b>20.010</b>	<b>44%</b>
<b>Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt</b>	<b>257.300</b>	<b>134.100</b>	<b>52%</b>

Quelle: BBE-Berechnung

## 4.4. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Glauchau

### 4.4.1. Städtebauliche Strukturanalyse

Mit der schrittweise erfolgten, umfassenden Sanierung der Innenstadt, eingeschlossen historisch wertvoller Gebäudesubstanz, wurden die urbanen Qualitäten der Glauchauer Altstadt nachhaltig in den Vordergrund gerückt. In weiten Teilen zeichnet sich ein attraktives Erscheinungsbild ab. Eine große Zahl an Gebäuden wurde modernisiert, auch Straßen und Plätze erneuert sowie gestalterisch aufgewertet. Glauchau verfügt über eine Reihe von attraktiven Einrichtungen, Gebäuden und Plätzen. Beispielhaft sind insbesondere der historische Marktplatz aber auch die Schlösser Hinterglauchau und Forderglauchau zu benennen. Tradition und Moderne sind prägende Merkmale der Glauchauer Altstadt und stehen für das Image und die Identität der Stadt.

Von der Stadtentwicklung wurden gezielt Impulse gesetzt, um die Funktionsvielfalt der Innenstadt zu erhöhen, dies schließt auch ein, dass sich die Innenstadt als attraktiver Wohnstandort weiterentwickelt. Das sanierte Schlossareal und der angrenzende Schlosspark sowie die naturräumlichen Gegebenheiten mit dem Wallgraben setzen touristische und kulturelle Akzente. Die Glauchauer Innenstadt bietet ein breites Spektrum von Angeboten, die ihr ein eigenständiges Profil und Anziehungskraft für Bewohner und Touristen verleiht.

Die Konzentration und Mischung von frequenzbringenden Nutzungen wie Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, touristische Angebote, Verwaltung und auch Wohnen stellt eine besondere Stärke des Glauchauer Zentrums dar. Damit weist die Innenstadt wesentliche Merkmale der Urbanität (Wohnen, Arbeiten und Erholung) auf. Die Chancen der Glauchauer Innenstadt liegen speziell im Ausbau dieses Nutzungsmixes. Die Belebung kann in der Zukunft nur durch ein breites Spektrum von innenstadtrelevanten Nutzungen (Handel, Gastronomie, Kultur, Dienstleister etc.) erzeugt werden.

Der Einzelhandel stellt mit insgesamt 82 Anbietern eine tragende Säule des Innenstadtzentrums dar, auch wenn die Anzahl der Anbieter in den letzten Jahren leicht zurückgegangen ist (siehe Pkt. 4.2). Einen verdichteten Einzelhandelsbesatz (33 Anbieter) verzeichnet die Leipziger Straße zwischen dem Inneren Stadtgraben und der Quergasse. In diesem Bereich ist die Leipziger Straße auch als Fußgängerzone ausgelegt. In den weiteren Geschäftslagen Brüderstraße, Markt, Schloßstraße nehmen Frequenz und Einzelhandelsbesatz deutlich ab.

**Abb. 6: Ansichten zur Innenstadt**



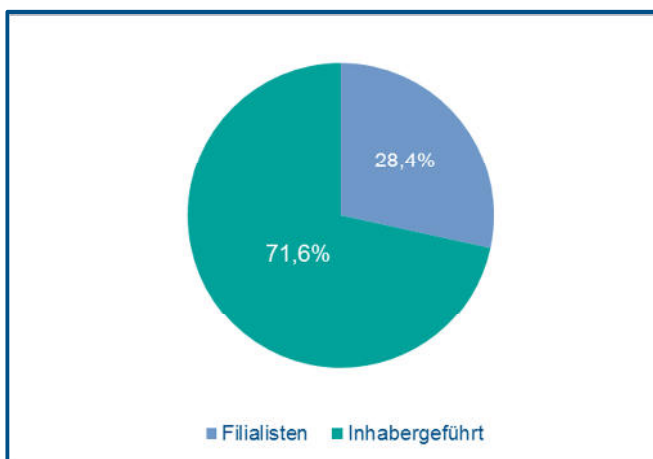
Quelle: BBE Handelsberatung

Die Glauchauer Innenstadt mit sehr ausgedehnter Nord-Süd-Streckung folgt im Wesentlichen der Leipziger Straße über die Brüder Straße bis zum Markt. Parallel dazu verläuft die Straße Hoffnung. Im südlichen Bereich umschließt die Innenstadt die kulturellen Zentren mit den beiden Schlössern Forderglauchau und Hinterglauchau sowie das Areal des Stadttheaters. Die Ausdehnung stellt für die funktionale Verknüpfung zur Schaffung von Passantenfrequenzen eine Herausforderung dar. Umso mehr muss die Glauchauer Innenstadt auf ihre Stärken setzen und diese weiter ausbauen. Die Stärken liegen in der Nutzungsvielfalt und in



der bestehenden Einzelhandelsstruktur mit einer Vielzahl von Fachgeschäften, die fast das gesamte Spektrum des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs abdecken. Auch unter dem Blickwinkel, dass das Flächenangebot mehrheitlich zentrenrelevante Leitbranchen (Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Uhren / Schmuck, Foto / Optik etc.) umschließt. Die Fachgeschäfte sind vielfach spezialisiert und auf anspruchsvolle Zielkunden ausgerichtet, dies ist generell positiv zu bewerten. Hervorzuheben sind in diesem Kontext der Intersport GÜ und das Fachgeschäft Schöltzke (Wohnaccessoires und Haushaltswaren). Die strukturelle Dominanz und die Größe der Fachgeschäfte stellt jedoch auch ein Problem für die Ausstrahlungskraft der Innenstadt dar. Wie bereits angesprochen liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche der Innenstadtanbieter bei 59 m<sup>2</sup> je Einzelhandelsbetrieb und verringert sich nochmal deutlich bei Berücksichtigung der vier Anbieter, welche über Verkaufsflächen zwischen 200 m<sup>2</sup> bis 500 m<sup>2</sup> verfügen. Die bestehende Diversifikation des innerstädtischen Bereichs im Kontext mit dem größtenteils kleinflächig strukturierten Handel, welcher die Innenstadt prägt, stellt für deren weitere Entwicklung ein Problem dar. Von der Gesamtzahl der Betriebe (82) sind sechs Einzelhändler einer Filialkette mit regionalen bzw. überregionalen Bekanntheitsgrad zuzurechnen. Darin eingeschlossen sind u.a. Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker), Rossmann, Ernsting's family, Sparland, Intersport GÜ und der Mode Express deren Ausstrahlungskraft selbst stark begrenzt ist.

**Abb. 7: Verkaufsflächenanteil des filialisierten Einzelhandels in der Glauchauer Innenstadt**



Der Verkaufsflächenanteil filialisierter Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt beträgt rd. 28%. Im Durchschnitt verfügen die Filialbetriebe über höhere Verkaufsflächen. Die bereits benannten Anbieter sind die Treiber des höheren Verkaufsflächenanteils. In der Leitbranche Bekleidung ist kein namhafter Filialist mit einem höherwertigen Angebotskonzept vertreten. Verschiedene Modelabels sind in die jeweiligen Angebotskonzepte lokaler Anbieter eingebunden.

Es fehlt an der Zugkraft größerer Magnetbetriebe von denen der Fachhandel partizipieren kann.

Anker- und Magnetbetriebe, die über eine starke

Markenpräsenz verfügen, bzw. deren Angebotskonzept und Größendimensionierung eine entsprechende Ausstrahlungskraft und Frequenzwirkung erzeugen, sind in der Glauchauer Innenstadt deutlich unterrepräsentiert. Anzuführen sind hier nur der Drogeriefachmarkt Rossmann und der Intersport GÜ. In den Ausführungen unter Abschnitt 4.4 wurde bereits darauf hingewiesen, dass der Drogeriemarkt Rossmann in der Bestandsimmobilie sein aktuelles Angebotskonzept nicht umsetzen kann und damit gegenwärtig nur begrenzt eine Magnetfunktion ausfüllen kann. Ein ausgewogener Branchen- und Betriebstypenmix ist für die Stärkung der Innenstadt von entscheidender Bedeutung (siehe Abschnitt 5.5.1). Die Entwicklungsspielräume für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe bzw. für die wirtschaftliche Stärkung vorhandener Einzelhandelsunternehmen sind sicherlich branchenspezifisch unterschiedlich ausgeprägt, aber vorhanden. Dies betrifft insbesondere innenstadtrelevante Sortimente.

Zugleich sind qualitative Entwicklungschancen im Hinblick auf das Angebotsniveau in Kombination mit den städtebaulichen Qualitäten der Glauchauer Innenstadt zu nutzen. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukunftsfähigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Schaufenstergestaltung, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden. Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, der sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen. In der Verknüpfung von Einkauf, Kultur, Tourismus und Gastronomie liegt die Chance der Innenstadt sich als vielfältigen Erlebnisbereich stärker zu profilieren. Daneben bedarf es auch einer intensiven Diskus-

sion der innerstädtischen Händler, um die Zusammenarbeit in gewichtigen Gestaltungsfeldern wie Aktionen, Öffnungszeiten etc. zu forcieren.

Neben dem Einzelhandel tragen auch zunehmend moderne Gastronomiekonzepte zur Belebung von Innenstädten bei. Diesen Trend gilt es, durch ein professionelles Leerstandsmanagement unter Einbeziehung der Grundstücks- und Immobilieneigentümer, aufzugreifen.

Die Strukturanalyse umfasst schließlich auch die Perspektive des Bereichs der Leipziger Straße, welcher als Fußgängerzone gewidmet ist. Dazu ist im Arbeitskreis Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine intensive Diskussion mit einem unterschiedlichen Meinungsbild erfolgt. Einen Überblick zur räumlichen Einbindung der Fußgängerzone gibt die Abbildung 8 im folgenden Abschnitt.

Die Einschätzung zu den Chancen der Fußgängerzone in Glauchau setzt zunächst an den grundsätzlichen Anforderungen an Fußgängerzonen und allgemeinen Handelstrends an, die sich wie folgt darstellen:

- Fußgängerzonen setzen einen ausgereiften Branchenmix von Handel und Gastronomie voraus, in dem größere Frequenzbringer des Handels sowie kleinteilige Betriebe eingebunden sind.
- Eine funktionierende Fußgängerzone bedarf Magnetbetriebe an den Endpunkten („Knochenstruktur“, ohne diese geht der Charakter einer Fußgängerzone als „Bummelmeile“ verloren).
- Die gefühlte Länge eines Fußweges beeinflusst seine Attraktivität.
- Der Strukturwandel des Handels und Perspektiven von Fußgängerzonen stehen im engen Zusammenhang (Entwicklung des Online-Handels, Rückgang von Ladengeschäften, funktionale Brüche durch Leerstände, fehlende Verweilqualität durch mangelhaftes Gastronomieangebot mit Freisitzen, Eigentümersituation etc.).

Allgemein betrachtet können nur noch wenige Mittel- und Kleinstädte die genannten Anforderungen an eine funktionierende Fußgängerzone komplex erfüllen. Auch die Glauchauer Innenstadt verzeichnet Problemfelder, die einer florierenden Fußgängerzone teilweise entgegenstehen. Dabei ist hervorzuheben, dass eine Fußgängerzone natürlich zur Aufenthaltsqualität in der Innenstadt beiträgt und damit auch u.a. die Chance zur Ansiedlung von Gastronomiekonzepten mit Freisitzen eröffnet und die Verweildauer der Besucher nachhaltig befördern kann. Vorrangiges Ziel ist jedoch die Belebung der Innenstadt und Sicherung ihrer Funktionsfähigkeit. Vor diesem Hintergrund wird eine flexible Lösung mit verkehrsberuhigten Bereich und Kurzzeitparkplätzen sowie Maßnahmen für eine bauliche Anpassung empfohlen. Die Machbarkeit sollte jedoch durch einen Verkehrsplaner geprüft und mit den beteiligten Akteuren diskutiert werden.

#### 4.4.2. Räumliche und funktionale Entwicklungspotenziale des Glauchauer Innenstadtzentrums

Die städtebauliche Qualität der Glauchauer Innenstadt weist genannte Vorzüge, jedoch auch Nachteile auf. Die Weitläufigkeit des Zentrums, teilweise auch die Erreichbarkeit, wirken sich auf die Qualitäten der einzelnen Lagen aus. Die Attraktivität der Innenstadt und damit ihre Anziehungskraft sind in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebte“ Struktur vorgibt. Nutzungsvielfalt und ein attraktiver Branchenmix im Einzelhandel, aber auch die Ergänzung durch andere Funktionsbereiche, können zu einer funktionierenden Innenstadt führen und eine lebendige sowie anregende Atmosphäre vermitteln. Der Stadt Glauchau ist es in den vergangenen Jahren gelungen, mit den vorhandenen Verwaltungs- und Dienstleistungseinrichtungen sowie der Ausweitung des Kultur- und Erholungsangebotes weitere Funktionsbereiche zu stärken, um Frequenzen gezielt in die Innenstadt zu lenken. In diesem Gesamtgefüge wird auch der Einzelhandel weiterhin eine tragende Säule darstellen. Die Diskussion der räumlichen Ausdehnung der Innenstadt von Glauchau ist vor diesem Hintergrund keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

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

- Vorhandene Grundstücks- und Gebäudestrukturen sind oftmals kleinteilig oder weisen funktionale Schwächen auf, die nur eingeschränkt und branchenbezogen für moderne Ladenkonzepte geeignet sind.
- Es fehlen frequenzschaffende größere Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt mit gesamtstädtischer und regionaler Ausstrahlung. Diese Problematik wurde bereits in der Bewertung der Angebotssituation ausführlich diskutiert. Im gesamten Innenstadtbereich ist kein großflächiger Anbieter vertreten.
- Mit 82 Einzelhandelsanbietern bietet die Innenstadt zugleich die höchste Angebotskonzentration. Durch begrenzte Verkaufsflächen des einzelnen Fachgeschäftes sowie der gesamten Innenstadt (11% Flächenanteil der Innenstadt am Glauchauer Einzelhandelsbesatz) wird aber, selbst bei attraktiven Einzelkonzepten in der Gesamtheit keine ausreichende Magnetwirkung erzielt. Das Erreichen einer „kritischen Masse“ als Einzelhandelsstandort ergibt sich aus einem Wechselspiel von Anbieterzahlen und deren Flächenverfügbarkeit.
- Der Branchenmix ist weitestgehend ausgeglichen, die Angebotsbreite ist für einen innerstädtischen Einzelhandelsstandort jedoch noch ausbaufähig. In einigen Branchen finden sich nur sehr wenige Wettbewerber (Bekleidung, Schuhe / Lederwaren). Insgesamt besteht ein Defizit an „filialisierten / konsumigen“ aber auch qualitätsorientierten Angeboten mit Magnetfunktion.
- Leerstände<sup>11</sup>, auch in der Hauptgeschäftslage Leipziger Straße, sind zudem ein Indikator für Strukturschwächen in der Innenstadt. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass Leerstände auch auf objektseitige Defizite zurückzuführen sind. Neben den bereits umfänglich erfolgten Sanierungsmaßnahmen in der Vergangenheit besteht bei einzelnen Gebäuden weiterer Sanierungsbedarf. Dies führt i.d.R. zu funktionalen Brüchen innerhalb und zwischen den Geschäftslagen in der Innenstadt.

---

<sup>11</sup> Anzahl der Leerstände wird nicht aufgelistet, weil die Vermietungsfähigkeit einer detaillierten Betrachtung der einzelnen Flächen obliegt, ansonsten führt dies zu einer falschen Bewertung.

- Ein innerstädtisches Gesamtgefüge zwischen verschiedenen Funktionsschwerpunkten (Handel, Kultur und Tourismus) herauszubilden, ist unter gegebenen räumlichen Faktoren eine eher langfristige Aufgabe. Der Einzelhandel kann folglich nur im begrenzten Maße von den anderen Funktionen und deren Frequenzen profitieren. Er muss eigene räumliche und angebotsseitige Schwerpunkte setzen und eine starke Anziehungskraft für Innenstadtbesucher entwickeln.

Die Konsequenz aus diesen Rahmenbedingungen ist, die räumliche Präsenz der Innenstadt durch Verdichtung der Angebotsstrukturen zu stärken. Eine solche Entwicklung vollzieht sich nicht im Selbstlauf. Die Sicherung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und eine prioritäre Ansiedlungsstrategie für zusätzliche Angebote des Einzelhandels und der Gastronomie bedürfen räumlicher Potenzialflächen.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2011 wurde die Empfehlung gegeben, auf einer Potenzialfläche im Bereich Hoffnung und Quergasse einen größeren Magnetbetrieb zu etablieren.<sup>12</sup> Die aktuelle Analyse und Ansiedlungspläne der Firma Rossmann untersetzen die Empfehlung. Auf der ausgewiesenen Potenzialfläche im östlichen Bereich der Innenstadt (zwischen Gewerbegasse und Straße Hoffnung) würde Rossmann einen größeren Drogeriemarkt, mit zeitgemäßen Angebotskonzept, errichten. Damit verbunden wäre eine Standortverlagerung des Drogeriemarktes, welcher sich gegenwärtig in der Fußgängerzone der Leipziger Straße befindet. Die Entwicklung ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten zu befürworten, da zum einen auf der Potenzialfläche ein leistungsfähiger Magnetbetrieb etabliert werden kann, zum anderen dieser auch Kopplungseffekte für Ansiedlungschancen eines größeren Einzelhandelsbetriebs auf der gegenüberliegend ausgewiesenen Potenzialfläche erwarten lässt.

