

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzeption für die Stadt Radeberg (1. Fortschreibung)

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Radeberg
Markt 17-19
01454 Radeberg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: +49 361 77 80 660

Fax: +49 361 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	4
2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel	7
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite	7
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite	11
3. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Einzelhandel	16
4. Standortrahmendaten Radeberg	19
4.1. Geographische Lage / Erreichbarkeit / Siedlungsstruktur	19
4.2. Landesplanerische Einstufung	21
4.3. Soziodemographische Rahmendaten	22
4.4. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial	25
5. Einzelhandelsanalyse Radeberg	27
5.1. Einzelhandelsbestand.....	27
5.2. Räumliche Angebotsstruktur	30
5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	34
5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur	37
5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	37
5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Radeberg	39
5.5. Bindungsintensität des Radeberger Einzelhandels.....	42
5.6. Stärken-Schwächen-Analyse	45
6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Radeberg	46
6.1. Nachfrageprognose	46
6.2. Entwicklungsrahmen des Radeberger Einzelhandels	48
6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept	53
6.3.1. Vorbemerkung.....	53
6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept.....	54
6.3.3. Non-Food	59
6.3.4. Zusammenfassung	62
6.3.5. Potenzialflächen in der Altstadt.....	64
6.3.6. Potenzialflächen außerhalb der Altstadt	67
7. Zentrenkonzept Radeberg	71
7.1. Ziele des Zentrenkonzepts	71
7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	72
7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungslagen in Radeberg	75
7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche.....	75
7.3.2. Sonstige Versorgungslagen.....	78

7.4. Zentren- und Standortkonzept Radeberg	80
7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur	80
7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt	83
7.4.3. Potenzieller zentraler Versorgungsbereich Am Bahnhof	88
7.4.4. Sonderlage Badstraße	91
7.5. Sortimentskonzept Radeberg	94
7.5.1. Begriffsdefinition	94
7.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Radeberg	96
7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Radeberg	100
7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	104
8. Zusammenfassung	107

1. Einführung

Die Große Kreisstadt Radeberg verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009, das in der Vergangenheit für die **Einzelhandelsentwicklung der Stadt** zugrunde gelegt wurde.¹ In den letzten Jahren haben sich sowohl die nachfrage- als auch die angebotsseitigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel deutlich verändert. Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Anpassung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Die BBE Handelsberatung hat von der Stadtverwaltung Radeberg im Juni 2023 den Auftrag zur **Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption** erhalten. Das Ziel der Fortschreibung ist die Erarbeitung einer fachlich determinierten Grundlage für den weiteren planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Radeberg. Somit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf ausgerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen für die Einwohner der Stadt Radeberg und des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Der Einzelhandel nimmt als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklungsperspektiven von Radeberg. Der lokale Handel ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Radeberger Innenstadt, in Nahversorgungslagen und an einem dezentralen Handelsstandort geprägt. Folgende wesentliche **Ziele** gilt es bei der zu fortzuschreibenden Einzelhandelskonzeption zu berücksichtigen:

- Radeberg soll den Einwohnern der Stadt und des Umlandes ein breit gefächertes, ausgewogenes und attraktives Versorgungsangebot bereitstellen, um die landesplanerisch verankerte Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowohl für die Stadt selbst als auch für den Verflechtungsbereich langfristig zu erfüllen.
- Die Innenstadt von Radeberg soll als zentraler Einzelhandelsschwerpunkt gesichert und möglichst ausgebaut werden, um im interkommunalen Wettbewerb attraktiv und marktfähig zu bleiben. Dieser Bereich sollte als Angebotsschwerpunkt für sog. zentrenrelevante Sortimente gefestigt werden.
- Die Grundversorgungseinrichtungen sollen in integrierter Lage sowie fußläufig und möglichst mit dem ÖPNV erreichbar angesiedelt werden. Die Abdeckung der notwendigen Bedürfnisse des periodischen Nachfragebereichs soll für die Wohnbevölkerung engmaschig möglich und mit einem minimalen Zeit- und Kostenaufwand verbunden sein.

Bei der Fortschreibung des gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den erzielten Bindungsquoten des Radeberger Einzelhandels. Perspektivisch soll in Radeberg einzelhandelsseitig eine umfängliche Angebotspalette bereitgestellt werden, welche der Größe des mittelzentralen Versorgungsbereiches der Stadt entspricht. Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** werden die flächenseitigen Ansiedlungsspielräume für den lokalen Einzelhandel ermittelt, um eine Verbesserung sowohl bei der gesamt- als auch bei der überörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen. Hierbei werden auch die Ergebnisse einer Konsumentenbefragung und der Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden berücksichtigt.²

Bei der Bearbeitung der Einzelhandelskonzeption wird der Fokus auf die Radeberger Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstandorte gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche³, aber auch Nahversorgungslagen und Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen für Radeberg definiert

1 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg, Mai 2009.

2 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), vgl. BBE Handelsberatung, Befragung der Gewerbetreibenden der Stadt Radeberg (5. Oktober 2023).

3 Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich, der i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden kann, ist in dem Konzept in seiner räumlichen Ausdehnung eindeutig enthalten und dementsprechend für eine Übernahme in den Flächennutzungsplan geeignet.

(Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept).

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als strategische Arbeitsbasis für die weitere Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Radeberg in den nächsten Jahren dienen. Durch den Beschluss des Stadtrates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept und ist gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB im Rahmen der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen.

Folgende Abbildung stellt überblicksartig den Prozess bzw. die **wesentlichen Bearbeitungsschritte** der Radeberger Einzelhandelskonzeption dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Radeberg

Konsumentenbefragung	- Durchführung einer Online-Befragung zur Einschätzung und Bewertung des Radeberger Einzelhandels - Auswertung der retournierten Fragebögen (n=854) und Zusammenfassung der Ergebnisse in einem Bericht	Aug - Sep 2023
Befragung der Radeberger Gewebetreibenden	- Durchführung einer Online-Befragung zur Einschätzung des Radeberger Einzelhandels und zur Situation der örtlichen Gewerbetreibenden - Auswertung der retournierten Fragebögen (n=50) und Zusammenfassung der Ergebnisse in einem Bericht	Sep 2023
Angebotsanalyse	- Analyse, Aufbereitung und Bewertung sekundärstatistischer Standortrahmendaten - Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials - Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands - Analyse des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots, Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels	Sep - Okt 2023
Einzelhandelsentwicklungskonzept	- Kaufkraftprognose für das Jahr 2032 - Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des lokalen Einzelhandels in der nächsten Dekade - Ermittlung und Bewertung von Ansiedlungspotenzialen	Okt 2023
Zentrenkonzept	- Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung - Ausarbeitung des Zentrenkonzepts - Definition der einzelnen Versorgungslagen - Überprüfung der ortsspezifischen Sortimentsliste - Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung	Okt 2023
Präsentation/ öffentliche Diskussion/ Überarbeitung	- Präsentation des Konzeptes vor einer Arbeitsgruppe und innerhalb der Verwaltung sowie politischer Entscheidungsgremien - Offenlegung des Konzeptes - Einarbeitung/Abwägung der eingegangenen Stellungnahmen in das Konzept	Nov 2023 – Mai 2024
Beschlussfassung	- Beschlussfassung durch den Radeberger Stadtrat am 19.06.2024 (SR057-2024) - Änderung des Einzelhandelskonzepts, Korrektur des Nahversorgungskonzeptes auf Grund des Wegfalls eines Potenzialstandortes in der Schillerstraße, erneute Beschlussfassung durch den Radeberger Stadtrat am 29.01.2025 (SR001-2025)	Jun 2024 Jan 2025

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Im Rahmen der **Erarbeitung der 1. Fortschreibung der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption** wurde eine Arbeitsgruppe gebildet, bestehend aus Vertretern aller Fraktionen, des Gewerbevereins, von Händlern und der Stadtverwaltung. Es fanden 3 Arbeitsgruppensitzungen (19.12.2023, 09.01.2024, 14.05.2024) statt. Es wurden die Ergebnisse des Konzeptes umfänglich diskutiert und Änderungswünsche aufgenommen.

Darüber hinaus erfolgte die Vorstellung des Entwurfes (30.01.2024) vor politischen Gremien (Ortschaftsräte Liegau-Augustusbad, Großberkmannsdorf, Ullersdorf und Technischer Ausschuss).

Der Billigungsbeschluss zum Entwurf der 1. Fortschreibung der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption wurde in einer Sitzung des Stadtrates am 28.02.2024 (SR011-2024) gefasst, die öffentlich Auslegung des Entwurfs erfolgte vom 08.03.2024 bis einschließlich 30.03.2024; parallel hierzu wurde eine Beteiligung von Behörden /TÖB und Nachbargemeinden vorgenommen.

Die Vorstellung des Entwurfes der 1. Fortschreibung der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption der Öffentlichkeit wurde am 20.03.2024 vorgenommen.

Die Präsentation der Endfassung und der Abwägungsvorschläge vor politischen Gremien (Ortschaftsräte Liegau-Augustusbad, Großberkmannsdorf, Ullersdorf + Technischer Ausschuss) erfolgte am 14.05.2024.

Am 06.06.2024 fand eine zusätzliche Diskussionsrunde mit Vertretern des Stadtrates und der Arbeitsgruppe statt. Die Beschlussfassung des Konzeptes durch den Radeberger Stadtrat erfolgte am 19.06.2024 (SR057-2024).

Das Einzelhandelskonzept wurde in Folge im Dezember 2024 geändert, da ein wichtiger Potenzialstandort der Nahversorgung in der Schillerstraße für eine mögliche Nutzung durch einen Lebensmittelmarkt nicht mehr zur Verfügung steht.⁴ Es erfolgte eine erneute Beschlussfassung des geänderten Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat am 29.01.2025 (SR001-2025).

⁴ Das Grundstück FlSt. 1288/7 Gemarkung Radeberg, welches als potenzieller Nahversorgungsstandort dienen sollte, steht für diese zukünftige Entwicklung nicht mehr zur Verfügung.

2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite

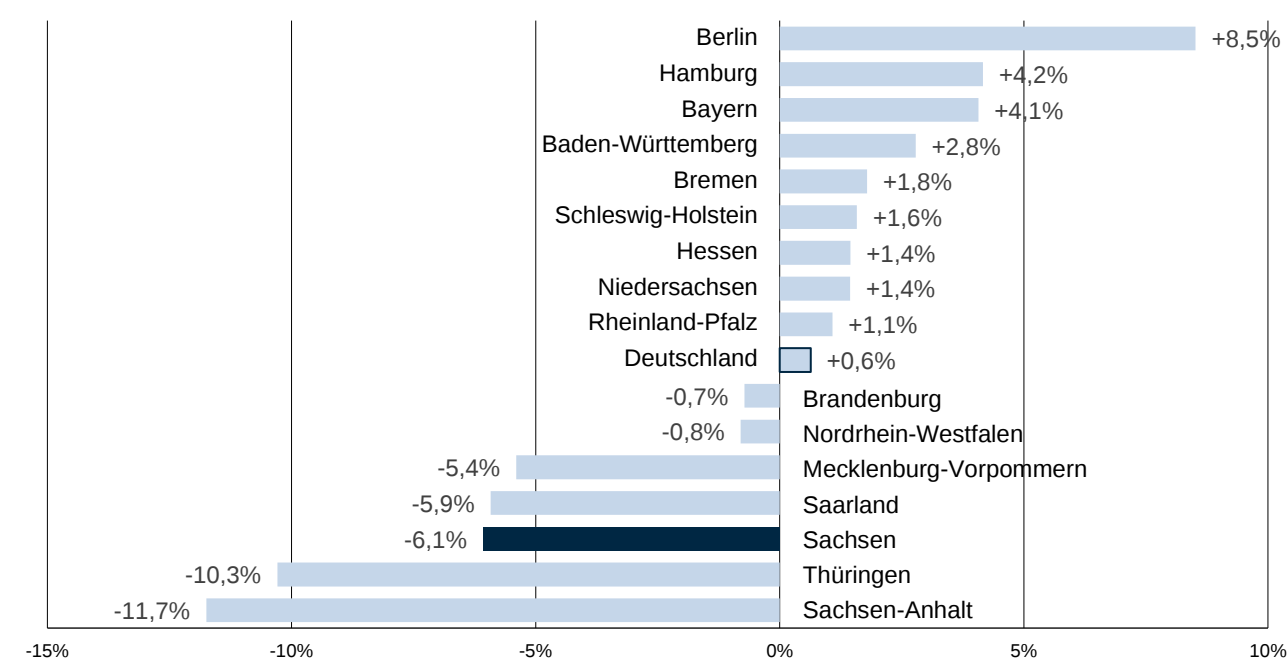
Der deutsche Einzelhandel wird maßgeblich von übergeordneten Entwicklungstrends beeinflusst. Die Nachfrageseite wird neben sozioökonomischen Faktoren vor allem durch die **demographische Entwicklung** bestimmt. Für die dem Einzelhandel zukünftig zufließenden Kaufkraftvolumina sind vor allem zwei Faktoren entscheidend: der langfristige Rückgang der Einwohnerzahl und die Alterung der Bevölkerung.

Die **Bevölkerung** in Deutschland ist in den letzten 10 Jahren um 4,8 % auf 84,4 Mio. Einwohner gestiegen, allerdings ist das Wachstum auf den Sondereffekt der verstärkten Zuwanderung zurückzuführen. Ferner ist die Bevölkerungsentwicklung räumlich differenziert verlaufen. Während Sachsen-Anhalt (-3,2 %), Thüringen (-2,0 %) und das Saarland (-0,2 %) Einwohnerverluste hinnehmen mussten, verzeichneten Berlin (+11,3 %), Hamburg (+9,1 %), Bayern (+6,8 %) oder Hessen (+6,2 %) deutliche Bevölkerungs- und damit auch Kaufkraftzuwächse. In Sachsen stieg die Einwohnerzahl geringfügig um 0,9 %.

Auf Basis der **prognostizierten Bevölkerungsentwicklung** ist bundesweit bis zum Jahr 2030 mit einem Einwohnerzuwachs von +1,0 % zu rechnen, bis zum Jahr 2040 soll die Bevölkerung um +0,6 % auf etwa 84,9 Mio. Einwohner anwachsen. Für das Jahr 2050 (rd. 84,0 Mio. Ew.) und die Folgejahre wird gegenüber dem heutigen Stand von einem Einwohnerminus ausgegangen.

Die **regionalen Unterschiede** bleiben auch bei der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung bestehen. Auf Grund der innerdeutschen Wanderungsbewegungen ist in den nächsten Jahren vor allem in Großstädten und im Süden mit einem Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht u.a. zu Lasten der östlichen, teilweise aber auch westlicher Gebiete der Republik. Auf Grund der regional unterschiedlich verlaufenden Entwicklung ist in allen ostdeutschen Flächenländern – so auch in Sachsen – mit einem Bevölkerungsrückgang und folglich mit einem rückläufigen Kaufkraftvolumen zu rechnen.

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2022 bis 2040



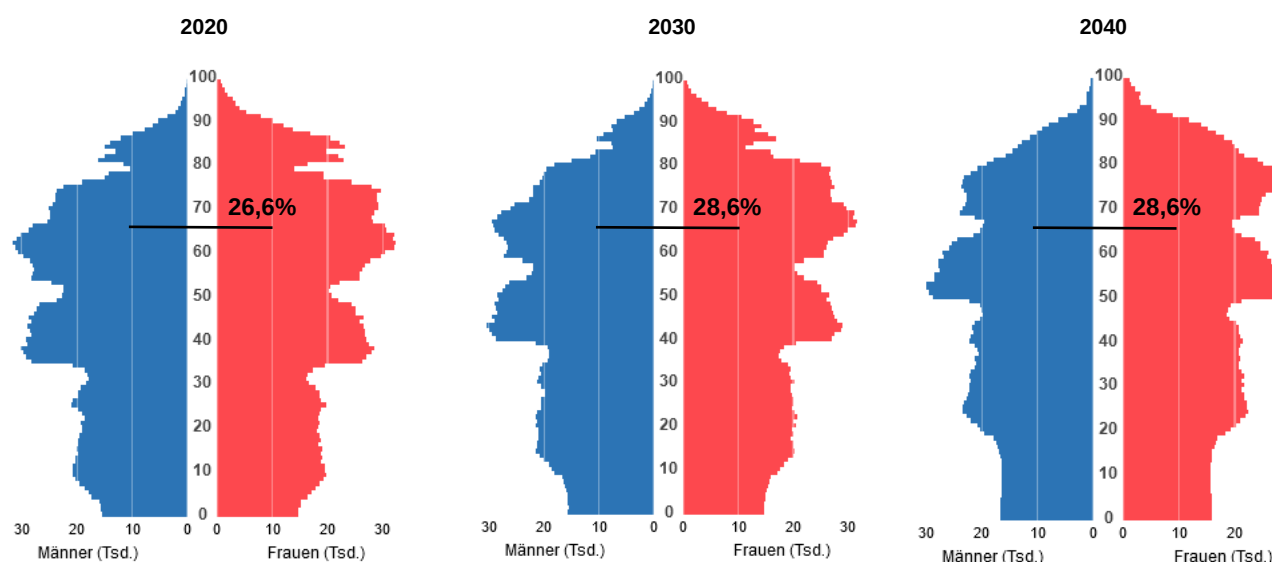
Quelle: Statistisches Bundesamt, 15. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2022), Variante 2 (Moderate Entwicklung der Geburtenhäufigkeit, der Lebenserwartung und des Wanderungssaldos)

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. der Bevölkerungspyramide. Die **Lebenserwartung** steigt innerhalb der Bevölkerung kontinuierlich an. Im Jahr 2040 wird die Lebenserwartung in Deutschland bei Männern 81,2 Jahre (2022: 78,3 Jahre) und bei Frauen 85,4 Jahre (2022: 83,1 Jahre) betragen und wird sich in den Folgejahren noch weiter erhöhen.⁵

Die längere Lebenserwartung spiegelt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung** wider, der in den nächsten Jahren weiter ansteigen wird und auf eine tendenzielle Überalterung hindeutet. Im Jahr 2040 werden ca. 27 % der Einwohner in Deutschland älter als 65 Jahre sein; aktuell liegt der Wert bei ca. 22 %.

Dieser Trend spiegelt sich verstärkt auch in der Bevölkerungsstruktur in Sachsen wider, da das Durchschnittsalter bereits heute mit 46,9 Jahren über dem Bundesdurchschnitt (44,6 Jahre) liegt und Sachsen – zusammen mit den anderen vier ostdeutschen Flächenländern – den höchsten Altersdurchschnitt in Deutschland aufweist.⁶ Im Jahr 2030 werden in Sachsen bereits knapp 29 % der Bevölkerung älter als 65 Jahre sein, dieser Wert liegt über dem Bundesdurchschnitt von rd. 25 %. Die Zahl der Personen im erwerbsfähigen Alter wird gegenüber dem heutigen Stand folglich weiter abnehmen.

Abbildung 3: Altersaufbau in Sachsen in den Jahren 2020 bis 2040



Quelle: Statistisches Bundesamt, 15. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2

Im Fazit bedeutet die vorstehend skizzierte demographische Entwicklung für den sächsischen Handel langfristig einen Kaufkraftrückgang durch Bevölkerungsverluste sowie eingetrübte Wachstumsaussichten der Branche durch Schrumpfung der konsumfreudigen Altersgruppen; darüber hinaus zeigt sich die Notwendigkeit der Umstellung des Einzelhandels auf die Bedürfnisse immer älter werdender Kunden.

Als dritte Komponente des demographischen Wandels – neben dem langfristigen Rückgang der Einwohnerzahl und die Alterung der Bevölkerung – gilt die **Zunahme kleinerer Haushalte**. Die durchschnittliche Haushaltsgröße hat sich in den letzten 20 Jahren von rd. 2,2 auf rd. 2,0 Personen je Haushalt⁷ vermindert. Die prognostizierte Haushaltsgröße schrumpft im Deutschlandtrend bis 2040⁸ weiter auf etwa 1,9 Personen je Haushalt, bedingt durch die Zunahme kleinerer Haushalte. Hierbei wird die Durchschnittsgröße in den ostdeutschen Flächenländern noch geringer ausfallen, da beispielsweise die Haushaltgröße in Sachsen bereits heute knapp unter 1,9 Personen je Haushalt rangiert.

⁵ Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittliche Lebenserwartung bis 2070 (Variante 2 – moderater Anstiege der Lebenserwartung).

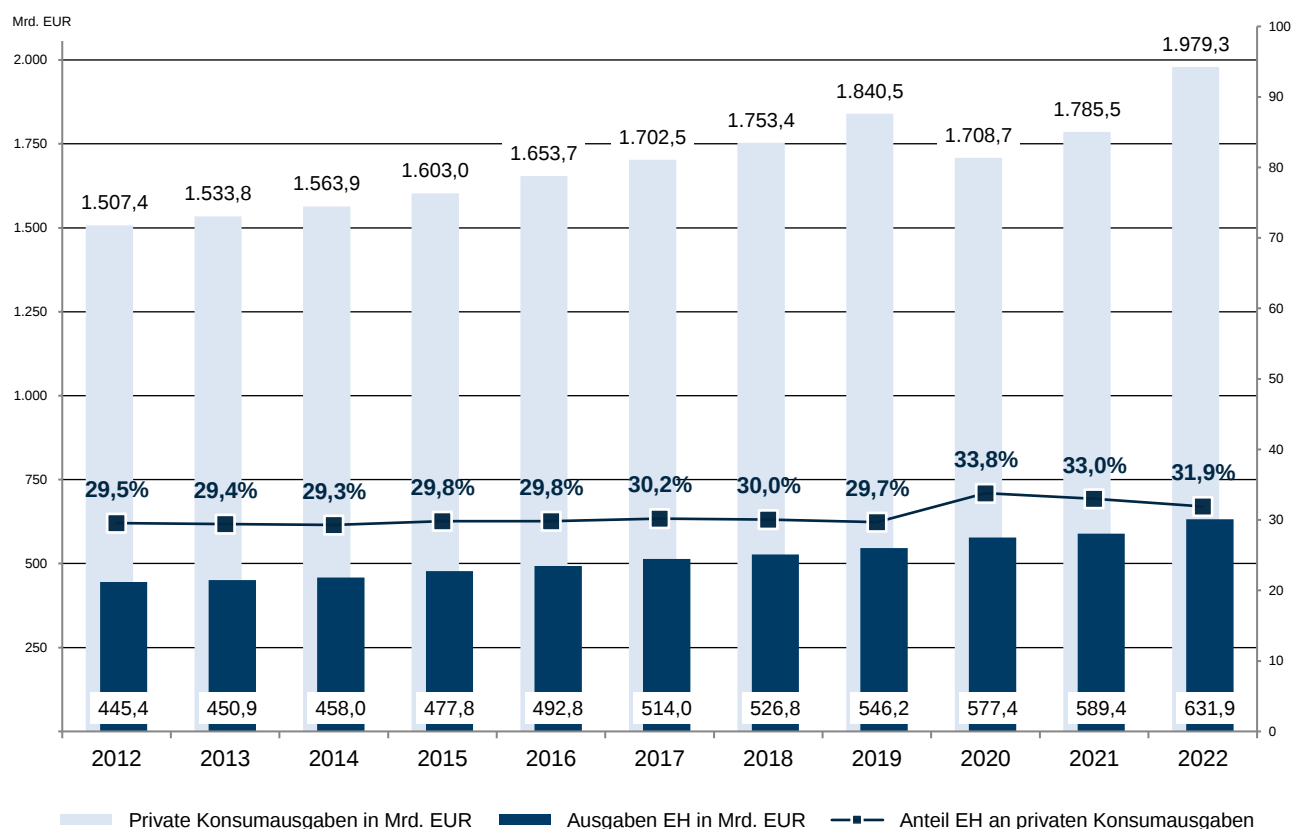
⁶ Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2021.

⁷ Quelle: MB-Research Nürnberg, Marktdaten 2002 / 2022.

⁸ Quelle: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Raumordnungsprognose 2040 (Haushaltprognose).

Für den Einzelhandel hat diese Entwicklung zunächst keine negativen Auswirkungen, da viele Anschaffungen grundsätzlich nicht pro Haushalt getätigt werden; im Gegenteil kann beispielsweise die Einrichtungsbranche von der zunehmenden Zahl an Haushalten auch profitieren. Allerdings nimmt durch die kleineren Haushaltsgrößen die Ungleichheit der Kundenstruktur – bestehend aus Singles, Familien und Rentnern – zu, wodurch die unterschiedlichen Ansprüche verschiedener Konsumentengruppen berücksichtigt werden müssen. Neben den zu erwartenden demographischen Entwicklungen ist weiterhin die Nachfrage der Bevölkerung nach Handelswaren von wesentlicher Relevanz. In den letzten Jahren ist in Deutschland ein nahezu **gleichbleibender Ausgabenanteil des Einzelhandels** an den privaten Konsumausgaben zu beobachten. Obwohl das verfügbare Einkommen und die Ausgaben im Handel stetig zugenommen haben – die Einzelhandelsumsätze sind seit dem Jahr 2012 (vor allem inflationsbedingt) um 41,9 % auf rd. 631,9 Mrd. EUR gestiegen – lag der Anteil des Handels an den Konsumausgaben relativ konstant bei etwa 30 % (ohne 2020/2021⁹).

Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2012 bis 2022



Quelle: Statista Hamburg, Private Konsumausgaben in Deutschland / Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland

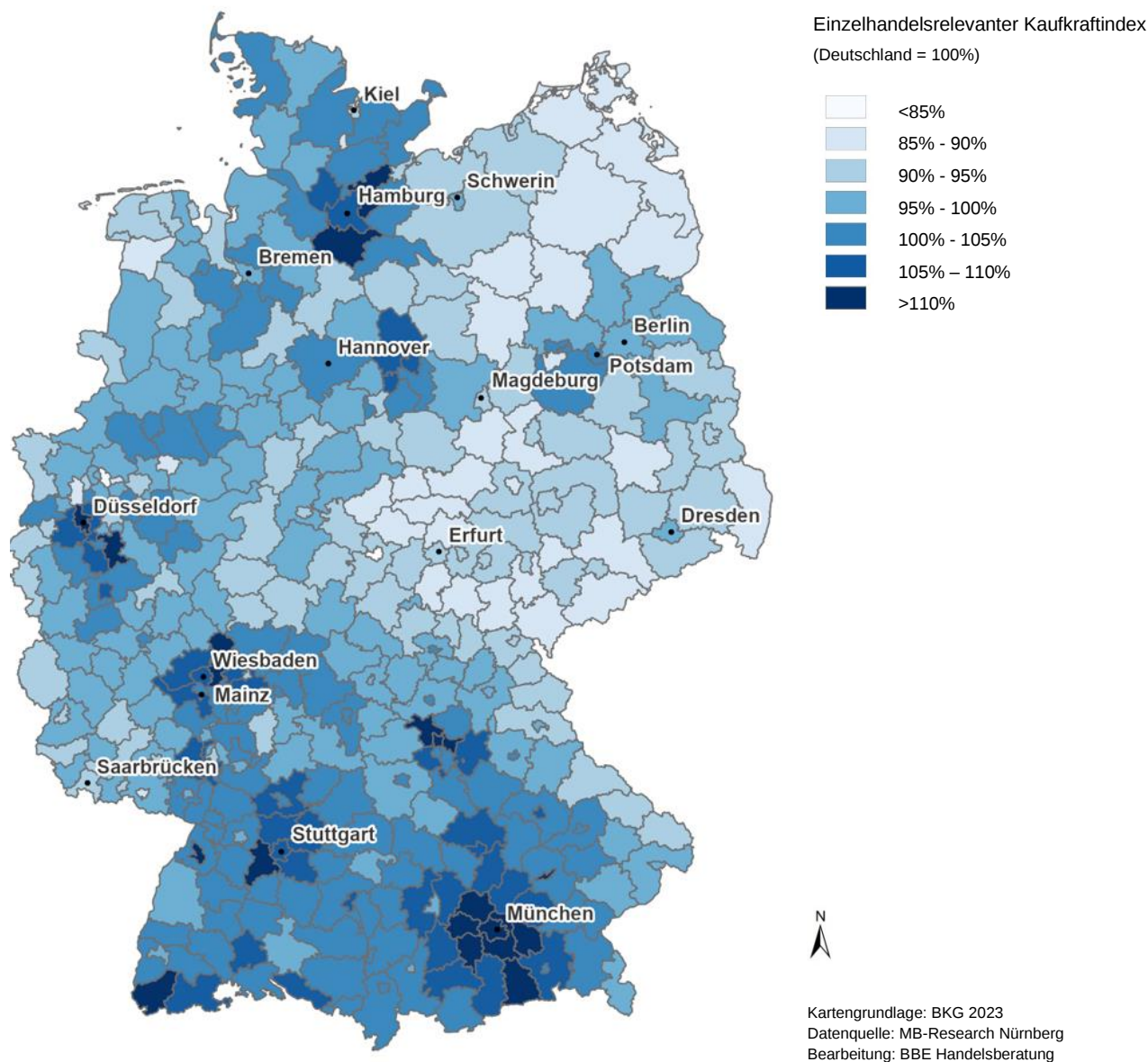
Der relativ gleichbleibende Anteil der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch ist in der zunehmend veränderten Mittelverwendung zu sehen, da hauptsächlich für die Bereiche Wohnen, Mobilität, Nachrichtenübermittlung, Energie/Wasser/Strom/Brennstoffe und für übrige Verwendungszwecke (z.B. Gesundheits- und Altersvorsorge, Reisen) tendenziell mehr Geld ausgegeben wird.

Eine weitere Determinante, die nachfrageseitig für den Einzelhandel eine äußerst wichtige Rolle spielt, stellt die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** dar. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Dabei werden nur die Einkommensbestandteile berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

9 Im Jahr 2020 und auch 2021 wurden pandemiebedingt die privaten Konsumausgaben – der Einzelhandel (inkl. Online-Handel) war hiervon ausgenommen – seitens der Verbraucher deutlich zurückgefahren.

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2023 für die Bundesrepublik auf Landkreisebene dargestellt; dabei gibt der Kaufkraftindex von 100 % den Bundesdurchschnitt an. Im Vergleich der einzelnen Landkreise wird sichtbar, dass innerhalb von Deutschland deutliche regionale Disparitäten bestehen.

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland auf Landkreisebene (2023)



Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁰ liegt im Freistaat Sachsen bei 91,4 %, so dass dem Einzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0 %) ein geringeres Nachfragepotenzial je Einwohner zur Verfügung steht und dementsprechend geringere Entwicklungschancen für den Handel bestehen. Dies gilt auch für den Landkreis Bautzen mit einer Kaufkraftkennziffer von 90,3 %.

¹⁰ Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2023.

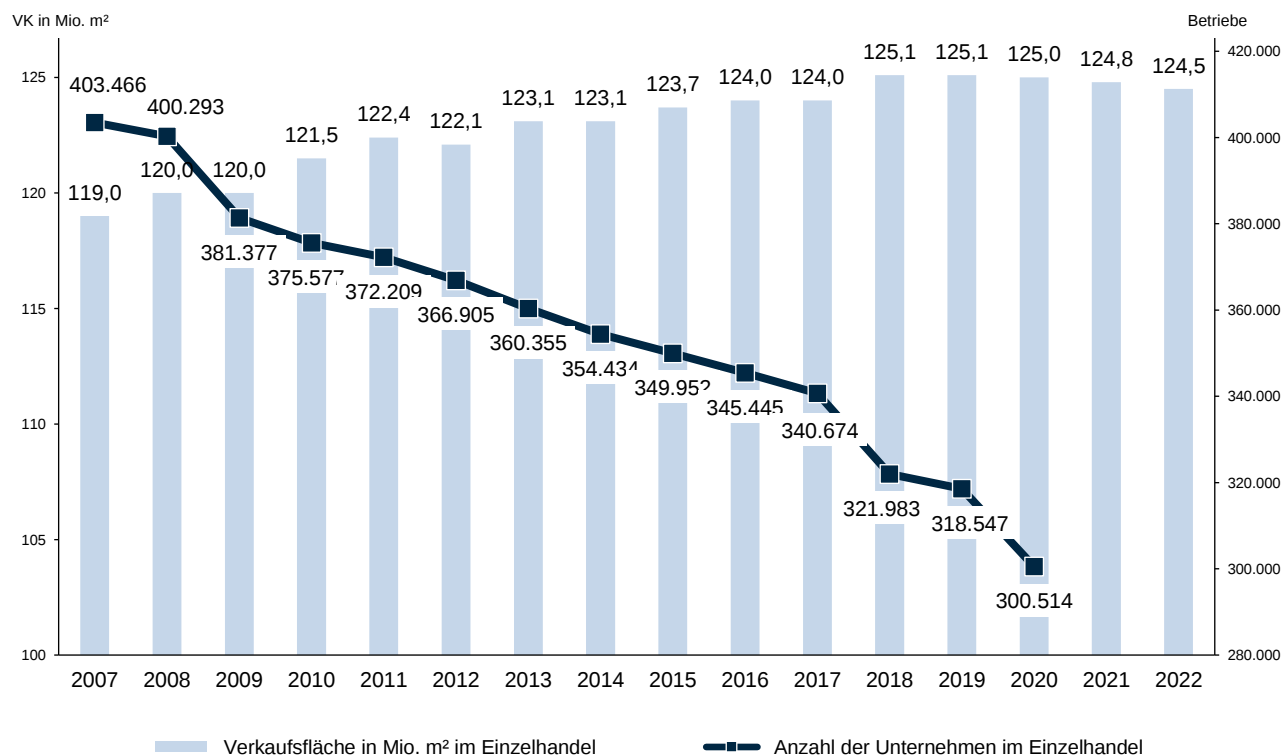
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite

Die Entwicklung im Einzelhandel war in den 1990er und in den 2000er Jahren durch ein stetiges **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während der Flächenzuwachs zu Beginn dieses Zeitraums vor allem durch die Entwicklung in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt wurde, ist er in den Folgejahren im Wesentlichen auf die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittel- und Non-Food-Fachmärkten sowie auf die Entwicklung von Einkaufszentren zurückzuführen.

Die Verkaufsflächenexpansion des Handels vollzog sich in dieser Zeit auch außerhalb der gewachsenen bzw. traditionellen Geschäftslagen. Insbesondere auf Grund des starken Wachstums von flächenintensiven Fachmärkten und Lebensmittelmärkten an dezentralen Standorten bzw. in Solitärlagen haben Innenstadt- und Nahversorgungslagen sowie auch Stadtteilzentren – gerade in kleineren Städten – teilweise Bedeutungsverluste hinnehmen müssen. Besonders betroffen sind ostdeutsche Städte, die häufig hohe Verkaufsflächenanteile in dezentralen bzw. an autokundenorientierten Lagen aufweisen.

Seit dem Jahr 2018 ist in Deutschland eine **Flächenstagnation** bzw. sogar ein Flächenrückgang zu verzeichnen. Wachstumstreiber ist nach wie vor in erster Linie der Lebensmittelhandel, vor allem mit dem Trend zur Flächenerweiterung bestehender Märkte und zur Nachverdichtung der Filialnetze; teilweise sind auch Expansionsbestrebungen im Non-Food-Handel – vor allem in discountorientierten Segmenten – zu erkennen. Dagegen haben die Schließung von innerstädtischen Kaufhäusern, SB-Warenhäusern und von meist mittelständischen Ladengeschäften – vor allem in Klein- und Mittelstädten – zu einem Flächenschwund beigetragen; hinzu kommen Firmeninsolvenzen, das Ausdünnen von Filialnetzen oder die Redimensionierung von meist filialisierten Handelsbetrieben.

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel in Deutschland



Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2023

Die Zahl der **Einzelhandelsbetriebe** ist in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig, im Zeitraum von 2010 bis 2020 hat sich die Betriebsanzahl deutschlandweit um rd. 20 % vermindert. In Bezug auf den jeweiligen Verkaufsflächenbestand haben sich folglich im Mittel größere Betriebseinheiten ergeben; die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt inzwischen ca. 420 m² je Betrieb (2010: ca. 320 m² je Betrieb).

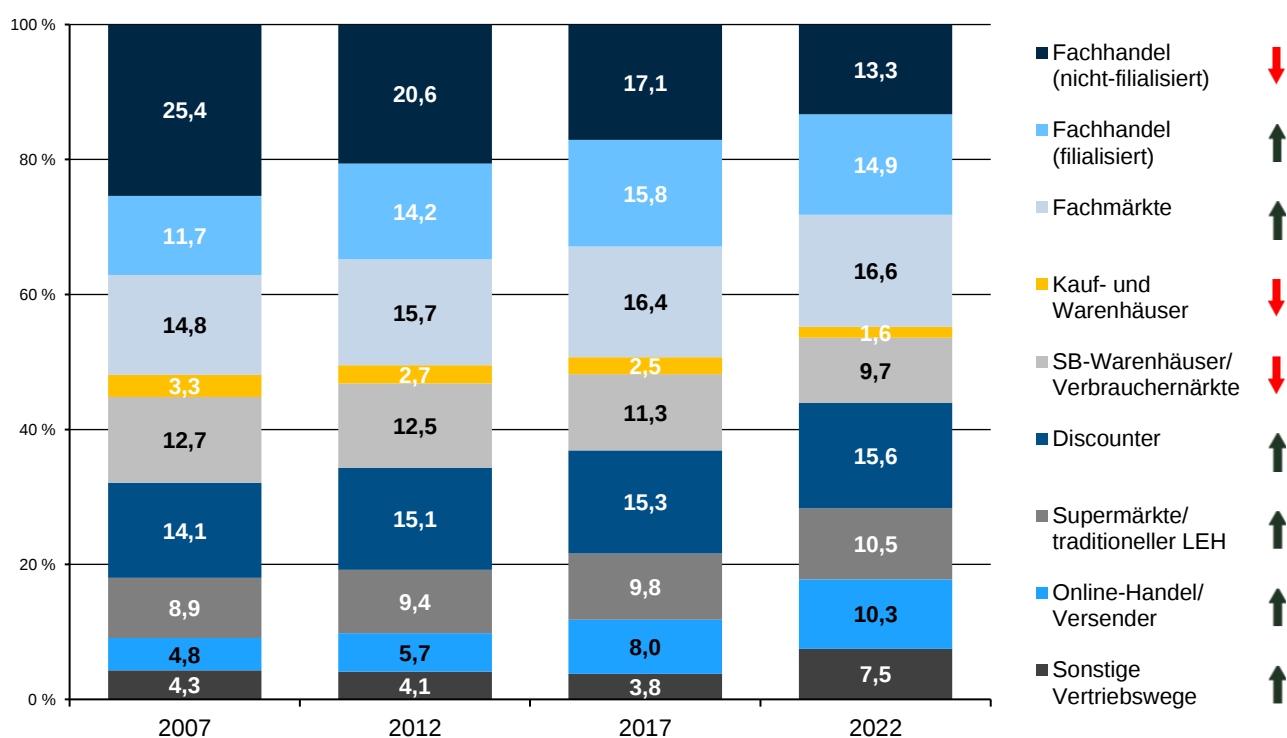
Die Folge des stetigen Flächenaufwuchses seit den 1990er Jahren – dem kein adäquates reales Umsatzwachstum gegenüberstand – wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**¹¹ deutlich. Diese Kennziffer lag im Jahr 1990¹² noch bei 4.600 EUR/m² und hat sich aktuell auf rd. 3.700 EUR/m² vermindert. Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in vielen Betrieben nicht mehr vollumfänglich möglich. Dies betrifft vor allem Anbieter an kostenintensiven Standorten und Betriebe mit einer unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit (sog. Grenzertragsbetriebe). Daher werden auch zukünftig unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden, zumal der Umsatzdruck durch den Online-Handel hinzukommt.