Die Entwicklung darf jedoch keinen weiteren Bedeutungsverlust für die Leipziger Straße, explizit der Fußgängerzone nach sich ziehen, sondern soll positive Entwicklungsimpulse für die Leipziger Straße auslösen. Vor diesem Hintergrund werden wesentliche Anforderungen für die Entwicklung eines Einzelhandelsstandortes auf der ausgewiesenen Potenzialfläche nachfolgend formuliert:

- Funktionale und sichtbare Anbindung an die Leipziger Straße
- Schaffung einer fußläufigen Wegeverbindung zwischen Leipziger Straße und Straße Hoffnung
- Optimierung der verkehrlichen Erreichbarkeit, hierzu sollte ein Verkehrskonzept erarbeitet werden
- Ansiedlung von Magnetbetrieben in Ergänzung zum Fachhandelsbesatz in der Innenstadt
- Funktionsstärkung der einzelhandelsfunktionalen Innenstadt durch Ausbau des Branchen- und Betriebstypenmixes

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick zur Lage und funktionalen Anbindung der Potenzialfläche an die Hauptgeschäftslage Leipziger Straße:

---

<sup>12</sup> vgl.: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Glauchau, Abschnitt 3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich „Einkaufsinnenstadt“

**Abb. 8: Potenzialflächen und deren funktionale Einbindung**



Quelle: Kartenmaterial Staatsbetrieb Geobasisinformation und Vermessung Sachsen 2017, bearbeitet durch BBE Handelsberatung

Neben der Erschließung räumlicher Entwicklungspotenziale gilt es zur Schaffung einer kompakten einzelhandelsrelevanten Innenstadt, vor allem Flächen in bestehenden Gebäuden zu nutzen bzw. wieder nutzbar zu machen. Zu berücksichtigen sind folgende Aspekte:

- Eine Verdichtung der Angebotsstrukturen bedingt letztlich eine Erschließung von Flächenpotenzialen aus dem Bestand bzw. aus der damit verbundenen Grundstückssituation. Im Mittelpunkt steht eine Nutzungsverdichtung und funktionale Verknüpfung der Geschäftslagen.
- Für die Einbindung zusätzlicher Einzelhandelsflächen kann zunächst auf Nutzbarmachung und Wiederbelegung aktueller Leerstandsflächen verwiesen werden. Leerstehende Ladenlokale finden sich im gesamten Innenstadtbereich, besonders hervorzuheben sind wiederum Perspektiven in der Leipziger Straße, am und um den Markt sowie der Schlosstraße mit zahlreichen Leerständen.
- Dieser Ansatz zielt darauf, innerhalb der bestehenden Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches nachfragegerechte Ladenflächen mit zeitgemäßen Anforderungsprofilen zu entwickeln und gezielt Magnetanbieter zur Frequenzstärkung und Belebung der Innenstadt einzubinden. Dies setzt jedoch auch eine umfassende Bereitschaft und Initiative der Immobilieneigentümer zur „Marktanpassung“ ihrer Mietflächen voraus.

#### 4.4.3. Einzelhandelsentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce

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

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,<sup>13</sup>
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

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

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

So wird durch den Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So prognostiziert IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4% des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Ballungsgebieten und Großstädten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4% des derzeitigen Bestands liegen dürfte.<sup>14</sup>

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

Im Fazit wird damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Der geschilderte Entwicklungstrend untersetzt nachhaltig die im vorangegangenen Abschnitt dargelegten

<sup>13</sup> M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smartphones)

<sup>14</sup> Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

Handlungserfordernisse zur Weiterentwicklung der Glauchauer Innenstadt. Vorrangig muss es gelingen, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren und in diesem Kontext eine Verdichtung und weitere funktionale Verknüpfung der innerstädtischen Lagen zu erzielen. Dazu sind die bereits beschriebenen Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch größere Angebotsformate bzw. moderne Ladenkonzepte umzusetzen.

In der Betrachtung der Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce ist jedoch nicht zwangsläufig zu unterstellen: Online gewinnt, offline verliert – dieser Gedankenansatz prägt in der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart die Diskussion über die Zukunft des Handels. Beispielhaft für diese These wird die Entwicklung verschiedener Einzelhandelsbranchen wie Bücher / Medien, Spielwaren, Computer / Elektronik und Bekleidung angeführt. Tatsächlich sind die Marktanteile des E-Commerce innerhalb eines 10-Jahreszeitraums (2005 bis 2015) bei Büchern und Spielwaren auf ein Viertel des Gesamtmarktes und bei Computer / Elektronik sowie Bekleidung auf ein Fünftel des Marktvolumens angewachsen.<sup>15</sup> Tendenzen der Konsolidierung des stationären Handels, auch in den vorgenannten Branchen, z.B. im Buchhandel, zeigen jedoch, dass der stationäre Handel keineswegs der Verlierer in diesem Spannungsfeld sein muss. Allerdings muss sich der stationäre Handel auch verändern, d.h. auf traditionelle Stärken (Beratung, Erlebnis) zukünftig wieder besinnen und die Vorteile des Internets für sich nutzen.

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

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

Der Konsument ist digital. Nach aktuellen Untersuchungen nutzen vier von fünf Verbrauchern Suchmaschinen, um lokale Informationen zu finden. Immerhin 40% aller mobilen Suchanfragen haben einen lokalen Bezug. In 72% dieser lokalen Suchanfragen gehen die Verbraucher anschließend in einen Laden in der Nähe und 49% tätigen einen Kauf im Laden nach der mobilen Recherche.<sup>16</sup>

Daraus ist zu schlussfolgern, dass eine Internetpräsenz des jeweiligen Anbieters einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung von Käufern leisten kann. Die digitale Sichtbarkeit ist die große Herausforderung für den Händler. In der Konsequenz ist die Pflicht als Anbieter online aktiv zu werden, z.B. über regionales Online-Marketing, die „Kür“ ist ein darauf abgestelltes zukunftsfähiges Geschäftsmodell.

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

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

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

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

<sup>15</sup> Quelle: elaboratum / BBE

<sup>16</sup> Quelle: elaboratum 2014, Unternehmen der BBE

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

#### **4. Der Flächenbedarf im stationären Handel wird sich durch Virtualisierung deutlich verändern**

Resultierend aus einer immer stärker segmentierten und individualisierten Kundennachfrage, die mit vertiefenden Sortimentsstrukturen einhergeht, sind in der Vergangenheit in verschiedenen Branchen die Flächen vor allem bei Fachmarktkonzepten stetig gestiegen. Diese Entwicklung wird durch die Möglichkeiten der Virtualisierung deutliche Veränderungen erfahren. Bei zunehmender Sortimentstiefe und -breite kann durch den Einsatz technischer Möglichkeiten wie Tablets die Produktpräsentation wesentlich flächensparender erfolgen. Insbesondere Zubehör, Nischenprodukte (Waren, die nicht ständig nachgefragt werden) und Variationen können so vielfältiger angeboten werden. Über die Virtualisierung der Warenpräsentation können die Vorteile des stationären Handels (persönlicher Kontakt, Beratung etc.) und der virtuellen Absatzkanäle optimal vereinigt werden. Dies eröffnet vor allem auch innerstädtischen Flächenangeboten wieder größere Chancen.

#### **5. Der Einsatz innovativer Technologien im stationären Handel wird zur Selbstverständlichkeit**

Mit dem Einsatz innovativer Technologien im Handel bewegt sich der Einzelhändler auf „Augenhöhe“ mit dem Kunden. Es bildet sich eine neue Art von Verkaufsgesprächen heraus, die die Beratungskompetenz in eine neue Qualität führen kann und damit dem Kunden ein echtes Einkaufserlebnis vermittelt.

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

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



## 5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Glauchau

### 5.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Glauchau

Die Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion des Einzelhandelsstandortes Glauchau ist eine übergeordnete Zielstellung der Stadtentwicklung. Leistungsfähige und attraktive Angebotsstrukturen des Einzelhandels bilden hierfür die Grundlage. Im Besonderen erwachsen Anforderungen an die Glauchauer Innenstadt, die als zentraler Versorgungsbereich einen besonderen Schutz genießt, jedoch sich auch veränderten Konsumentenerwartungen stellen muss. Diese Aufgabenstellung stellt vor dem Hintergrund einer zukünftig voraussichtlich leicht rückläufigen Bevölkerung (mit bestenfalls stagnierender Nachfrage) eine Herausforderung dar, die konsequente Handlungsleitlinien erfordert.

Die Stadt Glauchau unterliegt den bereits mehrfach erläuterten regionalen Verflechtungsbeziehungen mit dem Oberzentrum Zwickau, umliegenden Mittelzentren und innerhalb des eigenen Mittelbereiches auch mit dem „A4-Center“ im benachbarten Grundzentrum Meerane.

In Wahrnehmung der Funktion als Mittelzentrum muss die Stadt Glauchau sowohl für die Wohnbevölkerung vor Ort als auch für die zum Mittelbereich gehörenden Nachbargemeinden über ein entsprechendes Angebot an Einzelhandelsstandorten verfügen, die einerseits die Nachfrage nach einem qualifizierten Grundbedarf abdecken, andererseits durch ein vielfältiges Branchenspektrum im Mix nachfragegerechter Betriebstypen die Kaufkraftströme binden bzw. zurückgewinnen.

Ausstrahlungskraft in die Region und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität als Einzelhandelsstandort zu erhalten und weiter auszubauen. Bisher werden regionale Kaufkraftströme maßgeblich durch die Einzelhandelsagglomerationen an der Waldenburger Straße und an der Grenayer Straße gebunden. Die Ausstrahlungskraft und die Wahrnehmung mittelzentraler Versorgungsfunktionen durch die Glauchauer Innenstadt sind aufgrund objektiver und subjektiver Faktoren stark begrenzt (siehe Abschnitt 4.4.1 und 4.4.2). Der Fokus ist somit vorrangig auf die Entwicklung des Innenstadtzentrums gerichtet. Sie hat durch komplexe Sanierungsmaßnahmen und die Weiterentwicklung einer breiten Nutzungsmischung (z.B. Kulturelles Zentrum mit den Schlössern Forderglauchau und Hinterglauchau) neue Impulse erhalten, die es auch für die Einzelhandelsentwicklung zu nutzen gilt.

Jedoch ist auch zu berücksichtigen, dass die städtebauliche Struktur des Innenstadtzentrums der räumlichen Ausdehnung Grenzen setzt. Zu den wesentlichen Zielsetzungen für die Weiterentwicklung der Zentrenstruktur zählt die Herausbildung eines komplementären Systems von Einzelhandelsstandorten (Markt, Leipziger Straße, Hoffnung), welches zur Vernetzung und Abstimmung des Branchen- und Betriebstypenmixes führt, um eine weitere Zergliederung der Standortstrukturen zu vermeiden.

Gleichzeitig ist eine leistungsfähige aber bevorzugt städtebaulich integrierte Nahversorgung zu gewährleisten, die sich an den Siedlungsstrukturen und der Erreichbarkeit in den einzelnen Stadtgebieten / Ortsteilen orientiert. Gegenwärtig verfügt Glauchau bereits über eine qualifizierte Grundversorgung, die das Angebotsspektrum diverser Lebensmittelmarktvertriebsformen, ergänzt durch Fachgeschäfte, einschließt.

Die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Glauchau und folglich die Kundenbindung vor Ort wird zukünftig maßgeblich geprägt von urbanen Strukturen mit möglichst flächendeckend gesicherter Nahversorgung, sowie einer abgestimmten Funktionsteilung zwischen zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten.

Das Anforderungsprofil für das Mittelzentrum Glauchau wird durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkte untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels sollen zentrale Versorgungsbereiche weiter gestärkt und im Wechselspiel mit den großflächigen Ergänzungsstandorten die Zentralität des Einzelhandelsstandortes Glauchau ausbauen. Die Ausweisung neuer Verkaufsflächen außerhalb einer städtebaulich anzustrebenden Zentren- und Standortstruktur ist auszuschließen, mit dem Ziel die urbanen Qualitäten einer lebendigen Stadt zu erhalten.
- Der innerstädtischen Entwicklung wird weiterhin oberste Priorität eingeräumt. Die Stadt Glauchau verfügt über ein vielschichtiges Stadtzentrum mit attraktiven Teilräumen um den Schlossplatz, den Marktplatz oder der Leipziger Straße, einschließlich erforderlicher Entwicklungspotenziale zur gezielten Ansiedlung vor allem innerstädtischer Leitbranchen. Die städtebaulichen Entwicklungsziele müssen auch, eingedenk der umfassenden Sanierungsmaßnahmen mit hohen investiven Aufwendungen privater sowie öffentlicher Träger, auf die Stärkung und Weiterentwicklung einer attraktiven Innenstadt mit Ausstrahlung in das erweiterte Einzugsgebiet gerichtet sein.
- Die Innenstadt bedarf eines Schutzes bestehender Strukturen, aber auch deren weiteren Ausbaus. Hierfür ist aber nicht ein „einfaches mehr“ an Handelsfläche der geeignete Weg. Vielmehr geht es um die Ausschöpfung qualitativer Marktchancen im Einzelhandelsbesatz, um leistungsfähige Einzelhandelsstandorte mit hoher Ausstrahlungskraft herauszubilden. Dabei ist zweifellos auch über zusätzliche Handelsfläche nachzudenken, um beispielsweise moderne Angebotskonzepte umzusetzen sowie in die Standortentwicklung zu integrieren und die Innenstadt auch stärker als funktionale Einheit zusammenzuführen. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung, um die Ausstrahlungskraft der Glauchauer Innenstadt zu erhöhen.
- Die Strukturierung der Zentrenstruktur orientiert sich an überschaubaren Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereichen im Stadtgebiet Glauchau.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentren- und Standortkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend innenstadtrelevantem Sortiment haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes unterzuordnen und sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.
- Die Optimierung der Erreichbarkeit von Versorgungseinrichtungen des Einzelhandels wird durch eine verbesserte Zusammenführung der Funktionen Wohnen, Arbeiten und Erholung hergestellt.

## 5.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Marktentwicklung im Einzelhandel soll mit der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auch weiterhin in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ausgehend von der Entwicklungsdynamik des Handels hat sich der Handlungsbedarf zur Wahrnehmung der örtlichen und mittelzentralen Versorgungsfunktionen und damit verbundene Fragen zur Zukunft der Innenstadt deutlich verstärkt. Das Ziel der Steuerung ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb. Im Mittelpunkt steht vielmehr eine Städtebau verträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Regionalplanung und Stadtentwicklung einbindet.

Die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ist auf die nachfolgend dargelegte Zentren- und Standortstruktur mit ihren jeweils standortspezifischen Versorgungsfunktionen zu konzentrieren. Diese Steuerung zielt auf

eine Stärkung städtebaulich relevanter Strukturen innerhalb der Stadt Glauchau und in der Außenwirkung auf eine verbesserte Funktionswahrnehmung als Mittelzentrum im regionalen Standortwettbewerb.

Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden die nachfolgend formulierten Ziele verfolgt, die die Zielvorstellungen der Stadtentwicklungsplanung aufgreifen und diese speziell für die Einzelhandelsentwicklung konkretisieren und untersetzen:

- **Stärkung der mittelzentralen Funktion und der Zentralität der Stadt Glauchau** durch eine zukunftsfähige Arbeitsteilung der zentralen Versorgungsbereiche in Wechselwirkung zu den peripheren Fachmarktstandorten. Die wechselseitige Standortentwicklung zwischen Innenstadt und Ergänzungsstandorten bestimmt maßgeblich die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Glauchau für die regionale Kundenbindung und folglich für die Erfüllung mittelzentraler Versorgungsfunktionen. Ziel des Zentrenkonzeptes ist es, diese Entwicklung in einer städtebaulich vertretbaren Balance zu halten, dabei darf sich die Weiterentwicklung von Ergänzungsstandorten nicht zum Nachteil der Innenstadt vollziehen. Eine wechselseitige Standortentwicklung zielt auf die Ausschöpfung der jeweils spezifischen Standortpotenziale. Die innerstädtischen Entwicklungschancen (z.B. Leitbranchen) bleiben prioritär der Innenstadt vorbehalten, während großflächige Ergänzungsstandorte bevorzugt den Angebotsstrukturen vorbehalten bleiben, die innerstädtische Lagen nicht absichern können.
- **Erhalt, Stärkung und Weiterentwicklung** der Glauchauer Innenstadt als multifunktionales Zentrum für die gesamte Region mit den Schwerpunkten Einzelhandel, Dienstleistung, Kultur – knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Die Zentren- und Standortentwicklung bedarf einer leistungsfähigen Innenstadt mit profiliertem und konzentriertem Einzelhandelsangebot, bei Ausschöpfung der räumlichen Entwicklungspotenziale.
- **Kompaktheit gewachsener Stadtstrukturen** – zielt auf eine Verknüpfung von Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten und auf die Zuordnung bestimmter Versorgungsfunktionen, d.h. Zentren sind u.a. Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung.
- **Urbanisierung statt Devastierung** – weiterhin Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen statt einer Zergliederung ist dringend angezeigt, um der Stadtstruktur aus Einzelhandelsicht eine Entwicklungsperspektive zu geben. Eine Entwicklung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte konkurrierend zum Zentrensystem ist auszuschließen.
- **Sicherung eines hierarchischen Zentren- und Standortgefüges** – ein hierarchisch gestuftes Zentren- und Standortgefüge bietet die beste Gewähr zum einen für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Stadtgebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau eines für ein Mittelzentrum adäquaten, attraktiven Stadtzentrums. Die einzelnen Zentren, Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, übergeordnete Zentren in deren Funktion jedoch nicht beeinträchtigen.
- **Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (600 m) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität. Nahversorgungslagen in den Wohngebieten sind Kristallisationspunkte des urbanen Lebens und gewinnen unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an Bedeutung. Zukünftig tendenziell rückläufige Bevölkerungszahlen gefährden zuerst wohngebietsintegrierte Angebotsstrukturen mit ihren i.d.R. begrenzten Einzugsbereichen. Die Präferenz einer wohngebietsintegrierten Versorgung gegenüber autoorientierten Standortlagen ist erklärtes Ziel des Zentrensystems und unterstützt gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Stadtentwicklung, notwendiges Verkehrsaufkommen zu begrenzen.
- **Angebotsverdichtung und -ergänzung in den Zentren** - insbesondere in der Innenstadt in Wechselwirkung kleinstrukturierter, individueller Einzelhandelsgeschäfte mit der Frequenzwirkung und At-

traktivität großflächiger Anbieter. Letztere könnten auch in Solitärlagen bestehen, was jedoch die Funktionalität städtebaulich integrierter Versorgungszentren gefährdet. Die Stadt Glauchau verfügt quantitativ über einen hohen Verkaufsflächenbesatz, welcher aber nicht gleichzeitig zur Profilierung des Innenstadtzentrums beiträgt. Dabei bedarf der innerstädtische Einzelhandel neuer Impulse durch Anker- und Magnetbetriebe aber auch in der Weiterentwicklung bestehender Angebotskonzepte. Die Analyse und Diskussion zum Einzelhandelskonzept hat gezeigt, dass aus der Nutzung räumlicher Potenziale im Bestand und der Einbindung einer zusätzlichen innerstädtischen Entwicklungsfläche eine funktionale Verknüpfung der Geschäftslagen (Markt, Leipziger Straße, Hoffnung) durch gezielte Ansiedlung von Magnetbetrieben erreicht werden kann. Diesem Entwicklungsziel ist oberste Priorität einzuräumen. Mit dem Einzelhandelskonzept werden Ansiedlungsinteressenten entsprechende Entwicklungsspielräume aufgezeigt, die es planungsrechtlich abzusichern gilt.

- **Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung** - hierzu gehört neben der Integration in Wohnfunktionen insbesondere die Erreichbarkeit der Zentren zu Fuß und Rad, mittels guter ÖPNV-Erschließung, eine effiziente Auslastung der Verkehrsinfrastruktur durch die Steuerung der Verkehrsströme (Leitsysteme) und im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ geknüpftes Versorgungsnetz, welches auch Verkehrsaufkommen mindert.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit in zentralen Versorgungsbereichen** – die Ausrichtung der Glauchauer Einzelhandelsentwicklung an das Zentrensystem sichert nicht nur den Erhalt attraktiver und lebenswerter Stadtstrukturen, sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

Es sei noch einmal darauf verwiesen, oberste Priorität bedeutet, dass Entwicklungspotenziale der Innenstadt dieser vorbehalten bleiben, bzw. Entwicklungen in den Ergänzungsstandorten auch zukünftig stets auf deren innerstädtische Auswirkungen zu prüfen sind.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche und standortspezifische Versorgungsaufgaben führt insgesamt zu einer straffen Zentrengliederung in überschaubare aber auch wirtschaftlich tragfähige Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereiche (funktional und räumlich). Sie wirkt einer Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen entgegen und trägt zur kleinräumigen Stadtentwicklung ebenso bei, wie zur Gesamtausstrahlung der Stadt Glauchau als Einzelhandelsstandort und somit zur regionalen Bedeutung als Mittelzentrum.

### 5.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf der bisherigen Einzelhandelsgrundstruktur der Stadt Glauchau auf. Es ist ausgerichtet auf die Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen bis regionalen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung.

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

#### **Zentrale Versorgungsbereiche:**

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.<sup>17</sup>
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen, gemessen an ihrer Versorgungsfunktion, eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.
- Grundsätzlich gliedert sich ein hierarchisches Zentrensystem in Stufen unterschiedlicher Versorgungsfunktionen. Oberste Priorität besitzt der innerstädtische, zentrale Versorgungsbereich mit gesamtstädtischen und regionalen Versorgungsfunktionen. Dem nachgeordnet sind Stadtteilzentren mit entsprechend stadtteilbezogenen Versorgungsfunktionen im kurzfristigen und auch mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich. Eine weitere Hierarchiestufe stellen Nahversorgungszentren dar, die vorrangig auf die Nahversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich zielen.
- Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Glauchau unterscheidet zwei Zentren: die Historische Kernstadt von Glauchau als A-Zentrum und ein Nahversorgungszentrum (C-Zentrum).<sup>18</sup>

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

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

<sup>17</sup> Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

<sup>18</sup> In Glauchau gibt es kein B-Zentrum.

- Entscheidendes Kriterium sind ergänzende Nahversorgungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt und Nahversorgungszentrum). Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Kleinteilige Nahversorger sind Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>, sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Conveniencestores.<sup>19</sup> Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

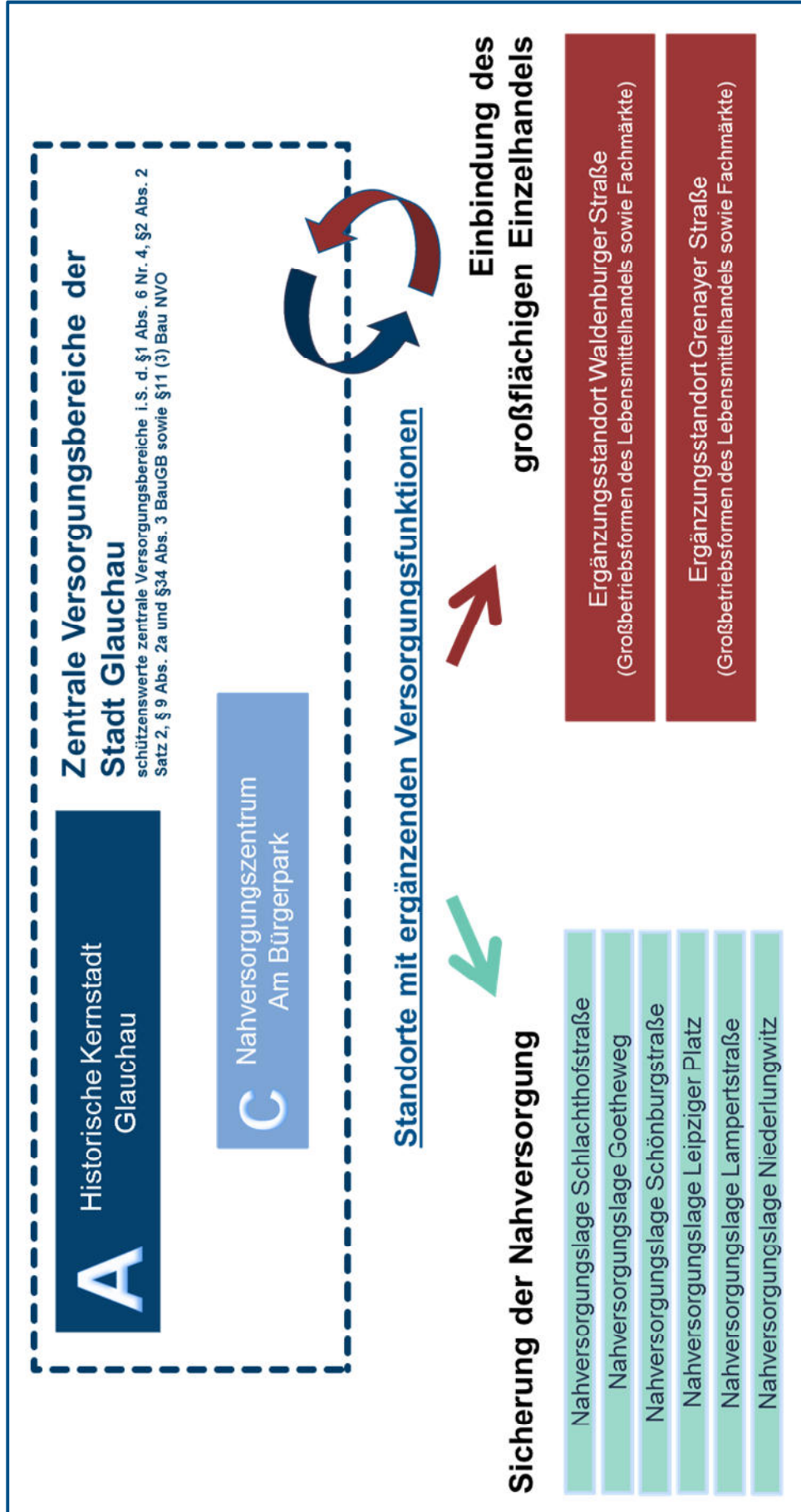
Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen einschließlich kleinteiliger Nahversorger in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Glauchau wird ihre funktionale Bedeutung für die örtlichen Versorgungsstrukturen und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Stadt- und Ortsteile, Wohngebiete).

Mit dem hierarchisch gegliederten Zentrenkonzept, sowie weiteren Standortstrukturen mit ergänzenden Versorgungsfunktionen auch als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen, werden konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt fixiert: Schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche sind die historische Kernstadt sowie das Nahversorgungszentrum als Träger einer stadtgebietsbezogenen Nahversorgung. Einzelhandelsstandorten mit ergänzenden Versorgungsfunktionen sind unterschiedliche Schwerpunktsetzungen vorbehalten. Funktionen, Perspektiven und planungsrechtliche Absicherung der betreffenden Standorte werden in den Abschnitten 5.5.3 und 5.4.4 dargelegt. Die folgende Zentren- und Standortgliederung stellt eine Weiterentwicklung des beschlossenen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Glauchau dar. Die beiden zentralen Versorgungsbereiche und deren hierarchische Gliederung werden beibehalten, jedoch Präzisierungen im Hinblick auf Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte vorgenommen.

---

<sup>19</sup> vgl. zum Anlagentyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

Abb. 9: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Glauchau



Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte wie folgt zu definieren und bestehenden Standortstrukturen der Stadt Glauchau zuzuordnen:

---

**Historische Kernstadt  
Glauchau**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden Innenstadtbereiches
- image- und identitätsprägendes Stadtzentrum
- Schwerpunkt der mittelzentralen Versorgungsstruktur – gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung
- Innenstadt als multifunktionaler Lebensraum mit verschiedenen Schwerpunktbereichen - vielfältige Funktionsschwerpunkte / Aufgabenstellungen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie / Hotellerie, Dienstleistung, Verwaltung, Kultur, Freizeit und Tourismus
- Strategie der qualifizierten Entwicklung – Verdichtung der Angebotsstrukturen durch Erweiterung und Optimierung des Flächenbestandes, Qualifizierung der Konzepte und gezielter Ansiedlung von Magnetanbietern
- System komplementärer Anbieter - funktionale Vernetzung und Ergänzung der innerstädtischen Einzelhandelsstandorte Markt – Leipziger Straße - Hoffnung
- umfassende und vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen
- Investitionsvorranggebiet für die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente in Glauchau

---

**Nahversorgungszentrum  
„Am Bürgerpark“**

- integrierte Lage in einem eigenständigen Stadtquartier, fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren einer qualifizierten Grundversorgung, aber auch mittels ÖPNV und PKW
  - Nahversorgungszentrum als Einzelhandelsagglomeration für eine umfassende Grundversorgung der Mantelbevölkerung im Einzugsbereich
  - Lebensmittel-Supermarkt als Magnetbetrieb des Gesamtstandortes vorhanden
  - Zusätzliche Angebote des Grundbedarfs zielen im Schwerpunkt auf den täglichen Bedarf (Lebensmittel und weitere kurzfristige Warengruppen), ergänzt durch zentrenrelevante Angebote des mittel- bis langfristigen Bedarfs unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit
-



**Nahversorgungslagen:**

zuzurechnen sind:

Schlachthofstraße  
(Netto Marken Discount)

Goetheweg  
(ALDI)

Schönburgstraße  
(Netto Marken-Discount)

Leipziger Platz  
(Lidl)

Lampertstraße  
(Penny)

Niederlungwitz  
(Edeka)

- fußläufige Versorgung mit Lebensmittel ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen
- grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmarkt mit Lebensmittelhandwerk (Bäcker / Fleischer) im Eingangsbereich
- Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit dem eigenständigen Nahversorgungspotenzial
- Ergänzung durch nahversorgungsrelevante Fachgeschäfte unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit möglich

**Abb. 10: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Glauchau**

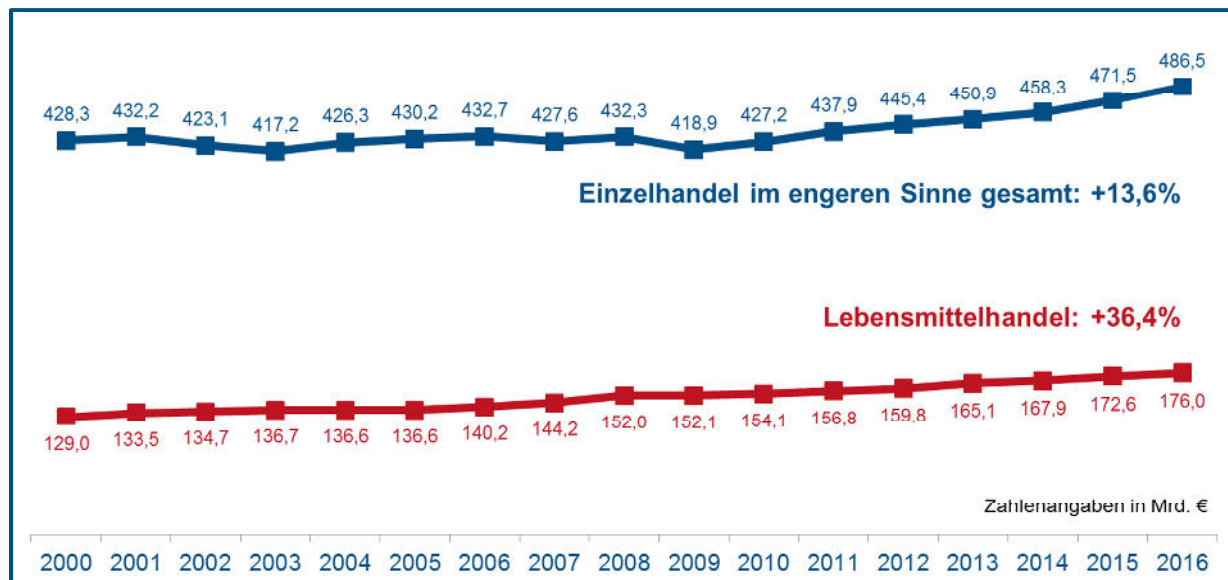


## 5.4. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept

### Dynamik und Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Der Grund dafür liegt zum einen in einem veränderten Nachfrageverhalten, auch steigenden Preisen begründet, zum anderen in einer qualitativen Verbesserung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, welches bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt hat. Insbesondere lässt sich dies an der boomenden Nachfrage nach Frischware und Bio-Lebensmitteln ablesen, welche vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt heute alle Anbieter zunehmend im Sortiment haben.

**Abb. 11: Umsatzentwicklung des Einzelhandels im engeren Sinne vs. Lebensmitteleinzelhandel**



Quellen: Statistisches Bundesamt, HDE, GfK

Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 512 Mrd. € entfallen rd. 265 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).<sup>20</sup> Dies entspricht einem Anteil von rd. 52% und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel. In Städten mit unterdurchschnittlichem Kaufkraftniveau beträgt der nahversorgungsrelevante Ausgabenanteil bis zu 60%.

Die Aspekte lösten eine starke Dynamik in der Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels aus, die durch Flächenausweitungen und Diversifikation des Angebots geprägt wird. Die veränderten Verbraucherwünsche und eine hohe Preisorientierung der deutschen Kunden haben zu einem „Trading Up“ im Lebensmittelhandel geführt. Die Entwicklung ist wie folgt zu charakterisieren:

- neue qualitätsorientierte Konzepte
- stärkere Betonung der Frische-Sortimente im Angebotsumfang und in der Präsentation

<sup>20</sup> vgl. IFH Köln

- attraktive und vielfältige Bedientheken bzw. Kühltheken
- Abteilungen mit „Lebensqualität“ (z. B. Wein, Feinkost, Obst) mit aufwendiger Gestaltung
- Sonderplatzierungen regionaler Produkte
- Backstrecken inzwischen Standard in Discountern
- attraktivere Architektur, helle & freundliche Ladengestaltung
- Ruhezonen mit Cafétheke, Sitzgelegenheiten, Kundentoiletten

In der Folge sind die Flächenanforderungen der Lebensmittelmärkte deutlich gestiegen. Auch verändern sich Angebotskonzepte, so entwickeln sich einige Discounter immer stärker in Richtung zum Vollsortimenter mit einer starken Ausrichtung auf Lebensmittel.