Hiervon sind vor allem mittelständische Anbieter in den ostdeutschen Bundesländern betroffen, da hier eine höhere Verkaufsflächendichte bei offensichtlich geringerer Kaufkraft (vgl. Karte 1) und zudem häufig ein Flächenüberhang an dezentralen Standorten zu verzeichnen sind. Auf Grund der teilweise geringen Eigenkapitalausstattung der Handelsbetriebe ist demnach ein vergleichsweise hohes Gefährdungspotenzial gegeben, woraus sich Abschmelzungstendenzen ableiten lassen.

Der bereits seit längerem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel wird auch in der Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen** deutlich. Zu den Verlierern gehören die traditionellen, meist inhabergeführten und nicht-filialisierten Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste.

Einen Bedeutungszuwachs konnten andererseits filialisierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountlastige Handelsunternehmen erzielen, wenngleich sich das Wachstum der discount- bzw. fachmarkt-orientierten Vertriebsformen und der filialisierte Einzelhändler in den letzten Jahren abgeschwächt hat. Wesentlich Marktanteilsgewinne sind dagegen im Versandhandel (inkl. Online-Handel) auszumachen, was auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen ist.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2007 bis 2022 (in %)



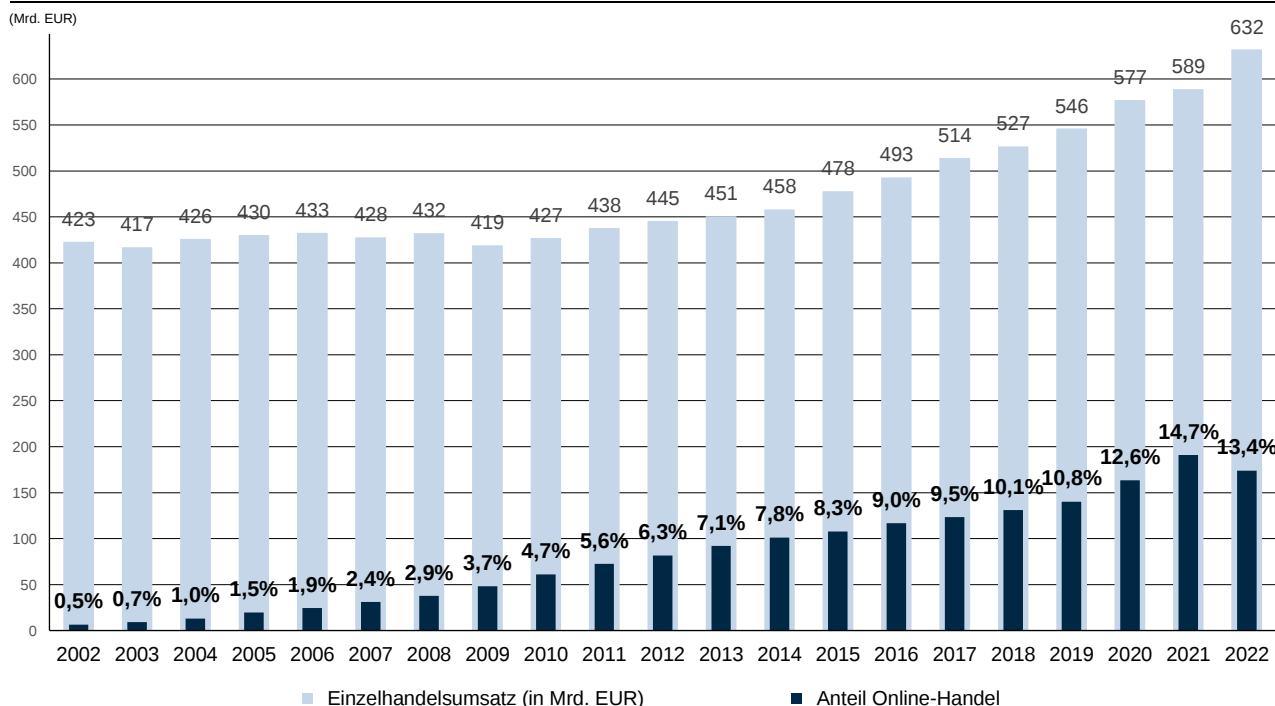
Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2023

¹¹ Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche.

¹² Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2018 auf rd. 3.620 EUR/m² reduziert. Quelle: Statista Hamburg, Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland.

Im Zuge des Strukturwandels des Einzelhandels nimmt der wachsende Online-Handel eine wesentliche Bedeutung ein. Nachstehende Abbildung beschreibt den Anteil des **Online-Handels** am Einzelhandelsumsatz in den letzten beiden Dekaden. Die Umsatzanteile sind – mit Ausnahme des Jahres 2022 – kontinuierlich gestiegen und lagen im Jahr 2022 bei knapp 13,4 % des Einzelhandelsumsatzes.

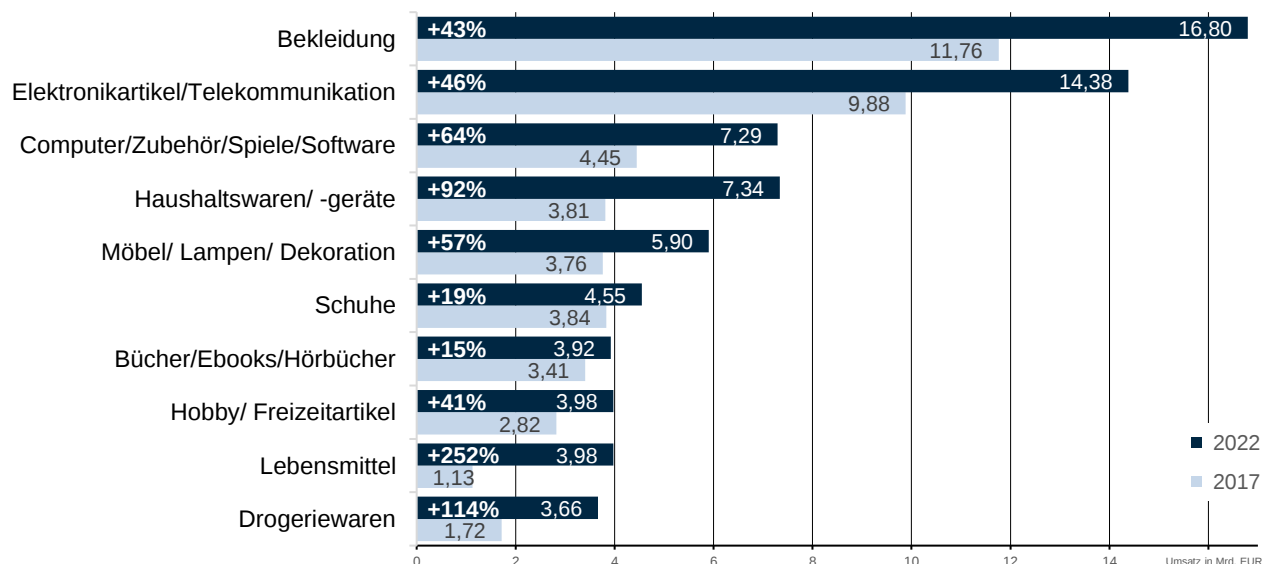
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2002 bis 2022



Quelle: Handelsverband Deutschland, Online Monitor 2023

Für jede Warengruppe existiert ein **Online-Vertrieb**. Die mit Abstand höchsten Umsätze werden in den Sortimenten Bekleidung und Elektroartikel erzielt. Die durchschnittlichen Steigerungsraten der letzten Jahre konnten jedoch nicht in allen Branchen erreicht werden, da bereits partiell Sättigungstendenzen – beispielsweise bei Büchern oder Schuhen – erkennbar sind.

Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung 2017-2022



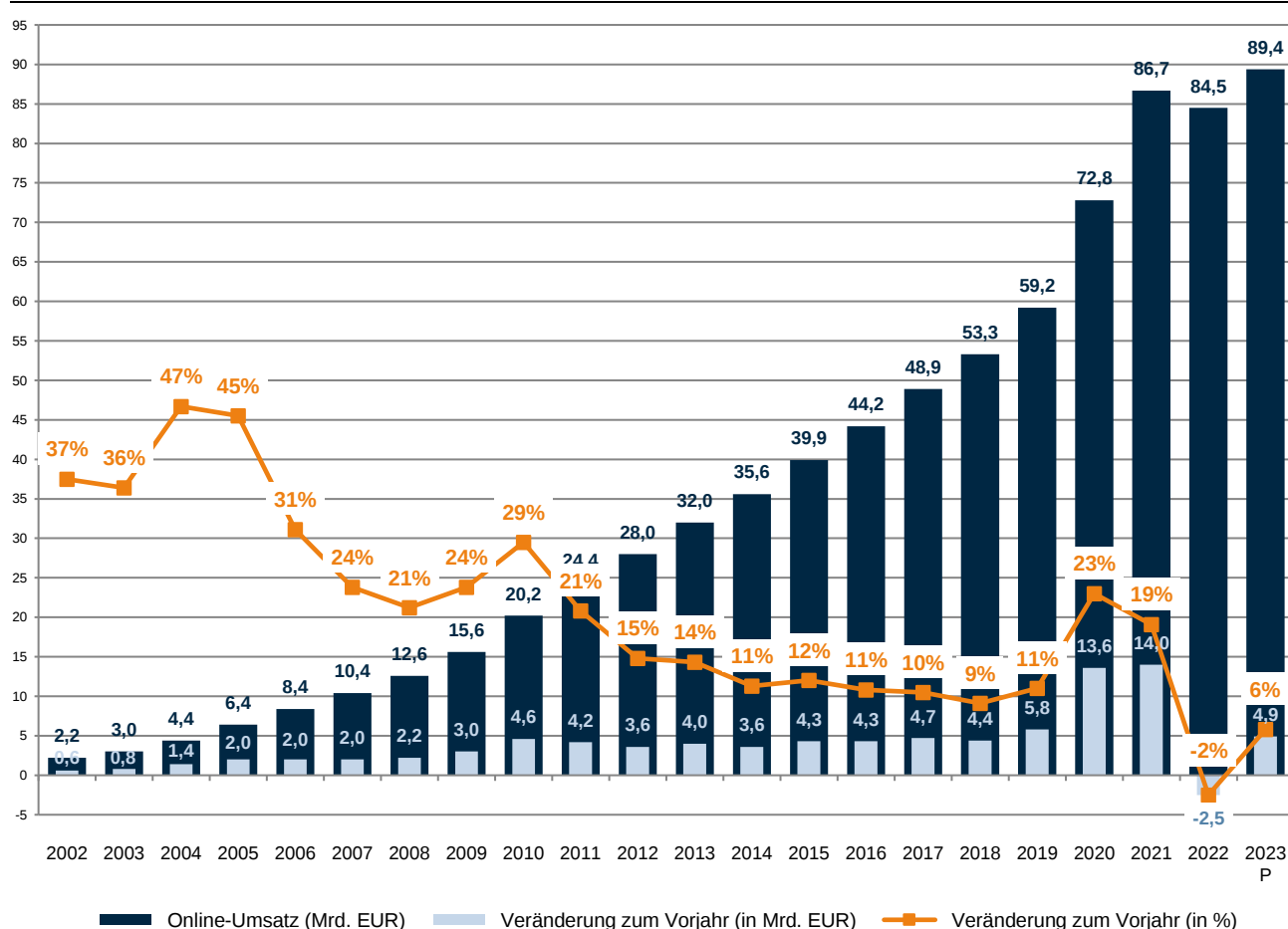
Quelle: Statista Hamburg, Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen in Deutschland

Die höchsten Umsatzzuwächse konnte in den vergangenen fünf Jahren der Lebensmittelhandel generieren, gefolgt von Drogeriewaren. Die Erlöse bewegen sich jedoch mit Blick auf den gesamten Online-Handel und angesichts der hohen Verbrauchsausgaben innerhalb der beiden Sortimente auf einem überschaubaren Niveau; so erreicht z.B. der Online-Lebensmittelhandel derzeit einen Umsatzanteil von lediglich etwa 2 %.

Die **Entwicklung des Online-Handels** zeigt beachtliche Steigerungsraten auf, die sich jedoch seit den 2010er Jahren auf jährlich etwa 10 bis 15 % verlangsamt haben. Nach den hohen Wachstumsraten in den Coronajahren (2020/2021) von jeweils etwa 20 % führte die deutlich gedämpfte Nachfrage im Jahr 2022 erstmals zu Umsatzverlusten im Online-Handel. So sank der Online-Umsatz in 2022 um 2,5 Milliarden Euro auf 84,5 Milliarden Euro (-2,5 %). Somit konnte der Online-Handel nicht von dem zum Teil preisgetriebenen Wachstum des Einzelhandels – der stationäre Handel hat im Jahr 2022 ein Umsatzplus von 8,9 % erzielt – profitieren, der Umsatzanteil am deutschen Einzelhandel ist von 14,7 % von 13,4 % gesunken (vgl. Abb. 7).

In der mittelfristigen Betrachtung relativiert sich der Umsatzrückgang jedoch und stellt allenfalls eine Seitwärtsbewegung dar, da die Online-Erlöse im Jahr 2022 (84,5 Mrd. EUR) mit 43 % deutlich über den Umsätzen vor der Corona-Pandemie im Jahr 2019 (59,2 Mrd. EUR) lagen. Im Jahr 2023 ist zudem wieder mit einer Steigerung zu rechnen.

Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2002-2022 (Prognose 2023)



Quelle: Handelsverband Deutschland, Online Monitor 2023

Perspektivisch ist mit einem weiteren Anstieg des Marktanteils des Online-Handels zu rechnen, wobei in den nächsten Jahren branchenspezifisch gewisse Marktsättigungen eintreten werden. So ist in den ehemaligen Wachstumsbranchen Technik/Elektro/Medien, Schuhe oder Bücher von einer nachlassenden Dynamik auszugehen, während beispielsweise die Entwicklung in den modischen Sortimenten (Bekleidung, Accessoires, Lifestyle-Produkte) oder bei DIY-Produkten relativ stabil verlaufen dürfte.

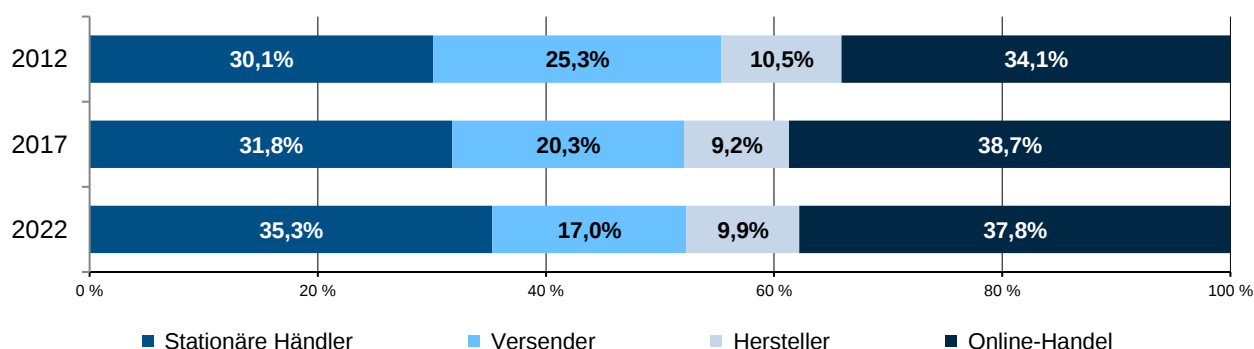
Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem etwa 39 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle; der Online-Anteil am Gesamtumsatz liegt bei knapp über 2 %. Allerdings ist davon auszugehen, dass in den periodisch nachgefragten Segmenten (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren) der Online-Handel zunehmend Marktanteile gewinnen wird.

Die Umsatzanteile, die der Online-Handel perspektivisch generieren wird, gehen den Betrieben des stationären Handels nicht in vollem Umfang verloren. Der Online-Handel besteht nicht nur aus „Pure Playern“, sondern umfasst in erheblichem Maße auch **Multi-Channel-Konzepte**. Dies bedeutet, stationäre Einzelhändler bedienen sich neben dem Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft auch zunehmend von Online-Vertriebskanälen.

Demzufolge werden die aus dem lokalen Einzelhandel abfließenden Umsätze nicht vollständig vom „reinen“ Online-Handel gebunden. Ein großer Teil der stationären Einzelhändler – sowohl mittelständische als auch filialbasierte Händler – betreibt bereits eigene Online-Shops oder nutzt Online-Marktplätze (z.B. Amazon, e-Bay), so dass ein nicht unerheblicher Umsatzanteil auch bei den stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen verbleibt.

Der Anteil der stationären Händler bzw. ihrer Online-Aktivitäten am Gesamtmarkt beträgt derzeit knapp über 35 % und konnte in der letzten Dekade kontinuierlich ausgebaut werden; insbesondere konnten die Anbieter mit stationärer DNA ihre Position gegenüber den „reinen“ Online-Anbietern behaupten. Die Steigerungsraten der stationären Händler und auch des „reinen“ Online-Handels in den letzten Jahren gingen zu Lasten der klassischen Versender und Hersteller.

Abbildung 10: Entwicklung der Anteil der Formate (ohne Marktplätze) am Online-Handel 2012-2020



Quelle: Handelsverband Deutschland, Online Monitor 2023

Die skizzierten Trends verdeutlichen, dass der Online-Handel einerseits zwar eine zunehmende Konkurrenz für den stationären – vor allem den mittelständischen bzw. inhabergeführten – Einzelhandel darstellt; andererseits ist die Verschiebung der „traditionellen“ Vertriebswege auch als eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels zu sehen.

3. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Einzelhandel

Die Steuerung des Einzelhandels ist originär eine kommunale Aufgabe. Durch das Bauplanungsrecht kann eine Kommune aktiv auf seine Einzelhandelsentwicklung Einfluss nehmen, darf jedoch keinen Marktprotektionismus oder Wettbewerbsschutz betreiben. Das bauplanerische Instrumentarium reicht aus, um die räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels in Einklang mit den eigenen städtebaulichen Vorstellungen und auch den raumordnerischen Vorgaben zu bringen.

Bei der kommunalen Bauleitplanung bilden landesrechtliche Rahmenvorgaben eine wichtige Grundlage der Einzelhandelssteuerung. Die landesplanerischen Vorgaben sind in den Zielen und Grundsätzen im sächsischen **Landesentwicklungsplan 2013** ablesbar. Der Landesentwicklungsplan beinhaltet textliche und zeichnerische Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung für den Gesamttraum Sachsen. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen einzuhalten sind. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹³

Nachstehend werden die Ziele und Grundsätze überblicksartig dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Radeberg relevant sind.¹⁴ Diese werden im Landesentwicklungsplan unter Punkt 2.3.2 beschrieben und richten sich im Wesentlichen an den raumordnerischen Prinzipien Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot aus.

- ***Ziel 2.3.2.1:** Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichnenden großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Factory-Outlet-Centern ist nur in Oberzentren zulässig.*

Die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen wird mit dem Zentrale-Orte-System verknüpft, wobei durch die Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in höherrangigen zentralen Orten auf eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestimmte Versorgungsinfrastruktur abgestellt wird. Höherrangige zentrale Orte sollen ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen kompetent mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind daher in Ober- und in Mittelzentren zu konzentrieren.

Gemäß dem Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Radeberg grundsätzlich zulässig; die Stadt ist als Mittelzentrum¹⁵ ausgewiesen.

- ***Ziel 2.3.2.3:** Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.*

Das vorstehende Ziel normiert die Ansiedlungsprämissen für den Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten; durch das Integrationsgebot erfolgt speziell auch ein Schutz der Innenstädte und deren Funktionsfähigkeit. Der großflächige Handel mit innenstadtrelevanten Produkten soll an wohnortnahe bzw. zentrale Standorte gelenkt werden. Städtebaulich integriert im Sinne des Integrationsgebots bedeutet eine – auch für

¹³ vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

¹⁴ Das Ziel 2.3.2.2 („Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.) ist lediglich für Grundzentren und somit nicht für Radeberg relevant.

¹⁵ Sächsisches Staatsministerium des Inneren, Landesentwicklungsplan 2013, Z 1.3.7.

nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen – günstige Lage zum Stadtkern oder zu Stadtteilzentren mit Anbindung an den ÖPNV. Bei der Prüfung des Vorliegens einer städtebaulich integrierten Lage sind die Kriterien zur Ermittlung von faktischen zentralen Versorgungsbereichen heranzuziehen.¹⁶

Für zentrale Orte mit definierten zentralen Versorgungsbereichen wird das Kriterium der städtebaulich integrierten Lage gemäß Satz 2 dieses Zieles durch die Lage innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches ersetzt.

- ***Ziel 2.3.2.4:** Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.*

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren.

Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht. Im Landesentwicklungsplan wird der Verflechtungsbereich bzw. der mittelzentrale Funktionsraum von Radeberg räumlich definiert, für welchen die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt.

- ***Ziel 2.3.2.5:** Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchsnahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen.*

Gegen das sog. Beeinträchtungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, wohnortnahe Versorgungslagen bzw. städtebaulich integrierte Handelsstandorte negativ tangiert werden. Diese negativen Effekte wären zu unterstellen, wenn infolge der Entwicklung eines Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Das formulierte Beeinträchtungsverbot bezieht sich nicht nur auf Neuansiedlungen, sondern ebenfalls auf Erweiterungen oder Änderungen von bestehenden Einzelhandelseinrichtungen. Dies ist gerade unter dem Aspekt des teilweise gegebenen Revitalisierungsbedarfs bestehender Einzelhandelsbetriebe – auch von Einkaufszentren – zu sehen. Das Beeinträchtungsverbot ist nicht nur auf die jeweilige Ansiedlungsgemeinde, sondern auch auf umliegende zentrale Orte anzuwenden.

- ***Grundsatz 2.3.2.6:** Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.*

Ein ÖPNV-Anschluss ist eine Voraussetzung für die Erreichbarkeit von Einkaufseinrichtungen durch nicht-motorisierten Bevölkerungsgruppen. Ferner können bei Vorliegen einer qualifizierten ÖPNV-Anbindung u.U. auch Parkflächen minimiert werden.

¹⁶ Eine Liegenschaft ist i.d.R. als städtebaulich integriert einzustufen, wenn diese

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt bzw. in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang steht,
- über hohe Bevölkerungsanteile im fußläufigen Nahbereich verfügt,
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet und
- in einer fußläufigen Entfernung eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung besitzt.

Befindet sich ein Standort innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, deutet dies gemäß der Rechtsprechung auf eine städtebaulich integrierte Lage hin.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 A 1510/12] vom 02.12.2013.

- *Ziel 2.3.2.7: Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gelten entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.*

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

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

Dem Landesentwicklungsplan ist der **Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien**¹⁷ nachgelagert, in dem die räumliche und strukturelle Entwicklung der relevanten Planungsregion – ergänzend und regional ausformend zum Landesentwicklungsplan – dargestellt wird. Der Regionalplan stellt ein Bindeglied zwischen der landesweiten Planung und der Kommunalplanung dar und wird aus dem Landesentwicklungsplan abgeleitet. Der Landesentwicklungsplan weist mit seinen ausformulierten Zielen bereits eine umfassende und abschließende Regelungsdichte auf, so dass der Planungsverband Oberlausitz-Niederschlesien als regionaler Planträger auf die eigenständige Ausweisung von weiteren Planansätzen zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels verzichtet hat. Es wird lediglich ergänzend ein Ziel und ein Grundsatz formuliert.

- *Ziel 3.3.1: Die Innenstädte und Stadtteilzentren des OZSV Bautzen-Görlitz-Hoyerswerda und der Mittelzentren sind entsprechend ihres zentralörtlichen Verflechtungsbereiches mit den Instrumenten der Bauleitplanung und Stadtentwicklung als Standorte des Einzelhandels und der Dienstleistungen auszubauen. Dabei ist auf die Sicherung und Belebung des innenstadtnahen kleinteiligen Einzelhandels hinzuwirken.*

In dem Regionalplan wird eine Aufwertung der Innenstädte benannt, speziell soll der innerörtliche Handel gesichert und ausgebaut werden. Ein breites und hochwertiges Angebot an innerstädtischen Einzelhandelseinrichtungen wertet die Funktionalität der zentralen Orte insgesamt auf. Neben dem Handel sind zunehmend Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen ein wichtiger Attraktivitätsfaktor für eine lebendige Innenstadt, ebenso führen eine gute ÖPNV-Anbindung, ausreichende Flächen für den ruhenden Verkehr oder die Entlastung der Innenstädte vom Verkehr zu einer verstärkten Kundenakzeptanz der Innenstadtbereiche.

- *Grundsatz 3.3.2: Durch die Zentralen Orte sollen zur Sicherung der zentralörtlichen Funktion, einer geordneten städtebaulichen Entwicklung und der verbrauchernahen Versorgung Einzelhandels- bzw. Nahversorgungskonzepte erarbeitet werden.*

Eine planerische Konzeption zur langfristigen Steuerung des (großflächigen) Einzelhandels ist gegenwärtig in vielen Städten – trotz des Vorliegens von Einzelhandelskonzepten – laut Planungsverband oft nicht erkennbar. Eine bauplanungsrechtliche Umsetzung von Einzelhandelskonzepten, beispielsweise durch einen Bebauungsplan im Sinne des § 9 Abs. 2a BauGB, ist nur selten erfolgt. In der Regel basiert die Errichtung von Einzelhandelsbetrieben vorwiegend auf privatwirtschaftlichen Entscheidungen; perspektivisch kommt der konsequenten Umsetzung von Einzelhandelskonzepten daher eine besondere Bedeutung zu.

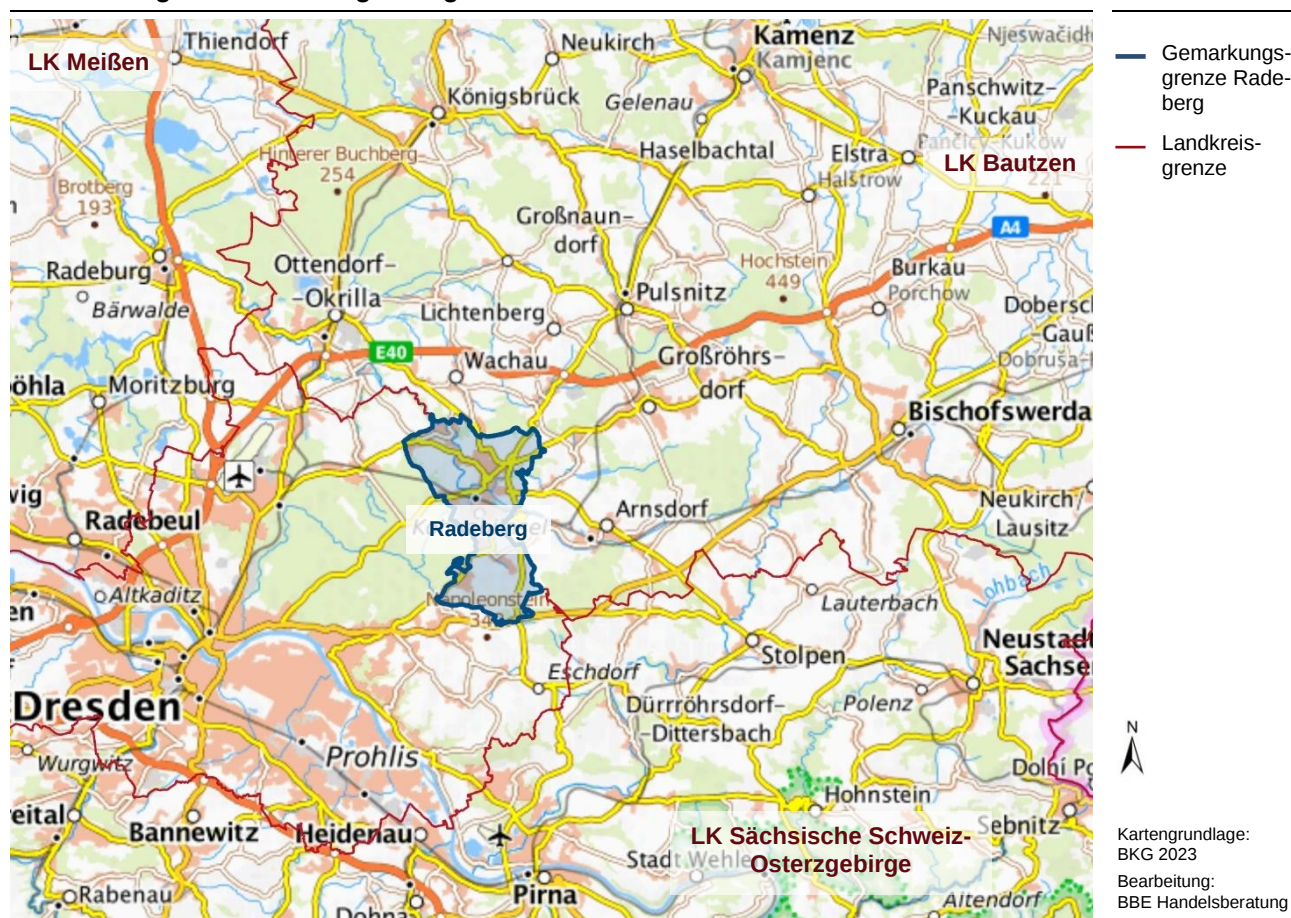
¹⁷ vgl. Regionaler Planungsverband Oberlausitz-Niederschlesien, Regionalplan Region Oberlausitz-Niederschlesien, Zweite Gesamtfortschreibung gemäß dem Satzungsbeschluss nach § 7 Abs. 2 Satz 1 SächsLPiG vom 26. Januar 2023.
Anmerkung: Der Regionalplan wurde am 2. März 2023 bei der obersten Raumordnungs- und Landesplanungsbehörde zur Genehmigung eingereicht.

4. Standorttrahmendaten Radeberg

4.1. Geographische Lage / Erreichbarkeit / Siedlungsstruktur

Die Stadt Radeberg (rd. 19.000 Einwohner) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im zentralen Bereich des Freistaats Sachsen und hier in südwestlicher Randlage des Landkreises Bautzen verortet. Die westliche Gemarkungsgrenze von Radeberg stellt gleichzeitig die Landkreisgrenze zu Dresden dar, so dass die Lage der Stadt durch die räumliche Nähe zur sächsischen Landeshauptstadt¹⁸ geprägt ist. Im restlichen Umland von Radeberg sind ausschließlich einwohnerseitig kleinere Gemeinden situiert, die Stadt befindet sich in einem tendenziell ländlich geprägten Umfeld.

Karte 2: Lage von Radeberg im regionalen Kontext



Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Radeberg erfolgt über die Autobahn A4, deren Trassierung nördlich der Stadt verläuft. Östlich von Radeberg liegt die leistungsfähige Staatsstraße S95/S177, die eine zügige Anbindung an die Autobahn A4 und nach Pirna ermöglicht. Im südlichen Stadtgebiet kreuzt die S177 die Bundesstraße B6, die nach Dresden bzw. Bischofswerda führt. Des Weiteren ist Radeberg durch Staats- und Kreisstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt, wobei sich in Summe der benannten Straßenverbindungen eine gute infrastrukturelle Anbindung der Stadt und eine schnelle Erreichbarkeit aus dem regionalen Umland zeigt.

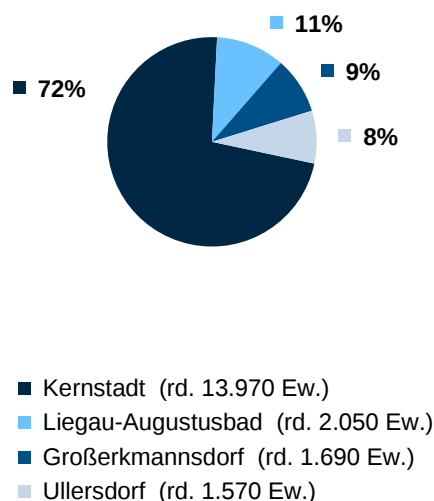
18 Die Stadt Radeberg ist naturräumlich durch die Dresdner Heide von Dresden getrennt. Es bestehen jedoch Straßenverbindungen zwischen beiden Städten nördlich und südlich der Dresdner Heide sowie durch dieses Waldgebiet selbst.

Radeberg ist an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angebunden und besitzt Regionalbahnverbindungen nach Dresden sowie nach Görlitz und nach Zittau; es werden auch Direktverbindungen ins polnische Zgorzelec und nach Liberec in Tschechien angeboten. Des Weiteren ist Radeberg an das Dresdner S-Bahnnetz angeschlossen, mit der S-Bahnlinie 8 erreicht man den Dresdner Hauptbahnhof und die Stadt Kamenz. Der Radeberger Bahnhof ist in zentraler Kernstadtlage südlich der Innenstadt situiert.

Der **ÖPNV** wird in Radeberg über eine Stadtbuslinie organisiert, welche die kleinräumige Erreichbarkeit innerhalb der Kernstadt sicherstellt und in den einwohnerseitig größten Ortsteil Liegau-Augustusbad und in die Gemeinde Feldschlösschen verkehrt. Ferner wird Radeberg von Regionalbuslinien angefahren, deren Busse auch Haltestellen innerhalb des Kernstadtgebiets und in dezentralen Ortsteilen bedienen sowie die Erreichbarkeit umliegender Orte ermöglichen. Der zentrale Bushaltepunkt ist am Bahnhofsvorplatz eingerichtet.

Die **Siedlungsstruktur** von Radeberg ist durch eine baulich weitgehend geschlossene Kernstadt gekennzeichnet; dieser Siedlungsbereich stellt mit ca. 14.000 Einwohnern den Bevölkerungsschwerpunkt dar. Innerhalb der Kernstadt bildet eine Bahntrasse eine Zäsur. Im nördlichen Bereich sind der historische Stadtkern, vereinzelte Gewerbestandorte (z.B. Brauerei, ehemaliges Eschbachgelände), ein Einkaufszentrum, das Radeberger Krankenhaus und zahlreiche Gebiete mit einer meist lockeren Wohnbebauung situiert. Südlich der Bahnlinie zeigt sich eine überwiegend verdichtete Wohnbebauung, ferner sind weitläufige Gewerbegebiete (Pillnitzer Straße, Juri-Gagarin-Straße, Heidestraße) vorzufinden.

Karte 3: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Radeberg



Quelle: Stadtverwaltung Radeberg, Einwohner 31.12.2022 / Karte: Landesamt für Geobasisinformation Sachsen (GeoSN), 2023

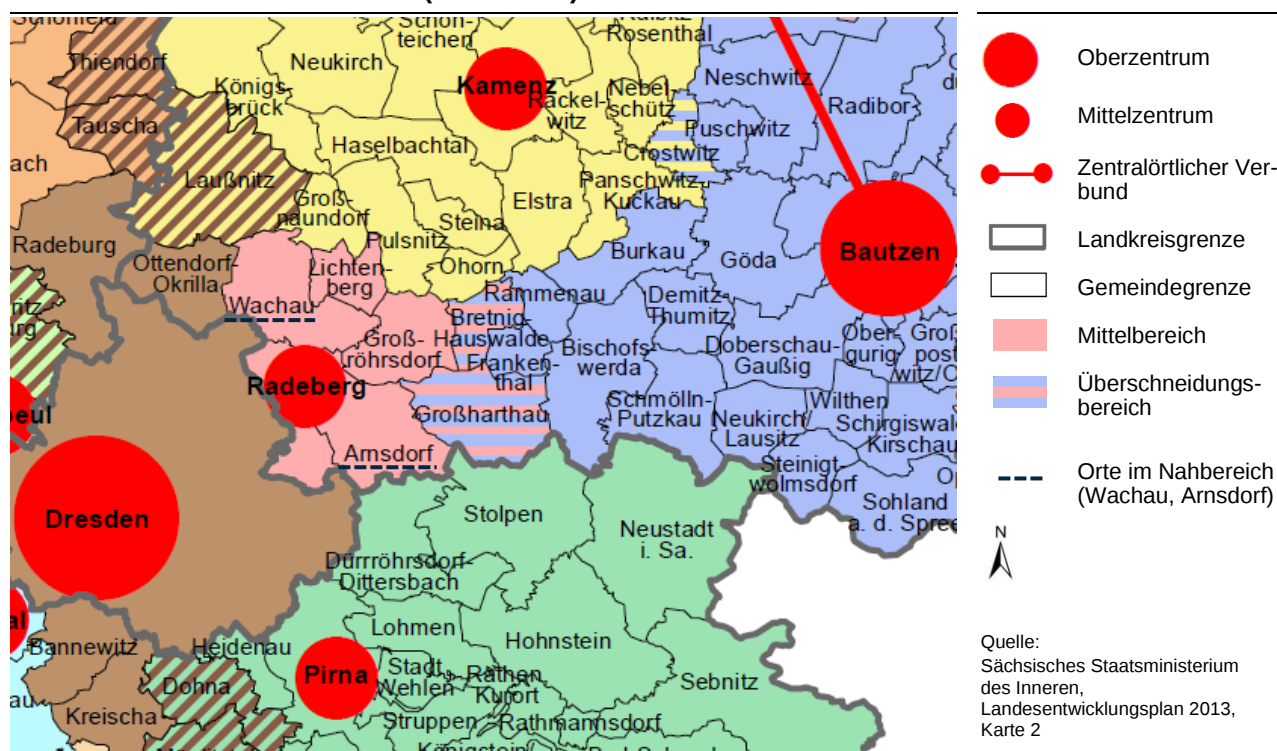
Neben der Kernstadt zählen drei dezentrale Ortsteile zu Radeberg. Nördlich der Kernstadt ist der einwohnerseitig größte Ortsteil Liegau-Augustusbad verortet, südlich befinden sich – ebenfalls räumlich von der Kernstadt abgesetzt – Großerkmannsdorf und Ullersdorf. Durch die Nähe von Ullersdorf zu Dresden ist eine starke Orientierung der Einwohner dieses Ortsteils auf die Landeshauptstadt – aus Einzelhandelssicht insbesondere auf den Stadtteil Weißig und das dortige Einkaufszentrum – gegeben.