Die Ursache für den gestiegenen Flächenbedarf bei Lebensmittelmärkten ist auch in der Prozessoptimierung zu sehen:

- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich, z.B. durch die geänderten Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können, oder die Pfandregelung für Kunststoffflaschen.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei.
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern vor allem den älteren Kunden (u.a. auch mit Blick auf den demographischen Wandel) den Wareneingang.

Für die Angebotsstruktur einer Stadt ist dabei auch eine Vielfalt der Anbieter maßgeblich, da sich der Kunde in der Praxis bei durchschnittlich 4,25 Betriebsformen versorgt.

**Konsequenz:** Die Dynamik des Lebensmitteleinzelhandels und der damit verbundene Standortwettbewerb bedürfen einer gesamtstädtischen Betrachtung und Einordnung. Auswirkungsanalysen nehmen jeweils nur Bewertungen für einen städtischen Teilbereich vor, kumulativ können verschiedene Planvorhaben negative Auswirkungen auf das Stadtgefüge haben. Vor diesem Hintergrund bildet die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes, auch eine einheitliche Entscheidungsbasis für die Weiterentwicklung der Nahversorgungsstruktur insgesamt, wie auch einzelner Standorte. Nur so kann weiterhin eine geordnete Einzelhandelsstandortentwicklung im Sinne städtebaulicher Zielstellungen gewährleistet werden.

### **Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe**

Neben städtebaulichen Aspekten, stellt die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein wesentliches Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung dar. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine maßgebliche Aufgabenstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Glauchau. Das bestehende Nahversorgungszentrum und die Nahversorgungslagen sollen für das jeweilige Stadtgebiet eine qualifizierte Grundversorgung sichern und entsprechende Entwicklungsspielräume erschließen können.

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

gruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt. Eine leistungsfähige Grundversorgung bildet die Basis für eine stärkere Nachfragebindung vor Ort in Glauchau.

**Abb. 12: Begriff der qualifizierten Grundversorgung**



Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmittel-discounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbraucher-märkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden zu wöchentlichen Großeinkäufen, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in der Bewertung einer verbraucher-nahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbraucher-nahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden.

### Nahversorgungsstruktur im Stadtgebiet Glauchau

Im Stadtgebiet Glauchau sind zwei Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels (Verbrauchermarkt / Großer Supermarkt) sowie sieben Supermärkte und Discounter ansässig. Diese verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von 16.320 m<sup>2</sup>. Nachfolgende Tabelle bewertet diesen Besatz in Relation zum Bevölkerungspotenzial der Stadt Glauchau.

Aufgrund der ansässigen Lebensmittelbetriebsformen stehen durchschnittlich 702 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner in Glauchau zur Verfügung. Dies entspricht 175% des bundesdeutschen Durchschnittswertes (400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner).

Selbst für ein Mittelzentrum ist dieser Wert als sehr hohe Ausstattung<sup>21</sup> zu werten, bei dieser Einschätzung ist jedoch nach Betriebsformen und deren Versorgungsfunktionen zu differenzieren.

<sup>21</sup> Die bundesdurchschnittliche Ausstattungskennziffer ist als Referenzwert, keinesfalls aber als Zielwert anzusehen. Ein Bundesdurchschnitt schließt sowohl eine hohe Ausstattung in zentralen Orten als auch ländliche Regionen mit sehr geringer bis fehlender Ausstattung ein. Für ein Mittelzentrum sind Ausstattungskennziffern mit nahversorgungsrelevanten Anbietern bis zu einer Größenordnung von ca. 130% bis 140% als angemessen einzuschätzen, die ausgewiesenen 175% für die Stadt Glauchau in 2017 schließen ausgeprägte regionale Versorgungsfunktionen der Großbetriebsformen mit ein.

**Tab. 11: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Glauchau 2015**

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m <sup>2</sup> )	VKF je Objekt (m <sup>2</sup> )	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m <sup>2</sup> )	DICHTE-INDEX (%)
<b>Discounter + Supermärkte</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1,2</sup>	82.175.684	27.081	23.100.000	853	3.034	281	100
<b>Stadt Glauchau</b>	<b>23.255</b>	<b>7</b>	<b>6.970</b>	<b>996</b>	<b>3.322</b>	<b>300</b>	<b>107</b>
<b>Große Supermärkte + SB-Warenhäuser</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1,2</sup>	82.175.684	1.962	9.800.000	4.995	41.884	119	100
<b>Stadt Glauchau</b>	<b>23.255</b>	<b>2</b>	<b>9.350</b>	<b>4.675</b>	<b>11.628</b>	<b>402</b>	<b>337</b>
<b>Lebensmittelbetriebsformen gesamt</b>							
Vergleichsbasis Bundesrepublik <sup>1,2</sup>	82.175.684	29.043	32.900.000	1.133	2.829	400	100
<b>Stadt Glauchau</b>	<b>23.255</b>	<b>9</b>	<b>16.320</b>	<b>1.813</b>	<b>2.584</b>	<b>702</b>	<b>175</b>

VKF = Verkaufsfläche

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

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

Die Ausstattungskennziffer bei überwiegend nahversorgungsrelevanten Betriebsformen (Supermärkte und Discounter) beträgt 107%, entspricht folglich einer etwa bundesdurchschnittlichen Ausstattung für die eigene Bevölkerung. Dabei liegt die mittlere Verkaufsfläche je Objekt mit knapp 1.000 m<sup>2</sup> leicht höher, während die Standortanzahl und somit die Wettbewerbssituation begrenzt bleiben. Je Objekt steht mit durchschnittlich 3.322 Einwohnern ein etwa 10% höheres Kundepotenzial im Vergleich zum Bundesdurchschnitt zur Verfügung.

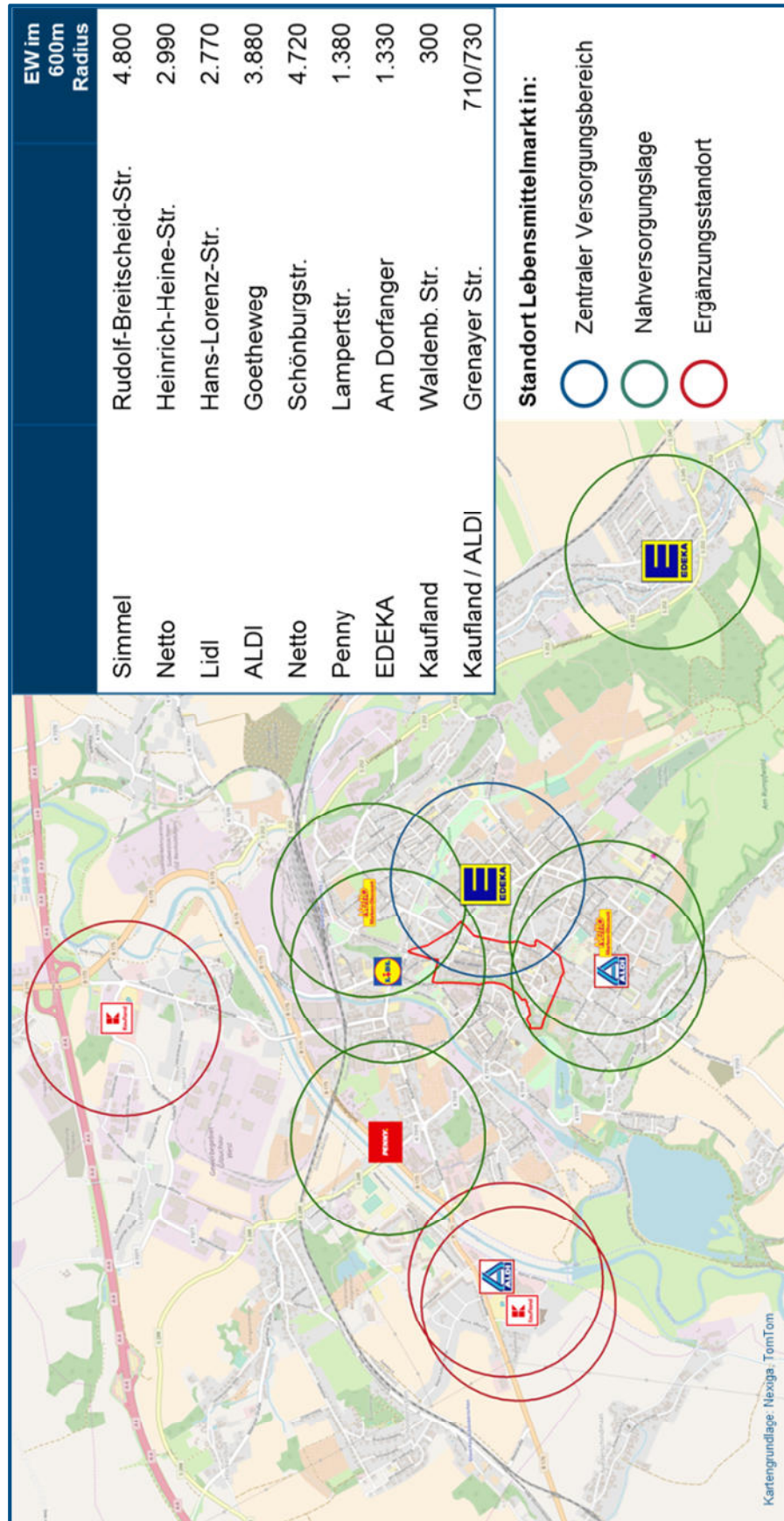
Die Flächenausstattung durch Großbetriebsformen (SB-Warenhaus / Verbrauchermarkt) liegt jedoch deutlich überdurchschnittlich, auch aus Sicht zentraler Orte. Für die Stadt Glauchau errechnet sich ein Dichteindex von 337%. Allerdings sind die beiden Verbrauchermärkte in den peripheren Ergänzungsstandorten wichtige Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen. Sie sprechen den gesamten Mittelbereich mit 47.163 Einwohnern (vgl. Abschnitt 3) an, bezogen auf den Mittelbereich relativiert sich die Aussage zum Dichteindex. Dennoch ist auch zukünftig eine weitere Flächenausdehnung der Großbetriebsformen zu Lasten der integrierten Nahversorgungsstrukturen zu vermeiden.

Die Ausstattung mit Lebensmittelmärkten insgesamt ist vollumfänglich der städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zuzurechnen. Die zentralen Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungsstandorte sichern somit zusammen für die Mehrheit der Glauchauer Bevölkerung bereits eine gute fußläufige Nahversorgung. Versorgungslücken zeigen sich eher in den kleineren peripheren Ortsteilen, die für eine zumindest wohnortnahe Grundversorgung eine gute Erreichbarkeit der ausgewiesenen Versorgungsstrukturen bedürfen. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht deren jeweiliges Nahversorgungsumfeld.

In der Kernstadt Glauchau wird bereits eine sehr gute fußläufige Erreichbarkeit mit einem Nahversorgungsumfeld von 600 m erzielt, teilweise überschneiden sich die fußläufigen Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte auch deutlich. Nur aus wenigen Wohngebieten westlich der Innenstadt oder am östlichen Rand der Kernstadt sind leicht höhere Wegeaufwendungen notwendig.<sup>22</sup> Entwicklungsperspektiven bei Lebensmittelmärkten sollte vorrangig für die marktgerechte Weiterentwicklung bestehender Angebotsstrukturen im Nahversorgungszentrum bzw. von Nahversorgungslagen genutzt werden. Damit wird deren Versorgungsfunktion innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gestärkt.

<sup>22</sup> Die für die Stadt Glauchau relativ eng angesetzten Radien einer angestrebten fußläufigen Erreichbarkeit sind ortsspezifisch abgestimmt, jedoch keine rechtlich verbindliche Funktionsgrenze im Sinne der Nahversorgung. Als Nahversorgung gelten üblicherweise Entfernungen von 10-12 Gehminuten, dies würde eine maximale Entfernung bis zu 800 m einschließen. Für die Wettbewerbsdichte in der Kernstadt Glauchau wäre dieser Ansatz aber zu weitreichend.

Abb. 13: Standortstruktur zur Nahversorgung (Nahversorgungsumfeld 600 m) im Stadtgebiet Glauchau



### Kleinteilige Nahversorgungslösungen

In den kleinen Ortsteilen kann eine verbesserte wohnungsnah Versorgung zumeist nur über Kleinflächenkonzepte realisiert werden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort. Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. Dabei zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen: Einerseits sind die Einkaufsgewohnheiten aufgrund bisher fehlender Angebote oft auf Kaufkraftabfluss manifestiert (z.B. Einkauf in Verbindung mit dem Arbeitsweg) und erfordern entsprechende Akzeptanz eines neuen kleinteiligen Anbieters, andererseits steigt mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft generell der Nachfrageanteil unmittelbar vor Ort bzw. im unmittelbaren Wohnumfeld. Aus der demographischen Entwicklung leiten sich folglich Chancen für die Nahversorgung ab. Eine zunehmend ältere Bevölkerung ist an einer wohnungsnahen, zumindest aber wohnortnahen Versorgung nicht nur interessiert (u.a. soziale Aspekte), sondern auch bei rückläufiger Mobilität darauf angewiesen. Außerdem sind die zunehmende Sensibilisierung für Umweltbelastungen und die steigenden Kosten des motorisierten Individualverkehrs zu berücksichtigen, beide Aspekte tragen dazu bei, dass immer häufiger „unnötige Fahrten“ vermieden werden. Dennoch ist in einem wohngebietsintegrierten Standort mit begrenztem Kundenpotenzial die tatsächliche Nachfrageabschöpfung realistisch zu bewerten. Erzielbare Bindungsquoten liegen bei maximal 15-20% der jeweiligen Nachfrage. Ursachen für maximal erzielbare Bindungsquoten liegen in der Akzeptanz von Zeit-Distanz-Aspekten in Relation zum Einzelhandelsangebot durch den Konsumenten. Kunden orientieren sich verstärkt auf leistungsfähige Einzelhandelsstandorte, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln ist seitens der Kunden jedoch eine parallele Einkaufsstättenwahl zu beobachten. Durchschnittlich versorgen sich Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei 4,25 Betriebsformen.

Kleinteilige Nahversorgungsstrukturen müssen sich dabei die Kundenakzeptanz erarbeiten. Der Preis, das Frischeangebot und die Qualität der Waren sind wichtige Faktoren, von denen die Entscheidung für einen Einkaufsort abhängt. Diesen Kriterien stehen aber auch Aspekte, wie persönliche Atmosphäre, Vertrauenswürdigkeit der Produkte (z.B. Produkte aus der Region) sowie das Bedürfnis nach Kommunikation, nach „menschlicher Nähe“, gegenüber. Das zunehmende Gesundheitsbewusstsein und regionale Identität bieten Ansätze für neue Angebotsformen. Durch eine spezifische Angebotsausrichtung auf die unmittelbaren Kundenwünsche im Umfeld kann sich der Nahversorger im Standortwettbewerb abheben.

**„Kleinteilige Nahversorger“ sind als typische Art der baulichen Nutzung zu charakterisieren (vergleichbar dem „Nachbarschaftsladen Glauchau“ im Abschnitt 5.6.2), jedoch mit einer eigenständigen Ausprägung. Sie sind als Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup> einzustufen und unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Stadtteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Die Lebensmittel-Fachgeschäfte konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungsladens oder Conveniencestores.<sup>23</sup>**

Wie bereits ausgeführt, weisen die Kennziffern der Verkaufsflächenausstattung darauf hin, dass insbesondere bei den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen kein überdimensionierter Wettbewerb besteht, die Angebotsstrukturen auf das örtliche Kundenpotenzial abgestimmt sind, diese sich aber weitestgehend auf die Kernstadt konzentrieren. Aktuelle Angebotsstrukturen in den Ortsteilen, verwiesen sei auf Niederlungwitz, bedürfen eines besonderen Schutzes. Zur weiteren Qualifizierung der Grundversorgung sind jedoch Entwicklungsspielräume in weiteren Ortsteilen zu erschließen, in diesem Kontext sind kleinteilige Nahversorgungslösungen gezielt zu fördern.

---

<sup>23</sup> vgl. zum Anlagentyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

## 5.5. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Glauchau

### 5.5.1. Historische Kernstadt Glauchau

Der Zentrale Versorgungsbereich „Historische Kernstadt Glauchau“ bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Der Fokus des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist insbesondere auf die Stärkung und Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums gerichtet. Alle weiteren, ergänzenden Versorgungsfunktionen von Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet von Glauchau sind in ihrer Funktionszuweisung und ihrer potenziellen Weiterentwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich Historische Kernstadt abzustimmen.

Die Innenstadt von Glauchau hat in den letzten Jahren bereits einen komplexen Sanierungsprozess durchlaufen, der zu einer durchgreifenden städtebaulichen Aufwertung des innerstädtischen Zentrums geführt hat. Ein ansprechendes Wohnumfeld, Einzelhandels- und Freizeitangebote sowie eine gute Infrastrukturausstattung sind für die Zukunftsfähigkeit der Innenstadt von elementarer Bedeutung. Für eine vitale Innenstadt ist der Fokus auf alle städtischen Funktionen zu richten, da Handel, Wohnen, Freizeit und Kultur einander bedingen. Zu den Stärken der Glauchauer Innenstadt zählt zweifellos das Zusammenspiel verschiedener Funktionsschwerpunkte mit dem Rathaus Glauchau als Verwaltungssitz am Markt, dem kulturellen Zentrum vor allem mit den Schlössern Forderglauchau und Hinterglauchau und natürlich den Entwicklungsperspektiven als Handels- und Dienstleistungsstandort.