Die Einwohnerzahlen der einzelnen, überwiegend ländlich geprägten Ortsteile sind relativ niedrig, erreichen jedoch in der Gesamtheit einen Anteil von rd. 28 %. Mit Blick auf den Einzelhandel spielt daher die Erreichbarkeit der kernstädtischen Einkaufslagen aus den peripheren Ortsteilen eine wichtige Rolle.

4.2. Landesplanerische Einstufung

Die Stadt Radeberg wird in der sächsischen **Landesplanung** als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Mittelzentren sind laut Landesentwicklungsplan als regionale Wirtschafts-, Versorgungs-, Bildungs- und Kulturzentren zu sichern und zu stabilisieren. Die Mittelzentren stellen in Netzergänzung zu den Oberzentren¹⁹ ein räumlich ausgewogenes Grundgerüst zur Sicherung von Versorgungsqualitäten in den jeweiligen Teilräumen dar.²⁰

Karte 4: Raumstruktur Sachsen (Ausschnitt)



Auf Basis der zentralörtlichen Ausweisung übernimmt Radeberg neben der Eigenversorgung auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in seinem mittelzentralen Verflechtungsbereich, auch mit Gütern des Einzelhandels. In dem gesamten Mittelbereich der Stadt Radeberg²¹ leben – inklusive der Einwohner in den beiden Überschneidungsbereichen – etwa 42.600 Personen.

In der **Regionalplanung** werden auch den höherrangigen zentralen Orten sog. Nahbereiche zugewiesen, für welche der jeweilige zentrale Ort eine qualifizierte Grundversorgung zu sichern hat.²² Im ausgewiesenen Nahbereich Radeberg – hierzu zählen neben Radeberg selbst die Gemeinden Arnsdorf und Wachau²³ – wohnen derzeit rd. 28.400 Personen, so dass Radeberg für diese Einwohner die Funktion der Grundversorgung übernehmen soll, die ebenfalls entsprechende Versorgungseinrichtungen beinhaltet.²⁴

19 Die Stadt Radeberg befindet sich im Verdichtungsraum des Oberzentrums Dresden.

20 vgl. Sächsisches Staatsministerium des Inneren, Landesentwicklungsplan 2013, zu Z 1.3.7.

21 Hierzu zählen die Orte Wachau, Lichtenberg, Arnsdorf und Großröhrsdorf, der nach Großröhrsdorf eingemeindete Ortsteil Bretnig-Hauswalde sowie die Gemeinde Großharthau liegen im Überschneidungsbereich zu Bautzen.

22 Jeder höherstufige Zentrale Ort übernimmt auch die Funktionen der niedrigeren zentralörtlichen Funktionsstufe. Insofern übernehmen alle Ober- und Mittelzentren auch grundzentrale Aufgaben.

23 vgl. Regionaler Planungsverband Oberlausitz-Niederschlesien, Regionalplan Region Oberlausitz-Niederschlesien, Zweite Gesamtfortschreibung vom 26. Januar 2023, Anhang 1 zu Kapitel 1.1.

24 Im Rahmen der Konsumentenbefragung hat sich gezeigt, dass Verbraucher insbesondere aus den Gemeinden Wachau und Arnsdorf nach Radeberg zum Einkauf tendieren.

vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Abb. 3.

4.3. Soziodemographische Rahmendaten

Radeberg ist mit etwa 19.000 Einwohnern nach der Kreisstadt Bautzen (rd. 38.100 Ew.) und nach Hoyerswerda (rd. 31.400 Ew.) die drittgrößte Stadt im Landkreis Bautzen. Die **Bevölkerung** von Radeberg ist in den letzten zehn Jahren um 5,0 % gewachsen, der Bevölkerungsaufwuchs lag deutlich über dem landesweiten Trend in Sachsen (+0,9 %) und stand konträr zum Einwohnerrückgang im Landkreis Bautzen (-4,2 %).

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Radeberg im Vergleich

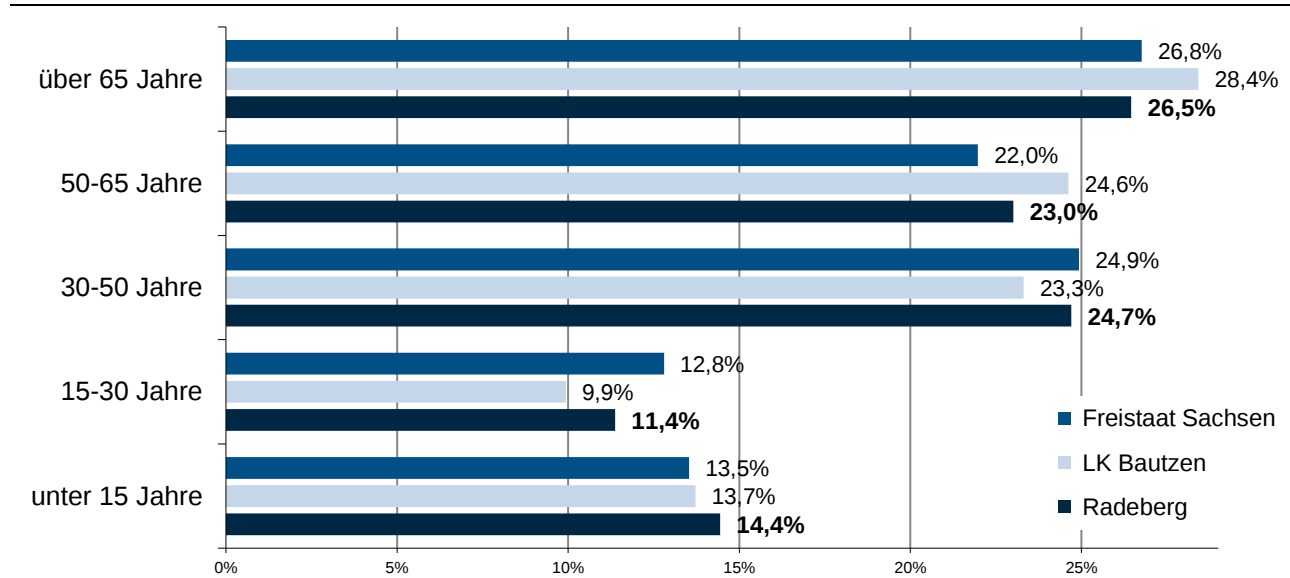
	Einwohner		Veränderung	Einwohner	
	2012	2022	%	2032	%
	abs.	abs.		abs.	
Radeberg	18.080	18.980	+5,0	18.760	-1,2
Landkreis Bautzen	310.898	297.711	-4,2	279.280	-6,2
Freistaat Sachsen	4.050.204	4.086.152	+0,9	3.954.890	-3,2

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerung 31.12.2012 + 31.12.2022 / 8. regionalisierte Bevölkerungsvorausrechnung für den Freistaat Sachsen 2022 bis 2040, Variante 2

Vor dem Hintergrund der **demographischen Entwicklung** wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl in Radeberg rückläufig entwickeln; auf Basis einer Prognose des Statistischen Landesamts wird die Einwohnerzahl im Jahr 2032 etwa 18.800 Personen betragen und gegenüber der heutigen Bevölkerung geringfügig abnehmen. Der Rückgang von -1,2 % wird im Vergleich zur Entwicklung im Landkreis Bautzen (-6,2 %) und in Relation zum Landesdurchschnitt (-3,2 %) niedriger ausfallen.

Mit Blick auf die **Altersstruktur** ist ein großer Teil der Radeberger Bevölkerung (rd. 26 %) über 65 Jahre alt, so dass – wie im Landesvergleich bzw. im Landkreis Bautzen – eine Tendenz zur Überalterung der lokalen Bevölkerung zu konstatieren ist. Im Vergleich zum Durchschnitt des Landkreises weist Radeberg jedoch einen etwas höheren Bevölkerungsanteil in den jüngeren Altersgruppen (bis 30 Jahre) auf, während der Anteil der älteren Bevölkerung (ab 50 Jahre) in Radeberg unter den Werten des Landkreises rangiert. Grundsätzlich ist die jüngere Bevölkerung im Vergleich zur älteren Generation jedoch unterrepräsentiert (vgl. Abb. 3).

Abbildung 11: Altersstruktur Radeberg im Landesvergleich

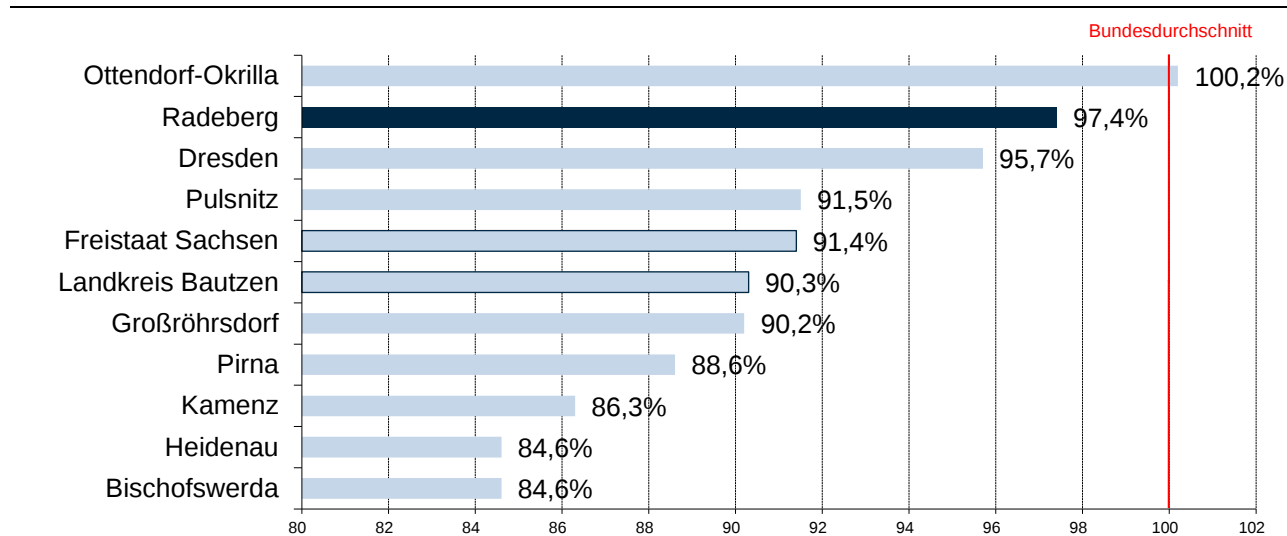


Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2021

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** – durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt – stellt für den Handel einen wichtigen Faktor dar. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

Im nationalen Vergleich besitzt Radeberg – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine geringere einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die mit 97,4 % unter dem bundesdeutschen Referenzwert (100,0 %) rangiert. Demnach steht dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2023

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Radeberg fällt im regionalen Vergleich überdurchschnittlich aus, da die lokale Kaufkraft sowohl oberhalb des Durchschnittswerts des Landkreises Bautzen (90,3 %) als auch des sächsischen Landesdurchschnitts (91,4 %) liegt.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem positiven Pendlersaldo von knapp 2.300 Personen besitzt Radeberg deutlich mehr Ein- als Auspendler, was die Position der Stadt als Arbeitsplatzstandort für die umliegende Region verdeutlicht. Somit sind auf Grund der Arbeitsplatzzentralität zusätzliche Kaufkraftpotenziale für den Radeberger Einzelhandel zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlersaldo von Radeberg

	2013	2023
	Personen	Personen
Einpendler / Auspendler	6.272 / 4.604	7.655 / 5.391
Pendlersaldo	+1.668	+2.264

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2013/2023

Die Pendlerquote ist in der letzten Dekade um rd. 36 % gestiegen. Die Zahl der Einpendler hat sich dabei fühlbar erhöht, wenngleich auch mehr Personen aus Radeberg auspendeln. Hierbei ist besonders auf die

hohe Arbeitsplatzzentralität in der naheliegenden Landeshauptstadt Dresden (+41.389 Personen) und anderer Orte mit größeren Ansiedlungen an Gewerbe- oder Industriebetrieben²⁵ zu verweisen.

Der **Tourismus** ist für den Handel eine wichtige Determinante, da hieraus Umsatzpotenziale resultieren können.²⁶ Im Jahr 2022 konnte Radeberg etwa 28.800 Gästeübernachtungen aufweisen; die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 2,0 Tagen und deutet überwiegend auf Kurzzeitbesuche hin.

Die Zahl der Übernachtungen ist in der letzten Dekade zurückgegangen. Dies ist nicht durch strukturelle Veränderungen bedingt, sondern auf die COVID-19-Pandemie und die damit einhergegangenen Maßnahmen zurückzuführen.²⁷

Tabelle 3: Beherbergungen in Radeberg

	2012	2022	Veränderung
	Personen	Personen	%
Gästeübernachtungen Radeberg	35.702	28.820	-19,3

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaats Sachsen, Beherbergungsgewerbe im Freistaat Sachsen, 2012/2022

Auf Basis der ausgewiesenen Touristenzahl sind die jährlichen Potenziale für den Radeberger Einzelhandel auf ca. 0,4 Mio. EUR²⁸ zu schätzen und verbreitern somit nur geringfügig die Nachfragebasis des lokalen Handels (vgl. folgende Tab. 4). Der tourismusorientierte Einzelhandel nimmt in Radeberg bei den meisten Betrieben nur einen geringen Stellenwert ein, dies spiegelt sich auch in der Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden²⁹ wider.

²⁵ Beispielhaft sind die positiven Pendlerquoten von Ottendorf-Okrilla (+1.110 Personen) oder Wachau (+1.503 Personen) zu nennen.

²⁶ Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 12 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. Im Durchschnitt geben Touristen in dem Reisegebiet „Sächsisches Elbland“ rd. 15,50 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei rd. 3,20 EUR auf den Lebensmitteleinzelhandel und 12,30 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.

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

²⁷ Im Jahr 2019 – dem letzten Jahr von der COVID-19-Pandemie – waren in Radeberg noch 38.115 Übernachtungen zu verzeichnen.

²⁸ Bei 28.820 Gästeübernachtungen ergibt sich ein Nachfragepotenzial von ca. 0,45 Mio. EUR p.a., welches von dem lokalen Einzelhandel gebunden werden kann. Hiervon entfallen rd. 0,35 Mio. EUR auf den Lebensmittelhandel und rd. 0,10 Mio. EUR auf den sonstigen Einzelhandel.

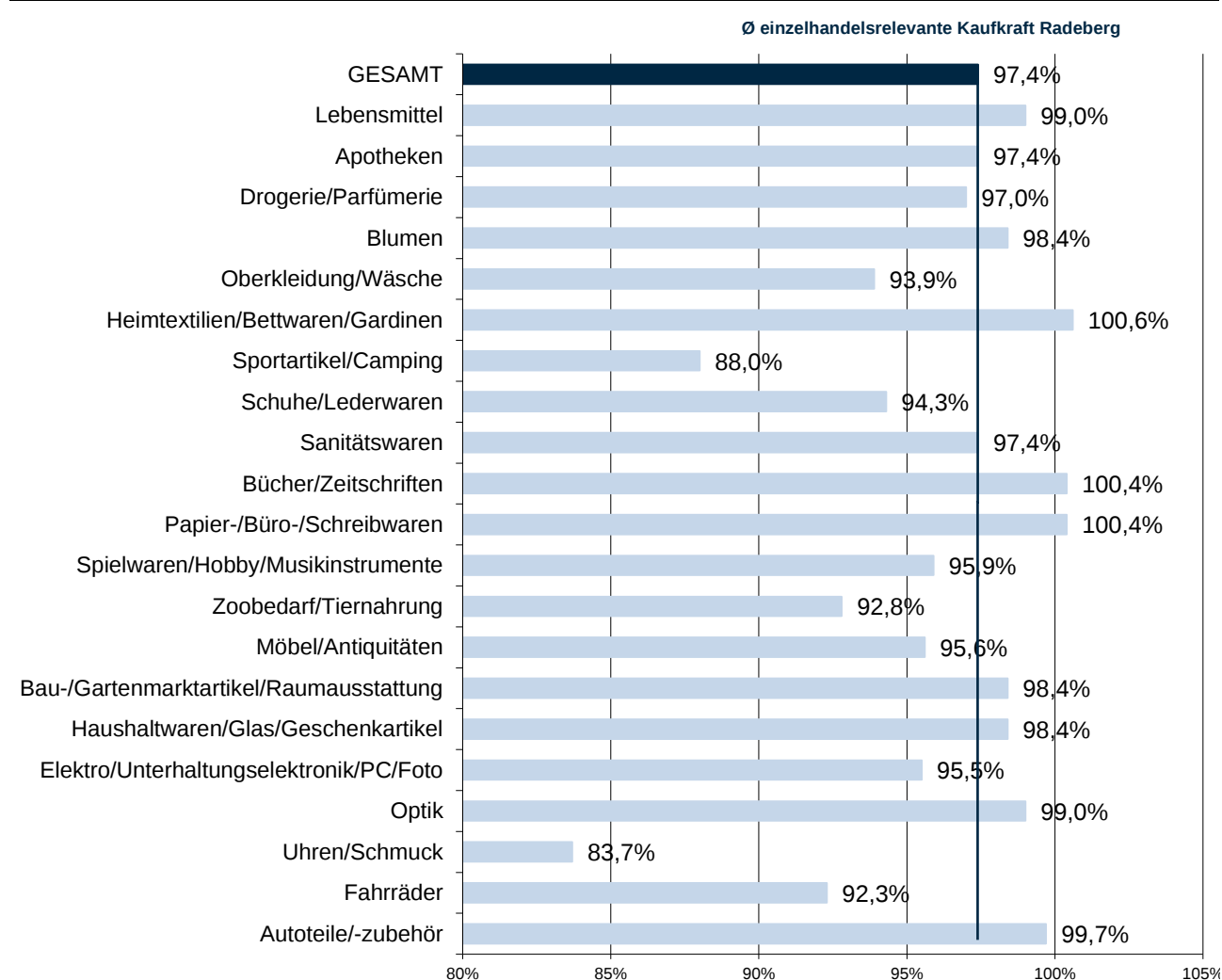
²⁹ vgl. BBE Handelsberatung, Befragung der Gewerbetreibenden der Stadt Radeberg (5. Oktober 2023), Seite 5/6.

4.4. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandelssortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche³⁰ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer**³¹ an die lokalen Verhältnisse in Radeberg angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 13). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.³²

Abbildung 13: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Radeberg



Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern Radeberg 2023 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

30 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2022.

31 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2023.

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

Die beiden vorstehenden Determinanten – d.h. die Verbrauchsausgaben je Branche und die sortiments-spezifischen Kaufkraftkennziffern – werden mit der **Einwohnerzahl** von Radeberg multipliziert. Somit errechnet sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen, das dem lokalen Handel zur Verfügung steht.³³ Diese Nachfrageplattform beläuft sich in Radeberg auf ca. 131,2 Mio. EUR p.a., wobei mit rd. 57 % der Großteil der Konsumausgaben auf den kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Radeberg

		Marktpotenzial Radeberg	
		Mio. EUR	%
1	Lebensmittel	51,73	
2	Apotheken	14,86	
3	Drogerie/Parfümerie	6,48	
4	Blumen	1,36	
Summe kurzfristiger Bedarf		74,43	56,7
5	Oberkleidung/Wäsche	8,59	
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,84	
7	Sportartikel/-bekleidung/-schuhe	1,92	
8	Schuhe/Lederwaren	1,72	
9	Sanitätswaren	2,14	
10	Bücher/Zeitschriften	1,94	
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	1,49	
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	1,98	
13	Zoobedarf/Tiernahrung	1,27	
Summe mittelfristiger Bedarf		21,89	16,7
14	Möbel/Antiquitäten	7,98	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	9,82	
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	2,02	
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	9,73	
18	Optik	1,07	
19	Uhren/Schmuck	1,10	
20	Fahrräder	2,10	
21	Autoteile/-zubehör	1,02	
Summe langfristiger Bedarf		34,84	26,6
Summe Marktpotenzial Radeberg		131,16	100,0

Berechnung: BBE Handelsberatung

³³ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet:
Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer.

5. Einzelhandelsanalyse Radeberg

5.1. Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden im Rahmen einer Vollerhebung im September 2023 alle Einzelhandelsbetriebe mit ihren Verkaufsflächen in Radeberg erfasst und entsprechend ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet (vgl. Methodik in Anlage 1).

In Radeberg sind etwas mehr als 90 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks tätig. Diese Unternehmen verfügen über eine **Verkaufsfläche** von ca. 32.200 m². Die durchschnittliche Flächengröße aller Handelsbetriebe liegt bei rd. 350 m² je Betrieb und hat sich in den letzten Jahren – dem deutschlandweiten Trend folgend – sukzessive erhöht (vgl. Seite 11).

In den letzten 15 Jahren ist in Radeberg ein deutlicher **Rückgang der Handelsbetriebe** zu beobachten. Insbesondere kleinere und mittelständische Unternehmen aus verschiedenen Branchen haben einen Marktaustritt vollzogen, was mit einem fühlbaren Rückgang der Ladeneinheiten (-46 %) einherging. Hierbei haben sich meist kleinere Läden – vor allem in der Radeberger Innenstadt und in Nebenlagen – abgesiedelt.

Mit Blick auf die **Flächenentwicklung** ist in den letzten 15 Jahren – per Saldo – ein nahezu konstanter Einzelhandelsbesatz vorhanden. Die Flächenverluste infolge der Absiedlung kleinerer Unternehmen wurde vor allem durch die Expansion großformatiger Betriebe – speziell des Lebensmittelhandels³⁴ – aufgefangen.

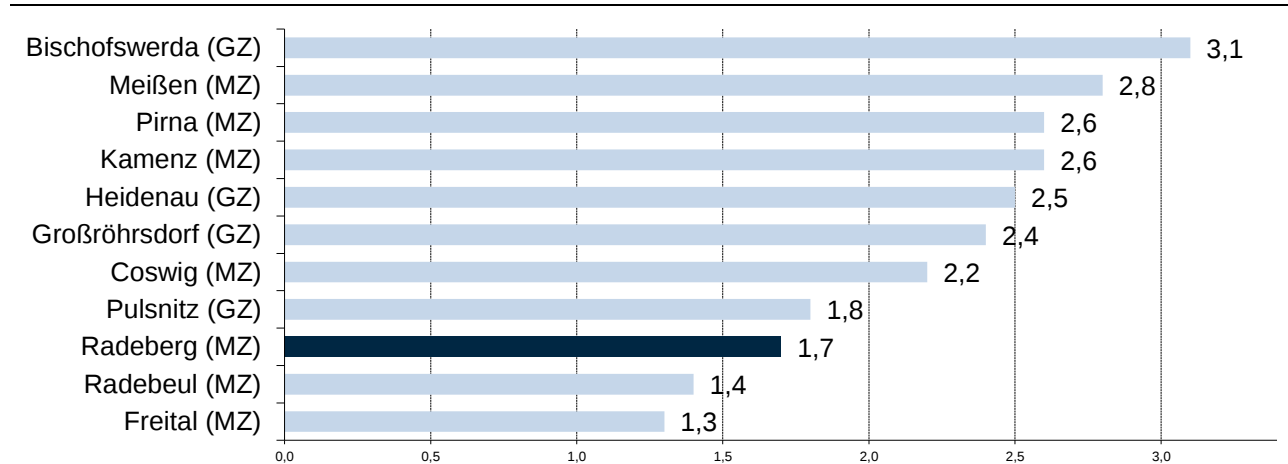
Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Radeberg

	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
2008	32.140	170	~190	1,75
2023	32.240	92	~350	1,70

Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg, Mai 2009, Pkt. 5.1 / BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Sept. 2023

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von Radeberg rangiert mit 1,7 m² je Einwohner oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² je Einwohner, wobei zentrale Orte i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte aufweisen. Im Vergleich zu umliegenden Orten in der Region lässt sich dieser Radeberger Kennwert wie folgt einordnen.

Abbildung 14: Verkaufsflächendichte (m² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, September 2023 / Handelsatlas für den Freistaat Sachsen (2022)

³⁴ Beispielhaft ist die Verlagerung des Edeka-Marktes (rd. 2.100 m² inkl. Bäcker/Gastro) in die Pulsnitzer Straße und der damit einhergehende Flächenaufwuchs zu nennen, die Bestandsfläche wurde durch die Firma Groschenmarkt (rd. 700 m²) nachgenutzt.

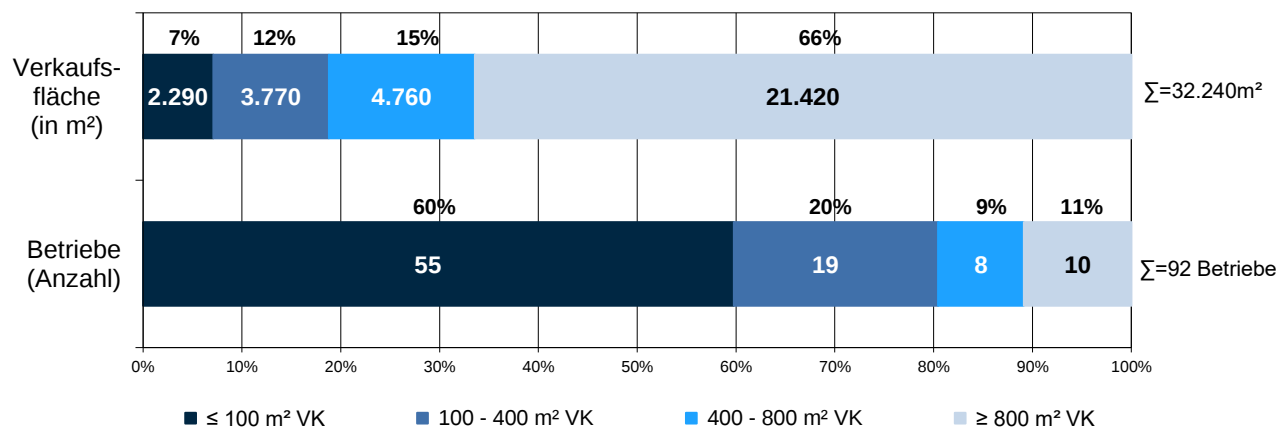
Zentrale Orte übernehmen auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum und halten somit meist größere Flächenangebote vor; dies wird beispielsweise bei den Mittelzentren Meißen, Pirna, Kamenz oder Coswig, aber auch bei Grundzentren in der Region sichtbar.

Im Vergleich mit Städten³⁵ im regionalen Umfeld erreicht Radeberg eine geringe Verkaufsflächendichte, so dass für die örtliche Bevölkerung und die Einwohner des Verflechtungsbereiches (vgl. Pkt. 4.2) ein tendenziell geringes flächenseitiges Angebot zur Verfügung steht; der Wert der Flächenausstattung deutet nicht auf eine überdurchschnittlich hohe stadtübergreifende Ausstrahlung des Radeberger Handels hin. Darüber hinaus wird die Flächenausstattung in Radeberg maßgeblich durch die flächenintensive Möbel- und Baumarktbranche sowie die Lebensmittelbranche³⁶ getragen, die – im Gegensatz beispielsweise zur Modebranche – eine geringe zentralitätsbildende Wirkung haben.

Für die drei Mittelzentren Radeberg, Radebeul und Freital zeigt sich eine tendenziell geringe Flächenausstattung, was u.a. aus der räumlichen Nähe der Städte zu Dresden bedingt ist; dies wird insbesondere bei den beiden mit Dresden siedlungsgeographisch verbundenen Städten Radebeul und Freital deutlich.³⁷ Durch die direkte Wettbewerbssituation zu Dresden und bestehende Verflechtungsbeziehungen wird die Übernahme eigener und auch regionaler Versorgungsfunktionen für die benannten Mittelzentren erschwert.

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

Abbildung 15: Betriebsgrößenklassen des Radeberger Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2023

Die Verkaufsflächenstruktur in Radeberg basiert überwiegend auf kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben, da 55 Geschäfte und somit der Großteil der 92 Handelsbetriebe (ca. 60 %) eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur rd. 40 m² je Ladenlokal; der Großteil dieser Betriebe ist in der Radeberger Innenstadt verortet.

Demgegenüber besitzen die 18 großformatigen Handelsunternehmen (Verkaufsfläche ab 400 m²) – die an der Gesamtzahl der Radeberger Betriebe einen Anteil von lediglich 20 % repräsentieren – mit einer

³⁵ Die ausgewählten Kennziffern dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht direkt miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien, Lage etc. verfügen und zudem die jeweiligen Erhebungen zeitlich versetzt liegen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung dargestellt werden.

³⁶ vgl. folgende Abbildung 18.

³⁷ Die Stadtgrenze bzw. der Ortsübergang nach Dresden wird in Radebeul und in Freital innerhalb von bebauten Ortslagen lediglich durch ein Ortsausgangsschild deutlich. Auf Grund der direkten und funktionalen Anbindung der beiden Orte bestehen zahlreiche Interdependenzen und Austauschbeziehungen, wobei das attraktive Handelsangebot in Dresden maßgeblich auf diese beiden Städte ausstrahlt.

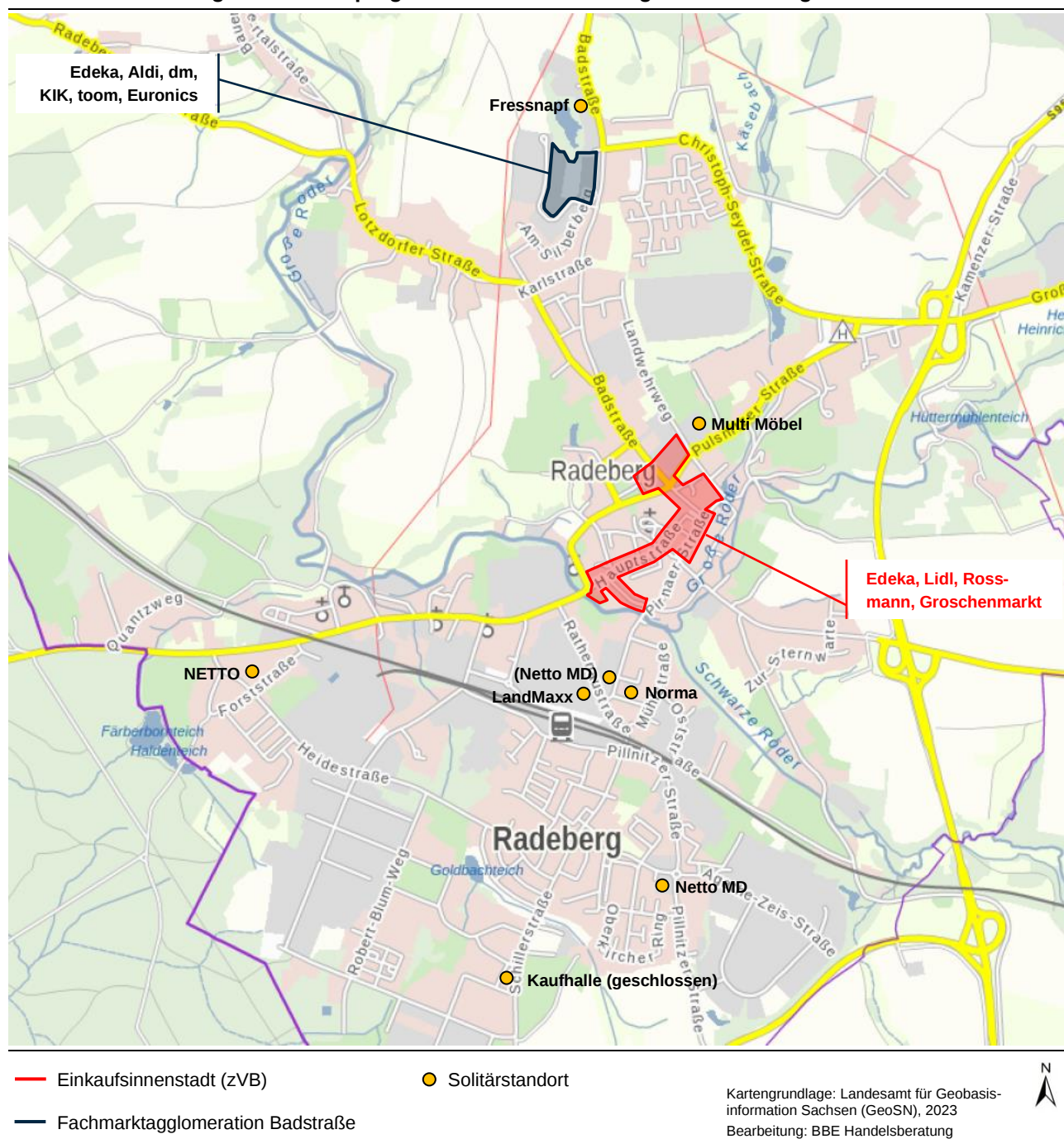
gemessenen Verkaufsfläche von rd. 26.200 m² einen sehr hohen Anteil von 81 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Zusammengefasst ist in Radeberg eine durchmischte Betriebstypenstruktur ausgebildet, die einen Mix aus großformatigen, i.d.R. filialisierten Betrieben und zahlreichen, meist mittelständischen und kleineren Fachanbietern aufweist. Die überwiegend kleinteilige Handelsstruktur birgt jedoch grundsätzlich – wie bereits in den letzten Jahren sichtbar – ein erhöhtes Erosionsrisiko, da es perspektivisch zusehends schwieriger wird, auf einer Kleinfläche dauerhaft einen auskömmlichen Ertrag für einen tragfähigen Vollerwerb eines Handelsbetriebes zu erwirtschaften.

5.2. Räumliche Angebotsstruktur

Die **räumliche Verteilung** des Einzelhandelsangebots in Radeberg zeigt eine Angebotskonzentration in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept 2009) und in der Fachmarkttagglomeration³⁸ an der Badstraße, darüber hinaus sind Betriebe in Streulagen ansässig. Folgende Karte skizziert die strukturprägenden Einzelhandelsstandorte in Radeberg, wobei das Angebot maßgeblich in der Kernstadt konzentriert ist.

Karte 5: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Radeberg



38 Die Filiale von Netto Marken-Discount in der Dr.-Albert-Dietze-Straße ist auf Grund eines Brandschadens derzeit nicht geöffnet.

Die Radeberger **Einkaufsinnenstadt** – diese umfasst sowohl den Bereich der traditionellen Altstadt als auch die nördlich gelegenen Lebensmittelmärkte von Edeka und Lidl – weist einen gemessenen Flächenbestand von rd. 7.000 m² auf; dies entspricht einem Anteil von 22 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die innerstädtische Angebotsmasse liegt hoch. Diese Tatsache ist jedoch vor allem auf die Präsenz von Edeka und von Lidl zurückzuführen, die knapp 3.100 m² belegen. Der innerörtliche Flächenbesatz wird somit maßgeblich durch diese beiden großflächigen Anbieter getragen.

In der Innenstadt sind aktuell 41 Handelsbetriebe etabliert, was einem hohen Anteil von 45 % aller Radeberger Einzelhändler entspricht. Die Einkaufsinnenstadt stellt somit den funktionalen Einzelhandelsschwerpunkt in Radeberg dar.

Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung reißt die Radeberger Innenstadt ein relativ breites Warenspektrum an; in fast allen innenstadtprägenden Sortimenten ist ein Angebot vorzufinden, wenngleich eine höhere Sortimentstiefe wünschenswert wäre. Die beiden Standortbereiche ergänzen einander, da einerseits in der Altstadt kleine und attraktive Fachgeschäfte situiert sind; dieses Angebot wird durch die beiden Lebensmittelmärkte ergänzt. So können beide Bereiche arbeitsteilig eine attraktive Nachfrageabdeckung gewährleisten.

Die Entwicklung des innerstädtischen Handelsbestandes ist auf den ersten Blick in den letzten Jahren positiv verlaufen. Laut dem Einzelhandelskonzept 2009³⁹ war zum damaligen Zeitpunkt in der Innenstadt eine Verkaufsfläche von 6.175 m² ausgebildet. Diese hat sich gegenüber dem heutigen Zeitpunkt – per Saldo – um über 800 m² erhöht, wobei der Zuwachs im Wesentlichen auf die Ansiedlung des Edeka-Marktes⁴⁰ sowie die Verlagerung und Vergrößerung der Rossmann-Filiale innerhalb der Altstadt⁴¹ zurückzuführen ist.

Grundsätzlich hat sich jedoch eine hohe Angebotsabschmelzung, vor allem durch die Absiedlung von zahlreichen kleineren Handelsbetrieben in der Altstadt vollzogen; der Substanzverlust ist unübersehbar. Ein Teil der Gewerbeflächen wurde durch Dienstleistungsanbieter oder Büronutzungen nachbelegt, ferner stehen verschiedene Ladenflächen leer. Laut dem Einzelhandelskonzept 2009 waren in der Innenstadt 83 Betriebe ansässig, aktuell liegt der Bestand bei 41 Einzelhändlern; dies entspricht einem Rückgang von -51 % (-42 Handelsbetriebe).

Der Handelsbesatz in der Altstadt ist hauptsächlich in kleinformatischen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung der Innenstadt zurückzuführen ist. Die durchschnittliche Ladenfläche liegt dennoch bei rd. 100 m² je Geschäft, was jedoch vor allem auf die Verkaufsflächen der *großen Magnetbetriebe* Rossmann, NKD und Groschenmarkt zurückzuführen ist.

Insgesamt mangelt es der Altstadt an weiteren und vor allem an *größeren und leistungsfähigen Fachgeschäften* mit einer überörtlichen Ausstrahlung. Dieses Manko senkt nicht nur die Strahlkraft, die Reichweite und die Frequentierung der Radeberger Altstadt, sondern limitiert auch die Innovationskraft und das Investitionsvermögen der Bestandsbetriebe ebenso wie die Resistenz gegenüber aperiodischen Umsatzschwankungen.

Neben den Handelsbetrieben existieren in der Altstadt fast *60 komplementäre Angebote* (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie, Büros), ferner dient die Innenstadt auch als Wohnstandort und ist Sitz der Stadtverwaltung. In Summe wird eine hohe Multifunktionalität erreicht.

Die innerstädtische *Hauptgeschäftslage* bilden die Handelslagen am Markt, in der Oberstraße und der Hauptstraße. Es besteht eine meist durchgehende heterogene Bebauung mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern; die Erdgeschosszonen sind überwiegend mit Handels- und Gewerbenutzungen belegt.

Zu den *Randlagen* zählen die westliche Hauptstraße und die Röderstraße, beide Bereiche liegen topographisch tiefer versetzt zum Radeberger Markt und weisen fußläufige Erreichbarkeithemmnisse auf. In diesen Geschäftsbereichen ist der Gewerbebesatz zusehends ausgedünnt und keine durchgängige Schaufensterfront vorhanden, da vermehrte Funktionsunterbrechungen durch Wohnnutzungen und leerstehende Gewerbeflächen zu verzeichnen sind.

39 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Stadt Radeberg, Mai 2009, Tab. 9.

40 Edeka war vormals am Markt ansässig. Im Rahmen einer Standortoptimierung wurde die Filiale in die Pulsnitzer Straße verlagert und mit rd. 2.100 m² (inkl. Bäcker/Gastro) neu eröffnet. Die vormalige Filiale am Markt (rd. 700 m²) wird durch die Fa. Groschenmarkt nachgenutzt.

41 Rossmann war ursprünglich in der Oberstraße 33 auf rd. 300 m² ansässig und hat seine Filiale in die Hauptstraße verlagert. Die Verkaufsfläche wurde auf knapp 700 m² erhöht, das vormalige Ladenlokal in der Oberstraße wird durch NKD genutzt.

Leerstehende Ladenflächen haben eine hohe Signalwirkung und belasten das Erscheinungsbild einer Innenstadt in besonderem Maße. Der aktuelle *Leerstand* in der Altstadt umfasst 17 Ladengeschäfte, die durchschnittliche Flächengröße liegt bei etwa 50 m² je Laden und somit unter der Mindestbetriebsgröße fast aller Handelsbranchen. Eine qualifizierte Nachnutzung durch Handelsbetriebe ist daher bei einem Großteil der Leerstandsflächen unwahrscheinlich. Ein struktureller Nachteil der Radeberger Altstadt besteht somit in dem Mangel an mittleren und größeren Potenzialflächen.

Unmittelbar nördlich der Altstadt wurden an der Pulsnitzer Straße zwei Lebensmittelmärkte entwickelt, die vom Marktplatz über die Oberstraße fußläufig erreichbar sind. Neben einem Supermarkt (Edeka) agiert hier auch ein Discounter (Lidl), so dass in der Innenstadt eine kompetente Lebensmittelversorgung etabliert ist.

Nennenswerte Disfunktionalitäten zu dem Angebot der Altstadt treten nicht auf, da hier kein entsprechendes Angebot ausgebildet ist und in der Altstadt auch keine Flächenpotenziale für eine mögliche Ansiedlung bestehen. Im Gegensatz zu dem Standort von Edeka und Lidl ist das Angebot in der Altstadt maßgeblich durch kleinformige Geschäfte geprägt, so dass sich die Handelsbetriebe beider Lagen auf Grund ihrer differenzierten konzeptionellen Ausrichtung deutlich voneinander unterscheiden und hinsichtlich der Positionierung keine direkten Konkurrenzbeziehungen bestehen. Vielmehr können beide Handelslagen voneinander profitieren, insbesondere sind Kundenzuführeffekte für die Altstadt zu beobachten.

Abbildung 16: Exemplarische städtebauliche Situation in der Radeberger Innenstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im nördlichen Kernstadtbereich ist in einer Gewerbegebietslage eine **Fachmarkttagglomeration** hervorzuheben, die aus dem Einkaufszentrum Silberberg-Center und zwei angrenzenden Fachmärkten besteht. Das Einzelhandelsangebot umfasst insgesamt elf Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 13.200 m²; im Silberberg-Center sind noch komplementäre Angebote (Dienstleistungen, Gastronomie) etabliert.

Das Angebot in dem Einkaufszentrum (vgl. Definition in Anlage 2) wird durch die großformatigen Märkte von Edeka, Aldi und einem Bio-Markt geprägt, ein moderner Drogeriemarkt (dm) rundet das nahversorgungsrelevante Angebot ab. Im Modesegment sind KIK und Ernstings family ansässig, weiterhin sind drei kleine Einzelhändler aktiv. In dem Center sind alle Gewerbeeinheiten vermietet, es besteht kein Leerstand.

Die benannten Handelsbetriebe sind in einer eingeschossigen innenliegenden Mall angeordnet, die beiden Ausgänge führen direkt zu der vorgelagerten Parkplatzanlage. Das Center ist von der vorbeilaufenden Badstraße gut anfahrbar, dieser Straßenzug führt in die Radeberger Innenstadt und bindet diesen Handelsstandort insbesondere an die Orte nördlich und östlich von Radeberg gut an. Südlich des Silberberg-Centers ist eine Bushaltestelle eingerichtet.

Das Silberberg-Center ist durch funktionale, fachmarkttypische Gebäudestrukturen geprägt. Die Handelsimmobilie wurde nach einer grundlegenden Sanierung und einem Umbau im November 2020 wiedereröffnet und präsentiert sich in einem zeitgemäßen Layout. Die Struktur, der Mieterbesatz und der Auftritt hinterlassen einen leistungsfähigen Gesamteindruck.

Das Angebot des Silberberg-Centers wird durch einen Baumarkt (toom) und einen Elektrofachmarkt (Euro-nics) ergänzt. Die Betriebe – jeweils in eingeschossigen Funktionsbauten untergebracht – liegen im Standortverbund mit dem Silberberg-Center, so dass alle Unternehmen von gegenseitigen Kopplungen und Synergien profitieren können.

Abbildung 17: Exemplarische städtebauliche Situation der Fachmarktagglomeration Badstraße



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Ergänzend zu den beiden skizzierten strukturprägenden Handelslagen agieren weitere Handelsunternehmen in **Streulagen**⁴². Dieses Angebot umfasst – neben zahlreichen kleineren mittelständischen Betrieben – fünf Lebensmittelmärkte (2x Netto Marken-Discount⁴³, Norma, NETTO, Kaufhalle) und verschiedene Non-Food-Anbieter (u.a. Multi-Möbel, Fressnapf, LandMaxx). Auf Grund der großformatigen Fachmarktanbieter erreichen diese Streulagen einen hohen summierten Flächenanteil von 35 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche. Außerhalb der Radeberger Kernstadt ist in den peripheren **Ortsteilen** nur ein geringer Handelsbestand vorzufinden, der sich auf fünf Einzelhändler – vorwiegend mit Lebensmitteln – bezieht. Die Ausprägung von umfangreichen und komplexen Handelsstrukturen ist in den einzelnen Ortsteilen auf Grund der jeweils geringen Bevölkerungszahl (vgl. Karte 3) und des daraus folgenden niedrigen Nachfragevolumens – auch zukünftig – nicht möglich.

Abschließend wird in der Tabelle 6 die **räumliche Angebotsstruktur** des Radeberger Einzelhandels synoptisch abgebildet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Radeberg nach Standortkategorien

	Verkaufsfläche		Betriebe		Ø Betriebsgröße
	m²	%	abs.	%	m²/Betrieb
Einkaufsinnenstadt (zVB)	6.980	22	41	45	~170
Fachmarktagglomeration Badstraße	13.210	41	11	12	~1.200
Streulagen Kernstadt	11.450	35	35	38	~330
dezentrale Ortsteile	600	2	5	5	~120
Gesamt	32.240	100	92	100	~350

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2023 / zVB = zentraler Versorgungsbereich
Zuordnung der Betriebe/Verkaufsflächen auf Basis des Zentrenkonzeptes 2009

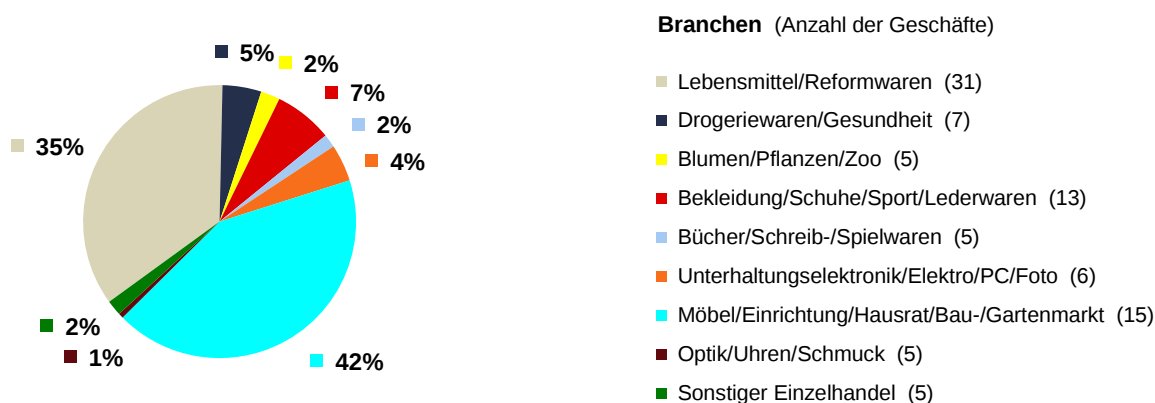
42 Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

43 Die Filiale von Netto Marken-Discount in der Dr.-Albert-Dietze-Straße wurde als Bestandsbetrieb berücksichtigt, wenngleich dieser Markt auf Grund eines Brandschadens derzeit nicht geöffnet ist. Es ist jedoch mit einem Wiederaufbau des Marktes zu rechnen; zwischenzeitlich ist als Interimslösung ein Zeltverkauf angedacht.

5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Radeberg (rd. 32.200 m² VK) werden die einzelnen Betriebe nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.⁴⁴ Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** in Radeberg bildet die folgende Graphik ab.

Abbildung 18: Branchenstruktur Radeberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2023 / Zuordnung der Betriebe nach der jeweiligen Hauptbranche

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** stellt die Lebensmittelbranche mit rd. 11.400 m² Verkaufsfläche einen flächenseitigen Angebotsschwerpunkt dar. Einerseits wird diese Branche durch neun großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Ladenhandwerker, Spezialgeschäfte, SB-Anbieter) und Getränkemärkte vorhanden.⁴⁵

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte rangiert im interkommunalen Vergleich mit 0,6 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner⁴⁶ (vgl. Tab. 7) auf einem üblichen Niveau, wobei in zentralen Orten i.d.R. eine Konzentration von insbesondere großformatigen Lebensmittelmärkten und demzufolge oft eine höhere Angebotsdichte vorzufinden ist.

In der Branche Drogeriewaren sind mit Rossmann und dm zwei attraktive und kompetente Drogeriemärkte vorhanden. Die Nachfrage nach diesen Produkten wird ferner von einem Anbieter mit Kosmetikartikeln abgerundet. Des Weiteren werden Drogeriewaren in allen Lebensmittelmärkten im Randsortiment geführt.

In Radeberg sind vier Apotheken mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 140 m² adressiert. Auf Basis der örtlichen Einwohnerzahl errechnet sich eine Apothekendichte von 2,1 Apotheken je 10.000 Einwohner. Der Radeberger Wert stellt im Vergleich zum Landeswert (2,3 Apotheken/10.000 Ew.)⁴⁷ einen leicht unterdurchschnittlichen Ausstattungsgrad dar, zumal Radeberg auch eine Versorgungsfunktion für seinen Nahbereich übernimmt und daher ein höheres Angebot vorhalten sollte.

Im Sortimentsbereich Blumen existiert eine zufriedenstellende Offerte, geprägt durch vier kundenattraktive Floristikanbieter. Alle Betriebe sind allerdings außerhalb der Innenstadt verortet, ein entsprechender Anbieter fehlt leider im Zentrum.

⁴⁴ Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt nach seiner Hauptwarengruppe. Die geführten Randsortimente ordnen sich dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch bei der Berechnung der sortimentsspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 20) berücksichtigt.

⁴⁵ In den folgenden Betrachtungen ist die Filiale von Netto Marken-Discount in der Dr.-Albert-Dietze-Straße mit einer Verkaufsfläche von 880 m² berücksichtigt (vgl. Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 67 „Netto-Lebensmittelmarkt Dr.-Albert-Dietze-Straße 18“), wenn- gleich dieser Markt auf Grund eines Brandschadens derzeit nicht geöffnet ist. Es ist jedoch mit einem Wiederaufbau des Marktes zu rechnen, zwischenzeitlich ist als Interimslösung ein Zeltverkauf angedacht.

⁴⁶ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

⁴⁷ Quelle: ABDA, Die Apotheke 2023, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2022.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** stellt die Angebotspalette an modischen Sortimenten (Oberbekleidung, Wäsche, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren) hinsichtlich ihrer Magnetfunktion einen wichtigen Attraktivitätsbaustein für eine (Innen-)Stadt dar. Im Segment Bekleidung sind in Radeberg jedoch nur sechs Betriebe auf rd. 1.400 m² Verkaufsfläche aktiv. Das Angebot wird durch zwei Textildiscounter (KIK, NKD) geprägt, die mit über 900 m² Verkaufsfläche die Angebotsstruktur dominieren; im mittleren Preissegment sind lediglich vier Textilfachgeschäfte in Radeberg ansässig. Die Verkaufsflächendichte von unter 0,1 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist im interkommunalen Vergleich als niedrig einzustufen.⁴⁸

In der Branche Heimtextilien/Kurzwaren sind zwei Fachgeschäfte mit Stoffen, Nähbedarf und Kurzwaren vorhanden, die eine ansprechende Auswahlvielfalt und eine gute Beratungsleistung bieten.

In der Sportbranche (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) sind zwei Fachgeschäfte aktiv, wobei der innerstädtische Betrieb in der Oberstraße ein kompetentes Angebot führt.

Das Sortiment Schuhe/Lederwaren ist in Radeberg – wie auch das Textilangebot – unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das Angebot von zwei innerstädtischen Fachgeschäften und einem Orthopädieschuhanbieter ist für die Stadtgröße Radebergs als niedrig einzustufen.

Diese Einschätzung gilt auch für den Sanitätsfachhandel, der nur durch zwei kleinere Anbieter (Sanitäts-haus, Hörgeräteakustiker) vertreten ist. Es ist eine Unterversorgung zu konstatieren, zumal der hohe Bevölkerungsanteil älterer Bürger (vgl. Abb. 11) eine solide Nachfragebasis signalisiert.

In der Innenstadt agieren zwei Buchhandlungen, die auf Grund ihrer limitierten Fläche von jeweils unter 100 m² nur ein eingeschränktes Angebot zeigen können. Dennoch kann eine Grundversorgung für Radeberg abgebildet werden.

In der Branche Papier-/Büro-/Schreibwaren ist mit zwei innerstädtischen Geschäften und einem kleineren Bürofachmarkt ein flächenseitig gut ausgeprägtes Angebot vorhanden.

In Radeberg ist kein Spielwarenanbieter ansässig, vereinzelt werden Spielwaren im Randsortiment branchenfremder Anbieter geführt. Das Fehlen eines entsprechenden Geschäftes stellt eine Angebotslücke im örtlichen Handel dar.

In der Zoobranche wird an einem autokundenorientierten Standort an der nördlichen Badstraße ein Zoofachmarkt (Fressnapf) betrieben, der auf Grund seiner Leistungsfähigkeit eine hohe Strahlkraft ausübt.

Die Güter des **langfristigen Bedarfsbereichs** sind durch eine seltenere bzw. aperiodische Nachfrage gekennzeichnet. In Radeberg ist in der Möbelbranche mit einem Möbelhaus, einem Küchenstudio und einem Antikwarenanbieter ein für die Größe der Stadt attraktives Angebot ausgebildet.

Für die flächenintensive Branche Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung ist eine hohe Flächenausstattung zu konstatieren, da mit toom und LandMaxx zwei großflächige Anbieter angesiedelt sind. Bezogen auf die Einwohnerzahl Radebergs errechnet sich eine Flächendichte von 0,43 m² je Einwohner (vgl. Tab. 7), die im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,16 m² je Ew.) und zum Landesdurchschnitt (rd. 0,19 m² je Ew.)⁴⁹ einen erhöhten Ausstattungsgrad darstellt. Folglich ist eine leistungsfähige Flächenausstattung und auch eine stadtübergreifende Ausstrahlung dieser Branche zu konstatieren.

Das Sortiment Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Hausratartikel wird vor allem in einem sog. Non-Food-Discounter (Groschenmarkt) als Hauptsortiment geführt. Neben diesem Betrieb – direkt am Markt verortet – agieren weitere Fachgeschäfte in Radeberg.

Die Branche Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC wird durch den attraktiven Elektrofachmarkt Euronics mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche geprägt, dessen Angebot wird durch vereinzelte weitere kleine Geschäfte mit Fotoartikeln, Computern, Mobiltelefonen und Leuchten arrondiert.

In den Branchen Optik und Uhren/Schmuck existieren fünf branchenübliche kleinformative Anbieter, die in Summe ein attraktives Sortiment präsentieren.

48 Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von 0,08 m² Verkaufsfläche pro Einwohner (vgl. Tab. 7) im interkommunalen Vergleich als sehr niedrig einzustufen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt in diesem Segment laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,20 bis 0,30 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

49 Quelle: gemaba – Gesellschaft für Markt- und Betriebsanalyse, Lev.-Hitdorf, Baumarkt-Strukturdaten 2023.

Die Fahrradbranche ist durch zwei mittelständische Anbieter gekennzeichnet, wobei die Flächengröße der beiden Fachbetriebe auf Grund des hohen Präsentationsbedarfs höher ausfallen könnte.

In der Branche Kfz-Zubehör ist ein kleiner Anbieter (in Kombination mit einer Autowerkstatt) vorhanden; das Sortiment wird ferner von verschiedenen Betrieben im Randsortiment und teilweise auch in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt.

Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels in Radeberg

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	11.390	31	~370	0,60
Apotheken	140	4	~40	0,01
Drogerie/Parfümerie	1.340	3	~450	0,07
Blumen	260	4	~70	0,01
Oberkleidung/Textilien/Wäsche	1.440	6	~240	0,08
Heimtextilien	40	2	~20	<0,01
Sportartikel	500	2	~250	0,03
Schuhe/Lederwaren	250	3	~80	0,01
Sanitätswaren/-bedarf	60	2	~30	<0,01
Bücher	110	2	~60	0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	400	3	~130	0,02
Spielwaren	0	0	-	0,00
Zoobedarf/Tiernahrung	480	1	~480	0,03
Möbel/Antiquitäten	4.450	3	~1.480	0,23
Bau-/Gartenmarktartikel	8.230	5	~1.650	0,43
Haushaltwaren/Geschenkartikel	1.010	7	~140	0,05
Elektro/Unterhaltungselektronik	1.420	6	~240	0,07
Optik	130	3	~40	0,01
Uhren/Schmuck	60	2	~30	<0,01
Fahrräder	510	2	~260	0,03
Autoteile/-zubehör	20	1	~20	<0,01
Gesamt	32.240	92	~350	1,70

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2023

5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur

5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

Die Lebensmittelbranche belegt in Radeberg eine Verkaufsfläche von ca. 11.400 m². Auf Basis der lokalen Bevölkerungszahl errechnet sich eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von 0,6 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 7). Aus gutachterlicher Sicht wird somit ein üblicher Versorgungsgrad⁵⁰ erreicht, wenngleich zentrale Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihr Umland bzw. ihren Verflechtungsbereich mit übernehmen und folglich ein höheres Angebot bereitstellen.

Dies ist mit Blick auf Radeberg nicht vollumfänglich der Fall, da die Flächendichte im Vergleich mit umliegenden zentralen Orten⁵¹ niedrig ausfällt. Somit kann unter Berücksichtigung dieses Kennwertes primär keine überdurchschnittlich hohe Ausstrahlung des Radeberger Lebensmittelhandels erkannt werden. Im Nahbereich von Radeberg – hierzu zählen die Gemeinden Arnsdorf und Wachau (vgl. Pkt. 4.2) – leben zusätzlich zu Radeberg jedoch noch etwa 9.400 Personen, so dass Radeberg auch für diese Einwohner eine anteilige Grundversorgung mit übernehmen sollte, die ebenfalls entsprechende Versorgungseinrichtungen beinhaltet.

Um einen vergleichbaren Überblick über die maßgeblich versorgungsrelevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird im Folgenden die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Radeberg ermittelt. Dabei werden nur die strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Discounter,⁵² Verbraucher-/ Supermärkte, SB-Warenhäuser - vgl. Definition in Anlage 3) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot vorhalten. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialanbieter) werden hier nicht betrachtet.⁵³ Folgende Tabelle 8 beschreibt synoptisch die Dichtewerte für Radeberg in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Tabelle 8: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Radeberg

	Region/ Anbieter	Anzahl Märkte	Vk.Fl. Gesamt	Vk.Fl. je Objekt	Vk.Fl. je Einwohner	DICHTE- INDEX
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
Discounter	Vergleich Deutschland	15.972	13.200.000	~83	0,16	100
	Radeberg (Aldi, Lidl, NETTO, Norma, Netto Marken-Discount [2x])	6	5.220	~870	0,28	175
Supermarkt	Vergleich Deutschland	10.890	12.200.000	~1.120	0,15	100
	Radeberg (Edeka [2x], Kaufhalle)	3	4.300	~1.430	0,24	160
Verbraucher- markt / SB-Warenhaus	Vergleich Deutschland	1.988	9.000.000	~4.530	0,11	100
	Radeberg	0	0	0	0,00	0
Gesamt	Vergleich Deutschland	28.850	34.400.000	~1.190	0,41	100
	Radeberg	9	9.520	~1.060	0,52	127

Quelle: HDE Zahlenspiegel 2023 / Definition Betriebstypen vgl. Anlage 3 / Deutschland: 84.358.845 Einwohner, Radeberg: 18.980 Einwohner

50 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner, teilweise auch darüber.

51 Zum Vergleich: Flächendichte in den Mittelzentren Meißen: 0,82 m²/Ew., Kamenz: 0,65 m²/Ew., Pirna: 0,69 m²/Ew., Radebeul: 0,56 m²/Ew., in den Grundzentren Pulsnitz: 0,67 m²/Ew., Großröhrsdorf: 0,78 m²/Ew., Bischofswerda: 0,79 m²/Ew., Heidenau: 0,83 m²/Ew. Quelle: Handelsatlas für den Freistaat Sachsen, 2022.

52 In der Berechnung ist die Filiale von Netto Marken-Discount in der Dr.-Albert-Dietze berücksichtigt, wenngleich der Markt auf Grund eines Brandschadens derzeit nicht geöffnet ist. Gemäß Bebauungsplan ist bei Wiederaufbau eine Verkaufsfläche von max. 880 m² möglich.

53 Bei einer Verkaufsfläche von etwa 400 m² kann i.d.R. ein handelsseitig ausreichendes Lebensmittelangebot abgebildet werden.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von 0,52 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Radeberg im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,41 m²/Ew.) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht, der um 27 % über dem bundesweiten Referenzwert rangiert. Da Radeberg als höherstufiger zentraler Ort auch eine anteilige Versorgungsfunktion für Umlandkommunen übernimmt, relativiert sich das erhöhte Flächenangebot und ist als üblich zu bewerten.⁵⁴

Bei der Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen erreichen Lebensmitteldiscounter einen Dichteindex, der 75 % über dem Bundesdurchschnitt liegt; in Radeberg ist ein Vollbild des Discounterwettbewerbs ausgebildet. In den ostdeutschen Flächenländern ist in diesem Segment meist eine überdurchschnittliche Flächendichte zu beobachten, was u.a. auf die – im Bundesvergleich – geringere Kaufkraft (vgl. Karte 1/ Abb. 13) und die erhöhte Nachfrage nach discountorientierten Waren zurückzuführen ist.

Der Dichteindex bei Supermärkten fällt ebenfalls hoch aus und liegt 60 % über dem Bundesdurchschnitt. Gerade die Existenz von attraktiven und höherwertigen Supermärkten stellt einen bedeutenden Angebotsbaustein für eine qualitativ umfängliche Lebensmittelversorgung innerhalb einer Stadt dar. Für Radeberg ist ein gut ausgebildetes und zufriedenstellendes Angebot festzustellen, wenngleich der Besatz durch zwei betriebsgleiche Edeka-Märkte geprägt ist.

In Radeberg ist im Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus kein Anbieter ansässig. Das Fehlen eines entsprechenden Lebensmittelmarktes stellt eine Angebotslücke dar, zumal auch in der durchgeführten Konsumentenbefragung ein Abfluss der Lebensmittelnachfrage in umliegende Orte signalisiert wurde.⁵⁵

Abbildung 19: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Radeberg (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit wird in Radeberg – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl – bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmittelhandels ist durch eine Bandbreite von neun, meist konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte und Getränkemärkte arrondiert wird. Somit existiert sowohl für die lokalen Bewohner als auch für die Einwohner im Umland von Radeberg eine zufriedenstellende Auswahlvielfalt, wenngleich das Fehlen eines größeren Verbrauchermarktes aus Kundensicht eine Angebotslücke darstellt.

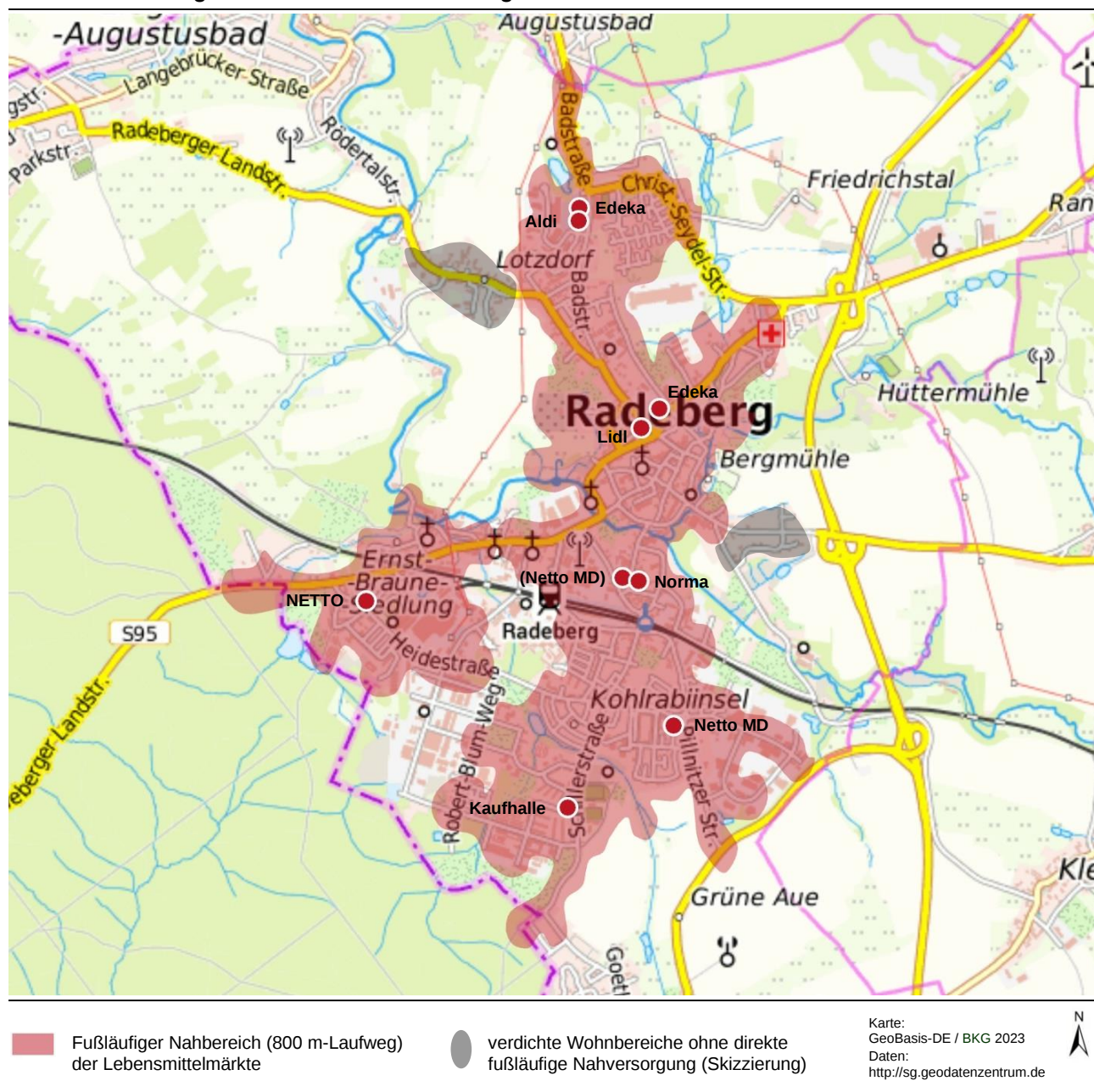
⁵⁴ Bei den Vergleichswerten handelt es sich um bundesdurchschnittliche Werte. Da in Städten – speziell in zentralen Orten – im Vergleich zu kleineren Gemeinden i.d.R. ein höheres Flächenangebot vorgehalten wird, sind diese bundesweiten Vergleichswerte nicht mit den Radeberger Werten vergleichbar.

⁵⁵ vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Abb. 14.

5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Radeberg

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Radeberg soll sich im Bereich der Grundversorgung u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem aus der Prämisse des demographischen Wandels (vgl. Abb. 3/11) und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden. Im Folgenden werden die **fußläufigen Nahbereiche**⁵⁶ der strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Radeberg kartographisch dargestellt. Dabei werden die tatsächlichen Laufwege (keine Radien) zugrunde gelegt, d.h. auch städtebauliche Zäsuren oder Barrieren werden berücksichtigt.

Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der Radeberger Lebensmittelmärkte



⁵⁶ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.

In der Radeberger **Kernstadt** kann für den Großteil der Bevölkerung eine fußläufige Nahversorgung bereitgestellt werden. Insgesamt wohnen in den Nahbereichen der Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 11.200 Personen. Demnach ist eine wohnortnahe Versorgung des überwiegenden Teils der örtlichen Bevölkerung möglich, da 80 % der Bewohner der Kernstadt einen Lebensmittelmarkt fußläufig erreichen können; diese Quote stellt einen hohen Versorgungsgrad dar.

Tabelle 9: Einwohner im Nahbereich aller Lebensmittelmärkte (Abdeckungsgrad)

	Einwohner	Einwohner Nahbereich	Abdeckungsgrad
	abs.	abs.	%
Kernstadt Radeberg	13.970	11.220	80

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung und Berechnungen

Die Zahl der Einwohner in den Nahbereichen der einzelnen Lebensmittelmärkte unterscheidet sich hinsichtlich der Standortqualität und auch des städtebaulichen Umfelds des jeweiligen Betriebes. So haben Lebensmittelmärkte in integrierten Lagen tendenziell eine hohe Einwohnerzahl im fußläufigen Umfeld. Dies wird vor allem bei den Märkten in der Innenstadt (Edeka, Lidl) und in verdichteten Siedlungsbereichen (beide Filialen von Netto Marken-Discount, Norma, Kaufhalle) deutlich; die benannten Betriebe weisen hinsichtlich ihrer guten fußläufigen Hinwendung zu Wohnquartieren hohe Bevölkerungsanteile in ihrem Nahbereich auf.

Tabelle 10: Einwohner in den Nahbereichen der Radeberger Lebensmittelmärkte

Betreiber	Adresse	Einwohner Nahbereich	
		Personen	
Aldi	An der Ziegelei 2	1.480	
Edeka	An der Ziegelei 2	1.420	
Lidl	Oberstraße 10	2.910	
Edeka	Pulsnitzer Straße 33	3.040	
Norma	Dr.-Albert-Dietze-Straße 11	3.210	
Netto Marken-Discount (z.Zt. Zeltverkauf)	Dr.-Albert-Dietze-Straße 18	3.370	
NETTO	Dresdner Straße 73	1.710	
Netto Marken-Discount	Pillnitzer Straße 36	2.840	
Kaufhalle (derzeit geschlossen)	Schillerstraße 95	3.120	
Durchschnitt		2.570	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen / - sehr geringes - sehr hohes Bevölkerungspotenzial im Nahbereich (ca. 800 Meter Laufweg)

Grundsätzlich ist eine flächendeckende und engmaschige Lebensmittelversorgung in Radeberg auf Grund der dispersen Siedlungsstruktur, der Topographie der Stadt, bestehender städtebaulicher Barrieren und der daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeitshemmnisse nur schwer umzusetzen. Naturgemäß sind somit in Radeberg – wie auch in anderen Städten – Wohnsiedlungsbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt ansässig ist.

Hierbei handelt es sich jedoch lediglich um zwei Siedlungsbereiche in den auslaufenden kernstädtischen Randbereichen im Nordwesten und im Osten der Stadt. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für die vorstehenden Gebiete nicht zu konstatieren, wenngleich die Einwohner – nur geringfügig – längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage zurücklegen müssen.

Ungeachtet des Gesamtwertes der städtischen Flächendichte variiert die Ausstattung innerhalb der einzelnen Siedlungsbereiche. So findet sich in der Kernstadt eine gute Lebensmittelversorgung wieder, in den drei ländlich geprägten und nicht verstädterten **Ortsteilen** Liegau-Augustusbad, Großerkmannsdorf und Ullersdorf ist dagegen keine Grundversorgung in Form eines größeren Lebensmittelmarktes ausgebildet. Alle dezentralen Ortsteile sind mit Blick auf die Existenz eines Lebensmittelmarktes als unterversorgt einzustufen (vgl. Anlage 4), wenngleich hier vereinzelte kleinformige Lebensmittelanbieter agieren.

Das fehlende Angebot in den dezentralen und räumlich von der Kernstadt abgesetzten Ortsteilen ist vor allem mit der geringen Mantelbevölkerung zu begründen; hieraus resultiert ein niedriges einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial. Folglich sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt und die Installation eines größeren bzw. filialisierten Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.⁵⁷

Darüber hinaus ist auf das quantitativ gut ausgebildete kernstädtische Lebensmittelangebot zu verweisen, das bezüglich seiner Auswahlvielfalt auch eine Strahlkraft auf die Bewohner in den dezentralen Ortsteilen und deren Einkaufsentscheidung ausübt; zumal die kernstädtischen Lebensmittelmärkte meist verkehrsgünstig aus den einzelnen dezentralen Ortsteilen zu erreichen sind. Ferner agieren im Umland von Radeberg weitere attraktive Lebensmittelanbieter, die auf die Einwohner von Radeberg – speziell auch in den Ortsteilen – ausstrahlen. Somit ist der Markteintritt eines Lebensmittelmarktes in den peripheren Ortsteilen auch unter Berücksichtigung des Wettbewerbsdrucks tendenziell unrealistisch.

⁵⁷ Ein Lebensmittelmarkt, dessen übliche Marktzutrittsgröße i.d.R. bei rd. 800 m² liegt, benötigt am Ansiedlungsort bzw. in seinem Einzugsgebiet ein minimales Konsumentenpotenzial von rd. 3.000 Personen. Dieses Einwohnerpotenzial weisen die drei peripheren Ortsteile Liegau-Augustusbad, Großerkmannsdorf und Ullersdorf bei Weitem nicht auf (vgl. Karte 3).

5.5. Bindungsintensität des Radeberger Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁵⁸ je Sortiment⁵⁹ und dem Nachfragevolumen des Einzelhandels (vgl. Tab. 4) dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Radeberg getroffen werden, die Kaufkraft der örtlichen Einwohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden.

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

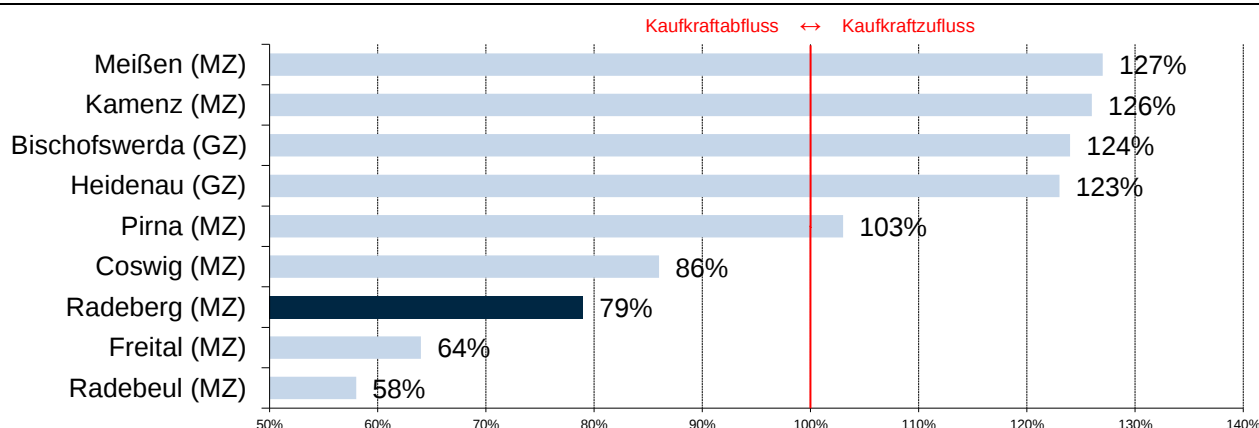
Tabelle 11: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Radeberger Einzelhandels nach Bedarfsbereichen

	Marktpotenzial Mio. EUR	Umsatz Mio. EUR	Bindungsquote %
Kurzfristiger Bedarfsbereich	74,43	65,27	88
Mittelfristiger Bedarfsbereich	21,89	10,86	50
Langfristiger Bedarfsbereich	34,84	27,90	80
Gesamt	131,16	104,03	79

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die **Kaufkraftbindung des Radeberger Handels** liegt über alle Bedarfsstufen hinweg bei **79 %** und weist somit – per Saldo – auf einen Abfluss von lokaler Kaufkraft aus der Stadt an umliegende Handelsstandorte und zum Online-Handel hin. Folglich kann der stationäre Einzelhandel weder die lokalen Bewohner noch die Bevölkerung im Verflechtungsbereich vollumfänglich mit Gütern des Einzelhandels versorgen. Mit Blick auf andere zentrale Orte in der Region lässt sich die Radeberger Kaufkraftbindungsquote wie folgt einordnen.

Abbildung 20: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftbindungsquoten ausgewählter Städte



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2023

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

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

Die Kaufkraftbindung in Radeberg liegt im regionalen Vergleich niedrig. Dies ist vor allem auf das geringe flächenseitige Angebot des örtlichen Einzelhandels zurückzuführen (vgl. Abb. 14). Die Bevölkerung tendiert vor allem nach Dresden, aber auch nach Großröhrsdorf zum Einkauf, was sich auch aus den **Aussagen der Konsumentenbefragung**⁶⁰ ablesen lässt.