Die Glauchauer Innenstadt als multifunktionalen Lebens- und Erlebnisraum herauszubilden und zu stärken, ist die Basis für eine zukunftsfähige Ausrichtung und mittelzentrale Ausstrahlung.

**Abb. 14: Multifunktionalität des A-Zentrums Historische Kernstadt**

Wohnen in der Altstadt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verdichtung durch hochwertigen Wohnraum</li> <li>• Nachfrage &amp; Leben in der Altstadt</li> </ul>
Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte, die sich mit Standort und Zielgruppen identifizieren</li> <li>• Treffpunktcharakter und Kommunikation ausprägen</li> <li>• Nutzung von Gastronomie und öffentlichen Raum für Veranstaltungen / Kunst</li> </ul>
Spezialisierte, standortspezifischer Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magnetanbieter stärken und ansiedeln (zeitgemäßes Flächenkonzept für Rossmann-Drogeriemarkt)</li> <li>• Priorität für zentrenrelevante Sortimente – Fokus auf innerstädtische Leitbranchen</li> <li>• Neue, marktgerechte Verkaufsflächen</li> <li>• Gemeinsamer, virtueller Auftritt der Innenstadthändler (ROM = Regionales Online-Marketing)</li> </ul>
Kultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturelles Zentrum mit den Schlössern Forderglauchau und Hinterglauchau</li> <li>• Stadttheater</li> <li>• Stadtkirche St. Georgen mit Silbermannorgel</li> </ul>
Öffentlicher Raum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rathaus Glauchau als Verwaltungssitz</li> <li>• weitergehende Sanierung, Außendarstellung der Geschäfte</li> <li>• Schließen von Baulücken – generelle Funktionsverdichtung</li> <li>• Anreizsystem aus einer Kombination von Angebotsstruktur und Gestaltung des öffentlichen Raumes</li> </ul>
Märkte als Frequenzbringer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wochenmarkt Mittwoch</li> <li>• Saisonale Märkte &amp; Veranstaltungen – Einbindung des stationären Handels</li> </ul>



In dieser Konstellation entstehen auch für den Einzelhandel neue Entwicklungsperspektiven, um eine gesamtstädtische und regionale Kundenbindung zu erhalten und auszubauen. Aktuell zeigt sich der innerstädtische Einzelhandelsbesatz weitestgehend als Fachgeschäftsstruktur mit oftmals zu kleinen, nicht marktgerechten Flächen, der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt beträgt lediglich 11% des Glauchauer Einzelhandels. Ursachen für geringe Frequenzen sind u.a. darin zu sehen, dass die Grundversorgung vorrangig an das nahegelegene Nahversorgungszentrum „Am Bürgerpark“ gekoppelt ist (vgl. nachfolgenden Abschnitt) und als einzig herausragender Magnetanbieter der Drogeriemarkt Rossmann fungiert.

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist auch eine Überprüfung der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Historische Kernstadt verbunden. Festzuhalten ist, dass der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich im Wesentlichen weiterhin Bestand hat. Geringfügige Veränderungen ergeben sich aus der stärkeren Ausrichtung auf die Wechselwirkung multifunktionaler Schwerpunktbereiche und deren räumliche Zuordnung zum A-Zentrum. Die nachfolgend dargestellte Abgrenzung ist weitgehend kompatibel mit dem Verständnis der Historischen Kernstadt im Rahmen der übergeordneten Stadtentwicklung.<sup>24</sup>

Die Innenstadt stellt dabei einen zusammenhängenden, funktionalen Geschäftsbereich dar, in dem im Sinne der Baugesetzgebung und der Definition zentraler Versorgungsbereiche neben dem Schwerpunkt Einzelhandel weitere Funktionen und Nutzungen einbezogen sind. Dies impliziert, dass die räumliche Präsenz und Ausstrahlungskraft der Größe und zentralörtlichen Funktion von Glauchau angemessen ist. Eine zu weit gefasste räumliche Ausprägung kann eine Überdehnung des innerstädtischen Zentrums und daraus resultierend unattraktive Randbereiche und Leerstände zur Folge haben.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung, folgt im Wesentlichen der Leipziger Straße und der parallel verlaufenden Straße Hoffnung über den Markt und bindet südlich die kulturellen Zentren mit den beiden Schlösser Forderglauchau und Hinterglauchau sowie dem Stadttheater ein. Die westliche Abgrenzung bildet der Grünzug am Mühlgrabensteig, die östliche Abgrenzung wird von den Achse Goetheweg und Dr.-Walter-Hüttel-Straße gebildet.

Die räumliche Abgrenzung umschließt die zwei Funktionsschwerpunkte Einzelhandel sowie Kultur / Tourismus. Das Zusammenwirken beider Funktionsschwerpunkte zur wechselseitigen Stärkung ist ein wesentliches Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Eine wachsende gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung und damit Stärkung der Glauchauer Innenstadt, erfordert eine Vernetzung der Funktionen. Dafür gilt es, die Konzentration auf den Ausbau der Angebotsschwerpunkte im jeweiligen Funktionsbereich zu lenken. Attraktive Angebotsstrukturen erzeugen wechselseitige Frequenzen, von denen beide Bereiche profitieren sollten. Die räumliche Einordnung beider Bereiche und deren Verknüpfung am Markt bieten Ansatzpunkte für die Gestaltung attraktiver Wegebeziehungen.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und kennzeichnet durch unterschiedliche Farbgebung beide Funktionsbereiche.

Der Funktionsbereich Kultur / Tourismus erstreckt sich folglich im südlichen Teilbereich vom A-Zentrum, umschließt die beiden Schlösser, den Schlossplatz, bindet die Kirche St. Georgen und westlich schließlich das Stadttheater ein.

Zum Funktionsbereich Einzelhandel zählt der Markt mit seinen angrenzenden Straßenzügen, der Verlauf der Leipziger Straße als aktuelle Fußgängerzone und die dazu parallel liegenden Gebiete an der Hoffnung mit Entwicklungspotenzialen.

---

<sup>24</sup> vgl. INSEK Glauchau 2030+ Integriertes Stadtentwicklungskonzept, 2016

Abb. 15: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Historische Kernstadt



Bereits im Abschnitt 4.4.2 wurden die aktuellen Planungen für die ausgewiesenen Potenzialflächen an der Hoffnung erläutert. Die damit verbundenen Chancen für die Ansiedlung von wichtigen Magnetbetrieben sind jedoch nur dann für das gesamte A-Zentrum zweckdienlich, wenn die zu erwartende Kundenbindung in eine funktionale Vernetzung der innerstädtischen Geschäftslagen Markt – Leipziger Straße – Hoffnung mündet.

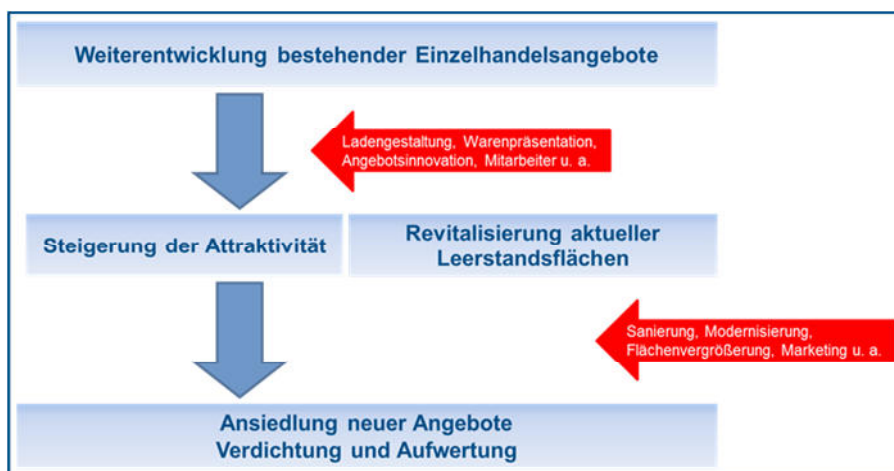
Funktionale Vernetzung bedeutet einerseits sicherlich die Schaffung attraktiver Wegebeziehungen, die Optimierung der inneren Erreichbarkeit in der Innenstadt. Auf die wesentlichen Themen zur fußläufigen Anbindung zwischen Leipziger Straße und Potenzialstandort an der Hoffnung und die Erarbeitung einer möglichst flexiblen Lösung zur Öffnung der Fußgängerzone sei noch einmal verwiesen (vgl. Abschnitte 4.4.1 und 4.4.2).

Funktionale Vernetzung bedeutet aber auch andererseits eine parallele Angebotsverdichtung und Attraktivitätssteigerung der Geschäftslagen am Markt (inkl. angrenzende Straßen) und insbesondere in der Leipziger Straße. Die Glauchauer Innenstadt verfügt in diesen Geschäftslagen über genügend Potenzialflächen im Bestand, die gegenwärtig zu Funktionsbrüchen führen, die jedoch im Rahmen einer weiteren Sanierung zu marktgerechten Geschäftsflächen ausgebaut werden können. Letztere sind eine zwingende Voraussetzung, um Magnetanbieter zukünftig gleichberechtigt in allen Geschäftslagen der Glauchauer Innenstadt anzusiedeln und eine einseitige Konzentration auf den Potenzialstandort an der Hoffnung zu vermeiden. Ein aktives Leerstandmanagement mit der Entwicklung von standortspezifischen Nutzungsoptionen wäre ein geeigneter Weg.

Die angestrebte Wechselwirkung der Funktionsschwerpunkte Einzelhandel und Kultur / Tourismus bietet der Innenstadt von Glauchau grundsätzlich gute Entwicklungschancen. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukünftigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext ist aber auch die ständige Weiterentwicklung bestehender Angebotskonzepte, sind eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden. Hier sei nochmals auf den Abschnitt 4.4.3 mit der Diskussion zum Spannungsfeld stationärer Handel vs. E-Commerce verwiesen. Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, der sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen.

Die Abbildung 16 führt die Aufgabenstellung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Historische Kernstadt in einer Übersicht zusammen:

**Abb. 16: Entwicklungsschwerpunkte für das A-Zentrum Historische Kernstadt**



Die Zusammenarbeit und Kooperation innerstädtischer Händler und Gewerbetreibenden ist eine notwendige Voraussetzung und ein geeignetes Instrumentarium, um den innerstädtischen Entwicklungsprozess weiter zu forcieren. Dies bedarf allerdings auch der aktiven Unterstützung durch die Eigentümer der Immobilien.

### 5.5.2. Nahversorgungszentrum Am Bürgerpark

Das Nahversorgungszentrum ist ein städtebaulich integriertes Zentrum mit stadtgebietsbezogener Versorgungsfunktion vorrangig östlich der Innenstadt, jedoch mit weitreichender Kundenbindung aus dem gesamten Stadtgebiet. Ziel ist eine konzentrierte, umfassende Grundversorgung vom täglichen Bedarf bis zu Nachfragesegmenten des autoorientierten Wochenbedarfs, ergänzt durch zentrenrelevante Angebote des mittel- bis langfristigen Bedarfs unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.

Die Sicherung einer möglichst wohnungsnahen und somit für weite Teile der Bevölkerung auch fußläufig erreichbaren Grundversorgung erfordert ein attraktives Zentrum, welches über ein quantitativ und qualitativ marktgängiges Angebot verfügt. In diesem Sinne bildet das Nahversorgungszentrum einen Lebensmittel-punkt in der Kernstadt und entspricht ebenfalls einem schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB).

Das Nahversorgungszentrum „Am Bürgerpark“ umfasst 6,1% der aktuellen Verkaufsflächen der Stadt Glauchau. Es befindet sich östlich der Glauchauer Innenstadt an der August-Bebel-Straße und wird durch die weiteren Straßenzüge Rudolf-Breitscheid-Straße, Dietrich-Bonhoeffer-Straße und Hermannstraße eingerahmt. Abbildung 17 kennzeichnet die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, eingebunden in die umliegende Wohnbebauung.

**Abb. 17: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Am Bürgerpark**



Kartengrundlage: Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE-Handelsberatung

Das Nahversorgungszentrum zeigt sich als einheitlich entwickelte Einzelhandelsagglomeration mit insgesamt neun Einzelhandelsanbietern und einem breitem Angebotsspektrum: Lebensmittelmarkt, Lebensmittelhandwerk, Apotheke, Bekleidung, Schuhe, Nonfood-Discounter, Blumen, Lottoshop, Handyshop, ergänzt durch Dienstleister (Frisör). Der Ankerbetrieb und Magnet am Standort ist der Vollsortimenter Edeka Simmel. Aktuell summiert sich die einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche auf ca. 2.690 m<sup>2</sup>, davon entfallen rd. 1.220 m<sup>2</sup> auf den Supermarkt. Insgesamt binden die Anbieter innerhalb des Zentrums einen Umsatz von ca. 9,2 Mio. €, dies sind ca. 7% des Glauchauer Einzelhandelsumsatzes.

Der aktuelle Branchenbesatz umfasst zu ca. 63% der Verkaufsfläche den kurzfristigen Bedarfsbereich. Im Sinne einer erweiterten Grundversorgung sind auch Anbieter aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ansässig. Die Angebotsstruktur des Nahversorgungszentrums bietet eine gute Basis zur Sicherung und zum Ausbau einer möglichst umfassenden Grundversorgung innerhalb der Kernstadt.

Die geringe Entfernung zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich Historische Kernstadt bedingt eine funktionale Abstimmung, wie sie bereits in der Differenzierung zwischen A- und C-Zentrum zum Ausdruck kommt. Der Verlauf der August-Bebel-Straße bildet zum einen die westliche Begrenzung des Nahversorgungszentrums, in 300 m Entfernung zugleich auch die nordöstliche Begrenzung des A-Zentrums.

Das A-Zentrum zielt auf eine Multifunktionalität aus Wohnen, Einzelhandel, Kultur, Gastronomie, Dienstleistungen und Verwaltung (vgl. Abschnitt 5.5.1), dem nachgeordnet ist das Nahversorgungszentrum als konzentrierter Einzelhandelsstandort für eine umfassende Grundversorgung. Wie bereits dargelegt, konzentriert sich diese im Schwerpunkt auf Anbieter des täglichen Bedarfs (Lebensmittel und weitere kurzfristige Warengruppen), ergänzt durch zentrenrelevante Angebote des mittel- bis langfristigen Bedarfs, unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit. Der aktuelle Branchenbesatz entspricht dieser Funktionszuweisung und sollte zukünftig auch bei möglichen Betreiberwechseln in der Grundstruktur beibehalten werden.<sup>25</sup>

### 5.5.3. Integrierte Nahversorgungslagen

Nahversorgungslagen dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen und / oder wohnortnahen Nahversorgung im Stadtgebiet Glauchau zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche. Sie zeichnen sich durch eine wohngebietsintegrierte Lage aus, beschränken sich in ihrer Funktion auf die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs.

Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Glauchau wird ihre funktionale Bedeutung für die Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind definiert als Standorte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern, ergänzt mit Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) im Eingangsbereich. Eine zusätzliche Standortagglomeration mit kleinteiligen Fachgeschäften im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich und / oder Dienstleistern ist im Einzelfall möglich, vorausgesetzt, dass die Agglomeration keine über den unmittelbaren Nahversorgungsbereich wirkende Standortattraktivität mit nachfolgenden, negativen Wettbewerbseffekten auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf benachbarte Nahversorgungslagen nach sich zieht.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung und Ausstattung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante Nahversorgungspotenzial abzustimmen. In diesem Kontext bedürfen Erweiterungen der vorhandenen Nahversorgungslagen stets des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).

<sup>25</sup> Für das Nahversorgungszentrum gilt der vorhabenbezogene Bebauungsplan 2-31 „Einkaufszentrum Simmel“ in der Fassung der ersten Änderung vom Februar 2007, dessen Festsetzungen sind mit den Zielvorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abzugleichen.

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

### **Nahversorgungslage Schlachthofstraße**

Die Nahversorgungslage befindet sich im nordöstlichen Stadtgebiet, am Kreuzungsbereich Schlachthofstraße / Heinrich-Heine-Straße und ist dem Bestandsgebäude mit der postalischen Anschrift Heinrich-Heine-Straße 3 zugeordnet.

Schwerpunktmäßig werden Versorgungsfunktionen für Wohngebiete zwischen der Talstraße und der Kopernikusstraße übernommen. Das unmittelbare Umfeld ist weiterhin durch Mischnutzungen, u.a. Grundschule, Feuerwehr, Kfz-Zulassungsstelle und Freiflächen an der Schlachthofstraße geprägt. Dennoch wohnen annähernd 3.000 Einwohner im fußläufigen Umfeld (vgl. Abschnitt 5.4).

Der Standort besteht aktuell aus dem Lebensmittel-Discounter Netto Marken-Discount zuzüglich einer Bäckerfiliale, zusammen mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup>. Für eine potenzielle Erweiterung mit nahversorgungsrelevanten Fachgeschäften bestehen genügend räumliche Entwicklungsperspektiven.

### **Nahversorgungslage Goetheweg**

Die Nahversorgungslage befindet sich südlich der Glauchauer Innenstadt am Kreuzungsbereich Wettiner Straße / Goetheweg, zugeordnet dem Bestandsgebäude mit der postalischen Anschrift Goetheweg 30A.