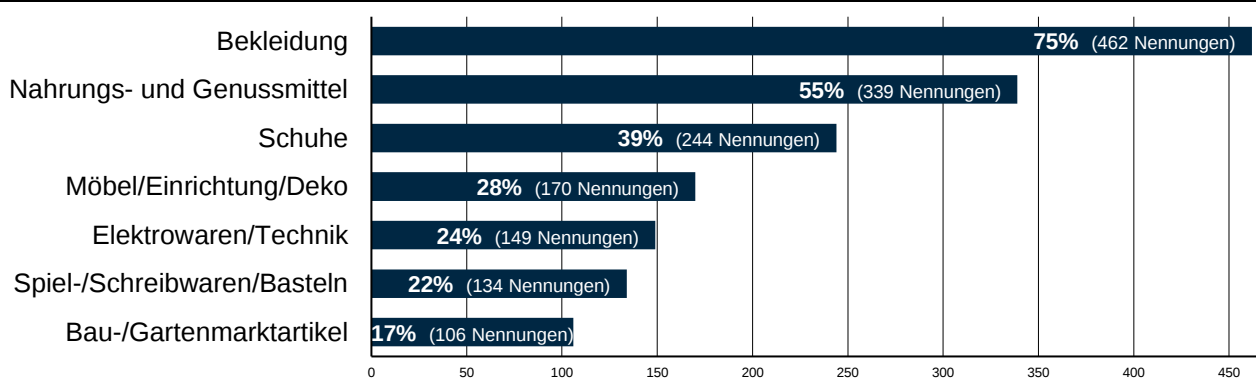
Für die Mittelzentren Radeberg, Radebeul und Freital zeigt sich – auf Grund der niedrigen Flächendichte – eine geringe Kaufkraftbindung, was u.a. aus der räumlichen Nähe der Städte zu Dresden bedingt ist. Durch die direkte Wettbewerbssituation zu Dresden wird die Übernahme eigener und auch regionaler Versorgungsfunktionen für die drei benannten Mittelzentren erschwert, dies trifft vor allem für die siedlungsgeographisch direkt mit Dresden verbundenen Städte Radebeul und Freital zu.

Bei der Berechnung der Umsatz-Kaufkraft-Relation wurden die Branchen in drei **Bedarfsbereiche**⁶¹ zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der einzelnen Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden die sortimentspezifischen Bindungsquoten ermittelt und in der umseitigen Abbildung 22 ausgewiesen; zur Einschätzung ist auch auf die qualitative Branchenbewertung unter dem vorstehenden Punkt 5.3 zu verweisen.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist der Radeberger Handel lediglich im Sortiment Drogeriewaren einen Kaufkraftzufluss aus seinem Umland auf, der durch die beiden leistungsstarken Drogeriemärkte induziert wird. Dagegen sind die Kaufkraftabflüsse im Lebensmittelbereich für ein Mittelzentrum untypisch, was auf die limitierte Auswahlvielfalt innerhalb dieser Branche zurückzuführen ist.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich 50 %, die Marktabdeckung zeigt sich für eine mittelzentrale Angebotsstruktur unzureichend. In allen modischen Segmenten (Bekleidung, Schuhe, Sport) wird nur eine geringe Eigenversorgungsquote ausgewiesen, ein Großteil der Kaufkraft fließt aus Radeberg ab. Dies trifft auch auf die Branchen Sanitätswaren, Bücher oder Spielwaren zu, lediglich bei Papier-/ Schreibwaren und bei Zooartikeln zeigt sich eine zufriedenstellende Kaufkraftbindungsquote.
- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 80 % und ist als zufriedenstellend einzustufen. Eine hohe Zentralität weisen die Baumarktbranche, das Segment Haushaltswaren und die Optikbranche auf. Flächenseitige Entwicklungspotenziale zeigen sich dagegen bei Möbeln, Elektrowaren, Uhren/Schmuck oder bei Fahrrädern.

Die Berechnungen sind im Kontext einer **Konsumentenbefragung** zu sehen, wenngleich die Brancheneinteilung seitens der befragten Verbraucher nicht die Detailschärfe nach den einzelnen definierten Sortimenten aufweist. Die Kaufkraftbindungsquoten finden jedoch Bestätigung, da die Konsumenten vor allem bei den häufig nachgefragten Sortimenten Lebensmittel, Bekleidung/Schuhe, Elektrowaren und Spielwaren, aber auch bei Möbeln und Baumarktartikeln Einkaufsfahrten in umliegende Städte in der Region unternehmen.

Abbildung 21: Welche Waren kaufen Sie außerhalb von Radeberg ein? (nur über 100 Nennungen)



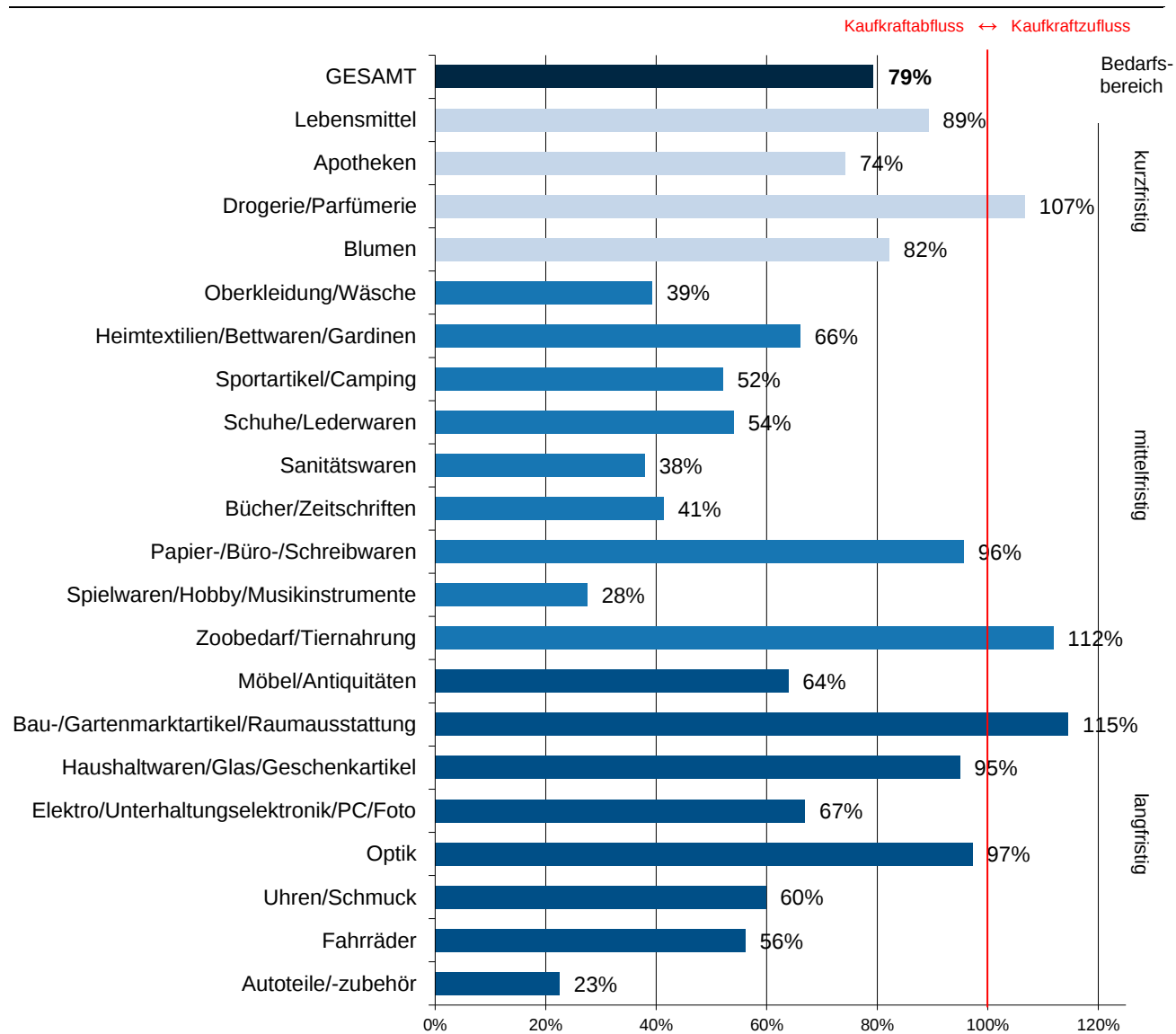
Quelle: BBE Handelsberatung, Verbraucherbefragung August/September 2023, Abb. 14 (n=618, Mehrfachnennungen möglich)

60 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Abb. 13.

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

Die folgende Abbildung verdeutlicht die sortimentspezifischen Kaufkraftbindungsquoten des Radeberger Einzelhandels. Es wird deutlich, dass mit Ausnahme weniger Branchen teilweise hohe Kaufkraftabflüsse aus Radeberg zu verzeichnen sind.⁶² Dementsprechend kann Radeberg seine landesplanerisch zugedachte Versorgungsfunktion teilweise nicht funktionsgerecht erfüllen, da der Handel in zahlreichen Branchen weder die eigene Bevölkerung noch (anteilig) die Einwohner in dem überörtlichen Verflechtungsbereich adäquat versorgen kann.

Abbildung 22: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten (in %) von Radeberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁶² Insbesondere werden in flächenseitig gut ausgeprägten Branchen bzw. in Branchen mit leistungsfähigen Betrieben wie bei Drogeriewaren, Zoobedarf oder Bau-/Gartenmarkartikeln Kaufkraftzuflüsse nach Radeberg induziert.

5.6. Stärken-Schwächen-Analyse

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt überblicksartig eine zusammenfassende Bewertung der Standortrahmendaten von Radeberg und des lokalen Einzelhandels dar.

Abbildung 23: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Radeberg

Stärken	Schwächen
- zentralörtliche Einstufung als Mittelzentrum - großer mittelzentraler Verflechtungsbereich mit rd. 42.600 Personen (gemessen an der Einwohnerzahl Radebergs), der Nahbereich umfasst bereits rd. 28.400 Personen - Bevölkerungswachstum (+5 %) in der letzten Dekade - hohe einzelhandelsrelevante Kaufkraft (97,4 %) im regionalen Vergleich - positiver Pendlersaldo, hohe Arbeitsplatz-zentralität, dadurch Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland nach Radeberg - städtebaulich attraktive Altstadt - hohe Multifunktionalität der Innenstadt - Potenzialstandort in Randlage zur Altstadt wurde zur Konzentration des Handels im Innenstadtbereich durch 2 Lebensmittelmärkte genutzt - attraktive Fachmarktagglomeration an der Badstraße mit diversen Magnetbetrieben, die maßgeblich die Einzelhandelszentralität der Stadt tragen - sehr gute räumliche Lebensmittelversorgung, 80 % der kernstädtischen Bewohner können fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen	- Radeberg weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Einwohnerrückgang in den nächsten Jahren, Überalterung der Bevölkerung, geringes Kaufkraftpotenzial aus Tourismus) - perspektivisch rückläufige Nachfrage durch leicht sinkende Bevölkerungszahlen in Radeberg und in der Region - geringe Flächendichte (1,7 m²/Ew.) des lokalen Handels - niedrige Einzelhandelszentralität (79 %) - Kaufkraftabflüsse in zahlreichen Branchen, überwiegend schwache Bindungsquoten des Radeberger Handels; Randlage zu Dresden stellt u.a. Hemmnis für die Einzelhandelsentwicklung dar - Angebot an modischen Sortimenten (= Indikatorbranche einer Stadt) ist in Radeberg sehr gering - flächenseitig schwach ausgebildete Innenstadt, wenige Non-Food-Magnetanbieter in der Altstadt - deutliche Angebotsabschmelzung an innerstädtischen, vor allem an kleineren Handelsbetrieben in den letzten Jahren - zahlreiche Leerstände in der Altstadt an kleinen Ladenflächen, die zur Inbetriebnahme von modernen Handelskonzepten wegen ihrer Kleinteiligkeit z.T. nicht geeignet sind - limitierte Auswahlbreite an Angebotskonzepten im Lebensmittelhandel

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Radeberg

6.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Radeberger Einzelhandel wird unter Berücksichtigung der Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt in den nächsten Jahren bestehen. Ziel ist es, vorhandene Kaufkraftabflüsse zu reduzieren und ein attraktives, ausgewogenes sowie zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsangebot bereitzustellen, das der Größe des Versorgungsgebietes der Stadt Radeberg entspricht (vgl. Verflechtungsbereich unter Punkt 4.2).

In die Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials für den Prognosehorizont 2032 fließen verschiedene Determinanten ein, für die fundierte Prognosen bzw. Annahmen zugrunde gelegt werden. Ein wesentlicher Faktor, der die prospektive Einzelhandelsnachfrage maßgeblich beeinflusst, ist die **Bevölkerungsentwicklung**. Die Bevölkerungsprognose für Radeberg geht hierbei bis zum Jahr 2032 von einem geringen Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1).

Tabelle 12: Konsumentenpotenzial für den Radeberger Handel im Jahr 2032

	Einwohner		Veränderung
	2022	2032	2022 - 2032
	abs.	abs.	%
Radeberg	18.980	18.760	-1,2

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerung 31.12.2022 / 8. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2022 bis 2040, Variante 2

Für die Prognose des Kaufkraftvolumens in der folgenden Dekade werden neben der Bevölkerungsschätzung folgende weitere **Eingangsgroßen** zugrunde gelegt:

- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (vgl. Abb. 12) wird sich in Radeberg in den nächsten Jahren auf einem etwa gleichbleibenden Niveau bewegen bzw. nur leicht ansteigen; tendenziell ist jedoch eine Annäherung an den Bundesdurchschnitt zu erwarten. Dies ist aus der Entwicklung in der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- Die Konsumenten verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“; die vormaligen coronabedingten Minderausgaben im stationären Handel werden sich relativieren. Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens der Bevölkerung auszugehen. Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage wird unterstellt, dass die Binnennachfrage nur unwesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der Ausgaben⁶³ im Einzelhandel an den privaten Konsumausgaben wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen marginal vermindern. Dies ist mit dem stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, private Vorsorge etc.) im Verhältnis zu den Preisen für Einzelhandelswaren zu begründen (vgl. Abb. 4). Der Handel kann somit von den steigenden Lohn- und Einkommensverhältnissen in Deutschland nur unterdurchschnittlich partizipieren.

⁶³ Für die Berechnung der zukünftigen Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind inflationsbereinigte (reale) Werte zugrunde zu legen, da in der nominalen Entwicklung mögliche inflationäre Tendenzen nicht berücksichtigt werden und somit keine Rückschlüsse auf realistische Entwicklungspotenziale möglich sind.

- Die realen Ausgaben im Einzelhandel werden sich nur geringfügig erhöhen (vgl. Abb. 4). Innerhalb der Einzelhandelsbranchen wird es zu geringfügigen Verschiebungen im Ausgabeverhalten kommen, wobei lediglich marginale Wachstumsimpulse in einzelnen Branchen zu erwarten sind.
- Eine Ausweitung des Marktgebietes des Radeberger Einzelhandels ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist auch aus dem leistungsstarken Handelsangebot im Umland (vor allem in Dresden) abzuleiten. Es ist nicht von einem Attraktivitätsverlust umliegender Städte auszugehen.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine **vorsichtige Prognose** des Nachfragevolumens für den Radeberger Einzelhandel. Bis zum Jahr 2032 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 131,2 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) auf dann rd. 130,3 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einer marginalen Verminderung gegenüber der heutigen einzelhandelsrelevanten Nachfrageplattform von knapp 1 %.

Tabelle 13: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Radeberg im Jahr 2032

	Marktpotenzial		Veränderung	
	2022	2032	2022-2032	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Radeberg	131,16	130,31	-0,85	-0,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Zuzüglich zu dem vorstehenden Marktpotenzial für das Jahr 2032 sind Nachfragevolumina zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** resultieren. Diese Erlöse ergeben sich vor allem auf Grund von Einpendlern nach Radeberg (vgl. Seite 23), dagegen spielen Besucher bzw. Touristen (vgl. Seite 24) nur eine untergeordnete Rolle.

6.2. Entwicklungsrahmen des Radeberger Einzelhandels

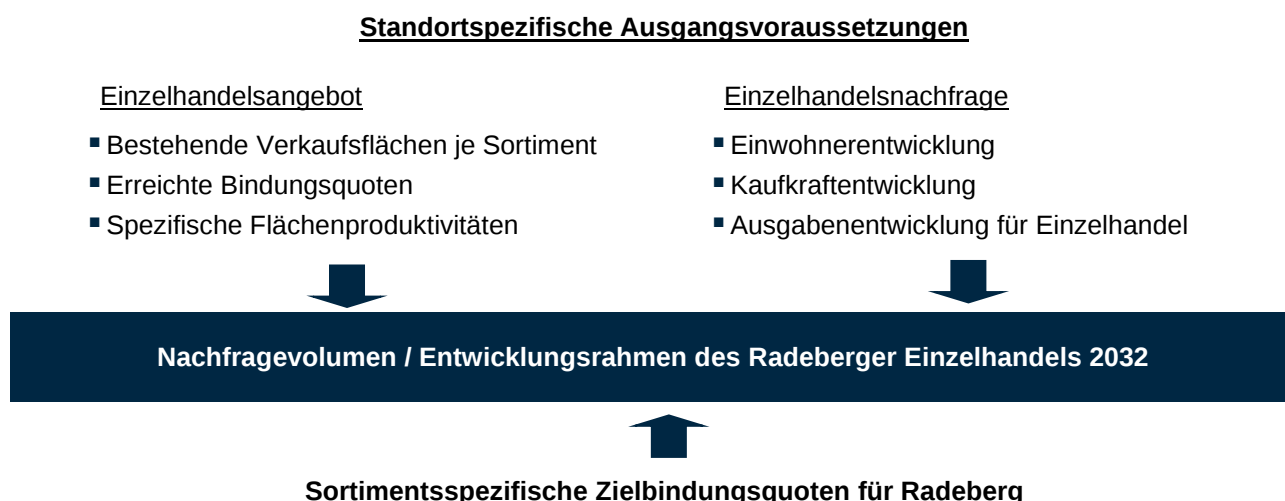
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Radeberger Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2032 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Radeberg und die erzielten Umsätze je Branche/Sortiment,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Radeberg im Jahr 2032,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung des Radeberger Einzelhandels.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Handelsanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 5). Hierbei sind die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Kaufkraftbindungsquote (vgl. Abb. 22) je Sortiment von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2032 und sortimentsspezifischer Zielbindungsquoten errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für den Radeberger Einzelhandel.

In der folgenden Abbildung 24 werden die zugrunde gelegten Parameter zur Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens im Überblick dargestellt.

Abbildung 24: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Radeberg wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2032 (vgl. Tab. 12) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten⁶⁴ unter Ansetzung einer **Zielkaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁶⁵ errechnet sich unter Berücksichtigung der jeweiligen branchenüblichen Flächenproduktivität⁶⁶ die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu kalkulierenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Beachtung des aktuellen Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der lokalen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

64 Die einzelhandelsrelevante Nachfrage wird für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2032 berechnet. Demgegenüber werden die aktuellen sortimentsspezifischen Umsätze der jeweiligen Betriebe gestellt, wobei für die Folgejahre ein gleichbleibendes Umsatzniveau unterstellt wird. Somit errechnen sich die im Jahr 2032 zu erwartenden Bindungsquoten, die auf Grund des leicht rückläufigen Nachfragevolumens naturgemäß im Vergleich zu den aktuellen Bindungsquoten geringfügig höher ausfallen werden (Abb. 22 vs. Abb. 27). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

65 Bei dem sog. Marktanteilskonzept wird das relevante Nachfragevolumen der möglichen Kaufkraftabschöpfung (= Marktanteil) gegenübergestellt.

66 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung genannt) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche. Die Produktivität wird dabei für den Prognosezeitraum als konstant angenommen.

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. In Szenario A wird unterstellt, dass Radeberg – per Saldo – die lokale Kaufkraft vollständig binden kann und die Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf die Einwohner der Stadt abgestellt ist. In Szenario B wird angenommen, dass die Bedeutung des Radeberger Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich – vor allem aus dem Nahbereich – binden kann.

Abbildung 25: Szenarien der Kaufkraftbindung für Radeberg

Szenario A

Der örtliche Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Radeberg – per Saldo – vollständig vor Ort binden. Kaufkraftzuflüsse aus dem Verflechtungsbereich werden nicht kalkuliert. Es wird in Sortimenten, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Radeberg aufweisen (vgl. Abb. 22), eine Zielbindungsquote von 100 % angesetzt.

Szenario B

Der örtliche Einzelhandel wird, wie in Szenario A, die Kaufkraft der Bewohner von Radeberg – per Saldo – vollständig vor Ort binden. Da die Stadt Radeberg auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem Nahbereich und auch in ihrem mittelzentralen Verflechtungsbereich übernehmen soll, wird eine anteilige Kaufkraftbindung in diesem Bereich unterstellt. Es wird – differenziert nach Bedarfsbereichen – eine erhöhte Zielbindungsquote von 110 % angesetzt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Bei der Quantifizierung des Entwicklungsrahmens des Radeberger Einzelhandels ist u.a. die **zentralörtliche Ausweisung** der Stadt zu beachten, wobei das anzustrebende Angebot mit der landesplanerischen Einstufung korrespondieren muss. Die Stadt Radeberg wird in der Landesplanung als Mittelzentrum (vgl. Karte 4) ausgewiesen und hat somit auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem Verflechtungsbereich mit zu übernehmen.

Gemäß dem **Landesentwicklungsplan** sind die Mittelzentren als regionale Wirtschafts-, Versorgungs-, Bildungs- und Kulturzentren zu sichern und zu stabilisieren. Die Mittelzentren stellen in Netzergänzung zu den Oberzentren ein räumlich ausgewogenes Grundgerüst zur Sicherung von Versorgungsqualitäten in den jeweiligen Teilräumen dar.⁶⁷ Ferner sind die Mittelzentren gemäß den Zielvorgaben des Landesentwicklungsplans für die Ansiedlung insbesondere von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen prädestiniert.⁶⁸

Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag – den Radeberg für seinen Verflechtungsbereich übernehmen soll – ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist der Stadt Radeberg daher eine offensive und **zentralitätsstärkende Strategie** bei ihrer Einzelhandelsentwicklung zu empfehlen.

Bei der anzustrebenden Versorgungsfunktion von Radeberg muss berücksichtigt werden, dass die Bewohner im überörtlichen Verflechtungsbereich nur partiell zum Einkauf nach Radeberg fahren. Dies ist insbesondere durch das attraktive und leistungsfähige Einzelhandelsangebot in umliegenden Städten wie beispielsweise Dresden oder Großröhrsdorf zu begründen. Somit würde die Annahme einer „Vollversorgung“ aller Einwohner im Verflechtungsbereich durch den Radeberger Handel zu einer deutlichen Überbewertung der Ansiedlungspotenziale führen.

Bei der Bestimmung des prospektiven Verkaufsflächenrahmens wird keine vollständige, sondern lediglich eine **anteilige Bindungsquote des Radeberger Einzelhandels** in dem Verflechtungsbereich angenommen; diese wird zudem nach den einzelnen Bedarfsstufen differenziert. Demnach werden in den Orten im Verflechtungsbereich auch weiterhin Potenziale für eine mögliche Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben

⁶⁷ vgl. Sächsisches Staatsministerium des Inneren, Landesentwicklungsplan 2013, zu Z 1.3.7.

⁶⁸ vgl. Sächsisches Staatsministerium des Inneren, Landesentwicklungsplan 2013, Z 2.3.2.1.

bestehen, wenngleich auf Grund der limitierten Einwohnerzahlen in umliegenden Kommunen – mit Ausnahme der einwohnerseitig größeren Grundzentren – keine maßgebliche Einzelhandelsentwicklung (ausgenommen sind Grundversorgungsangebote) erfolgen wird.

Die Zielbindungsquoten werden so angesetzt, dass insbesondere keine Beeinträchtigung der umliegenden gleich- oder höherrangigen **zentralen Orte**, d.h. von ausgewiesenen Ober- und Mittelzentren⁶⁹ anzunehmen ist. Ebenso wird beachtet, dass ausgewiesene Grundzentren im räumlichen Umfeld von Radeberg⁷⁰ weiterhin ihrer landesplanerisch angedachten Versorgungsfunktion gerecht werden können. Diese besteht in der Abdeckung des Grundbedarfs der Bevölkerung in Ergänzung zu den höherstufigen zentralen Orten.

In der nachstehenden Abbildung 26 werden die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels**⁷¹ in Radeberg bis zum Jahr 2032 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

Abbildung 26: Einflussgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

	Entwicklungsperspektiven für Radeberg
Ausgaben im Einzelhandel	Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel in der nächsten Dekade
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	- marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Radeberg und im regionalen Umfeld - nur langfristige Annäherung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt
Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial	- leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung in Radeberg - geringfügiges Absinken des Nachfragepotenzials in Radeberg - zusätzliche Impulse für den örtlichen Einzelhandel auf Grund einer positiven Pendlerquote
Einzelhandelsbestand Radeberg	- flächenseitig gering ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 1,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner) - teilweise geringes, wenig diversifiziertes Angebot in verschiedenen Branchen, jedoch auch Branchen mit gutem Angebotsbestand
Zentralität / Bindungsquote	- geringe gesamtstädtische Einzelhandelszentralität, diverse Branchen mit Ansiedlungsbedarfen - unterschiedliche Ausrichtung der prospektiven Kaufkraftbindung nach Bedarfsbereichen
Entwicklungsziele	- Sicherung der bestehenden Einzelhandelszentralität - partieller Ausbau des Handels in schwächer ausgeprägten Branchen - Sicherung einer qualitativ hochwertigen Versorgung für Radeberg und die Orte im Verflechtungsbereich - keine raumordnerische Beeinträchtigung von umliegenden zentralen Orten

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Zusammengefasst wird der Stadt Radeberg aus fachgutachterlicher Sicht eine Orientierung an dem skizzierten Positivszenario B (vgl. Abb. 25) empfohlen, um die mittelzentrale Versorgungsbedeutung von Radeberg

69 Westlich von Radeberg liegt das Oberzentrum Dresden; östlich befindet sich das Oberzentrum Bautzen (in Funktionsteilung mit Görlitz und Hoyerswerda). Im regionalen Umfeld befinden sich die Mittelzentren Kamenz und Pirna.

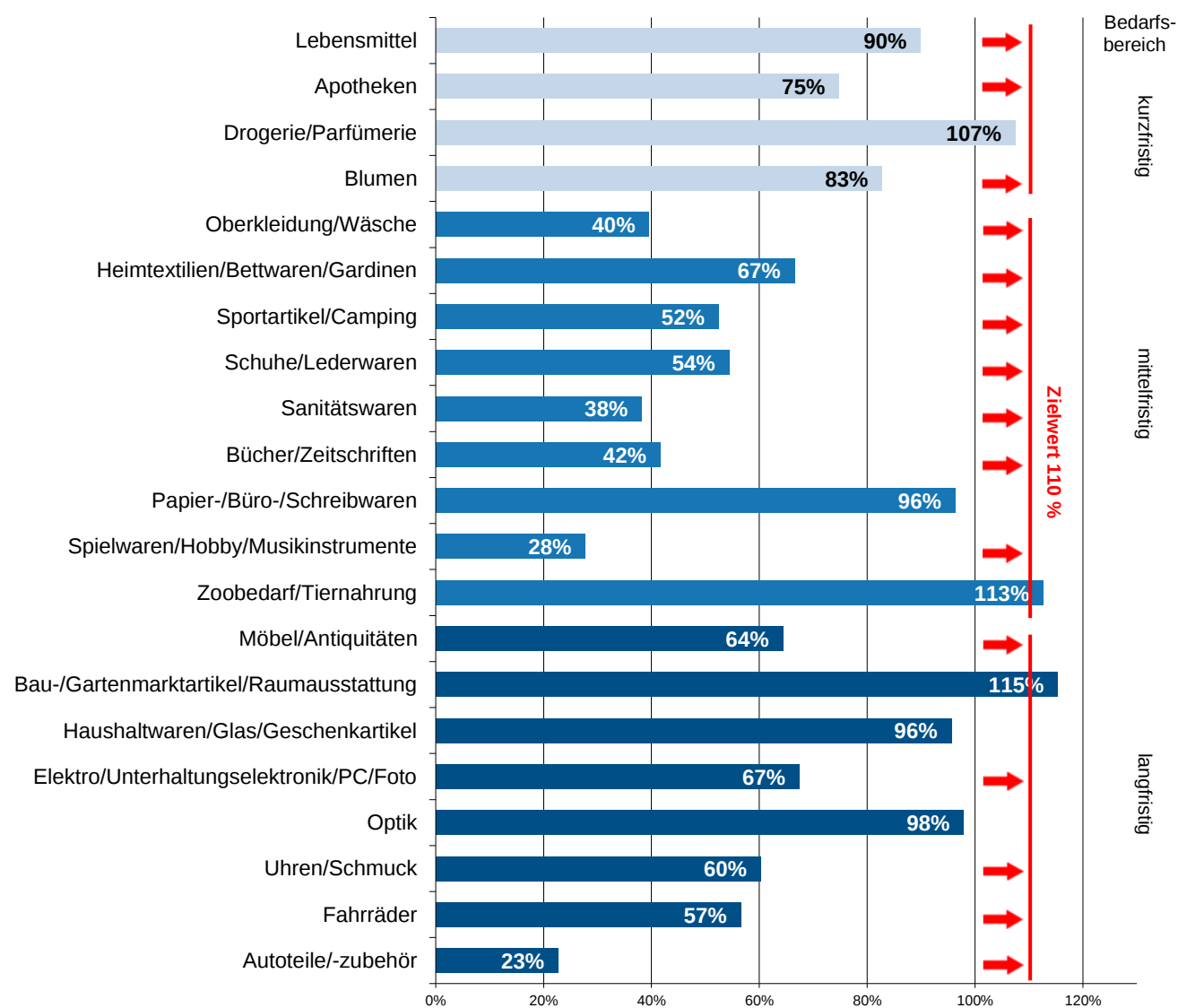
70 Im Umland von Radeberg sind Königsbrück, Pulsnitz, Großröhrsdorf und Stolpen als Grundzentren ausgewiesen.

71 Es ist ausdrücklich darauf zu verweisen, dass diese Berechnungen keine Flächenkontingentierung für Radeberg sind, sondern für eine Abrundung des Einzelhandelsangebots zu sehen sind. Insofern wird auch das EuGH-Urteil vom 30.01.2018 (C-360/15, C-31/16) beachtet.

zu sichern und branchenspezifisch dynamisch zu ertüchtigen. Unter Berücksichtigung des Nahbereichs bzw. des mittelzentralen Funktionsraums von Radeberg ist eine idealtypische Zielbindungsquote für den stationären Handel von 110 %⁷² versorgungsstrukturell sinnvoll.

In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen im Jahr 2032⁷³ und die empfohlenen **Zielbindungsquoten** für den Radeberger Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dargestellt; es zeigt sich in zahlreichen Branchen ein Erweiterungsbedarf.⁷⁴

Abbildung 27: Zielbindungsquoten und Erweiterungsbedarfe für Radeberg (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

72 Die Kaufkraftbindungsquote von 110 % entspricht auf Basis der Radeberger Bevölkerung einer zu versorgenden Personenzahl von ca. 20.900 Personen. Im mittelzentralen Verflechtungsbereich von Radeberg leben ca. 42.600 Einwohner (vgl. Seite 21), so dass bei dieser Bindungsquote allenfalls ein Teil der Bewohner des Verflechtungsbereiches versorgt werden kann. Es werden daher auch zukünftig Einkaufsfahrten von Bewohnern aus den Orten des Radeberger Verflechtungsbereiches in umliegende Städte in der Region notwendig sein.

73 Bei der Modellierung der Bindungsquoten für das Jahr 2032 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft in Radeberg von rd. 130,3 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 12). Auf der anderen Seite werden der lokalen Kaufkraft die aktuell erzielten Umsätze des Radeberger Handels gegenübergestellt. Da sich das Marktpotenzial bis zum Jahr 2032 vermindern wird, werden bei einem unterstellten konstanten Umsatz leicht erhöhte branchenspezifische Zentralitäten – im Vergleich zum aktuellen Zeitpunkt (vgl. Abb. 22) – ausgewiesen. Bei der Betrachtung wurde nicht berücksichtigt, dass sich ggf. unrentable Betriebe vom Markt zurückziehen werden. In einem solchen Fall steht der entfallene Umsatz anderen Betrieben oder auch einer Neuansiedlung zur Verfügung.

74 Ein signifikanter Bedarf ist zu konstatieren, wenn die Differenz zwischen der im Jahr 2032 prognostizierten Zentralität und der Zielbindungsquote deutlich über 20 %-Punkten liegt.

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des leicht rückläufigen Marktpotenzials zeichnet sich in der auf das Jahr 2032 projizierten Bestandssituation mit Ausnahme bei Zoobedarf und Bau-/ Gartenmarktartikeln in **keiner weiteren Branche ein quantitativer Flächenüberhang** ab, da die Zielwerte der Kaufkraftbindung (110 %) durch die Einzelhandelsumsätze – mit Ausnahme der beiden benannten Branchen – nicht erreicht bzw. überschritten werden. Ein Überangebot ist für Radeberg daher auch aktuell nicht auszumachen, zumal alle lokalen Handelsbetriebe eine ortsgerechte Flächendimensionierung aufweisen und keine überregionale Strahlkraft ausüben.

Die skizzierte Darstellung orientiert sich an dem beschriebenen Szenario B (vgl. Abb. 25). Für die Stadt Radeberg wird eine **Kaufkraftbindungsquote** von 110 % angesetzt, um so eine nur anteilige Versorgung der Bevölkerung im Umfeld der Stadt zu erreichen. Die Zielkaufkraftbindungsquote von 110 % entspricht auf Basis der aktuellen Bevölkerungszahl von Radeberg einer zu versorgenden Personenzahl von ca. 20.900 Personen.

Im ausgewiesenen Nahbereich von Radeberg leben bereits rd. 28.400 Personen (vgl. Seite 21), so dass nur eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im näheren Umfeld von Radeberg erreicht wird. In den Orten des Nahbereichs (Wachau, Arnsdorf) ist kein größerer bzw. komplexer Handelsstandort ausgeprägt, das Angebot in den einwohnerseitig kleinen Kommunen dieses Bereiches fokussiert fast ausschließlich auf die Lebensmittelversorgung.⁷⁵ Demnach tendieren die Einwohner aus diesen Orten zum Einkauf u.a. – bereits auch heute – nach Radeberg.

Im mittelzentralen Verflechtungsbereich von Radeberg leben ca. 42.600 Einwohner (vgl. Pkt. 4.2), so dass selbst bei Erreichen einer Kaufkraftbindung von durchschnittlich 110 % bei Weitem keine „Vollversorgung“ aller Bewohner des Radeberger Verflechtungsbereich erfolgt. Die Bindungsquote ist demnach auf eine „verträgliche“ Abschöpfung des Nachfragevolumens in diesem Verflechtungsbereich – auch unter Berücksichtigung der abfließenden Nachfrage zum Online-Handel – ausgelegt. Unter raumordnerischen Gesichtspunkten ist zu konstatieren, dass für das Erreichen dieses Zentralitätswertes keine Konsumenten von außerhalb des Radeberger Verflechtungsbereiches benötigt werden (vgl. Kongruenzgebot LEP Z 2.3.2.4, vgl. Seite 17).

Zusammengefasst würde Radeberg bei Erreichen der angesetzten (durchschnittlichen) Bindungsquote eine kompetente Versorgungsfunktion für die Stadt selbst und anteilig für die Einwohner innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereiches wahrnehmen können. Die Bindungsquote ist mit Blick auf die Ausweisung als Mittelzentrum „legitim“ einzustufen und könnte in verschiedenen Branchen – trotz der räumlichen Nähe zu Dresden – erzielt werden; dies wird derzeit bereits in den beiden Branchen Zoobedarf und Bau-/ Gartenmarktartikel (vgl. Abb. 27) deutlich. Das Erreichen in allen Branchen ist mit Blick auf das Handelsangebot im Umland von Radeberg eher unwahrscheinlich, dennoch werden Optionen unter dem folgenden Punkt aufgezeigt.

⁷⁵ In Wachau und in Arnsdorf ist nur ein geringer Einzelhandelsbestand vorhanden. In beiden Gemeinden ist kein Zentrum mit einem verdichteten Handelsbesatz ausgebildet, ein zentraler Versorgungsbereich existiert nicht. In Wachau (OT Leppersdorf) ist mit Norma ein strukturprägender Handelsbetrieb ansässig, in Arnsdorf sind zwei Lebensmittelmärkte (Netto Marken-Discount, Lidl) und ein Einrichtungsfachmarkt (Tedox) die größten Betriebe.

6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept

6.3.1. Vorbemerkung

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 5) und der angesetzten Bindungsintensität (vgl. Abb. 27) werden im Folgenden Möglichkeiten für die funktionale **Ertüchtigung des Radeberger Einzelhandels** erarbeitet. Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Radeberg umsetzbar sind.

Ein Augenmerk wird auf die vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Radeberg als Handelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.⁷⁶

Bei der Weiterentwicklung des Radeberger Einzelhandels sind auch lagespezifische Aspekte zu beachten. Beispielweise kann innerhalb einer Branche bereits eine ausreichende gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung vorhanden sein, jedoch besteht die Möglichkeit der Fehlallokation. Dies kann sich z.B. in einem unzureichenden Branchenbesatz in der Innenstadt oder in Nahversorgungslagen oder einer eingeschränkten Betriebstypenvielfalt zeigen.

Die ausgewiesenen zusätzlichen Handelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** in Radeberg zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bzw. eine Marktverdrängung bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, die im Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind. Ferner sind größere Flächen, die auf eine raumordnerische Beeinträchtigung von umliegenden Orten deuten, abzulehnen (vgl. landesplanerisches Kongruenzgebot auf Seite 17).

Durch eine Abwägung der ausgewiesenen Verkaufsflächenpotenziale (vgl. folgende Tab. 13) mit dem konkreten Abgleich eines avisierten Neu- bzw. Erweiterungsvorhaben, u.a. nach

- Art des geplanten Vorhabens (Betriebskonzept) und Betriebstyp (bspw. Fachgeschäft, Fachmarkt),
- Größe der Verkaufsfläche,
- Lage- und Standortqualität,
- Einzugsgebiet und
- dem quantitativen Bestand und der qualitativen Ausprägung der lokalen Bestandsbetriebe

können bereits vorab die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und die städtebauliche Verträglichkeit eines Vorhabens eingeschätzt und bewertet werden.

Des Weiteren können auch Vorhaben – die flächenseitig über den dargestellten Ansiedlungspotenzialen liegen – im Einzelfall zur Attraktivierung des gesamtstädtischen Angebots beitragen, sofern diese mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen von Radeberg übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel in **zentralen Versorgungsbereichen** oder an **städtebaulich integrierten Lagen** entwickelt werden. Eine mögliche Verdrängung von bestehenden Angeboten in dezentralen Lagen ist dabei als hinnehmbar und unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten ggf. sogar als wünschenswert einzustufen; eine Beeinträchtigung von zentralen Versorgungsbereichen ist grundsätzlich auszuschließen.

Bei der vorgenommenen Berechnung ist zu unterstellen, dass hinsichtlich des **Prognosecharakters der Kaufkraftentwicklung** naturgemäß keine endgültige Aussage über die tatsächliche Entwicklung getroffen werden kann. Demzufolge sind die flächenseitigen Potenziale als Ansiedlungsoptionen zu verstehen.

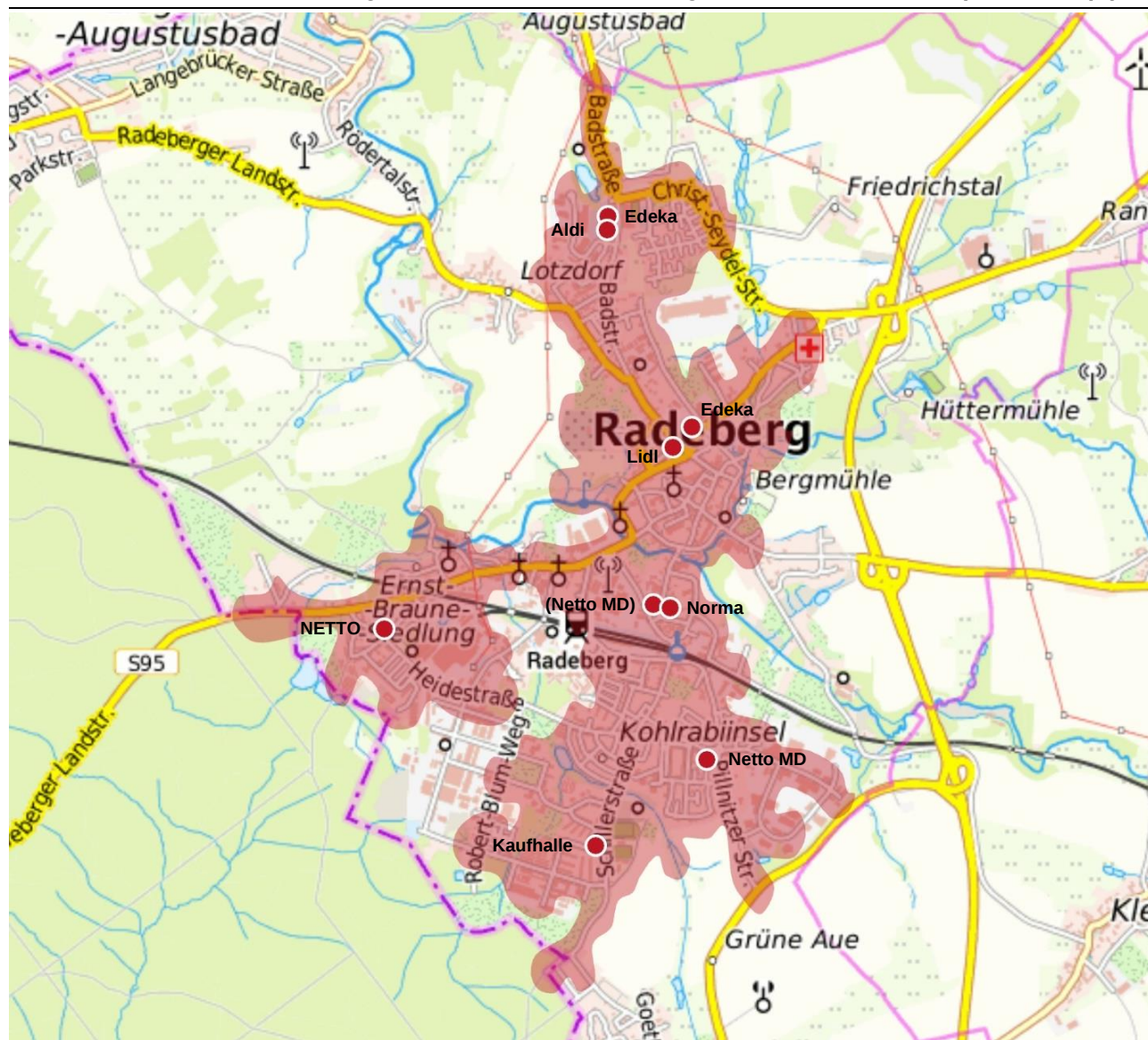
⁷⁶ Die folgenden Aussagen zu den offenen Potenzialen ersetzen nicht die betriebswirtschaftliche Machbarkeitsberechnung im Einzelfall. Ferner können naturgemäß die zukünftigen Trends bei der Entwicklung der einzelnen Branchen nicht berücksichtigt werden. Die empfohlenen Flächengrößen stellen einen Anhaltspunkt der Flächendimensionierung dar.

6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept

Unter Punkt 5.4 wurde eine Analyse der Grundversorgungsstrukturen von Radeberg erstellt. Die **strukturprägenden Anbieter des Lebensmittelhandels** liegen weitgehend gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt, so dass bereits heute eine sehr gute fußläufige Erreichbarkeit eines Lebensmittelmarktes aus großen Teilen des Kernstadtgebietes möglich ist.

In den **Nahbereichen** der kernstädtischen Lebensmittelmärkte wohnen ca. 11.220 Personen, so dass etwa 80 % der Bewohner der Kernstadt fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können (vgl. Tab. 9). Folglich ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Einwohner möglich, dieser Abdeckungsgrad stellt im interkommunalen Vergleich einen sehr guten Wert dar. Eine grundlegende räumliche Änderung der bestehenden Angebotsstrukturen ist nicht notwendig, wenngleich prinzipiell kleinräumige Optimierungsbedarfe vorhanden sind.

Karte 7: Standorte und fußläufige Nahbereiche der Radeberger Lebensmittelmärkte (Ziel-Konzept)



■ Fußläufiger Nahbereich (800 m-Laufweg) der Radeberger Lebensmittelmärkte

Karte:
GeoBasis-DE / BKG 2023
Daten:
<http://sg.geodatenzentrum.de>



Um die **Nahversorgung mit Lebensmitteln** weiter zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in den unterversorgten Gebieten (vgl. Karte 6) notwendig. Bei diesen Siedlungsbereichen – mit Ausnahme des Bereichs südlich des Bahnhofs – handelt es sich um Gebiete in städtischen bzw. auslaufenden Randlagen mit einer tendenziell lockeren Wohnbebauung. Da die Einwohner aus diesen Bereichen meist nur eine geringfügig längere Laufstrecke zur Deckung der Lebensmittelnachfrage in Kauf nehmen müssen, ist in diesen Randsiedlungsgebieten der Markteintritt eines Lebensmittelmarkts nicht zu empfehlen. Dies gilt auch für das Wohngebiet südlich des Bahnhofs, aus dem Wohnquartier im Bereich der Schönfelder Straße sind die beiden Lebensmittelmärkte Norma und Netto Marken-Discount an der Dr.-Albert-Dietze-Straße mit leicht erhöhtem Wegeaufwand zu erreichen.

Mit Blick auf die vorstehende Karte 7 wird deutlich, dass eine räumliche **Optimierung der Nahversorgungsstruktur** durch die weitere Eröffnung von Lebensmittelmärkten nicht zwingend notwendig ist. Modelltheoretisch wäre eine Verdichtung der räumlichen Angebotsstruktur zwar möglich, jedoch ist eine Verlagerung von bestehenden Märkten meist auf Grund der bereits langfristig eingeführten Angebotsstandorte naturgemäß nicht realistisch.⁷⁷ Grundsätzlich sollten daher die bereits ansässigen Lebensmittelanbieter – hauptsächlich in wohnsiedlungsintegrierten Lagen – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten zu sichern (Bestandssicherung).

Die **Bestandssicherung** beinhaltet die Schaffung optimaler Standortvoraussetzungen für die einzelnen Unternehmen. Hierzu zählt aus Betreibersicht u.a. die Gewährleistung

- der guten verkehrlichen und fußläufigen Erreichbarkeit der Märkte,
- ein optimaler verkehrlicher Zugang auf die Parkplatzanlage der Märkte,
- der barrierefreie Zugang zu den Märkten aus dem Umfeld,
- die Schaffung von attraktiven Angebotsstrukturen im jeweiligen Standortumfeld,
- eine optische Werbewirksamkeit der Märkte bzw. eine Sichtachse zu (Haupt-)Verkehrsträgern,
- die Möglichkeit einer attraktiven baulichen Positionierung der Märkte und auch
- die Sicherung einer angemessenen und marktkonformen Verkaufsfläche dieser Betriebe.

Nach einer Standortbegehung aller Lebensmittelmärkte (vgl. Karte 7) zeigt sich für fast alle Betriebe eine konzeptkonforme Standortqualität (s. vorstehende Auflistung), lediglich **zwei Lebensmittelmärkte** sind nicht zukunftsfähig aufgestellt.

Die sog. Kaufhalle an der Schillerstraße (zwischenzeitlich geschlossen) bot auf rd. 400 m² eine Grundversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung an; die Verkaufsfläche liegt an der unteren Marktzutrittsgröße für einen kleineren Nahversorgungsmarkt. Die Bausubstanz des Marktgebäudes ist marode, die Marktfläche ist „verbaut“; eine Sanierung dieser Fläche dürfte mit Blick auf die Nutzung und die Ertragskraft unwirtschaftlich sein. Es bestehen jedoch Erweiterungsoptionen (z.B. durch die Hinzunahme einer angrenzenden Freifläche) für eine Neupositionierung des Marktes auf eine wirtschaftlich tragfähige Fläche.

Im Fazit steht der Weiterbetrieb dieses Marktes in Frage. Neben einer praktisch auszuschließenden Sanierung des Gebäudes kommt lediglich ein Neubau am vorhandenen Standort in Frage und sollte zur Sicherung der Nahversorgung in der Südvorstadt umgesetzt werden; die Sicherung der Grundversorgung für dieses Wohnquartier besitzt oberste Priorität. Darüber hinaus kann bei einem attraktiven Angebot auch eine Versorgung für die Bewohner der südlichen Radeberger Ortsteile sichergestellt werden.

Der Norma-Markt in der Dr.-Albert-Dietze-Straße verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 500 m²; die Marktzutrittsgröße liegt aktuell für solche Betriebe bei minimal 800 m², i.d.R. werden Flächen von 1.000 m² bis 1.200 m² entwickelt. Die Bausubstanz des Norma-Bestandsmarktes wirkt verschlissen und ist auch unter

⁷⁷ Beispielhaft ist auf den Kopplungsstandort von Norma und Netto Marken-Discount in der Dr.-Albert-Dietze-Straße zu verweisen. Hier sind zwei Discountanbieter in räumlicher Nähe angesiedelt und es besteht somit eine Angebotsdopplung von zwei preisorientierten bzw. gleichartig positionierten Märkten. Optimal wäre es, diesen Standortverbund aufzulösen und einen der beiden Märkte an einen anderen wohnsiedlungsintegrierten Standort zu verlagern.

energetischen Gesichtspunkten nicht zukunftsfähig. Der Markt wäre an diesem Standort im Rahmen eines Abriss / Neubaus neu zu positionieren, wobei hier – auch durch einen notwendigen Zukauf von angrenzenden Grundstücken – mit hohen betreiberseitigen Kosten zu rechnen wäre.

Aus versorgungsstruktureller Sicht stellt sich die Angebotsdoppelung mit der naheliegenden Filiale von Netto Marken-Discount an dem Standort nachteilig dar. Der Netto-Markt soll nach einem Brandschaden perspektivisch neu errichtet werden. Die Neuerrichtung des Betriebes erscheint aus Betreibersicht realistisch, da Netto Marken-Discount mit dieser Filiale die nördliche Kernstadt abdeckt; eine weitere Netto-Filiale ist im südlichen Kernstadtbereich (vgl. Karte 7) aktiv.

Unter Berücksichtigung der vorstehenden Konstellation sollte geprüft werden, inwieweit eine Verlagerung des Norma-Marktes an den Standort der geschlossenen Kaufhalle umsetzbar ist, da laut Informationen der Stadtverwaltung bzw. auch der lokalen Presse⁷⁸ die Betreiberverfügbarkeit für den bestehenden und folglich auch einen neuen SB-Markt in der Südvorstadt vakant ist.⁷⁹

Die skizzierte Konstellation der Norma-Verlagerung ist aus gutachterlicher Sicht als vorteilhaft zu bewerten, da die Nahversorgung für die Südvorstadt durch einen modernen Discountmarkt langfristig gesichert wäre; gleichzeitig wird die Angebotsdoppelung an der Dr.-Albrecht-Dietze-Straße aufgelöst. Im Gesamtbild würde eine nahezu flächenneutrale Verlagerung erfolgen, da eine Nachbelegung der Bestandsfläche von Norma durch einen anderen Lebensmittelmarkt auf Grund der baulichen Gegebenheiten und der limitierten Verkaufsfläche mit hoher Sicherheit auszuschließen ist. Folglich würde sich die Fläche des neuen Discountmarktes an der Schillerstraße 95 fast vollständig aus den beiden Bestandsflächen ergeben.

Angesichts der **aktuellen Kaufkraftbindungsquote des Radeberger Lebensmittelhandels** zeigt sich ein Kaufkraftabfluss, der auf Grund des annähernd gleichbleibenden Nachfragepotenzials auch für den Prognosezeitraum 2032 anhalten wird. Hierzu sind folgenden Fakten zu notieren:

- Die einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte von 0,6 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 7) fällt für Radeberg im interkommunalen Vergleich niedrig aus. Als höherstufiger zentraler Ort sollte Radeberg auch eine messbare Umlandversorgung für die Orte im Verflechtungsbereich übernehmen.
- Im Rahmen einer Konsumentenbefragung⁸⁰ wurde von den interviewten Verbrauchern angegeben, Lebensmittel auch außerhalb von Radeberg einzukaufen. Diese Angabe wurde von 55 % der befragten Personen gemacht und hatte nach dem Sortiment Bekleidung die zweithöchste Nennung. Als auswärtige Einkaufsziele wurden vor allem die Kaufland-Märkte in Dresden-Weißig und in Großröhrsdorf benannt.
- In der Regel erfolgt der Einkauf von Grundnahrungsmitteln (täglicher Bedarf) in größeren Städten weitgehend vor Ort, da für die Verbraucher die Attraktivität von Lebensmittelanbietern mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit-/Kostenaufwand geringer wird; zumal die Waren des täglichen Bedarfs hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragehäufigkeit eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit aufweisen. Der Einkauf dieser Waren erfolgt durch Verbraucher überwiegend wohnortnah, so dass die hohe Zahl der Nennungen zu einem auswärtigen Einkauf erstaunt und auf ein lokales Angebotsdefizit hinweist.
- Die Betriebstypenanalyse für Radeberg hat gezeigt, dass im Segment Verbrauchermarkt eine Angebotslücke besteht. Der flächenmäßig guten Ausstattung mit Discount- und Supermärkten steht das Fehlen eines Verbrauchermarktes gegenüber (vgl. Tab. 8).

78 vgl. sächsische.de vom 08.02.2024, "Das ist unsere Lebensgrundlage": Kaufhalle in Radeberg schließt.

79 Die Ansiedlung eines anderen Betriebstyps, d.h. eines Super- oder Verbrauchermarktes ist in der südlichen Kernstadt betreiberseitig unwahrscheinlich. Dies ergibt sich aus der Prämisse, dass ein Super-/ Verbrauchermarkt – im Vergleich zu einem Discounter – ein sehr breites, meist gesamtstädtisches Einzugsgebiet benötigt, einer sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit bedarf und daher möglichst zentral im Stadtgebiet (oder wie Edeka im Silberberg-Center dezentral an einem autokundenorientierten Standort) angesiedelt werden muss.

80 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Abb. 14.

- Auf Grund des limitierten Betriebstypenbesatzes kann die lokale Lebensmittelkaufkraft nicht vollständig in Radeberg gebunden werden, hierauf deutet die Kaufkraftbindungsquote von 89 % (vgl. Abb. 22) hin. Der Kaufkraftabfluss ist für ein Mittelzentrum untypisch, da in solchen Orten i.d.R. eine hohe Angebotskonzentration von entsprechenden Betrieben vorzufinden ist.
- Im Rahmen der Konsumentenbefragung wurden fehlende Angebote in Radeberg ermittelt. Das Lebensmittelsortiment erhielt nach der Textilbranche die zweitmeisten Nennungen. Die Äußerungen bezogen sich vor allem auf die gewünschte Ansiedlung eines größeren Verbrauchermarktes, der Ansiedlung von regionalen Bäckern und Fleischern sowie von Betrieben mit regionalen Produkten.⁸¹

In Auswertung der vorstehenden Punkte zeigt das Fehlen eines großformatigen Verbrauchermarktes ein Angebotsdefizit des Radeberger Handels. Neben dem Kaufkraftabfluss von lokaler Nachfrage entgehen dem örtlichen Handel auch mögliche Kopplungskäufe bzw. Synergien, da bei einer auswärtigen Einkaufsfahrt i.d.R. auch andere Waren mit nachgefragt werden.

Unter Berücksichtigung der lokalen Nachfrage bis 2032 und einer angestrebten Kaufkraftbindung von rd. 110 % zeigt sich ein Nachfragepotenzial, das für die **Ansiedlung eines Verbrauchermarktes** ausreichend ist. Sofern seitens der Stadt Radeberg zukünftig die Entwicklung von weiteren Betrieben des Lebensmittelhandels erfolgen soll, so ist das Augenmerk auf die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes zu lenken.

Als Ansiedlungsstandort sollte ausschließlich eine integrierte Liegenschaft bei gleichzeitig guter verkehrlicher Erreichbarkeit in Betracht gezogen werden, die möglichst auch eine ÖPNV-Anbindung aufweist. Optimal wäre ein Standort in Innenstadtnähe, um mögliche Kopplungen und Synergien für das Radeberger Zentrum auszubilden.

Angesichts des Kaufkraftabflusses aus Radeberg ist die Ansiedlung anderer Betriebstypen, d.h. eines größeren Supermarktes ebenfalls möglich. Eine entsprechend hohe Kaufkraftrückholung ist jedoch wie im Fall eines Verbrauchermarktes nicht zu erwarten, da das Angebot in diesem Segment – auch im Betriebstyp Discounter (vgl. Tab. 8) – bereits flächenseitig gut ausgeprägt ist. Dennoch wäre bei Hinzutreten eines noch nicht in Radeberg vertretenen Konzeptes mit einem Attraktivitätszuwachs zu rechnen.

In den nicht-verstädterten bzw. den drei ländlich geprägten **Ortsteilen** von Radeberg – Liegau-Augustusbad (rd. 2.070 Ew.), Großerkmannsdorf (rd. 1.700 Ew.) und Ullersdorf (rd. 1.570 Ew.) – ist kein Lebensmittelmarkt ansässig. Bezüglich der limitierten Einwohnerzahlen in diesen dezentralen Ortsteilen ist der wirtschaftliche Betrieb sowohl von Lebensmittelmärkten als auch von größeren SB-Märkten schwierig.

Das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern ist vor allem auf die geringe Mantelbevölkerung in den drei peripheren Ortsteilen und das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial zurückzuführen.⁸² Ferner wird die Lebensmittelversorgung bereits durch Märkte der Radeberger Kernstadt übernommen, so dass auch zukünftig in den einwohnerseitig kleineren Ortsteilen die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht realistisch ist.⁸³

Für die ländlich geprägten Ortsteile von Radeberg kommen daher perspektivisch lediglich Kleinflächenkonzepte bzw. eine mobile Versorgung in Frage. Zur Abdeckung der Nachfrage bestehen folgende Alternativen:

- Hofläden/ Direkterzeuger, ggf. mit einem ausgeweiteten Sortiment,
- Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) mit einem erweiterten Lebensmittelsortiment bzw. ein „Tante-Emma-Laden“,

81 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Seite 26.

82 Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt von rd. 800 m² VK i.d.R. eine Einwohnerzahl von minimal rd. 3.000 Personen. Diese Standortvoraussetzung könnte für einen filialisierten Lebensmittelmarkt lediglich an einer Hauptdurchfahrtsstraße sichergestellt werden, da so die Erschließung eines größeren Einzugsgebietes möglich wäre.

83 Neben den strukturellen Nachteilen von kleineren SB-Geschäften besteht grundsätzlich das Problem der Betreiberverfügbarkeit. Da diese Geschäfte i.d.R. nur einen geringen Gewinn erwirtschaften, stellt sich der Betrieb oft wenig lukrativ dar. Aus diesem Grund findet auch selten die Übernahme eines Bestandsbetriebes statt, da es sich meist um sog. Grenzertragsbetriebe handelt. Die Ansiedlung in Ortsteilen mit einer geringen Mantelbevölkerung ist oft nicht umsetzbar.

- mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker- oder Fleischerwagen) oder durch „Rollende Supermärkte“,
- Liefer-/ Bestellservice von stationären Lebensmittelmärkten (meist nur durch inhabergeführte Supermärkte),
- SB-Verkaufsautomaten oder
- digitale Selbstbedienungsläden (ohne Personal).

Mit Blick auf die Bestandsstrukturen ist in Liegau-Augustusbad – bereits langjährig – ein attraktiver Dorfladen ansässig, der eine Grundversorgung mit Lebensmitteln, auch anteilig mit Non-Food-Waren sicherstellt und ein kleines Gastronomieangebot vorhält. In Großerkmannsdorf agiert ein Getränkemarkt, in Kleinerkmannsdorf ein ansprechender Hofladen eines Landwirtschaftsunternehmens; Ullersdorf verfügt über einen Bäcker. Folglich ist in den einzelnen Ortsteilen eine vollumfängliche Versorgung zwar nicht möglich, es kann jedoch eine gewisse Grundversorgung angeboten werden. Als Ziel ist die Sicherung dieser Kleinflächenkonzepte zu benennen; ein Ausbau wäre wünschenswert.

6.3.3. Non-Food

Auf Grundlage des Einzelhandelsbestandes (vgl. Pkt. 5.3), der aktuellen sortimentsspezifischen Kaufkraftbindung (vgl. Pkt. 5.5) und der angesetzten Zielwerte hinsichtlich der prospektiven Umsatzbindung der Stadt Radeberg (vgl. Abb. 27) errechnet sich in zahlreichen Branchen ein Flächenmehrbedarf.⁸⁴ Es wird ausdrücklich darauf verwiesen, dass die erstellten Berechnungen keine Flächenkontingentierung für Radeberg sind, sondern für eine Abrundung des örtlichen Einzelhandelsangebots zu sehen sind. Insofern wird das EuGH-Urteil vom 30.01.2018 (C-360/15, C-31/16) beachtet.⁸⁵

Diese Ansiedlungspotenziale wurden für den Prognosezeitraum von rd. 10 Jahren ermittelt. Da in diesem Zeitraum mit einem, wenn auch gering rückläufigen Nachfragevolumen zu rechnen ist, liegt die aktuelle Flächennachfrage derzeit naturgemäß höher. Nachfolgend werden mögliche Ansiedlungsoptionen im Segment Non-Food diskutiert.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich zeigt sich die Möglichkeit der Ansiedlung einer weiteren **Apotheke**, worauf die geringe Apothekendichte (vgl. Seite 34) und auch die niedrige Bindungsquote hindeuten. Angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Situation der Apotheken (sinkende Gewinnmargen, steigende Betriebskosten, zunehmende Online-Konkurrenz, Personalengpässe) ist die Ansiedlung einer weiteren Apotheke in Radeberg unrealistisch.
- Im Sortiment **Blumen** ist das Potenzial für ein weiteres Fachgeschäft vorhanden, die Ansiedlung sollte im Radeberger Zentrum erfolgen.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich wird in den modischen Sortimenten **Textilien**, **Schuhe/Lederwaren** und **Sport** bis zum Jahr 2032 ein deutlicher rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf ausgewiesen, die Bindungsquote liegt in allen drei Branchen sehr niedrig (vgl. Abb. 27). Grundsätzlich ist die Modebranche mit die wichtigste Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivitätssteigerung einer Stadt bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt i.d.R. zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und eine verstärkte Kundenakzeptanz einer Stadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere lokale Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen zu erzielen – der Markteintritt von Modeanbietern in Radeberg forciert werden.

In den Modebranchen besitzen insbesondere überregional aktive Filialisten eine hohe Anziehungskraft und könnten wesentlich zur Attraktivierung von Radeberg als Einkaufsstadt beitragen. Ferner kann durch ein verstärktes Angebot auch einer weiteren Kundenabwanderung zum Online-Handel vorgebeugt werden. Grundsätzlich sollte versucht werden, flächenseitig größere Modegeschäfte anzusiedeln, um die Auswahlbreite und -tiefe innerhalb der einzelnen Modelabels zu erhöhen. Hierbei sind auch unterschiedliche bzw. polarisierende Konzepte empfehlenswert, da so eine möglichst breite Kundenbasis angesprochen werden kann.

Die Ansiedlung von Modeanbietern ist möglichst – bei Flächenverfügbarkeit – auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. In der Radeberger Altstadt sind jedoch nur kleinflächige Potenzialflächen in Form von Leerständen vorhanden, deren Flächen für die Etablierung von attraktiven Fashionanbietern zu gering ausfallen. Daher bestehen nur geringe Ansiedlungspotenziale im Zentrum von Radeberg.

Die Installation von solchen Betrieben in der Innenstadt scheint nur durch die Zusammenlegung von leerstehenden und benachbarten Ladenlokalen oder durch die Erweiterung von Bestandsanbietern möglich; ggf. kommt auch die Bebauung von Potenzialflächen in Frage. Sollten entsprechende

84 Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der Division der offenen bzw. aus Radeberg und dem anteiligen Verflechtungsbereich abfließenden Nachfrage und der durchschnittlichen Raumleistung je Branche ermittelt.

Ein tatsächlicher Bedarf ist zu konstatieren, wenn die Differenz zwischen der im Jahr 2032 prognostizierten Zentralität und der Ziel-Bindungsquote (vgl. Abb. 27) deutlich über 20 %-Punkten liegt.

85 Nach einem Urteil des EuGH im Zusammenhang mit der europäischen Dienstleistungsrichtlinie werden nachfrage- und kaufkraftorientierte Untersuchungen als unzulässige wirtschaftliche Bedarfsprüfungen grundsätzlich in Frage gestellt. Der folgend ermittelte Entwicklungsrahmen ist als Orientierungsrahmen zu sehen; insbesondere können diese Werte nicht in die Bauleitplanung übernommen werden.

Betriebe nicht in der Radeberger Altstadt angesiedelt werden können, so sind Alternativstandorte auch außerhalb der Altstadt zu prüfen.

Die vorstehende Einschätzung trifft nicht nur auf die Textilbranche, sondern auch auf die Schuh- bzw. die Sportbranche zu (vgl. Abb. 27), da diese Sortimente eine wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien darstellen und so optimale Kopplungen zwischen den Branchen induziert werden können.

Die benannten Ansiedlungsspielräume werden durch die durchgeführte Konsumentenbefragung⁸⁶ bestätigt, da insbesondere bei Bekleidung und bei Schuhen eine hohe Kaufkraftabwanderung aus Radeberg in andere Orte bzw. zum Online-Handel signalisiert wurde. Zudem wurden beide Branchen bei der Frage nach einer höheren Sortimentsbreite an erster Stelle genannt.⁸⁷

- Im Segment **Heimtextilien** (u.a. Gardinen, Bettwaren, Stoffe, Kurzwaren, Einrichtungsgegenstände) zeigen sich bis 2032 zwar gewisse Ansiedlungspotenziale, die jedoch durch die Erweiterung von Bestandsbetrieben abgedeckt werden können.
- Im **Sanitätsfachhandel** ist für Radeberg eine Unterversorgung zu konstatieren, die sich vor allem unter dem Aspekt des hohen Anteils älterer Bevölkerung in Radeberg zeigt (vgl. Abb. 11). Die Mindestbetriebsgröße eines entsprechenden Sanitätshauses liegt bei ca. 100 m².
- Für den **Buchhandel** ist eine angespannte Marktsituation zu reklamieren, da der Online-Handel – unter Berücksichtigung der absoluten Nachfrage – hohe Marktanteile generiert (vgl. Abb. 8) und tendenziell im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden Erlösen auszugehen ist. Dennoch ist ein zusätzlicher Flächenbedarf erkennbar, da die beiden kleineren innerstädtischen Anbieter das Nachfragevolumen nicht vollständig abdecken können.
- In Radeberg ist kein Fachanbieter für **Spielwaren** ansässig, das Sortiment wird lediglich in verschiedenen Betrieben im Randsortiment geführt. Ein größeres Fachgeschäft (ca. 200 m² VK) wäre wünschenswert, hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung zu verweisen (vgl. Abb. 11). Dennoch ist in dieser Branche ein Erweiterungsbedarf zu sehen.
- Im langfristigen Bedarfsbereich besteht in der **Möbelbranche** ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 3.000 m². Das genannte Flächenpotenzial liegt unterhalb der Marktzutrittsgröße potenzieller Betreiber,⁸⁸ so dass die Inbetriebnahme eines Möbelhauses nicht realistisch ist. Zudem ist das Nachfragepotenzial in Radeberg – auch unter Berücksichtigung des Möbelangebots in Dresden – für den rentablen Betrieb eines größeren Möbelhauses zu gering, so dass die Ansiedlung nicht erfolversprechend sein kann. Realisierbar wäre die Entwicklung von Spezialanbietern (bspw. Möbelstudio, Möbelfachmarkt).
- Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie**) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf, da ein Teil der lokalen Kaufkraft aus Radeberg abfließt. Die Nachfrage wird u.a. von Großbetriebsformen außerhalb von Radeberg gebunden und fließt auch in den Online-Handel; dieses Segment zählt nach Bekleidung mit zu den umsatzstärksten Online-Warengruppen (vgl. Abb. 8). Auf Grund des Vorhandenseins eines großen Elektrofachmarktes in Radeberg ist lediglich die Ansiedlung von Spezialanbietern möglich.
- Im Sortiment **Uhren/Schmuck** werden rechnerische Potenziale ausgewiesen, die jedoch für den rentablen Betrieb eines weiteren Fachgeschäfts zu niedrig ausfallen.
- Das Nachfragepotenzial in der **Fahrradbranche** ist allgemein (speziell im Segment E-Bike) und damit auch in Radeberg in den letzten Jahren gestiegen und wird auch in der Folgezeit stabil bleiben. In der Zweiradbranche ist daher ein zusätzlicher Flächenbedarf zu sehen, der durch die Erweiterung eines bestehenden Anbieters oder durch ein größeres, fachmarktähnliches Geschäft abgedeckt werden könnte. Neben dem Zweiradverkauf muss eine Werkstatt das Angebot ergänzen.

86 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Abb. 14/16.

87 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Seite 25/26.

88 Die Marktzutrittsgröße für einen Möbelmitnahmemarkt liegt bei ca. 4.000 m², für ein Wohnkaufhaus bei minimal 20.000 m².

- In Radeberg ist ein zusätzlicher rechnerischer Bedarf in der Branche **Autoteile/ -zubehör** erkennbar, wobei in diesem Nischensegment auf Grund der limitierten Nachfrage die Erweiterung von Bestandsangeboten in Frage kommt.

Die aufgelisteten Ansiedlungsvorschläge dienen einer Optimierung des gesamtstädtischen Angebotsbestands. Die Inbetriebnahme von zusätzlichen Geschäften oder weiteren Flächen ist grundsätzlich möglich, da mit dem Einzelhandelskonzept **kein Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb** erfolgen soll. Im später folgenden Zentrenkonzept wird jedoch die Standortlage definiert, d.h. welche Sortimente sind in welchen Standortbereichen zulässig.

Für die Stadt Radeberg zeigen sich zahlreiche Ansiedlungschancen. Überregional agierende Handelsunternehmen (Ausnahme Lebensmittelhandel) benötigen oft ein gewisses Markt- und auch Umsatzpotenzial, das in kleineren Kommunen z.T. nicht vorhanden ist. Somit werden potenzielle Ansiedlungschancen meist durch mittelständische Betreiber genutzt. Problematisch ist derzeit (wie auch in den letzten Jahren) jedoch die **Betreiberverfügbarkeit**, gerade in Klein- und Mittelstädten.

Die Einzelhandelslandschaft unterliegt seit Jahren einem Strukturwandel (vgl. auch Punkt 2.2), der sich von inhabergeführten Fachgeschäften hin zu Filialisten, Franchisesystemen und fachmarktorientierten Vertriebsformen vollzogen hat (vgl. Abb. 6). Seit etwa zwei Dekaden tritt zudem verstärkt die Konkurrenz des Online-Handels hinzu (vgl. Abb. 9), der zusehends das „typische“ Fachgeschäft in kleineren und mittleren Städten ablöst. Diese Entwicklung setzt bestehende Fachgeschäfte nicht nur unter wirtschaftlichen Druck, sondern limitiert auch die **Weiterführung bestehender Handelsbetriebe** im Zuge eines Generationenwechsels, ebenso wie die Neugründung von Geschäften.

Im Fazit stehen insbesondere in Klein- und Mittelstädten immer häufiger keine Betreiber als Nachfolge für ausscheidende Betriebe zur Verfügung; ebenso ist die Zahl der Existenzgründungen im Handel speziell in kleineren Orten seit Jahren rückläufig. Eine zeitnahe Bindung der offenen Nachfragepotenziale in Radeberg ist daher auf Grund der **eingeschränkten Zahl an gründungswilligen Unternehmen** nicht realistisch.

6.3.4. Zusammenfassung

In der folgenden Tabelle erfolgt eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Radeberger Einzelhandel, die eine **gutachterliche Empfehlung zur Weiterentwicklung** des örtlichen Einzelhandels darstellt.

Tabelle 14: Entwicklungspotenziale für den Radeberger Einzelhandel (Zusammenfassung)

Branche	Betriebstyp	Bemerkung
Lebensmittel	Verbrauchermarkt	- Ansiedlung eines Lebensmittel-Verbrauchermarktes (Flächenbedarf rd. 3.000 m²), optional auch eines flächenseitig kleineren Supermarktes (rd. 2.000 m²) - Fokussierung auf eine leistungsfähige Lebensmittelabteilung, Non-Food-Sortimente sollte flächenseitig untergeordnet sein <u>Standort:</u> städtebaulich integrierter Standort, möglichst in zentraler Kernstadtlage
Textilien/ Schuhe/ Sport	Fachgeschäft/ Fachmarkt	- Ansiedlung oder Erweiterung von Modeanbietern – speziell Bekleidung und Schuhe – wünschenswert, rechnerischer Flächenbedarf bei Bekleidung rd. 1.800 m² und bei Schuhen rd. 400 m² - Fokussierung auf Textil- und Schuhfilialisten mit hoher Ausstrahlungskraft, Angebote speziell für Jugendliche und Kinder notwendig - Entwicklung möglichst großer Ladenflächen (>200 m² VK) <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, für Fachmärkte bei nicht-gegebener Flächenverfügbarkeit auch wohnsiedlungsintegrierter Standort innerhalb der Kernstadt
Sanitätswaren	Fachgeschäft	Ansiedlung eines entsprechenden Fachgeschäftes, Nachfrage wird sich auf Grund der demographischen Gegebenheiten vor Ort verstärken; Verkaufsfläche ab 100 m² <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich
Bücher	Fachbuchhandlung	- Angebotsausbau eines bestehenden Betriebes oder Neuansiedlung - zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei ca. 200 m² VK <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich
Spielwaren	Fachgeschäft	- Markteintritt eines leistungsstarken und größeren Fachgeschäftes, zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei rd. 200 m² VK - Kombination mit dem Segment Baby-/ Kinderausstattung möglich <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich
Möbel	Fachmarkt/ Spezialanbieter	freies Nachfragepotenzial, jedoch ist lediglich der Markteintritt von Möbelspezialanbietern (z.B. Möbelstudio, Möbelfachmarkt) realistisch <u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort; idealerweise im Standortverbund mit bestehenden Handelsbetrieben

Fahrrad	Fachmarkt	■ Erweiterung eines bestehenden Anbieters bzw. Inbetriebnahme eines größeren Fahrradmarktes (Mindestfläche ab ca. 300 m² VK) ■ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig ■ <u>Standort</u>: zentraler Versorgungsbereich / bei fehlender Flächenverfügbarkeit auch an einem zentrumsnahen Standort
Blumen Heimtextilien Autoteile	Fachgeschäft	■ Ansiedlung eines branchenspezifischen Anbieters oder Erweiterung eines Bestandsbetriebes wünschenswert ■ <u>Standort</u>: zentraler Versorgungsbereich, bei Autoteilen möglichst integrierter Standort innerhalb der Kernstadt

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anmerkung: Bei den vorstehenden quantitativen Entwicklungspotenzialen wurden mögliche Abschmelzungen von leistungsschwachen oder sog. Grenzertragsbetrieben nicht berücksichtigt. Naturgemäß würden sich demzufolge weitere Ansiedlungspotenziale ergeben.

Die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe basieren auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Radeberger Einzelhandels** im eigenen Stadtgebiet und (anteilig) im Verflechtungsbereich der Stadt. Diese gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine Erhöhung der Marktanteile des Radeberger Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen mit einem sehr hohen Sicherheitspuffer unter dem Marktvolumen in dem Verflechtungsbereich des Radeberger Einzelhandels liegen.

Die skizzierten Flächengrößen sollen als Leitplanke bzw. Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Radeberg als notwendig bzw. wünschenswert zu klassifizieren sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die lokalen Konsumenten und die Verbraucher im räumlichen Umfeld der Stadt zu präsentieren. Die zusätzlichen Handelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze** zu sehen, da bei einer höheren Flächenansiedlung lediglich ein größerer Teil des Verflechtungsbereiches mit versorgt wird.⁸⁹

Die angesetzte Kaufkraftbindungsquote von 110 % entspricht auf Grundlage der Bevölkerungszahl von Radeberg einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 20.900 Personen. Im landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Radeberg leben ca. 42.600 Einwohner, somit kann selbst bei Erreichen dieser Kaufkraftbindungen **keine „Vollversorgung“** aller Bewohner innerhalb dieses mittelzentralen Verflechtungsbereich erfolgen. Die Bindungsquoten sind demnach auf eine „verträgliche“ Abschöpfung der Nachfrage in diesem Verflechtungsbereich ausgelegt.⁹⁰

Folglich besitzen die Orte in dem mittelzentralen Verflechtungsbereich ebenfalls Spielräume zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in allen Bedarfsbereichen, wenngleich sich – mit Ausnahme der grundzentralen Orte – auf Basis der geringen Bevölkerungszahl gerade in den kleinen Orten im Umfeld von Radeberg keine dauerhaft tragfähigen Einzelhandelsstrukturen herausbilden können.