Die Nahversorgungsfunktion für die südlichen Stadtgebiete der Kernstadt einschließlich der angrenzenden peripheren Ortsteile Rothenbach, Albertsthal, Wernsdorf wird in Wechselwirkung mit der nahegelegenen Nahversorgungslage Schönburgstraße (Entfernung ca. 220 m Luftlinie) wahrgenommen. Das weitere Umfeld besteht fast ausschließlich aus Wohngebieten, in diesem Sinne handelt es sich um eine im besten Sinne wohngebietsintegrierte Nahversorgungslage mit ca. 3.880 Einwohnern bereits im fußläufigen Umfeld (vgl. Abschnitt 5.4).

Der Standort ist aktuell durch einen Lebensmitteldiscounter ALDI mit einer Verkaufsfläche von ca. 950 m<sup>2</sup> besetzt, weitere Anbieter am Standort sind nicht vertreten. Auch perspektivisch ist keine weitere Ansiedlung von ergänzenden, nahversorgungsrelevanten Anbietern zu erwarten. Die räumlichen Entwicklungsperspektiven sind durch den Bestand ausgelastet.

### **Nahversorgungslage Schönburgstraße**

Die Nahversorgungslage befindet sich ebenfalls im südlichen Stadtgebiet, ca. 220 m Luftlinie von der Nahversorgungslage Goetheweg entfernt, zugeordnet zum Bestandsgebäude mit der postalischen Anschrift Schönburgstraße 40.

Analog zur oben beschriebenen Nahversorgungslage Goetheweg zielt sie auf das gleiche Einzugsgebiet, die südlichen Stadtgebiete der Kernstadt sowie die angrenzenden Ortsteile Rothenbach, Albertsthal, Wernsdorf. Zusammen decken die beiden benachbarten Nahversorgungslagen die südliche Kernstadt hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit sehr gut ab. Durch die unmittelbar im Wohngebiet integrierte Lage weist die Nahversorgungslage mit ca. 4.720 Einwohnern eine ausgesprochen hohe Einwohnerzahl im fußläufigen Umkreis (600 m) auf (vgl. Abschnitt 5.4).

Der aktuelle Anbieterbesatz umfasst einen Lebensmittel-Discounter (Netto Marken-Discount) sowie eine Bäckerfiliale (Bäckerei Clauß). Insgesamt sind rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche am Standort verortet. Auch perspektivisch ist keine weitere Ansiedlung von ergänzenden, nahversorgungsrelevanten Anbietern zu erwarten.

### **Nahversorgungslage Leipziger Platz**

Der Standort der Nahversorgungslage befindet sich nördlich der Glauchauer Innenstadt, gelegen unmittelbar am Kreisverkehr des Leipziger Platzes. Das Bestandsgebäude unterliegt der postalischen Anschrift Hans-Lorenz-Straße 1.

Aktueller Besitz ist ein Lebensmitteldiscounter Lidl mit ca. 1.340 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Unmittelbar angrenzend zum Parkplatz der Nahversorgungslage bestehen weitere Flächen für ergänzende nahversorgungsrelevante Fachgeschäfte.

Die Versorgungsfunktion erstreckt sich auf die nördliche Kernstadt mit weitergehender Ausstrahlung in die Ortsteile Jerisau und teilweise auch Lipprandis und Reinholdshain. Im fußläufigen Umfeld leben ca. 2.770 Einwohner (vgl. Abschnitt 5.4).

### **Nahversorgungslage Lampertstraße**

Die Nahversorgungslage Lampertstraße befindet sich am nordwestlichen Rand der Kernstadt, unmittelbar am innerörtlichen Verlauf der Bundesstraße B175 und deren Kreuzungsbereich mit der Meeraner Straße.

Sie ist Teil einer Einzelhandelsagglomeration, ausgewiesen als Nahversorgungslage wird jedoch ausschließlich der Gebäudekomplex mit dem Lebensmitteldiscounter Penny und dem im Eingangsbereich integrierten Lebensmittelhandwerk (Fleischer Richter, Bäcker Förster). Der Gebäudekomplex gehört zur postalischen Anschrift Lampertstraße 5. Ergänzt wird dieser durch einen benachbarten Getränkemarkt (Huster). In dieser Konstellation umschließt der nahversorgungsrelevante Einzelhandel eine Gesamtverkaufsfläche von derzeit ca. 885 m<sup>2</sup>. Im fußläufigen Umfeld leben ca. 1.380 Einwohner (vgl. Abschnitt 5.4).

Der weitere, am Standort ansässige Einzelhandel wird ausdrücklich nicht in die Funktionszuweisung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufgenommen und ist zukünftig als sonstiger Standort lediglich mit Bestandsschutz einzustufen. Hierzu zählen ein Sonderpostenmarkt Thomas Philipps, ein Fachmarkt Matratzen aktuell, ein Schuh-Fachgeschäft Schuh AS, ein Textildiscounter KIK sowie ein Nonfood-Discounter TEDI. Diese Anbieter gehören zum Grundstück Lampertstraße 3.

### **Nahversorgungslage Niederlungwitz**

Der Standort der Nahversorgungslage befindet sich im Ortsteil Niederlungwitz, dem größten Ortsteil von Glauchau mit aktuell 2.505 Einwohnern.

Die Nahversorgungslage liegt unmittelbar an der Hauptstraße, der maßgeblichen Verkehrsachse im Ortsteil, eingebunden in der Funktion sind in diesem Fall die beiden benachbarten Gebäudekomplexe mit den postalischen Anschriften Am Dorfanger 5 und Am Dorfanger 8.

Das Umfeld Am Dorfanger ist als einheitliches, neues Zentrum mit diversen Ladenlokalen und dem Sitz der Ortschaftsverwaltung entwickelt. Die eingebundenen Ladenlokale sind jedoch von zahlreichem Leerstand betroffen. Für die Nahversorgung des Ortsteiles ist der Erhalt der ausgewiesenen Nahversorgungslage entscheidend, diese ist derzeit durch einen kleineren Supermarkt EDEKA und einen Getränkemarkt (Donat) besetzt, zusammen mit lediglich 370 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Abgrenzung der Nahversorgungslage mit den benachbarten Grundstücken sichert potenzielle räumliche Entwicklungsperspektiven.

Die Versorgungsfunktion zielt auf den gesamten Ortsteil, von besonderer Bedeutung für die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das unmittelbar angrenzende Wohngebiet an der Louis-Lejeune-Straße. Aufgrund der Ortsteillage und der langgestreckten Siedlungsstruktur von Niederlungwitz leben im fußläufigen 600 m-Umkreis lediglich ca. 1.330 Einwohner.

#### 5.5.4. Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes und somit der Zentralität der Stadt Glauchau beitragen. Diese Funktionsbestimmung prägt maßgeblich die Entwicklungsperspektiven der Ergänzungsstandorte. Folgende Prämissen sind für die Konzepte und Entwicklung der Ergänzungsstandorte maßgeblich:

- Die Weiterentwicklung der Ergänzungsstandorte ist im Hinblick auf die Stärkung zentralörtlicher Funktionen der Stadt Glauchau grundsätzlich möglich. Vorrangig sollen die Ergänzungsstandorte der Ansiedlung bzw. Weiterentwicklung von nicht zentrenprägenden Einzelhandels Sortimenten vorbehalten bleiben. Generell ist eine Konzentration des nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels auf die Ergänzungsstandorte anzustreben.
- Entwicklungsspielräume bei zentrenrelevanten Sortimenten sind restriktiv, bezogen auf die Ergänzungsfunktion auszurichten und müssen sich der Priorität der zentralen Versorgungsbereiche und der wohngebietsintegrierten Nahversorgung unterordnen.

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten erfolgt über Festsetzungen in Bebauungsplänen. In der Stadt Glauchau bestehen zwei maßgebliche Ergänzungsstandorte mit jeweils definierten Funktionszuweisungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes.

Nachfolgend werden für die bestehenden Ergänzungsstandorte der Stadt Glauchau

- Ergänzungsstandort Waldenburger Straße,
- Ergänzungsstandort Grenayer Straße.

der aktuelle Anbieterbesatz, Standortlage, räumliche Abgrenzung und die Funktionseinbindung in das Einzelhandelskonzept skizziert.

##### **Ergänzungsstandort Waldenburger Straße**

Der Ergänzungsstandort Waldenburger Straße liegt am nördlichen Stadtrand von Glauchau, unmittelbar an der Autobahnauffahrt Glauchau-Ost. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt etwa 2,5 km. Der Standort verfügt über eine ausgezeichnete örtliche und regionale Erreichbarkeit, die Waldenburger Straße führt direkt ins Stadtzentrum, die genannte Autobahnauffahrt verknüpft die Bundesstraße B175 mit der Autobahn BAB4.

##### Aktuelle Nutzung 2017 und Versorgungsfunktion innerhalb des Glauchauer Zentren- und Standortkonzeptes:

Der Ergänzungsstandort verfügt aktuell über 16 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 8.780 m<sup>2</sup>. Damit umschließt der Standort 20% der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Glauchau und bindet einen vergleichbaren Anteil von 21% des Glauchauer Einzelhandelsumsatzes.

Flächengrößte Magnetanbieter sind ein Elektrofachmarkt MEDIMAX mit rd. 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie ein Verbrauchermarkt (Kaufland) mit ca. 5.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der kurzfristige Bedarfsbereich mit über 50% Verkaufsflächenanteil sowie das Elektrosortiment mit ca. 15% Verkaufsflächenanteil bilden folglich auch die Warengruppenschwerpunkte dieses Standortes. Darüber hinaus sind auch Bekleidungsanbieter



(AWG, Apache Jeans, Mister & Lady Jeans), ein Fachmarkt Dänisches Bettenlager, weitere Fachgeschäfte und auch Dienstleister (Reisebüro, Schlüsseldienst, Reinigung) ansässig.

Der Ergänzungsstandort übernimmt gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen. Der Standort ist wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Stadt Glauchau. Auch zukünftig soll sich der Standort auf Nachfragesegmente konzentrieren, die von den zentralen Versorgungsbereichen nicht übernommen werden können. Hierzu zählen Segmente der fachmarktorientierten Nachfrage und des autoorientierten Wochenbedarfs, gebunden durch den Verbrauchermarkt.

Auch perspektivisch soll der Ergänzungsstandort Waldenburger Straße überwiegend für großflächige Fachmarktstrukturen gesichert werden, wobei der Schwerpunkt einer zukünftigen Weiterentwicklung auf nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten liegen soll.

Die räumlichen Entwicklungsperspektiven bleiben auch zukünftig auf die aktuellen Baugrenzen beschränkt, eine Erweiterung auf Nachbargrundstücke oder in Richtung des vorgelagerten Parkplatzbereiches wird ausgeschlossen. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die aktuelle und zukünftige Abgrenzung als Ergänzungsstandort im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, eingebunden ist der Gebäudekomplex einschließlich der Anbindung für den Lieferverkehr.

**Abb. 18: Ergänzungsstandort Waldenburger Straße**



Kartengrundlage: Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE-Handelsberatung

### Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:

Der Ergänzungsstandort ist eingebunden in den Geltungsbereich des Bebauungsplanes Industriegelände Glauchau Nordwest in der Fassung der 11. Änderung, rechtskräftig seit April 2008.

Der Ergänzungsstandort ist als Sondergebiet großflächiger Einzelhandel ausgewiesen, die Sondergebietsausweisung geht über oben dargestellte Abgrenzung als Ergänzungsstandort hinaus und schließt auch die Parkflächen mit ein.

Die Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen innerhalb dieses Sondergebietes wird durch den Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 1 vom Januar 1991 geregelt. Zulässig ist demnach ein Geschäftszentrum mit bis zu 3.500 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche, weitere 2.000 m<sup>2</sup> Non-Food-Verkaufsfläche und ca. 4.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Möbel / Teppich, Gardinen, Tapeten, Bodenbeläge und Elektro.

Die aktuelle Angebotsstruktur des Standortes entspricht nicht mehr den Vorgaben des Vorhaben- und Erschließungsplanes, insbesondere ist eine Verschiebung in Richtung der benannten Non-Food-Verkaufsflächen, bei deutlich geringerem Branchenumfeld Wohnen und Einrichten, zu konstatieren.

Erforderlich ist eine neue planungsrechtliche Absicherung des Ergänzungsstandortes entsprechend der Funktionszuweisung im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Hierfür sind folgende Empfehlungen zu berücksichtigen:

- Ausweisung von Baugrenzen innerhalb des Sondergebietes,
- Ersatz der gebietsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen für einzelne Branchen bzw. Branchengruppen durch betriebsformspezifische Vorgaben,
- Begrenzung der zentrenrelevanten Einzelhandels auf den aktuellen Bestand,
- einzelne Festsetzungen zum Verbrauchermarkt und den Fachmärkten ( derzeit: MEDIMAX, AWG, Dänisches Bettenlager) und Begrenzung eines Mall-Bereiches für kleinteiliger Fachgeschäfte / Konzeptionäre / Dienstleister mit dem aktuellen Bestand als Obergrenze,
- alternative Zulässigkeit von nicht-zentrenrelevanten Fachmärkten.

Mit den Festsetzungen sollen zum einen die vorrangige Entwicklung des Innenstadtzentrums und zum anderen auch der Fachmarktstandort als Träger regionaler Versorgungsfunktionen gesichert werden.

### **Ergänzungsstandort Grenayer Straße**

Der Ergänzungsstandort liegt am westlichen Stadtrand im Ortsteil Schönbörnchen, unmittelbar am Verlauf der Bundesstraße B175, welche als Anbindung in Richtung Oberzentrum Zwickau fungiert. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt ca. 4 km (Straßenverlauf).

### Aktuelle Nutzung 2017 und Versorgungsfunktion innerhalb des Glauchauer Zentren- und Standortkonzeptes:

Der Ergänzungsstandort ist als Fachmarktstandort mit Komplementärnutzungen zur Innenstadt gekennzeichnet. Neben dem Verbrauchermarkt und weiteren kurzfristigen Angeboten ist vor allem auf das Branchenumfeld Bauen und Wohnen zu verweisen, mit einem Heimtex-Fachmarkt (Hammer), einem Matratzenmarkt (Matratzen-Concord) und einem derzeit leerstehenden Baumarkt. Letzterer ist perspektivisch wieder mit einem Bau- oder Möbelmarkt nach zu nutzen, um diesen angestrebten Branchenschwerpunkt mittel- bis langfristig zu erhalten.

Unter weiteren, zentrenrelevanten Anbietern ist besonders auf den Bekleidungs- und Schuhfachhandel zu verweisen (Jeans Live, Mayer's Marken Schuhe).

Bei Nachbelegung der Baumarktfläche kann sich der Ergänzungsstandort wieder zum flächengrößten Einzelhandelsstandort der Stadt Glauchau entwickeln, aktuell verfügt er über ca. 8.800 m<sup>2</sup> aktive Verkaufsfläche.

Aufgrund seiner Angebotsausrichtung, Größendimensionierung und der Lagegunst entwickelt der Ergänzungsstandort Grenayer Straße als Fachmarktzentrum eine eigenständige Attraktivität sowie gesamtstädtische und regionale Ausstrahlungskraft.

Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Abgrenzung und Verkehrsanbindung des Ergänzungsstandortes.

**Abb. 19: Ergänzungsstandort Grenayer Straße**



Kartengrundlage: Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE-Handelsberatung

Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:

Für den Ergänzungsstandort gilt der Bebauungsplan Auesiedlung I der Stadt Glauchau, in Kraft getreten im Januar 1993. Der Gebäudekomplex – zugleich die Abgrenzung als Ergänzungsstandort – ist als sonstiges Sondergebiet gemäß § 11 BauNVO ausgewiesen, die umliegenden Flächen (einschließlich der Parkflächen) sind mehrheitlich Gewerbegebiete gemäß § 8 BauNVO.

Die Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung für das Sondergebiet beinhalten gebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen für Food- und Nonfood-Sortimente, für kleinere Läden (Shops) sowie explizit für einen Bau- und Gartenmarkt und einen Möbelmarkt. Die Festsetzungen sind im Detail nicht mehr auf die aktuelle Angebotsstruktur übertragbar, hervorzuheben ist jedoch, dass die Obergrenze von maximal 6.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente auch durch die aktuelle Angebotsstruktur ausgeschöpft ist.<sup>26</sup>

Der Bebauungsplan ist auf die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes und unter Berücksichtigung der Bestandsstrukturen anzupassen. Hierfür gelten folgende Empfehlungen:

- Festsetzung des Lebensmitteldiscounters und des Verbrauchermarktes mit den aktuellen Flächen-dimensionierungen,
- Beibehaltung als Baumarktstandort und Aufnahme des Heimtex-Fachmarktes,
- Beibehaltung der Obergrenze von maximal 6.000 m<sup>2</sup> für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente – jedoch einzeln festgesetzt für Verbrauchermarkt, Discounter, Schuhfachmarkt, Bekleidungs-fachmarkt,
- Konzessionärsflächen im Verbrauchermarkt mit maximal 150 m<sup>2</sup> (angelehnt an aktuellen Bestand),
- alternative Nutzungen ausschließlich im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich.