Grundsätzlich können die bestehenden Flächen sowie die empfohlenen Erweiterungsverkaufsflächen in Radeberg nur dann wirtschaftlich ausgelastet werden, wenn die Stadt Radeberg eine verstärkte Kaufkraftbindung vor Ort erreicht. Dazu ist u.a. ein komplexes und umfassendes Einzelhandelsangebot in der Stadt notwendig. Dies ist auch eine Voraussetzung, um die Kaufkraftabwanderungen in andere Orte und hauptsächlich zum Online-Handel möglichst gering zu halten.

Grundsätzlich ist eine größere Einzelhandelsansiedlung – vor allem außerhalb zentraler Versorgungsbereiche – im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu analysieren. Hierbei müssen **negative Auswirkungen** auf zentrale Versorgungsbereiche und auch wohnortnahe Handelsstandorte ausgeschlossen sein.

⁸⁹ In diesem Zusammenhang wurden auch Kaufkraftabflüsse zum Online-Handel berücksichtigt, da ansonsten auf Grund der sehr hohen zu versorgenden Einwohnerzahl im mittelzentralen Verflechtungsbereich eine deutlich höhere Bindungsquote anzusetzen wäre.

⁹⁰ Grundsätzlich stellt die Berechnung keine wirtschaftliche Bedarfsprüfung bzw. keinen maximalen Expansionsrahmen für den Einzelhandel dar. Die Weiterentwicklung des Einzelhandels im Sinne der europäischen Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit darf nicht eingeschränkt werden.

6.3.5. Potenzialflächen in der Altstadt

Für einen großen Teil der vorstehenden Ansiedlungspotenziale ist eine Entwicklung im Radeberger Zentrum wünschenswert. Als Potenzialflächen kommen u.a. **Leerstandsobjekte** in Frage, wobei diese Gewerbeflächen größtenteils in kleinteilig organisierten Immobilien untergebracht sind. In der Radeberger Innenstadt sind 17 freie Ladenlokale sichtbar. Ein großer Teil der Angebotsreserven befindet sich in einem augenscheinlich ordentlichen Zustand und könnte sofort durch eine Einzelhandelsnutzung belegt werden.

Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben zahlreichen sofort beziehbaren Ladenflächen sind in der Altstadt auch vereinzelte Gewerbeeinheiten vorzufinden, die einer kompletten bzw. auch nur einer teilweisen Überarbeitung bedürfen. Diese Betriebe stehen für eine kurzfristige Nutzung nicht zur Verfügung, zumal es partiell auch einer Komplettsanierung der Immobilie bedarf.

Der aktuelle innerstädtische **Leerstand**⁹¹ umfasst 17 Ladengeschäfte mit einer geschätzten Fläche von 800 bis 900 m². Mit Ausnahme von 3 größeren Leerstandsflächen (über 100 m²) zeigen sich die restlichen Angebotsreserven ausschließlich sehr kleinteilig. Diese 14 leerstehenden Gewerbeeinheiten nehmen eine Fläche von ca. 400 bis 500 m² ein. Die durchschnittliche Leerstandsfläche beträgt demnach lediglich ca. 30 m² je Geschäft und liegt folglich unter der Mindestbetriebsgröße fast aller Handelsbranchen. Demnach ist eine qualifizierte Nachnutzung eines Großteils des Leerstands durch Handelsbetriebe sehr unwahrscheinlich; speziell für kleinere Gewerbeflächen sind einzelhandelsfremde Nutzungen zu erarbeiten.

Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. auch zur Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist lediglich die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wobei im Einzelfall aus zwei benachbarten Leerständen eine marktgängige Ladeneinheit geschaffen werden kann. Diese Möglichkeit erscheint offenkundig bei einem Großteil der innerstädtischen Leerstandsflächen baulich nicht durchführbar und gestaltet sich auch meist hinsichtlich der unterschiedlichen Eigentumsverhältnisse schwierig; zumal die Leerstandsflächen größtenteils räumlich nicht beieinander liegen. Die Zusammenlegung von disfunktionalen Kleinflächen zu größeren Einheiten erfordert ferner i.d.R. eine größere Investition, die sich auf Grund der Mietpreissituation in Radeberg – wie auch in vergleichbaren Mittelstädten – oft nicht wirtschaftlich darstellen lässt.

Im Fazit besteht ein struktureller Nachteil der Radeberger Altstadt in dem Mangel an mittleren und größeren Potenzialflächen, die nach einer Neubelegung durch den Handel eine Reichweite und Frequenz erzeugen könnten, an welcher die gesamte Altstadt und insbesondere die kleineren Bestandsanbieter partizipieren könnten. Demnach stehen die eingeschränkten Flächenentwicklungspotenziale in der Radeberger Altstadt

91 Der Leerstand bezieht sich auf den gesamten Innenstadtbereich (vgl. Abgrenzung in Karte 5).

einem für ein Mittelzentrum adäquaten weiteren Ausbau des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes – auch zukünftig – entgegen.⁹²

Bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels ist neben der Nutzung von Leerstandsreserven auch eine **Bebauung von Potenzial-/ Brachflächen** bzw. die Schließung von Baulücken in Betracht zu ziehen. Aktuell konnten in der Altstadt jedoch auf Grund der überwiegend kleinteiligen, historisch geprägten und meist geschlossenen Baustruktur nur vereinzelte verwertbare Potenzialflächen⁹³ identifiziert werden, die beispielsweise durch ein Wohn- und Geschäftshaus – mit einer Handelsnutzung im Erdgeschoss – bebaut werden könnten. Die flächenseitigen Ansiedlungsmöglichkeiten für potenzielle Handelsbetriebe sind daher als eingeschränkt zu bewerten, zumal auf Basis der Grundflächen nur kleinformative Gewerbeeinheiten entwickelt werden könnten.

Abbildung 29: Innerstädtische Potenzialflächen/Baulücken (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Derzeit werden zahlreiche innerstädtische Gewerbeeinheiten durch **einzelhandelsfremde Nutzungen** belegt; oft auch als Nachnutzung von leergezogenen Handelsbetrieben. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass bei einer erhöhten Nachfrage nach Handelsflächen diese Potenziale einer Einzelhandelsnutzung wieder zugeführt werden könnten. Wie im Fall der Leerstandsflächen ist jedoch zu konstatieren, dass der Großteil dieser Gewerbeeinheiten nur eine geringe Verkaufsfläche besitzt und für eine Belegung mit leistungsfähigen Handelskonzepten nicht geeignet ist.

Im **Ergebnis** der vorstehenden Analyse ist eine Unterbringung von größeren Handelsbetrieben – speziell in den „unterversorgten“ innenstadtrelevanten Branchen – in der Radeberger Altstadt tendenziell unwahrscheinlich. Der innerörtliche Immobilienbestand setzt sich aus einer fast vollständig geschlossenen sowie kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen; dies spiegelt sich auch in der durchschnittlichen Ladengröße von ca. 100 m² Verkaufsfläche je Geschäft⁹⁴ wider.

Die Leerstandsflächen liegen überwiegend deutlich unter der durchschnittlichen Verkaufsflächengröße der Altstadt. Es bestehen keine Angebotsreserven mit größeren Gewerbeeinheiten, da nur kleinteilige Ladengeschäfte leer stehen. Diese sind insbesondere für die Ansiedlung von modernen und zeitgemäßen Handelskonzepten nicht geeignet; vor allem auch nicht für überregional agierende Filialisten, die als Frequenzbringer oder Magnetbetriebe fungieren würden. Somit sind einer möglichen Weiterentwicklung des Radeberger Altstadthandels – auch auf Grund des Fehlens von größeren Potenzialflächen für eine Neubebauung – deutliche Grenzen gesetzt.

92 Zudem werden auf Grund des Angebotsüberhangs an Ladenflächen mieterseitig – insbesondere von Filialisten – oft nur Geschäfte ohne jegliche funktionale Mängel und mit einer ausreichenden Mietfläche in frequentierten Hauptgeschäftslagen akzeptiert.

93 In der Hauptstraße und in der Röderstraße wurden zwei Baulücken identifiziert. Beide Flächen könnten im Rahmen einer Lückenbebauung mit einem Wohn- und Geschäftshaus bebaut werden.

94 Wert ohne Edeka und Lidl.

Im Fazit sind die folgenden zwei Fakten für die **handelsseitige Weiterentwicklung** der Radeberger Altstadt zusammenzufassen:

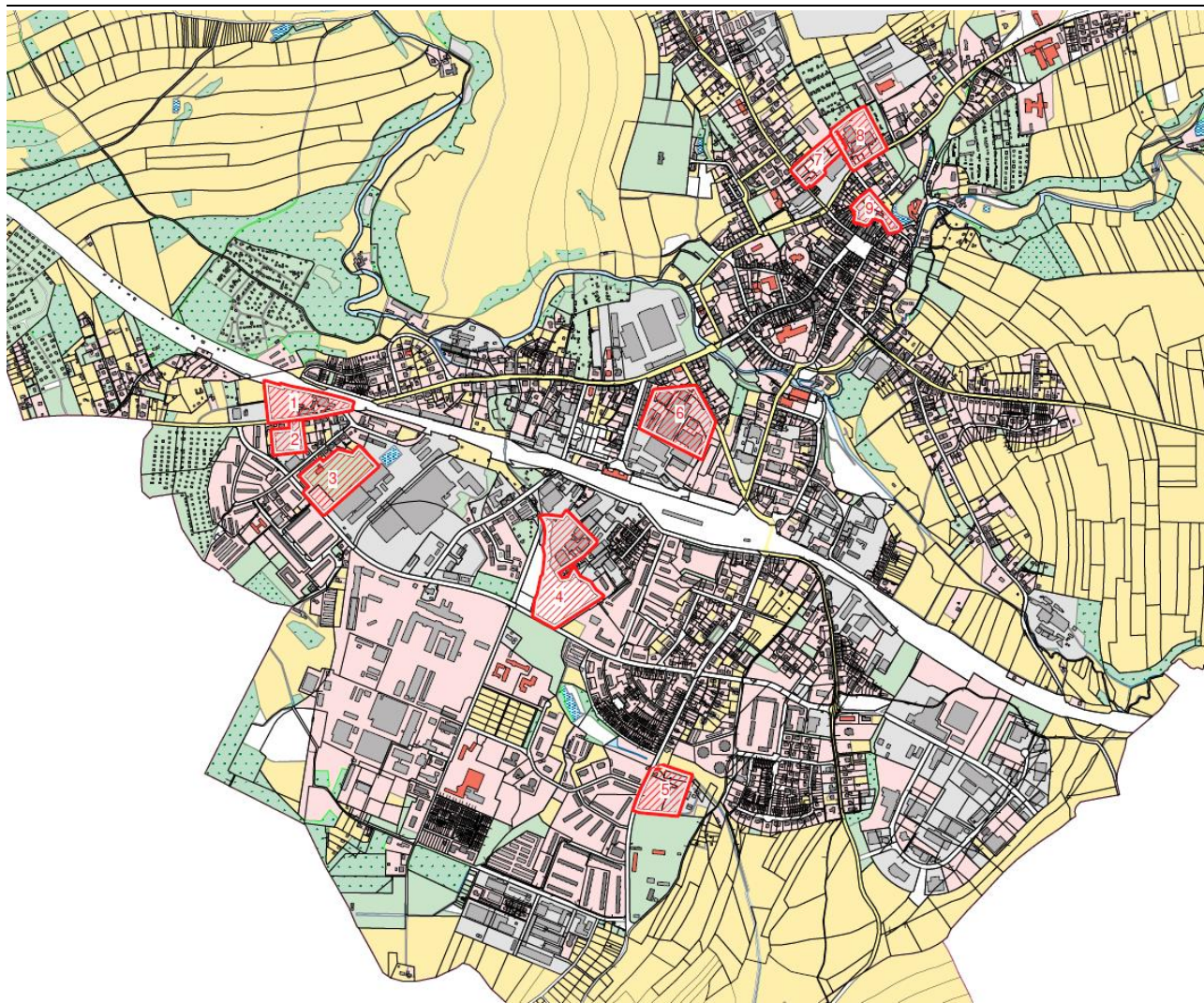
- Die Unterbringung von flächenseitig größeren Handelsbetrieben in der Altstadt ist auf Grund der wenigen Potenzialflächen bzw. zu kleiner Leerstandsflächen unrealistisch.
- Die Weiterentwicklung, die Attraktivierung der Radeberger Altstadt und die überwiegende Nutzung von kleinformatischen Leerstandsflächen durch zusätzliche Handelsnutzungen sind tendenziell unwahrscheinlich. Für zahlreiche bestehende Leerflächen sind alternative, einzelhandelsfremde Nutzungen auszuarbeiten.

Bei einer gesamtstädtischen Angebotsausweitung im Handel – speziell mit großformatigen Betrieben – sind alternative Standorte im Kernstadtgebiet zu identifizieren, die für eine Ansiedlung mit Handelsbetrieben prädestiniert sind.

6.3.6. Potenzialflächen außerhalb der Altstadt

In der nachfolgenden Karte werden Potenzialflächen abgebildet, die für eine Nutzung mit Einzelhandel in Frage kommen könnten. Hierbei wurden Flächen außerhalb des Siedlungszusammenhangs («Grüne Wiese») oder reine Gewerbegebietsflächen ausgeschlossen.

Karte 8: Potenzialflächen für die Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb der Radeberger Kernstadt



Quelle: Stadtverwaltung Radeberg

■ Fläche 1:

- ca. 1,4 ha
- verkehrsorientierte Lage an der Dresdener Straße (S95); naheliegender ÖPNV-Anschluss („Steinstraße“)
- Grundstück ist teilweise bewaldet; ungünstiger, spitz zulaufender Grundstückszuschnitt; abfallende Topografie; etwa ein Drittel der Fläche sind eine ehemalige Betriebsdeponie
- Standort ist städtebaulich nicht integriert, zu weit von der Innenstadt entfernt; Dresdener Straße bildet eine Zäsur zu der südlichen Wohnbebauung
- Potenzialfläche ist aus Sicht des Handels ungeeignet

Fazit: Standort ist autokundenorientiert und städtebaulich nicht geeignet, zudem ungünstiger Flächenzuschnitt und damit schwierige Bebauung

■ Fläche 2:

- ca. 0,5 ha
- verkehrsorientierte Lage mit Zufahrt zur Dresdener Straße (S95); direkter ÖPNV-Anschluss („Forststraße“); im südlichen und westlichen Umfeld hoch verdichtete Wohnbebauung
- Standort ist städtebaulich integriert, jedoch von Wohngrundstücken eingeschlossen, dadurch vermutlich „Konflikte“ mit der Wohnbebauung
- Fläche ist für eine Nutzung mit mehreren großformatigen Fachmärkten zu klein

Fazit: Standort fällt flächenseitig zu klein aus; hohe Immissionen für umliegende Wohnbebauung zu erwarten

■ Fläche 3

- ca. 1,9 ha
- verkehrsgünstige Lage an Heidestraße; naheliegender ÖPNV-Anschluss („Forststraße“); im südlichen und westlichen Umfeld hoch verdichtete Wohnbebauung mit mehrgeschossigen Zeilenbauten
- ehemaliger Sportplatz, Nutzung wurde aufgegeben
- Standort wäre als Solitärlage einzustufen, keine Synergieeffekte zum innerstädtischen Handel; Standort sollte als Erweiterungsfläche für die angrenzenden Gewerbebetriebe vorgehalten werden

Fazit: integrierter Standort mit hohem Einwohnerpotenzial im Umfeld, der jedoch auf Grund seiner Entfernung keine Synergieeffekten zum Innenstadthandel ausbilden kann

■ Fläche 4:

- ca. 3,2 ha
- verkehrsgünstige Lage an Heidestraße; ÖPNV-Anschluss im näheren Umfeld („Heinrich-Gläser-Straße“)
- Industriebrache, ehemals SABRA; unsanierte Betriebsdeponie mit Altlasten; zwischenzeitlich bewaldet, für Entwicklung dieser Fläche ist Waldumwandlung erforderlich
- Fläche hat ungünstigen Grundstückszuschnitt; im östlichen und südlichen Umfeld befindet sich eine hoch verdichtete Wohnbebauung; Standort wäre als Solitärlage einzustufen, keine Synergieeffekte zum innerstädtischen Handel

Fazit: integrierter Standort mit hohem Einwohnerpotenzial im Umfeld, der jedoch auf Grund seiner Entfernung keine Synergieeffekten zum Innenstadthandel ausbilden kann

■ Fläche 5:

- ca. 0,7 ha
- gute verkehrliche Erreichbarkeit über die Schillerstraße; direkter ÖPNV-Anschluss („Georg-Büchner-Straße“); im westlichen Umfeld hoch verdichtete Wohnbebauung durch meist viergeschossige Wohnzeilenbauten, sehr hohes Einwohner- und auch Nachfragepotenzial im fußläufigen Nahbereich
- momentan teilweise als Sportplatz / Fußballplatz genutzt
- Standort ist eine Solitärlage, keine Synergieeffekte zum innerstädtischen Handel
- Fläche fällt für eine Nutzung mit großformatigen Fachmärkten zu klein aus
- das Grundstück steht nicht zum Verkauf und folglich für eine Einzelhandelsnutzung nicht zur Verfügung

Fazit: integrierter Standort mit sehr hohem Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umfeld; Standort steht jedoch für eine zukünftige Einzelhandelsnutzung nicht zur Verfügung

■ Fläche 6:

- ca. 2,6 ha
- gute verkehrliche Erreichbarkeit über Rathenaustraße und Bahnhofstraße; optimale ÖPNV-Anbindung (Stadtbus, Regionalbus, Bahn) durch Lage in Bahnhofsnähe
- zentrale Lage im Kernstadtgebiet; an der Bahnhofstraße wird aktuell eine Außenstelle des Radeberger Humboldt-Gymnasiums errichtet

- Standort ist eine Gewerbebrache mit Altlasten („Eschebach-Areal“)
- Synergie- und Kopplungseffekte zum innerstädtischen Handel können aufgebaut werden, da geringe fußläufige Entfernung zur Hauptstraße; Standort kann Impuls für die Radeberger Innenstadt bedingen

Fazit: städtebaulich integrierter Standort; optimale ÖPNV-Anbindung, Standortvorteil ist die Nähe zur Innenstadt bei ausreichender Fläche für eine komplexe Quartiersentwicklung mit Handel, Dienstleistungen und Wohnen

■ Fläche 7:

- ca. 0,8 ha
- gute verkehrliche Anfahrbarkeit von der Pulsnitzer Straße (S95); ÖPNV-Anbindung über 2 Bushaltestellen (Oberstraße, Pulsnitzer Straße); fußläufige Anbindung an die Altstadt über die Oberstraße
- ein Teil der Potenzialfläche wird als öffentlicher Parkplatz genutzt, so dass bei einer Bebauung die dann wegfallenden Parkplätze kompensiert werden müssten; der nordöstliche Teil ist begrünt und unterliegt keiner qualifizierten Nutzung, ebenso wie ein nördlich angrenzender Bereich
- die Potenzialfläche liegt zum Edeka-Markt höhenversetzt, dadurch gewisse Barrierewirkung und keine ebenerdige bzw. direkte Anbindung an den Edeka-Markt, jedoch ist eine Belegung mit Handel grundsätzlich möglich und auf Grund der Innenstadtrandlage wünschenswert

Fazit: zentraler Standort mit Anbindung an die Altstadt, gute Kopplungseffekte zum Edeka-Markt, Standort ist funktional der Einkaufsinnenstadt zugehörig und kann perspektivisch mit Einzelhandel bespielt werden und zu einem Attraktivitätsgewinn der Innenstadt führen, jedoch müsste Wegfall der Parkplätze kompensiert werden

■ Fläche 8:

- ca. 1,3 ha
- gute verkehrliche Erreichbarkeit über die Pulsnitzer Straße (S95); ÖPNV-Anbindung über nahegelegende Haltestelle in der Oberstraße; fußläufige Anbindung an die Altstadt über Pulsnitzer Straße
- die Fläche ist durch massive, gewerbegebietstypische Gebäudekörper belegt und wird u.a. durch ein Möbelhaus, ein Fitnessstudio und die Kreismusikschule genutzt, die Bausubstanzen zeigen sich sanierungsbedürftig und sind städtebaulich nicht attraktiv
- perspektivisch ist eine Neuordnung dieses Quartiers und auch eine Nutzung durch Handel möglich, wenngleich hohe Investitionen zur Inwertsetzung dieser Liegenschaft notwendig sind
- Eigentümer plant an diesem Standort einzelhandelsfremde Nutzungen, die Potenzialfläche steht folglich nicht zur Verfügung

Fazit: Standort könnte perspektivisch mit weiterem Einzelhandel belegt werden und auf Grund der räumlichen Nähe zu einem Attraktivitätsgewinn der Innenstadt führen, allerdings wäre eine städtebauliche Neuordnung mit optimaler funktionaler Anbindung an die Altstadt notwendig; eine Einzelhandelsnutzung wird seitens des Eigentümers jedoch aktuell nicht präferiert

■ Fläche 9:

- ca. 0,5 ha
- eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit über Langbeinstraße, fußläufig jedoch auch vom Marktplatz über eine Zuwegung beim Groschenmarkt erreichbar, ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle am Markt
- Standort wird als Parkplatz genutzt, bei einer Bebauung Kompensation der wegfallenden Parkplätze notwendig
- Belegung mit Einzelhandel ist auf Grund der räumlichen Nähe zum Marktplatz grundsätzlich wünschenswert, jedoch ist eine Nutzung durch Handelsbetriebe auf Grund der zurückversetzten Lage zum Marktplatz („2. Reihe“), der fehlenden Sichtachse und nicht gegebenen Werbewirksamkeit sowie fehlender Frequenzen an diesem Standort mit hoher Sicherheit nicht umsetzbar

Fazit: Potenzialstandort ist auf Grund der Lage in der „2. Reihe“ zum Marktplatz nur bedingt als Handelsstandort entwickelbar

In **Auswertung** der umseitigen Standortbewertung zeigt sich für die meisten Potenzialstandorte eine grundsätzliche Eignung für eine Bebauung mit Einzelhandel. Die eruierten Potenzialflächen 1 bis 5 liegen jedoch südlich des Bahngleiskörper und weisen somit keinen direkten räumlichen und funktionalen Zusammenhang zur Radeberger Innenstadt auf. Auf die Ausweisung eines neuen und komplexen Handelsstandortes sollte in dem südlichen Kernstadtbereich verzichtet werden, um die lokalen Nachfragepotenziale an den Bestandsstandorten bzw. in Innenstadtnähe zu kanalisieren. Die Fläche 5 steht zudem als Einzelhandelsstandort nicht zur Verfügung.

Die Potenzialfläche 6 ist hinsichtlich ihrer Größe und auch Lage zur Innenstadt für eine Nutzung mit Einzelhandel prädestiniert, als Standortvorteil zeigt sich neben der zentralen Lage innerhalb der Kernstadt vor allem die optimale ÖPNV-Anbindung.

Auf den Potenzialflächen 7 und 8 ist eine Nutzung mit Einzelhandel grundsätzlich möglich und wünschenswert; beide Standorte sind dem zentralen Innenstadtbereich hinzuzurechnen und können bei einer Nutzung mit Handel oder komplementären Betrieben Kopplungs- und Synergieeffekte für die Altstadt bewirken. Die Potenzialfläche 8 ist jedoch eigentümerseitig nicht für eine Handelsnutzung vorgesehen.

Die Potenzialfläche 9 ist für eine Nutzung mit Einzelhandel nur bedingt geeignet. Eine Entwicklung dieser Fläche mit Handel ist auf Grund der Randlage zum Markt ungünstig, eine Vermietung an Handelsbetriebe erscheint unrealistisch.

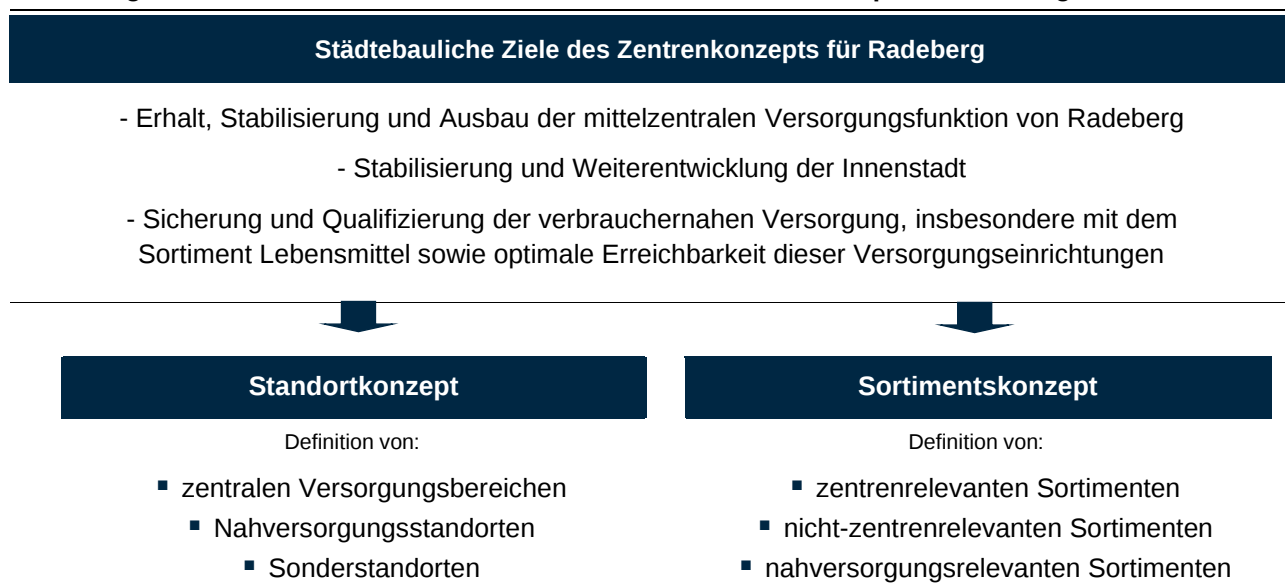
7. Zentrenkonzept Radeberg

7.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die **städtebaulichen Zielvorstellungen** von Radeberg zur Einzelhandelsentwicklung determiniert. Hierzu werden hierarchisch abgestufte Versorgungsbereiche definiert und diesen eine Versorgungsaufgabe zugewiesen. Somit soll möglichst im gesamtörtlichen Kontext ein räumlich ausgewogenes und zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsnetz entwickelt werden, das den lokalen Siedlungsstrukturen von Radeberg Rechnung trägt.

Auf der anderen Seite wird durch das Zentrenkonzept auch eine Planungs- und Investitionssicherheit, gerade für Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen oder an Nahversorgungsstandorten geschaffen. Mit der funktionalräumlichen Gliederung und der Ausweisung der jeweiligen Versorgungsfunktion sollen u.a. folgende Ziele erreicht werden:

Abbildung 30: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Radeberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Radeberg sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen. Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsstandorten definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion von Radeberg wichtig sind. Weiterhin werden Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

Im **Sortimentskonzept** wird ein branchenbezogenes Leitbild für Radeberg erstellt, das ein wichtiges Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung darstellt. Auf Basis der Bestandssituation und der Entwicklungsziele erfolgt eine Zuordnung der Branchen zu einzelnen Versorgungslagen. Grundsätzlich wird im Sortimentskonzept definiert, welche Waren als zentren- bzw. nicht-zentrenrelevant sowie als nahversorgungsrelevant einzustufen sind.

7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Bei einem **zentralen Versorgungsbereich** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁹⁵ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.⁹⁶

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich – z.B. in einem Fachmarktzentrum – kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden.⁹⁷ Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen**⁹⁸ geben:

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

Diese Versorgungszentren sind durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.⁹⁹

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

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

97 Isolierte Standorte mit einzelnen Handelsbetrieben bilden keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.
vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

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

99 Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

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

Entscheidend ist weiterhin, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale¹⁰⁰ Funktion, d.h. eine Mittelpunkt Funktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.¹⁰¹ Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.¹⁰²

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird später die Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen in Radeberg bzw. die Überprüfung der bereits ausgewiesenen Zentren aus dem Einzelhandelskonzept 2009 vorgenommen. Die Aufstellung ortsspezifischer Anforderungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich kann auch bei einer zukünftig möglichen Fragestellung in Bezug auf die Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich zur Beantwortung herangezogen werden.

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

Abbildung 31: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nebenzentrum (B-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	gesamtstädtisch sowie überörtlich	gesamtstädtisch, z.T. auch überörtlich	Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner
Lage	- im zentralen Innenstadt-bereich - Hauptzentrum als größter integrierter Geschäfts-bereich	städtebaulich integrierte Lage, möglichst zentrale Lage im Kernstadtbereich	städtebaulich integrierte Lage bzw. wohnsiedlungs-integrierter Standort innerhalb eines Wohngebietes
Branchenmix	alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs	- Konzentration auf nahversorgungsrelevante Sortimente und Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs - ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des langfristigen Bedarfsbereichs	- Konzentration auf nahversorgungsrelevante Sortimente - ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs
Sortiment	hohe Sortimentsbreite und -tiefe, möglichst in allen zentrenrelevanten Branchen	hohe Sortimentsbreite bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten und auch im mittelfristigen Bedarfsbereich, partielle Ergänzung auch im langfristigen Bedarfsbereich möglich	hohe Sortimentsbreite bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten

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

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

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

Standard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten	ab 8 Betrieben und ca. 5.000 m² Gesamtverkaufsfläche, möglichst leistungsfähige Magnetbetriebe (z.B. Filialisten mit hoher Strahlkraft bzw. Alleinstellungsmerkmalen)	ab 4 Betrieben und ca. 2.500 m² Gesamtverkaufsfläche, davon zwingend ein größerer und leistungsfähiger Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter)
Betriebstypen	alle Betriebstypen	alle Betriebstypen, vorwiegend fachmarktorientierte Anbieter, für die in der Innenstadt keine Flächenpotenziale vorhanden sind	Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke, Nahrungsmittelhandwerker
Sortimentsniveau	v.a. mittleres und gehobenes Niveau, discountlastige Angebote nur als untergeordnete Ergänzung	v.a. mittleres Niveau, discountorientierte Anbieter möglich	v.a. mittleres bzw. auch Discountniveau
Komplementärnutzungen	finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung	diverse finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, Gastronomie	wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie
Räumliche Ausdehnung	entsprechend den räumlichen Gegebenheiten, möglichst enge räumliche Konzentration der Handels- und Komplementärbetriebe	funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von etwa 100 Metern bzw. innerhalb eines Lage-/ Gebäudekomplexes	funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von etwa 50 Metern bzw. innerhalb eines Lage-/ Gebäudekomplexes
Verkehrserschließung	- Parkraumkonzept - Anbindung an ÖPNV - hohe Fahrradfreundlichkeit - Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone	- Pkw-Stellplätze - Anbindung an ÖPNV - Fuß-/ Fahrradweganbindung	- Pkw-Stellplätze - Anbindung an ÖPNV - Fuß-/ Fahrradweganbindung
Versorgungsfunktion	- gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion - gesamt- und überörtliche Mittelpunkts-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion	gesamtstädtische und z.T. überörtliche Versorgungsfunktion, ergänzend zum Innenstadtzentrum	- Versorgung für umliegende Wohngebiete/ -quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich - Mittelpunkts-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungslagen in Radeberg

7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Radeberg ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das Zentrenkonzept verfolgt nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb und stellt auch keinen Konkurrenzschutz für Handelsbetriebe dar, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll jedoch eine räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen, insbesondere sollen langfristig nicht korrigierbare Fehlentwicklungen vermieden werden.

Im Zentrum von Radeberg ist die **Einkaufsinnenstadt (A-Zentrum)** verortet. Der Handelsbesatz der etwa 40 Geschäfte umfasst rd. 7.000 m². Im arbeitsteiligen Zusammenspiel der Handelsbetriebe und der zahlreichen komplementären Angebote – es existieren fast 60 Komplementärbetriebe – ist der Radeberger Innenstadt eine hohe Angebotszentralität bzw. ein zufriedenstellendes versorgungsstrukturelles Gewicht zuzuschreiben.

Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung bietet die Radeberger Innenstadt ein breites Warenspektrum an, in fast allen innenstadtrelevanten Sortimenten ist ein Angebot vorzufinden. In dem zentralen Versorgungsbereich ist eine umfängliche Bedarfsabdeckung möglich, wenngleich auch gewisse Sortimentslücken zu reklamieren sind.

Die städtebauliche Situation der Radeberger Altstadt stellt sich attraktiv dar. Der Zustand der meist kleinteiligen, zum großen Teil aufwendig sanierten Wohn- und Gewerbeimmobilien ist als ansprechend zu bewerten. Eine positive Wirkung erzeugen ferner die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und vor allem die innerstädtische Stadtmöblierung. Der Handelsbesatz in der Altstadt ist hauptsächlich in kleinformatischen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung zurückzuführen ist. Dennoch existieren mit einem Drogeriemarkt, einem Textilmarkt und einem Multisortimentsmarkt auch großformatige Anbieter.

Unmittelbar nördlich der Altstadt wurden zwei Lebensmittelmärkte entwickelt, die räumlich und funktional an die Hauptgeschäftslage über die Oberstraße angebunden sind. Die großformatigen und fachmarkttypischen Handelsbetriebe ergänzen das überwiegend kleinstrukturierte Angebot in der Altstadt zielgerichtet, so dass sich im Zusammenspiel ein attraktiver Mix aus verschiedenen, unterschiedlich positionierten Handelsbetrieben zeigt. Der Fachmarktbereich trägt zur Kundenakzeptanz des Altstadthandels mit bei, so können beide Bereiche arbeitsteilig eine attraktive Nachfrageabdeckung vornehmen.

Das Einzugsgebiet des Innenstadthandels umfasst die Stadt Radeberg und umliegende Orte im räumlichen Umfeld der Stadt. Der Innenstadtbereich besitzt eine – wenn auch limitierte – stadtübergreifende Ausstrahlung und kann sowohl für die Bewohner von Radeberg als auch des Umlandes eine ansprechende Versorgung anbieten und besitzt ein ausreichendes funktionales Gewicht.

Im Fazit ist unter städtebaulichen und auch versorgungsstrukturellen Aspekten die Radeberger Einkaufsinnenstadt – auch unter Berücksichtigung der Rechtsprechung (vgl. Seite 72) – unzweifelhaft als ein zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren.

Auf der Grundlage von Weiterentwicklungspotenzialen für Radeberg (vgl. Pkt. 6.3.4) bzw. zur grundlegenden Ertüchtigung des lokalen Handels wird angesichts der unzureichenden Flächenpotenziale innerhalb des Radeberger Zentrums (vgl. Pkt. 6.3.5) die Ausweisung des zusätzlichen Einzelhandelsstandortes **Nebenzentrum Am Bahnhof (B-Zentrum)** vorgeschlagen. Der Bereich der früheren Eschebachwerke ist – auch mit Blick auf andere Potenzialstandorte (vgl. Pkt. 6.3.6) – für die Ansiedlung von Handel und komplementären Funktionen geeignet. Dies ergibt sich aus folgenden Fakten:

- Die Liegenschaft ist in zentraler Lage innerhalb der Kernstadt verortet und ist verkehrlich über die Dresdner Straße aus allen Bereichen der Kernstadt gut erreichbar. Auf dem Vorhabenareal können ausreichende Pkw-Stellflächen geschaffen werden.

- Das Plangebiet liegt nördlich des Radeberger Bahnhofs – dem Umsteigepunkt des öffentlichen Personennahverkehrs – und ist somit direkt an das Bus- und Schienennetz angebunden.
- Der Standort ist städtebaulich integriert. Das nähere Umfeld ist überwiegend durch eine Mischnutzung aus Wohnen, kleinteiligem Handel und Gewerbe geprägt.
- Die zur Verfügung stehende Grundfläche erlaubt die Entwicklung von großformatigen Handelsflächen, für deren Ansiedlung in der Altstadt auf Grund der hier bestehenden kleinstrukturierten Bebauung keine Potenzialflächen vorhanden sind. Auf einer Teilfläche wird der Bau eines Schulgebäudes für das Radeberger Gymnasium erfolgen, darüber hinaus ist in Bestandsgebäuden die Ansiedlung von komplementären Funktionen möglich.
- Auf dem Projektareal können großformatige Handelsbetriebe etabliert werden. Mit diesem Angebotsstandort ist eine Abrundung des innerstädtischen Einzelhandelsbesatzes möglich.
- Das gesamte Gebiet liegt langjährig brach stellt einen städtebaulichen Missstand dar. Mit der Revitalisierung erfolgt eine städtebauliche Aufwertung dieses Standortbereiches, der im Zugangsbereich vom Bahnhof zur Radeberger Innenstadt liegt. Positive Impulse können sich auch für die Bahnhofstraße ergeben.

Bei der Neuentwicklung dieses Handelsstandortes sind die ortsspezifischen Maßgaben für ein Nebenzentrum (vgl. Abb. 31) zugrunde zu legen. Wesentliche Kriterien sind u.a. das Erreichen einer Einzelhandelsmasse von rd. 5.000 m², die vor allem durch die Belegung mit ausschließlich großformatigen Handelskonzepten erfolgen werden muss. Somit wird die kleinteilige Handelsstruktur der Innenstadt an diesem Standort nicht erneut abgebildet und eine direkte Konkurrenzsituation zwischen beiden Handelslagen vermieden. Darüber hinaus sollte der Standort vor allem mit Handelskonzepten belegt werden, die einen deutlichen Kaufkraftabfluss aus Radeberg aufweisen (vgl. Abb. 27 i.V.m. Tab. 14) bzw. aus Sicht der Radeberger Konsumenten als wünschenswert eingestuft wurden.¹⁰³

Die vorstehend empfohlene Ausweisung dieses neuen Handelsstandortes hat einen weiteren Hintergrund. Prinzipiell sollten Handelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten in das Radeberger Zentrum gelenkt werden, hier zeigen sich allerdings deutlich limitierte Entwicklungsmöglichkeiten (vgl. Pkt. 6.3.5). Ein Einzelhandelskonzept ist daher angehalten, auf Grund der europaweiten Niederlassungsfreiheit für potenzielle Ansiedlungsbetriebe auch Entwicklungsbereiche vorzuhalten.

Eine reine Beschränkung der zentralen Versorgungsbereiche auf ihren jeweiligen Bestand ist auch im Sinne der EU-Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG so nicht zulässig. Dies ist auch im Zusammenhang einer EuGH-Entscheidung¹⁰⁴ zu sehen, so dass die Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche bzw. anderer Voranggebiete für Einzelhandelsentwicklungen in kommunalen Einzelhandelskonzepten großzügiger erfolgen muss, d.h. es müssen Potenzialflächen für eine Ansiedlung von Handelsbetrieben ausgewiesen sein.