---

<sup>26</sup> Der Bebauungsplan erlaubt zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente im Rahmen der Festsetzungen für 1.500 m<sup>2</sup> Foodbedarf, 1.000 m<sup>2</sup> Läden (Shops) und 3.500 m<sup>2</sup> Nonfood-Bedarf. Der aktuelle Besatz an zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten gemäß der Glauchauer Liste (vgl. abschnitt 5.6.3) summiert sich auf ca. 6.350 m<sup>2</sup>.

## 5.6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

### 5.6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

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

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

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

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

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

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

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

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

Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auszurichten.

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

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

## 5.6.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Nachbarschaftsladen Glauchau“

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfolgt das grundlegende Ziel, durch gezielte Steuerung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebote mittels einer städtebaulich begründeten Zentren- und Standortstruktur die zentralen Versorgungsbereiche, vor allem die Glauchauer Innenstadt, sowie die verbraucher-nahe und wohngebietsintegrierte Grundversorgung zu schützen und weiter zu entwickeln. Gemäß § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB kann *„für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) [...] zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Absatz 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden.“*<sup>27</sup>

Der vollständige Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur kann jedoch in Einzelfunktionen auch der verbrauchernahen Grundversorgung entgegenstehen. Erforderlich ist eine Feingliederung der zu steuernden Einzelhandelsbetriebe. Gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO<sup>28</sup> besteht die Möglichkeit, einzelne Unterarten von Nutzungen mit planerischen Festsetzungen zu erfassen, falls sich hierfür besondere städtebauliche Gründe ergeben. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts des Landes Sachsen-Anhalt vom 21.09.2016 liegen besondere städtebauliche Gründe vor, wenn

*„... es spezielle Gründe gerade für die gegenüber Absatz 5 [Anmerkung: § 1 Abs. 5 BauNVO] noch feinere Ausdifferenzierung der zulässigen Nutzungen geben muss [...]. Gegenstand einer solchen Festsetzung können bestimmte Anlagentypen sein. Hiernach kann die Zulässigkeit auch nach der Größe der Anlagen, wie etwa der Verkaufs- oder der Geschossfläche von Handelsbetrieben, unterschiedlich geregelt werden. Den Anforderungen des § 1 Abs. 9 BauNVO entspricht eine solche Planung allerdings nur, wenn durch die Größenangabe bestimmte Arten von baulichen oder sonstigen Anlagen zutreffend gekennzeichnet werden.[...] Vielmehr muss die Gemeinde darlegen, warum Betriebe unter bzw. über den von ihr festgesetzten Größen generell oder doch jedenfalls unter Berücksichtigung der besonderen örtlichen Verhältnisse einem bestimmten Anlagentyp entsprechen. [...] Die Planungsfreiheit der Gemeinden ist dadurch begrenzt, dass sich die Differenzierungen auf bestimmte Anlagentypen beziehen müssen, die es in der sozialen und ökonomischen Realität bereits gibt“*<sup>29</sup>

Ein derartiger Anlagentyp kann ein ortsspezifischer Nachbarschaftsladen, im vorliegenden Fall der **Nachbarschaftsladen Glauchau**, sein.

Ziel einer eigenständigen Steuerung zur ausnahmsweisen Zulässigkeit des Nachbarschaftsladen Glauchau ist dessen ergänzende Funktion einer verbrauchernahen Grundversorgung im Wohnumfeld, im Gegensatz zur Steuerung strukturprägender Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten und gesamtstädtischer Ausstrahlung, welche letztlich gezielt zur Stärkung zentraler Versorgungsbereiche gelenkt werden sollen.

Größendimensionierung und Versorgungsfunktion des Nachbarschaftsladens Glauchau bedingen sich gegenseitig und sind in dieser Wechselwirkung ein typisches Charakteristika als ortsspezifischer Anlagentyp. Die kleinteiligen Fachgeschäfte unterstützen jeweils in Teilbereichen eine wohnungsnahe Grundversorgung,

<sup>27</sup> vgl. BauGB § 9 Abs. 2a

<sup>28</sup> vgl. BauNVO § 1 Abs. 5 und Abs. 9

<sup>29</sup> vgl. Urteil Oberverwaltungsgericht des Landes Sachsen-Anhalt, Aktenzeichen 2K 113/14, vom 21.09.2016

tatsächlich nur auf das unmittelbare Wohnumfeld ausgerichtet.<sup>30</sup> Ihre Größendimensionierung ordnet sich sowohl in die gesamtstädtischen Angebotsstrukturen ein, spiegelt sich aber auch in der begrenzten Flächenstruktur der häufigen Geschäftsunterlagerungen in Wohn- und Geschäftshäusern wider.

**Tab. 12: Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Nachbarschaftsläden Glauchau aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur**

	Betriebe < 100 m <sup>2</sup>		Betriebe ≥ 100 m <sup>2</sup>		davon mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment	
	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	157	<b>71%</b>	65	<b>29%</b>	45	<b>20%</b>
A-Zentrum Historische Kernstadt	69	<b>84%</b>	13	<b>16%</b>	13	<b>16%</b>
Nahversorgungszentrum	5	<b>56%</b>	4	<b>44%</b>	4	<b>44%</b>
Nahversorgungslagen	4	<b>33%</b>	8	<b>67%</b>	8	<b>67%</b>
Ergänzungsstandorte	13	<b>48%</b>	14	<b>52%</b>	11	<b>41%</b>
sonstige Standorte	66	<b>72%</b>	26	<b>28%</b>	9	<b>10%</b>

Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis der Analyse zum Einzelhandelsbesatz im August 2017

Die deutliche Mehrzahl der Glauchauer Einzelhandelsbetriebe erweist sich als eher kleinstrukturierte Fachgeschäfte, eine deutliche Trennlinie zeichnet sich bei einer Größendimensionierung von 100 m<sup>2</sup> ab. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 m<sup>2</sup> sind als tatsächlich überwiegend und flächendeckend existierende Betriebe einzuschätzen. Diese Betriebe finden sich gesamtstädtisch sowohl in der angestrebten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten. Insgesamt 71% aller Einzelhandelsbetriebe sind dieser Größendimensionierung zuzuordnen. Diese überwiegende Präsenz gilt sowohl für den Innenstadtbereich als auch für die Solitär- und Streulagen. Im A-Zentrum Historische Kernstadt gehören dazu sogar 84% aller Einzelhandelsbetriebe, an den sonstigen Standorten beträgt deren Anteil 73%. Lediglich an den planungsrechtlich geregelten Ergänzungsstandorten, in den Nahversorgungslagen (Standorte von Lebensmittelmärkten) oder innerhalb der einheitlich entwickelten Agglomeration des Nahversorgungszentrums ist deren Präsenz erwartungsgemäß geringer.

Lediglich 29% aller Einzelhandelsbetriebe (65 Einzelhandelsbetriebe zum Stand August 2017) in Glauchau verfügen über eine Verkaufsfläche ab 100 m<sup>2</sup>. Noch ausgeprägter stellt sich die Flächenstruktur im innerstädtischen A-Zentrum dar: 16% aller Anbieter (13 der insgesamt 82 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe zum Stand August 2017) verfügen nur über Verkaufsflächen ab 100 m<sup>2</sup>. Einzelanbieter ab 100 m<sup>2</sup> können folglich für die Stadt Glauchau bereits als strukturprägende Anbieter fungieren, sind also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen. Dies gilt natürlich explizit für zentrenrelevante Sortimente. Diese größeren Anbieter (ab 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sind in der Innenstadt überwiegend, in den weiteren, gemäß vorliegendem Einzelhandelskonzept abgegrenzten Zentren- und Standortstrukturen fast ausschließlich dem zentrenrelevanten Sortimentsspektrum zuzuordnen. An den sonstigen Standorten führen diese Betriebe dagegen überwiegend nicht-zentrenrelevante Warengruppen, lediglich 9 Betriebe sind als zentrenrelevant einzustufen.

Hier wird bereits in der Bestandsstruktur ein Vorteil der Glauchauer Angebotsstrukturen sichtbar, die größten und strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind weitestgehend in die städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortstruktur eingebunden.

<sup>30</sup> Beispiele sind u.a.: Bäcker oder Fleischer im Wohngebiet, Apotheke im Ärztehaus, aber auch Textil- oder Schuhfachgeschäfte mit höherer Sortimentsbreite bei geringerer Sortimentstiefe



Dagegen ist der kleine Nachbarschaftsladen Glauchau eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Glauchau. Vom Nachbarschaftsladen Glauchau gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.

Der Nachbarschaftsladen Glauchau ist zusammenfassend wie folgt charakterisiert:

- Gesamtstädtisch anzufinden an städtebaulich integrierten Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld,
- Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 100 m<sup>2</sup> abgestimmt auf die Versorgungsfunktion und die typischen Verkaufsraumstrukturen im Wohnumfeld,
- traditionell als Funktionsunterlagerung in Wohn- und Geschäftshäusern – untersetzt Funktion und Größendimensionierung,
- breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Schuhreparaturen),
- zielt auf eine verbrauchernahe Grundversorgung ab, im Sinne einer erweiterten Grundversorgung auch im mittelfristigen Bedarfsbereich (keine Spezialgeschäfte),
- unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld,
- keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Glauchau,
- unterstützt die Abstimmung der städtebaulichen Ziele eines Zentrumschutzes und der verbraucher-nahen Grundversorgung.

### 5.6.3. Definition der „Glauchauer Liste“ der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese zukünftig vorrangig in den zentralen Versorgungsbereich Historische Kernstadt Glauchau einzubinden, bzw. dessen Entwicklungschancen nicht durch weitergehende Entwicklungen an anderen Standorten zu gefährden.

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

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche die standortspezifisch im Innenstadtzentrum auch umsetzbar sind, bleiben diesem auch vorbehalten. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung in Glauchau existenziell wichtig. Es sei noch einmal die Präferenz zentraler Versorgungsbereiche gegenüber der Entwicklung von Ergänzungsstandorten hervorgehoben. Dies zielt auf einen Abbau von Entwicklungsdefiziten der Innenstadt, auf eine stärkere Konzentration anstatt Zergliederung von Einzelhandelslagen und auf die Sicherung der Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

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

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

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

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

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des

Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Glauchau folgende Sortimentszuordnung:

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

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkefachmarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Eine derartige Zulässigkeit sollte ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit begrenzt werden. Eine Ansiedlung von Getränkemärkten ist in der Regel an den Nahversorgungsstrukturen (Nahversorgungszentrum oder angebunden an Nahversorgungsanlagen) auszurichten.

### **Tiernahrung / Zooartikel**

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf" werden gegenwärtig in Glauchau fast ausschließlich in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt. Heimtierfachhandel ist in Glauchau derzeit nicht ansässig.

Da die Sortimente der Heimtiernahrung folglich außerhalb von Versorgungszentren vorgehalten werden und für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine geringe Bedeutung haben, werden diese als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Für die Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ wird die Einstufung als zentrenrelevant empfohlen, um potenzielle Entwicklungschancen gezielt in die Zentren zu lenken.

### **Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie**

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden von Drogerien, kleinerem Fachhandel sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

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

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

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

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

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz und werden in Glauchau verstärkt von Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten. Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten folglich als zentrenrelevant zu bewerten, Zeitschriften und Zeitungen zudem als nahversorgungsrelevant.

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

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.). Gerade in diesen Warengruppen ist die Präferenz innerstädtischer Entwicklungschancen von besonderer Bedeutung. Verwiesen wird auf die sortimentspezifischen Entwicklungschancen des A-Zentrums Historische Kernstadt Glauchau.

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

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten.

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

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

Seit Schließung des ehemaligen Baumarktes im Ergänzungsstandort Grenayer Straße sind diese Angebote verstärkt in dezentralen Solitärlagen vertreten, verwiesen sei auf den Sonderpreis-Baumarkt in der Auestraße oder diverse Küchenstudios. Die Fachmärkte Hammer und Dänisches Bettenlager sind in den Ergänzungsstandorten eingebunden. Eine zukünftige Ansiedlung von Anbietern in diesem Branchenspektrum ist gemäß den Funktionszuweisungen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gezielt auf die Ergänzungsstandorte zu lenken.

Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die innerstädtischen Einkaufslagen deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

### **Gartenbedarf**

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

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

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

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Glauchau zwar flächenmäßig überwiegend an dezentralen Standorten, auf Fachgeschäftsebene aber auch in zentralen Versorgungsbereichen angeboten, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz. Der Fachhandel mit hochwertigen Heimtextilien und Tischwäsche, auch in Verbindung mit Dienstleistungen, zählt zu den innerstädtischen Entwicklungsperspektiven.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind überwiegend mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

### **Fahrräder und –zubehör**

Das Sortiment wird zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Diese Einstufung erfolgt aufgrund der ortsspezifischen Angebotssituation und aktueller Marktentwicklungen im Fahrradeinzelhandel.

Die Entwicklung bei Fahrradangebotskonzepten verläuft sehr differenziert. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den kleinteiligen Fachgeschäften als ausgeprägte, serviceorientierte Unternehmen und den großflächigen Fachmärkten, die die gesamte Bandbreite eines vielfältigen Sortimentsspektrums abbilden. Letztere sind in zentralen Lagen von Glauchau schwer umsetzbar.

Die aktuelle Angebotssituation in Glauchau bestätigt diese allgemeine Aussage zur Standortentwicklung. Der maßgebliche Verkaufsflächenbesatz für Fahrräder befindet sich in Solitärlage im Ortsteil Albertsthal.

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

„Glauchauer Liste“

zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

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

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

## 5.7. Handlungsleitsätze zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

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

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf die Weiterentwicklung der Innenstadt von Glauchau.

Mit dem folgenden Handlungsleitfaden wird das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Die Leitsätze bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der „Glauchauer Liste“ zur Festlegung zentrenrelevanter Sortimente wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet.

Der abgesteckte Rahmen für Einzelfallentscheidungen sichert einerseits die notwendige Flexibilität andererseits bleibt der Fokus auf die gesamtstädtische Entwicklung gerichtet.

Die jeweiligen Leitsätze geben auch bestehenden Einzelhandelsbetrieben und ansiedlungsinteressierten Anbietern eine Orientierung und gewährleisten die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit.

### **Leitsatz 1 – Priorität der Innenstadtentwicklung:**

**Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb lokaler und regionaler Einzelhandelsstandorte. Die Ausweisung einer Potenzialfläche zur Ansiedlung innerstädtischer Magnetbetriebe, zusätzlich zu den Bestandsflächen, soll der Weiterentwicklung der Innenstadt dienen. Dafür ist es notwendig, dass konzeptionelle Empfehlungen zur funktionalen Anbindung der Erweiterungsfläche berücksichtigt werden.**

Die Glauchauer Innenstadt entwickelt in der Zusammenführung und Wechselwirkung von Einzelhandel, touristischen Angeboten, einschließlich kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten und Gastronomie ein eigenständiges Profil. Durch die Ausweisung von Funktionsschwerpunkten soll gezielt auf die jeweiligen Stärken der innerstädtischen Lagen gelenkt werden. Die Funktionsvielfalt sichert die Attraktivität in der Innenstadt und trägt zu deren weiteren Ausbau bei.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist eine Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den Funktionsschwerpunkt Einzelhandel anzustreben. Die bestehende Gebäudesubstanz sowie auch vorhandene Lücken in der Bebauung bieten neben der explizit ausgewiesenen Potenzialfläche zahlreiche, weitere Entwicklungspotenziale. Auch Nebenlagen können sich entwickeln, sofern eine komplementäre Anbieterstruktur herausgebildet werden kann.

Die Funktionsbündelung soll der Schaffung von Erlebnisbereichen dienen. Diese sind die Basis, um gezielt Kundenströme in das Innenstadtzentrum zu lenken, um somit die Entwicklungschancen der Glauchauer Innenstadt nachhaltig zu sichern. In diesem Kontext ist eine Ansiedlung von Magnetbetrieben in allen Geschäftslagen (Markt, Leipziger Straße, Hoffnung) für die funktionale Verknüpfung und gemeinsame Außenwirkung unumgänglich, welche letztlich auf die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, auf die regionale Ausstrahlung der Glauchauer Innenstadt und damit auf deren Zukunftsfähigkeit zielt.

**Leitsatz 2 – Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen auf zentrale Versorgungsbereiche:**

**Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind den zentralen Versorgungsbereichen, vorrangig dem A-Zentrum Historische Kernstadt Glauchau und in abgestufter Ausprägung dem Nahversorgungszentrum vorbehalten.**

Die ortsspezifische „Glauchauer Liste“ (vgl. Definition der zentren- nahversorgungsrelevanten Sortimente) ist ein wesentliches Instrument zur städtebaulich verträglichen Entwicklung des Einzelhandels.

In der Regel sollten Betriebe mit zentrenrelevanten Umsatzschwerpunkten nur auf zentrale Versorgungsbereiche beschränkt werden, wobei das nachrangig gegliederte Nahversorgungszentrum auch nur funktionsgerechte Größenordnungen aufweisen sollen. Die vorrangige Konzentration gebührt dem innerstädtischen A-Zentrum mit dem Funktionsschwerpunkt Einzelhandel.

Im Nahversorgungszentrum tragen neben nahversorgungsrelevanten Anbietern auch zusätzliche zentrenrelevante Anbieter, letztere dimensioniert unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit, zu einer umfassenden, qualifizierten Grundversorgung bei.

Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potenziellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB). Für städtebaulich ungeeignete Standorte werden planungsrechtliche Instrumentarien eingesetzt, um nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um somit die Erhaltung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, zu sichern.

**Leitsatz 3 – Zulässigkeit von Glauchauer Nachbarschaftsläden:**

**Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von über 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt sowie Nahversorgungszentren), der Nahversorgungslagen und den planungsrechtlichen Festsetzungen für Ergänzungsstandorte ist folglich nur zulässig, wenn diese dem Betriebs- und Anlagentyp eines „Nachbarschaftsladens Glauchau“ zuzuordnen sind.**

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Glauchau. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 m<sup>2</sup> sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Nachbarschaftsläden Glauchau“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Glauchau. Vom Nachbarschaftsladen Glauchau gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.



#### **Leitsatz 4 – Sicherung der Nahversorgung:**

**Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Glauchauer Nahversorgungsstruktur wird im Schwerpunkt durch ein Nahversorgungszentrum und die integrierten Nahversorgungsanlagen getragen. Diese Standorte sichern eine möglichst flächendeckende, fußläufig erreichbare Nahversorgung in Glauchau. Die Angebotsstrukturen sind vorrangig auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten. In Ortsteilen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungsanlagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.**

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

Die definierten Nahversorgungsstandorte zielen auf eine umfassende Grundversorgung in ihrem Stadtgebiet. Mit der Aufnahme zusätzlicher Nahversorgungsanlagen, nachrangig zum Nahversorgungszentrum, in das Einzelhandelskonzept wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung klar definiert. Nahversorgungsanlagen sind Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, denen auch Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich zugehörig sein können. Die Größendimensionierung orientiert sich an den standortspezifischen Versorgungsfunktionen. Eine Ergänzung durch Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.

Kleinteilige Nahversorgungslösungen sind Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Lebensmittel, ausgerichtet auf das unmittelbare Wohnumfeld. Ihre Größendimensionierung ist auf eine wirtschaftliche Tragfähigkeit abgestimmt, sie kann auch über den Anlagentyp des „Nachbarschaftsladens Glauchau“ hinausgehen. Sie sind in diesem Sinne vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Convenience Stores.

#### **Leitsatz 5 - Planungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte:**

**In den bestehenden Ergänzungsstandorten werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert. Die jeweiligen planungsrechtlichen Festsetzungen sind an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auszurichten.**

Gesamtstädtische und mittelzentrale Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Glauchau, ergänzend zum Innenstadtzentrum, vom Ergänzungsstandort „Waldenburger Straße“ und vom Ergänzungsstandort „Grenayer Straße“ wahrgenommen. Diese konzentrieren sich auf Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels und Fachmarktansiedlungen, letztere perspektivisch stärker im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich.

Eine Weiterentwicklung der Ergänzungsstandorte ist vor dem Hintergrund der Stärkung zentralörtlicher Funktionen der Stadt Glauchau grundsätzlich möglich. Entwicklungsspielräume müssen sich jedoch der Priorität der zentralen Versorgungsbereiche und der wohngebietsintegrierten Nahversorgung unterordnen. Folglich sind Entwicklungen an den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels stets in ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und ausgewiesene Nahversorgungsstandorte zu prüfen.

**Leitsatz 6 - Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes begrenzen:**

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

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

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Leitsatz 3 (Glauchauer Nachbarschaftsläden).

oder

- Die Anbieter sind als kleinteilige Nahversorgungslösungen (=Lebensmittel-Fachgeschäfte mit Wohngebietsbezug) zu charakterisieren, gemäß Leitsatz 4.

oder

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Glauchauer Liste“ zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf die Größe des Glauchauer Nachbarschaftsladens begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbe- reiche verbunden ist.

- Ausnahmsweise zulässig sind Tankstellenshops.

- Ausnahmsweise zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichem Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Glauchauer Liste“) führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

**Leitsatz 7 - Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:**

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

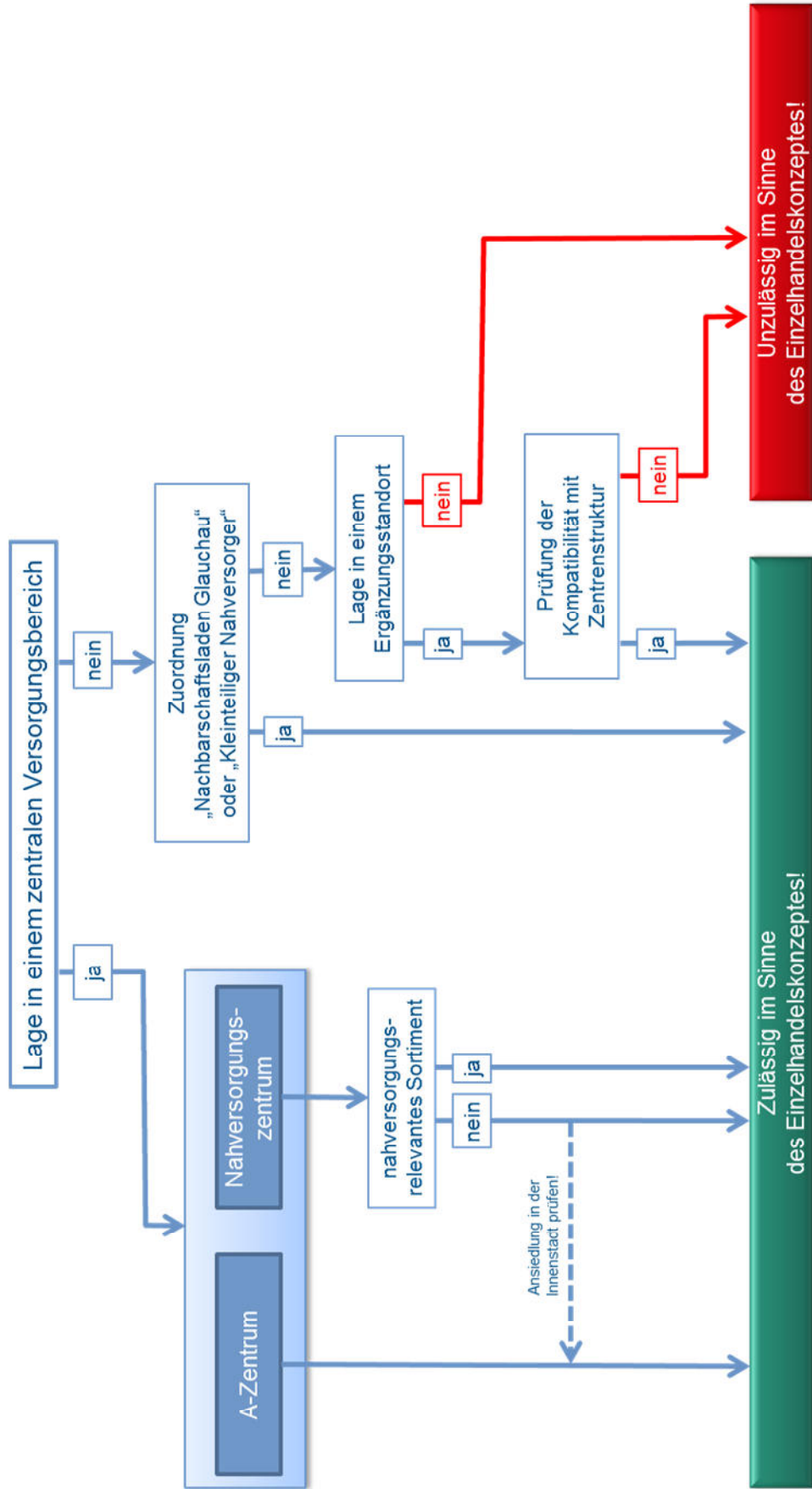
**Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.**

## 5.8. Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment

Die nachfolgende Matrix soll eine Grundlage für eine zukünftige Vereinfachung und beschleunigte Verfahrensweise zur Beurteilung formeller Planungsschritte ermöglichen. Vorauszuschicken ist, dass es sich um eine erste Bewertung von neuen Planvorhaben im Hinblick auf die Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept, dessen Zielen und Handlungsleitsätzen handelt. Die Lage und Dimensionierung neuer Vorhaben bzw. Erweiterungsplanungen bestimmen jeweils die Bedeutung und deren stadtgebietsbezogene Wirkungen. Diese anhand der vorgegeben Matrix grundlegend zu bestimmen und damit auch die weitere Verfahrensweise festzulegen, ist Aufgabe und Ziel des Prüfschemas.

Eine ausnahmsweise Zulässigkeit gemäß Leitsatz 6 ist einzelfallbezogen zu entscheiden.

Abb. 20: Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment



## BBE Handelsberatung GmbH

i.V.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Silvia Horn'.

Dr. Silvia Horn

i.V.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'U. Kollatz'.

Dr. Ulrich Kollatz

## **6. Verzeichnis der Anlagen**

Zentrenpass A-Zentrum - Historische Kernstadt Glauchau

Zentrenpass C-Zentrum - Nahversorgungszentrum Am Bürgerpark



Quelle: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, Earthstar Geographics, CNES/Airbus DS, USDA, USGS, AEK

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

## A-Zentrum - Historische Kernstadt Glauchau

**Lage:** Die Historische Kernstadt erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung, folgt im Wesentlichen der Leipziger Straße und der parallel verlaufenden Straße Hoffnung über den Markt und bindet südlich die kulturellen Zentren mit den beiden Schlösser Forderglauchau und Hinterglauchau sowie dem Stadttheater ein. Die westliche Abgrenzung bildet der Mühlgabensteig, die östliche Abgrenzung wird von den Achse Goetheweg und Dr.-Walter-Hüttel-Straße gebildet.

**Versorgungsfunktion:** Multifunktionaler Lebensraum mit verschiedenen Schwerpunktbereichen – Einzelhandelsbesatz mit umfassender und vielfältiger Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen.

**Einzugsgebiet:** Gesamtstädtisches und regionales Einzugsgebiet – regionale Ausstrahlung in Wechselwirkung mit den peripheren Ergänzungsstandorten.

## Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Umfangreiche Sanierungsmaßnahmen der jüngeren Vergangenheit bilden eine gute Basis für ein attraktives Zentrum. Probleme der Altstadt zeichnen sich in vorrangig kleinteiligen Verkaufsflächen und funktionale Unterbrechungen ab. Das A-Zentrum umschließt die Funktionsschwerpunkte Einzelhandel und Kultur / Tourismus, deren angestrebte Wechselwirkung soll maßgeblich den multifunktionalen Charakter prägen.

Zum Funktionsschwerpunkt Einzelhandel gehören die Geschäftslagen Markt, Leipziger Straße und der Potenzialstandort Hoffnung. Weitere räumliche Entwicklungspotenziale resultieren aus dem Bestand, durch Schaffung marktgerechter Geschäftsflächen. Anzustreben ist eine Einzelhandelsverdichtung mit Magnetanbietern in allen Geschäftslagen und deren funktionale Vernetzung. Für die Leipziger Straße wird eine flexible Öffnung der Fußgängerzone und eine fußläufige Verbindung zum Potenzialstandort Hoffnung angestrebt.

## Angebotsstruktur

(Stand August 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	385 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	395 m <sup>2</sup>
Blumen, Heimtier	60 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	320 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	1.345 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	295 m <sup>2</sup>
Heimwerkerbedarf	110 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	70 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	260 m <sup>2</sup>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	865 m <sup>2</sup>
Elektrowaren	105 m <sup>2</sup>
UE, Kommunikation, PC	155 m <sup>2</sup>
Foto / Optik	240 m <sup>2</sup>
Uhren / Schmuck	90 m <sup>2</sup>
sonstiges	160 m <sup>2</sup>

Lage im Stadtgebiet Glauchau



Kartengrundlage: Nexija GmbH, 2012, Tom-Tom

### C-Zentrum – Nahversorgungszentrum Am Bürgerpark

**Lage:**

Das Nahversorgungszentrum befindet sich östlich der Glauchauer Innenstadt an der August-Bebel-Straße und wird durch die weiteren Straßenzüge Rudolf-Breitscheid-Straße, Dietrich-Bonhoeffer-Straße und Hermannstraße eingerahmt.

**Versorgungsfunktion:**

Einzelhandelsagglomeration für eine umfassende Grundversorgung im kurzfristigen und ergänzenden mittelfristigen Bereich. Der Schwerpunkt zielt auf den täglichen Bedarf (Lebensmittel und weitere kurzfristige Warengruppen), ergänzt durch zentrenrelevante Angebote des mittel- bis langfristigen Bedarfs.

**Einzugsgebiet:**

Funktionaler Schwerpunkt in der Kernstadt Glauchau, mit weitergehender, gesamtstädtischer Ausstrahlung.



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

**Angebotsstruktur**

(Stand August 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	1.150 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Körperpflege	245 m <sup>2</sup>
Blumen, Heimtier	35 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften, PBS	265 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Textilien	420 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	135 m <sup>2</sup>
Heimwerkerbedarf	90 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	30 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Fahrräder	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	230 m <sup>2</sup>
Elektronik	20 m <sup>2</sup>
UE, Kommunikation, PC	65 m <sup>2</sup>
Foto / Optik	
Uhren / Schmuck	
sonstiges	5 m <sup>2</sup>

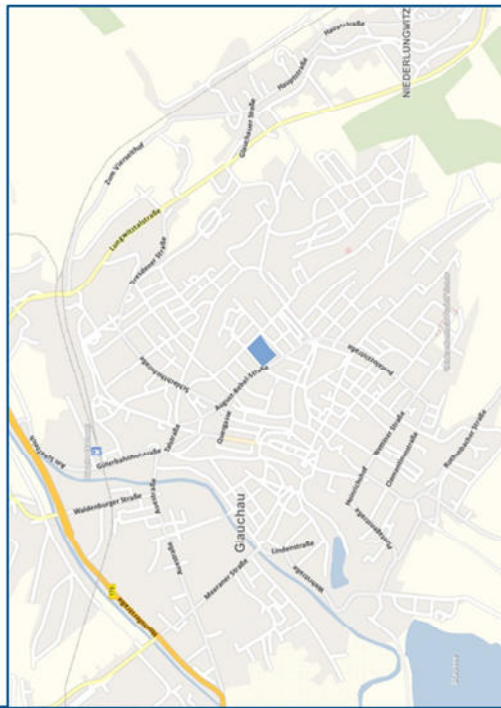
**Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:**

Das Nahversorgungszentrum zeigt sich als einheitlich entwickelte Einzelhandelsagglomeration mit insgesamt neun Einzelhandelsanbietern, Ankerbetrieb und Magnet am Standort ist der Vollsortimenter Edeka Simmel.

Die geringe Entfernung zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich Historische Kernstadt bedingt eine funktionale Abstimmung, das A-Zentrum zielt auf eine Multifunktionalität, dem nachgeordnet ist das Nahversorgungszentrum als konzentrierter Einzelhandelsstandort für eine umfassende Grundversorgung, dazu zählen auch mittel- bis langfristige Anbieter unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.

Der aktuelle Branchenbesatz entspricht der Funktionszuweisung und sollte zukünftig auch bei möglichen Betreiberwechseln in der Grundstruktur beibehalten werden.

Lage im Stadtgebiet Glauchau





## 7. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

Begriffsdefinitionen in Anlehnung an: Definitionssammlung zum Einzelhandelsmarkt der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (2014), Katalog E – Definitionen zu Einzelhandel und Distribution des Instituts für Handelsforschung der Universität Köln (2006).

### DIY:

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

### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

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

### Einzelhandelsrelevante Zentralität:

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

### Ergänzungsstandort:

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

### Fachmarkt:

- Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche (beispielsweise Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder einer bestimmten Bedarfsgruppe (beispielsweise Sportfachmarkt, Bau-

markt). Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten.

- Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt.
- Fachmarktkonzepte finden sich in nahezu allen Sortimentsbereichen, so im Bau- und Heimwerker-, Getränke-, Drogerie-, Elektro-, Bekleidung, Schuh-, Sport, Baby-, Heim-tier- und Zoo-, Baby-, Zoo-, Büro-, Garten-, Spielwaren-, Möbel-, Küchen-, Raumausstattung- und Kfz-Zubehörmarkt. Finden sich mehrere Fachmärkte in räumlicher Nähe zueinander, liegt entweder ein Fachmarktzentrum oder eine Fachmarkt-Agglomeration vor.

**GPK:**

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

**Großflächiger Einzelhandel**

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

**Kaufkraftbindung:**

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

**Kernsortiment / Randsortiment:**

- Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.

- Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Wichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10% der Gesamtverkaufsfläche).

#### **Lebensmitteldiscounter:**

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

#### **Mantelbevölkerung**

- Der Begriff „Mantelbevölkerung“ beschreibt die Mindestbevölkerung im Einzugsbereich eines Einzelhandelsstandortes oder eines zentralen Versorgungsbereiches, für welche Versorgungsfunktionen übernommen werden und die zur wirtschaftlichen Sicherung des Versorgungsstandortes notwendig sind. .

#### **Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:**

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

#### **Nahversorgungslage:**

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

### **Nahversorgungszentrum:**

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

### **SB-Markt:**

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

### **SB-Warenhaus:**

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

### **Sortiment, nahversorgungsrelevantes:**

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

### **Sortiment, zentrenrelevant:**

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und

nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

- Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.
- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

#### **Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:**

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

#### **Stadtteilzentrum:**

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

#### **Supermarkt:**

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

**Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):**

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

**Verkaufsfläche:**

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

**Verkausflächenausstattung je Einwohner:**

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

**Zentraler Versorgungsbereich:**

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