Neben dem Innenstadtzentrum wurde das Vorhandensein von weiteren zentralen Versorgungsbereichen einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. In Radeberg ist **kein Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)** vorhanden. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage. Ein solches Angebot ist in Wohnquartieren in Radeberg nicht vorzufinden, wenngleich an weiteren Standorten Lebensmittelmärkte ansässig sind.

Auf Grund der monofunktionalen Ausrichtung auf die Lebensmittelversorgung (meist ohne weitere Handelsbetriebe oder Komplementäre) scheidet die Einstufung der bestehenden Lebensmittelmärkte als ein zentraler Versorgungsbereich aus (vgl. Definition eines Nahversorgungszentrums auf Seite 72/73 bzw. Abb. 31). Ferner ist die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums derzeit nicht geplant.

¹⁰³ vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Seite 25/26.

¹⁰⁴ vgl. Urteil EuGH [C-31/16] vom 30.01.2018.

Die **Bestimmung und räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten¹⁰⁵ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die wesentlichen Bestimmungskriterien aufgeführt, die in Folge bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche beachtet werden; als Hauptpunkte sind städtebauliche Kriterien und der Handelsbesatz zu sehen. Darüber hinaus findet der bereits in dem vormaligen Einzelhandelskonzept 2009 abgegrenzte Innenstadtbereich Berücksichtigung, der sich weitgehend auf Grundlage der aktuellen Bestandserhebung und der Nutzungsstrukturen als sachgerecht erwiesen hat.

Abbildung 32: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Städtebauliche Kriterien	räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes und der komplementären Funktionen, stadthistorische Aspekte, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen, Bebauungsstruktur, städtebauliche Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum, Stadtbild, Kompaktheit, Architektur
Quantitative Kriterien zum Handelsbesatz	Verkaufsflächenbestand und dessen räumliche Verortung (v.a. von Magnetbetrieben), Ladenstruktur, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Nutzungen etc., Potenzialflächen
Bevölkerung	Mantelbevölkerung im fußläufigen Nahbereich, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, bestehende Kundenfrequenzen
Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss
Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter	Bedarfshäufigkeit/Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben
Ökonomische Voraussetzungen	ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft, Einwohner im Nahbereich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

¹⁰⁵ Anmerkung: Ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich muss nicht zwingend dem Hauptgeschäftsbereich einer Stadt entsprechen und muss beispielsweise auch nicht mit einer Kern- oder Sondergebietsausweisung in Bebauungsplänen übereinstimmen.

7.3.2. Sonstige Versorgungslagen

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur in zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich, da eigens in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht etabliert werden können. Somit können größere Handelsbetriebe – beispielsweise auch mit nicht-zentren-relevanten Sortimenten – in diesen Lagen oft nicht untergebracht werden. Ferner ist auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen eine Grundversorgung notwendig.

Der vorgenannte Fakt trifft auch in Radeberg zu, so dass der Einzelhandel in der Einkaufsinnenstadt durch weitere Versorgungslagen komplettiert wird. Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung wird dabei ergänzend zu dem Angebot des zentralen Versorgungsbereichs durch sog. **Nahversorgungsstandorte** dargestellt. Diese Nahversorgungsstandorte – die sich in städtebaulich integrierten Lagen befinden sollten – decken u.a. vorhandene räumliche Lücken ab, so dass erst unter Einschluss dieser Standorte eine weitgehend flächendeckende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Radeberg sichergestellt werden kann.

Diese Standorte sind i.d.R. monofunktional durch einen größeren Lebensmittelmarkt (bspw. Discounter, Supermarkt), teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung¹⁰⁶ dar. Diese Angebotsstandorte dienen vordringlich der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung, haben aber in Mittelstädten wie Radeberg partiell auch eine gesamt- bzw. überörtliche Ausstrahlung.

Die Ausstattung dieser Nahversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität schwanken, fokussiert jedoch auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Die Standorteigenschaften eines Nahversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- mindestens ein größerer kompetenter Nahversorgungsbetrieb (Discounter, Supermarkt, SB-Markt), in Ergänzung auch kleinformatige Lebensmittelanbieter (z.B. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt),
- überwiegende Ausrichtung auf das Sortiment Lebensmittel; in Ergänzung auch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente möglich und wünschenswert, andere Sortimente nur im Randsortiment und dem Lebensmittelangebot deutlich untergeordnet,
- räumliche und funktionale Zuordnung des Standortes zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier),
- zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage,
- möglichst wohnsiedlungsintegrierte Lage, jedoch auch in Randlage – mit direkter fußläufiger Anbindung – zu einem Wohnquartier möglich,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen) und
- ÖPNV-Anbindung (optional).

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

Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich im Sinne der Baunutzungsverordnung und des Baugesetzbuches – d.h. kein Nahversorgungszentrum (vgl. Seite 72/73) – dar. Eine Schutzmöglichkeit dieser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist somit auch aus Gründen

¹⁰⁶ Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

eines individuellen Konkurrenzschutzes unzulässig.¹⁰⁷ Dennoch leisten diese Lebensmittelmärkte hinsichtlich ihrer Funktion einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung, explizit mit dem Sortiment Lebensmittel. Folglich besteht eine Schutzwürdigkeit dieser Standorte, die im Satz 2 des § 11 Abs. 3 BauNVO formuliert wird.

Neben dem Handel in zentralen Versorgungsbereichen und an Nahversorgungsstandorten wird das Angebot in größeren Städten i.d.R. durch **Sonderlagen** (Ergänzungslagen) komplettiert. Diese großflächigen Einzelhandelsstandorte sind durch einen Besatz an Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern gekennzeichnet und meist an verkehrsgünstig gelegenen Standorten adressiert. Diese Standortbereiche sind im Sinne der Stadtentwicklung als nicht-schützenswert einzustufen, zumal sie häufig in direkter Konkurrenz zum Innenstadthandel stehen.

Außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte agieren Handelsbetriebe in **Streulagen**, der Besatz ist größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – oder durch Non-Food-Fachmärkte in einer Solitärlage geprägt.

¹⁰⁷ Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.
vgl. auch Urteil OVG NRW [4 A 964/05] vom 11.12.2006.

Ein innerstädtischer Bereich mit einem Lebensmitteldiscounter sowie weiteren Einzelhandelsbetrieben und einigen Dienstleistungsangeboten kann regelmäßig keine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen und ist deshalb kein zentraler Versorgungsbereich.
vgl. auch Urteil OVG NRW [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

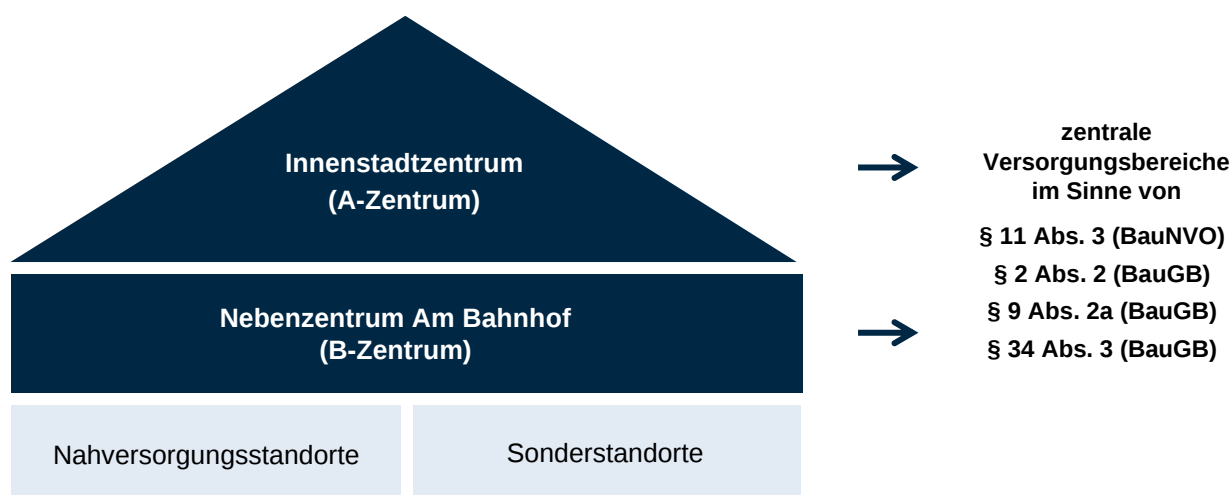
7.4. Zentren- und Standortkonzept Radeberg

7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Für Radeberg wird ein **abgestuftes Netz von Versorgungsbereichen** ausgewiesen, um der gesamt- und auch überörtlichen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum, aber auch den versorgungsstrukturellen Anforderungen an den jeweiligen mikroörtlichen Siedlungs- bzw. Wohnbereich gerecht zu werden.

Das künftige **Zentrenleitbild** für die Einzelhandelsentwicklung von Radeberg beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der lokalen Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Innerhalb von Radeberg sind vier strukturprägende Einzelhandelslagen auszubilden.

Abbildung 33: Modell der Zentrenstruktur von Radeberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Stadt Radeberg wird die Ausweisung der **Einkaufsinnenstadt** weiterhin als zentraler Versorgungsbereich (Innenstadtzentrum) empfohlen. Mit der Fokussierung des Einzelhandels und komplementärer Funktionen auf diesen Bereich wird einer weiteren Streuung des Angebots über das gesamte Radeberger Stadtgebiet entgegengewirkt; ferner soll eine Stärkung der Innenstadt durch die räumliche Bündelung des Angebots erreicht werden.¹⁰⁸

Die Flächenverfügbarkeit ist in der Radeberger Innenstadt begrenzt, speziell sind keine Flächen für großformatige Handelsbetriebe vorhanden. Um einer optimalen gesamtstädtischen, aber auch der mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht zu werden, können nachgelagert zur Einkaufsinnenstadt auch Einzelhandelsbetriebe in dem (zu entwickelndem) **Nebenzentrum Am Bahnhof** angesiedelt werden. Die Radeberger Einkaufsinnenstadt und das nachgeordnete (potenzielle) Nebenzentrum Am Bahnhof sollen dabei dauerhaft als dominierende Einkaufsorte für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden. Sofern beide zentrale Einkaufsbereiche insgesamt und beständig eine hohe Strahlkraft erreichen, kann eine für ein Mittelzentrum übliche hohe Einzelhandelszentralität erreicht werden.

Das Angebot in den skizzierten zentralen Versorgungsbereichen wird durch **Nahversorgungsstandorte** arrondiert. Die Nahversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, dessen Angebot u.U. durch andere Lebensmittelanbieter oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergänzt werden kann. Die Nahversorgungsstandorte befinden sich in einer für die Wohnbevölkerung gut erreichbaren Lage und verfügen über eine – für die jeweiligen lokalen

¹⁰⁸ Dies ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet.

Gegebenheiten – hohe Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld. Andere Einzelhandelssortimente außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten an diesen Standorten i.d.R. nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und diesen Standorten nicht zu unterlaufen.

Die Nahversorgungsstandorte¹⁰⁹ erfüllen nicht die beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch hinsichtlich ihrer integrierten Lage einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel dar. Diese Standorte genießen auch einen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.¹¹⁰

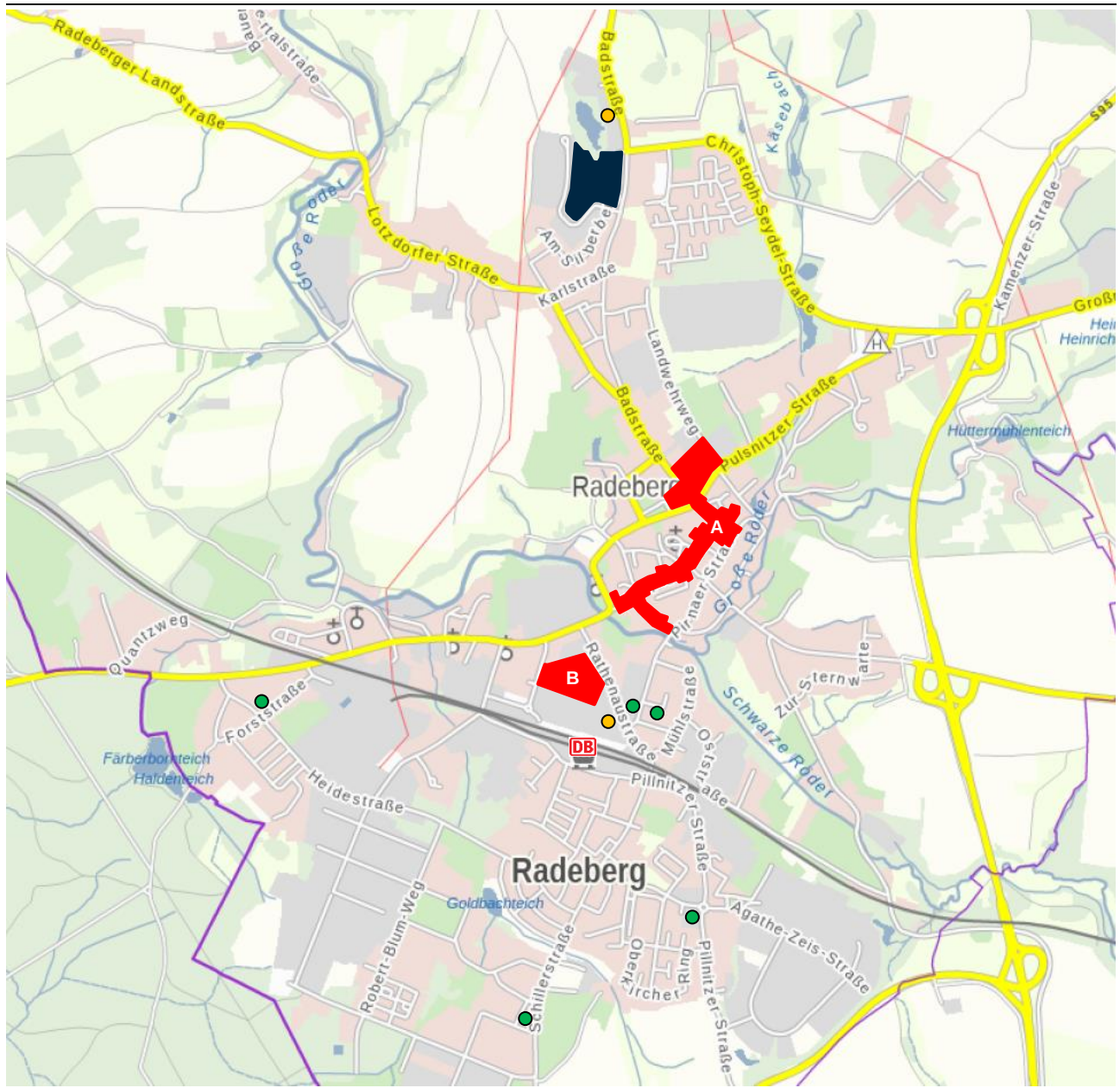
Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existiert ein weitere Einzelhandelslage, die als **Sonderlage** zu klassifizieren sind. Dieser Standortbereich an der Badstraße besitzt hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches. Die Betriebe in dieser Lage sollten vor allem eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen und nicht in einer direkten Konkurrenzsituation zu dem Handel in zentralen Versorgungsbereichen oder an Nahversorgungsstandorten stehen.

109 Nahversorgungsstandorte werden – anders als zentrale Versorgungsbereiche – nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines Nahversorgungsstandortes bezieht sich immer auf seine ausgeübte Funktion als Grund- bzw. Nahversorger in seinem funktionalen Versorgungsgebiet. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion).

110 Das Zentrenkonzept weist 5 Nahversorgungsstandorte (Dresdner Straße 73, Dr.-Albert-Dietze-Straße 11, Dr.-Albert-Dietze-Straße 18, Schillerstraße 95 und Pillnitzer Straße 36) aus. Bei einer Verschmelzung der Standorte Dr.-Albert-Dietze-Straße 11 und Schillerstraße 95 reduziert sich die Zahl auf 4 Nahversorgungsstandorte.

In Anlehnung an die vorstehenden Ausführungen stellt die folgende Karte das **Standortstrukturkonzept** für den Einzelhandel in Radeberg (Zielkonzept) überblicksartig dar.

Karte 9: Zentren- und Standortkonzept Radeberg



- | | |
|---|--|
| — zentrale Versorgungsbereiche | — Sonderlage |
| A – Einkaufsinnenstadt | ● Nahversorgungsstandort |
| B – Am Bahnhof
(potenzieller zVB) | ● Solitärstandort (Non-Food) |



Kartengrundlage: Landesamt für Geobasisinformation Sachsen (GeoSN), 2023
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

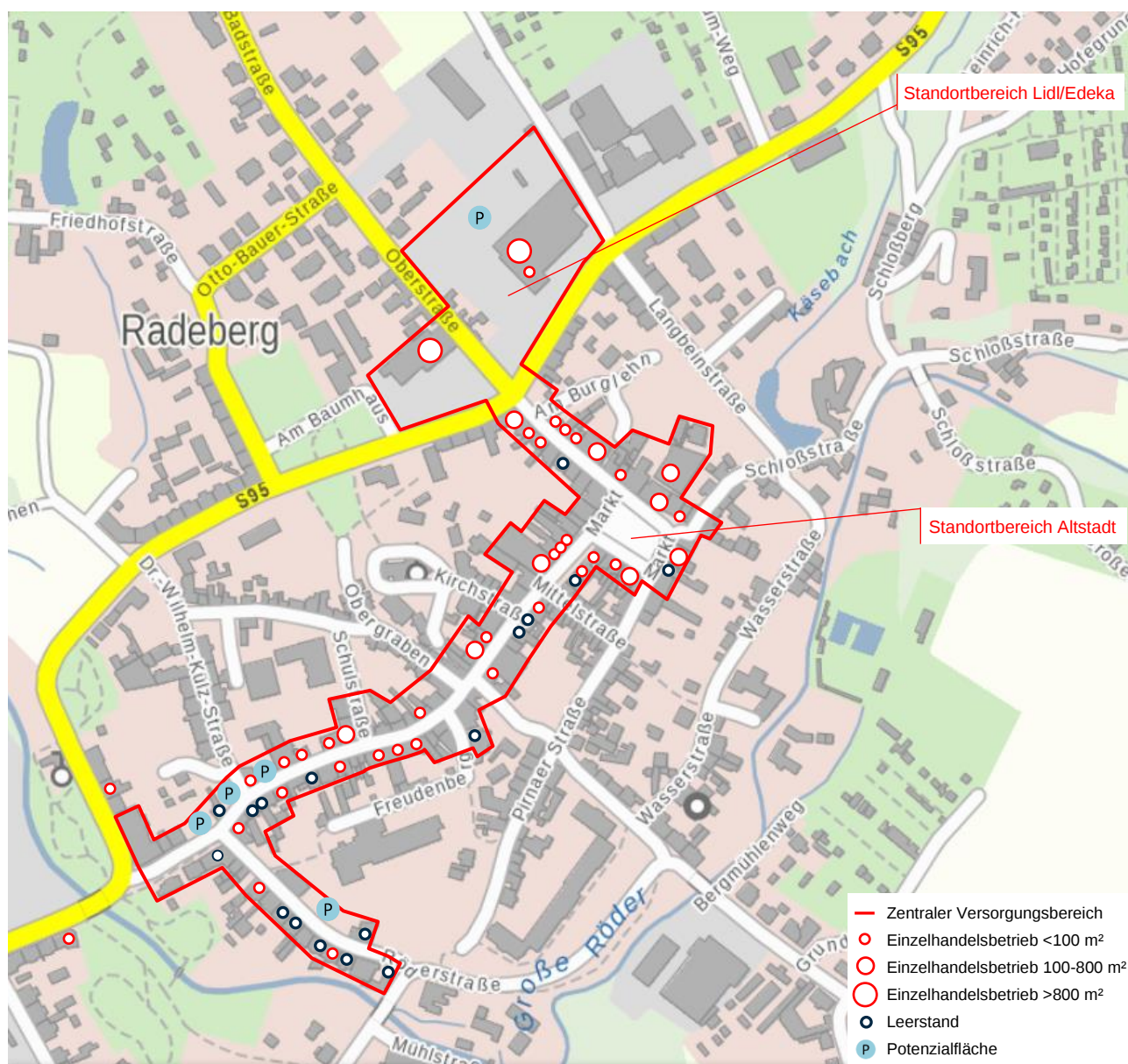
Nachstehend wird eine Beschreibung der prägenden Versorgungslagen in Radeberg vorgenommen, beginnend mit dem Innenstadtzentrum. Des Weiteren erfolgen die räumliche Abgrenzung dieser Bereiche, eine Funktionszuweisung und die Formulierung der zukünftigen Entwicklungsziele.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

Zentrentyp	▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum)
Lage	▪ im zentralen Kernstadtgebiet ▪ die traditionelle Hauptgeschäftslage umfasst die Hauptstraße und den Markt und führt über die Oberstraße zum Standortbereich Edeka/Lidl ▪ die westliche Hauptstraße und die Röderstraße liegen topographisch tiefer-versetzt zum Markt, teilweise fußläufige Erreichbarkeitshemmnisse auf Grund weiter Distanzen
Erreichbarkeit	▪ gute verkehrliche Anbindung des Zentrums über die Staatsstraße S95, der wichtigsten innerörtlichen Hauptdurchfahrtsstraße; direkte Zufahrt zur Altstadt über die Hauptstraße, Edeka/Lidl liegen direkt an der S95 ▪ Verkehrssystem der Altstadt ist teilweise durch enge Straßenquerschnitte und Einbahnstraßenregelungen geprägt
Parken	▪ PKW-Abstellmöglichkeiten durch verschiedene straßenbegleitende Parkmöglichkeiten und einen Parkplatz auf dem Markt; Parken ist gebührenfrei ▪ betriebseigene Parkplatzanlagen des Edeka- und des Lidl-Marktes (gebührenfrei) ▪ weitere kostenfreie Parkmöglichkeiten in Randlage zum Zentrum, größerer Parkplatz am Groschenmarkt
ÖPNV	▪ Bushaltestelle am Markt, Erreichbarkeit mit der Radeberger Stadtbuslinie möglich
Leitbranchen	▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernimmt die Lebensmittelbranche (Edeka, Lidl) und der Rossmann-Drogeriemarkt ▪ überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, auch discountorientierte Angebote und ein Möbelhaus vorhanden
Aktive VK-Fläche	▪ ca. 6.980 m² Verkaufsfläche (rd. 22 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	▪ 41 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 45 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Branchenstruktur	Branchen (Anzahl der Geschäfte) - Lebensmittel/Reformwaren (7) - Drogeriewaren/Gesundheit (4) - Blumen/Pflanzen/Zoo (0) - Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (10) - Bücher/Schreib-/Spielwaren (4) - Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (4) - Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (8) - Optik/Uhren/Schmuck (3) - Sonstiger Einzelhandel (1)
Einzelhandelsmagneten	▪ Edeka, Lidl, Rossmann, NKD, Groschenmarkt

Filialisierungsgrad	7 Filialisten (ca. 4.200 m²) belegen 60 % der Verkaufsfläche, geringer Filialisierungsgrad auf Grund der wenigen Anzahl von überregional agierenden Filialbetrieben
Komplementärangebote	- konsumnahe Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Gastronomie, Büros, medizinische Versorgung (57 komplementäre Anbieter) - Stadtverwaltung (Rathaus) ist am Markt etabliert
Einzugsgebiet	Radeberg und umliegende Orte in der Region, nur limitierte Strahlkraft auf Kommunen im Nahbereich von Radeberg
Einzelhandelsfunktion	- gesamstädtische Versorgungsfunktion in zahlreichen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe - funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Radeberg - überörtliche Versorgungsfunktion für Orte im direkten Umland von Radeberg

Räumliche Abgrenzung¹¹¹



¹¹¹ Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.

Leerstand	▪ Leerstand von 17 Gewerbeeinheiten, die sich größtenteils auf Nebengeschäftslagen (westliche Hauptstraße/Röderstraße) verteilen ▪ nur 3 Leerstände verfügen über eine Verkaufsfläche von über 100 m², 14 leerstehende Gewerbeflächen weisen eine durchschnittliche Ladengröße von lediglich ca. 30 m² je Geschäft auf und fallen für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein aus; Nutzung u.a. durch Dienstleistungsanbieter, Büros, Kleingastronomie möglich und wünschenswert
Potenzialflächen	▪ keine größeren Potenzialflächen in der Altstadt, aktuell lediglich vier Baulücken vorhanden ▪ im Bereich Edeka (nördlich des Bestandsmarktes) zeigen sich Potenzialflächen, die für eine Handelsnutzung zur Verfügung stehen (vgl. Pkt. 6.3.6 – Flächen 7)
Planungsrechtliche Situation	▪ Ausweisung des zentralen Versorgungsbereiches im Flächennutzungsplan als Gemische Baufläche und als Wohnbaufläche (besondere Wohngebiete) ▪ in der Altstadt existieren keine den Handel betreffenden Bebauungspläne ▪ für die Lebensmittelmärkte Edeka und Lidl wurde jeweils ein Bebauungsplan aufgestellt und als Satzung beschlossen - Edeka: Festsetzung eines Lebensmittelmarktes (Vollsortimenter) mit einer maximalen Verkaufsfläche von 2.000 m² (zzgl. Bäcker/Gastro + Eingangsbereich) - Lidl: Festsetzung eines Lebensmittelmarktes mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.000 m²
Städtebauliche Kurzbewertung	<u>Altstadt:</u> ▪ die Altstadt setzt sich vorwiegend aus historischen und attraktiven Bausubstanzen mit hohem gestalterischem Wert zusammen, Marktplatz stellt eine städtebauliche Dominante dar ▪ fast durchgehende heterogene Bebauung mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, der Einzelhandel ist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt ▪ im Hauptgeschäftsbereich meist durchgängige Schaufensterfront mit Handelsbetrieben und komplementären Nutzungen, keine spürbaren Funktionsunterbrechungen, wenngleich auch Leerstand vorhanden ist ▪ attraktive Kombination von großformatigen Handelsbetrieben und zahlreichen kleineren Geschäfte in der östlichen Hauptstraße und am Markt; hohe Angebotsmasse, auch bedingt durch komplementäre Nutzungen ▪ in der westlichen Hauptstraße und Röderstraße zahlreiche Funktionsunterbrechungen und deutlich nachlassende Gewerbedichte ▪ die altstädtischen Bausubstanzen sind größtenteils saniert und in einem optisch guten Zustand, teilweise sind in Nebenlagen auch Immobilien mit Sanierungsbedarf vorzufinden ▪ positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung und Bepflasterung <u>Standortbereich Edeka / Lidl</u> ▪ direkt nördlich an die Altstadt angrenzend, zwei ampelgeregelte Überquerungsmöglichkeiten für Fußgänger aus der Oberstraße ▪ beide Lebensmittelmärkte sind in funktionalen Fachmarktgebäuden organisiert, jeweils mit vorgelagerter Parkplatzanlage; Lidl zeigt keine wesentlichen städtebaulichen oder architektonischen Qualitäten, Edeka betreibt einen modernen und puristisch wirkenden Markt ▪ optimale funktionale Ergänzung des kleinformatischen Altstadthandels

- nordöstlich an Edeka (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) grenzen massive, gewerbegebietstypische Gebäude an, die u.a. durch ein Möbelhaus, ein Fitnessstudio, die Kreismusikschule und vereinzelte Kleingewerbebetriebe genutzt werden; die dispers angeordneten Bausubstanzen zeigen sich städtebaulich unattraktiv und wirken sanierungsbedürftig



Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Innenstadt¹¹²

Stärken

- städtebaulich attraktive Altstadt
- gute verkehrliche Erreichbarkeit, kostenfreie Parkmöglichkeiten
- Anbindung an den lokalen ÖPNV, Bushaltestelle am Marktplatz
- verdichtete Wohnbebauung in der Altstadt und im näheren Umfeld, dadurch hohe Nachfrage bereits im Nahbereich
- anzahlmäßig größter zusammenhängender Einzelhandelsstandort in Radeberg
- sehr hohe Anzahl an Komplementärbetrieben, dadurch gute Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität der Innenstadt
- zwei großformatige Lebensmittelmärkte in Randlage zur Altstadt, dadurch attraktive Lebensmittelversorgung und zwei Magnetbetriebe
- leistungsstarker Rossmann-Markt, attraktiver Wochenmarkt auf dem Marktplatz

Schwächen

- Einbahnstraßensystem in der Altstadt ist suboptimal
- Parkplatzangebot ist ausbaubar
- lang gezogene Geschäftszone, topographische Höhenunterschiede
- kleinstrukturiertes Angebot, wenige Angebotsmagneten in der Altstadt, dadurch limitierte Strahlkraft des Altstadtbereiches und teilweise Kundenakzeptanzprobleme
- relativ hoher Leerstand, jedoch überwiegend in Nebenlagen
- sehr geringe Fläche der Leerstandsobjekte, bei vielen Einheiten ist keine Einzelhandelsnutzung möglich
- wenige Gastronomie in der Altstadt (Ausnahme Kleingastronomie)
- keine maßgeblichen Potenzialflächen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels, weder größere Baulücken noch größeren Ladenflächen in der Altstadt vorhanden

¹¹² vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Abb. 5-10.

 Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

- Stärkung/Stabilisierung der innerstädtischen Handelsbetriebe, insbesondere der großformatigen Betriebe, die als Frequenzanker fungieren
- Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots in der Altstadt, wenngleich auf Grund der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nur limitierte Entwicklungsmöglichkeiten bestehen
- Aktive Lenkung von neuen und hauptsächlich von profilbildenden Ansiedlungsbegehren auf die Innenstadt, bei nicht-gegebener Flächenverfügbarkeit in der Altstadt steht eine Potenzialfläche im Bereich Edeka zur Verfügung
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten, da den zahlreichen kleineren Fachhändlern in der Altstadt zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Aktive Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich (bei Flächenverfügbarkeit)
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben
- Erhöhung der Angebotsmasse auch durch qualifizierte und attraktive komplementäre Betriebe, Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Innenstadt
- Weiterentwicklung der Gastronomie, den zahlreichen Kleingastronomen stehen zu wenig qualifizierte Gastronomiebetriebe gegenüber, Ausbau der Vielfalt wünschenswert
- Sicherung der bestehenden direkten Anbindung von der Oberstraße zu den beiden Märkten von Edeka und Lidl
- Ausbau der Wohnfunktion der Innenstadt bzw. in Innenstadtrandlagen, vor allem von attraktiven und modernen Wohnstrukturen, somit Erhöhung des fußläufigen Nachfragepotenzials
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Altstadt, u.a. durch gestalterische Verbesserungen, Aufwertung von Werbeanlagen und Schaufenstern und des öffentlichen Raums, Gestaltung von leerstehenden Gewerbeeinheiten
- Installation eines Leerstandsmanagements, (Zwischen-)Nutzungen von Leerstandsflächen, Erarbeitung von Nachnutzungsmöglichkeiten, vor allem auch mit einzelhandelsfremden Belegungsoptionen
- Sicherung der fußläufigen Anbindung an umliegende Wohnsiedlungsbereiche, wenngleich bezüglich der topographischen Höhenunterschiede auch weiterhin Erreichbarkeitsdefizite bestehen werden, Verbesserung der Fahrradfreundlichkeit
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit und vor allem des einkaufsstättennahen Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Innenstadt) sowie der ÖPNV-Anbindung
- Berücksichtigung der Angaben zur Attraktivierung des Innenstadtangebots aus der Kundenbefragung¹¹³

Quellen: Kartengrundlage Landesamt für Geobasisinformation Sachsen (GeoSN), 2023), Flächennutzungsplan Radeberg (Februar 2006), Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 56 „Edeka - Markt der Generationen“, Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 59 „Lidl – Lebensmittelmarkt Radeberg“, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

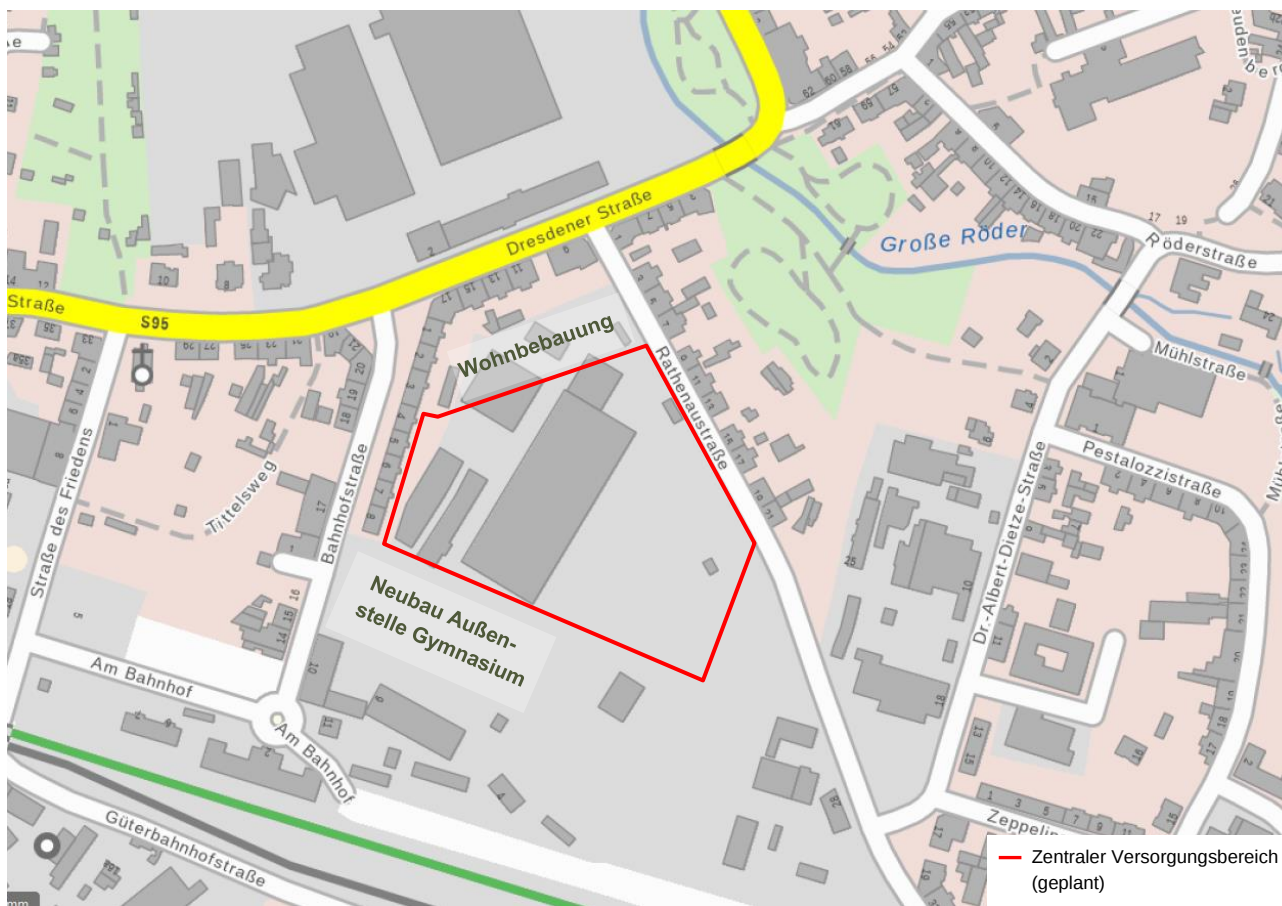
113 vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Pkt. 2.4.

7.4.3. Potenzieller zentraler Versorgungsbereich Am Bahnhof

Auf dem Gelände der ehemaligen Eschbachwerke ist die Entwicklung eines gemischt genutzten Gebietes angedacht, das die Funktion eines Nebenzentrums übernehmen soll.

Standortprofil potenzieller zentraler Versorgungsbereich Am Bahnhof

Zentrentyp	▪ Nebenzentrum (B-Zentrum)
Lage	▪ im zentralen Kernstadtgebiet ▪ nördlich des Radeberger Bahnhofs zwischen der Bahnhofstraße und der Rathenaustraße gelegen ▪ fußläufige Entfernung vom westlichen Beginn des zentralen innerstädtischen Versorgungsbereich etwa 300 Meter
Erreichbarkeit	▪ gute verkehrliche Anbindung über die Bahnhofstraße und die Rathenaustraße, die jeweils von der Dresdner Straße (S95) abzweigen ▪ von der Rathenaustraße auch zügige Erreichbarkeit aus dem südlichen Kernstadtgebiet möglich
Parken	▪ ausreichende Stellplatzkapazitäten (ca. 300 Parkplätze) geplant
ÖPNV	▪ durch Lage am Radeberger Bahnhof sehr gute Anbindung an alle öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn, Stadtbus, Regionalbus) ▪ Bahnhof stellt ÖPNV-Umsteigepunkt dar, dadurch hohe Zahl an „ÖPNV-Kunden“ zu erwarten
Leitbranchen	▪ Lebensmittelmarkt als Ankerbetrieb, zusätzlich weitere Märkte vor allem des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs
Aktive VK-Fläche	▪ ca. 5.000 m² Verkaufsfläche möglich
Anzahl Geschäfte	▪ ca. 6 bis 7 Fachmärkte
Branchenstruktur	▪ keine Angaben möglich ▪ ausschließlich großformatige Fachmärkte geplant, um die kleinteilige Angebotsstruktur der Innenstadt nicht erneut abzubilden und eine direkte Konkurrenz zu der Fachgeschäftsstruktur zu vermeiden
Einzelhandelsmagneten	▪ diverse Fachmärkte
Filialisierungsgrad	▪ vorwiegend filialisierte Fachmärkte geplant
Komplementärangebote	▪ Dienstleistungen, Kleingewerbeflächen, Arztpraxen o.ä. in einem Bestandsgebäude und einem weiteren Neubau geplant ▪ im nördlichen Bereich (zur Dresdner Straße) ist eine kleinteilige Wohnbebauung angedacht ▪ in der Bahnhofstraße erfolgt der Neubau eines Schulgebäudes für das Radeberger Gymnasium
Einzugsgebiet	▪ Radeberg und umliegende Orte in der Region
Einzelhandelsfunktion	▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion in zahlreichen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe ▪ ergänzender Einzelhandelsstandort zur Radeberger Innenstadt ▪ überörtliche Versorgungsfunktion für Orte im direkten Umfeld von Radeberg

Räumliche Abgrenzung¹¹⁴


Planungsrechtliche Situation

- das Plangebiet ist im Flächennutzungsplan als gewerbliche Fläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr.3 BauNVO ausgewiesen
- es existiert ein Bebauungsplan mit Festsetzung eines Gewerbegebietes, in den textlichen Festsetzungen ist Handel mit zentrenrelevanten Sortimenten sowie großflächiger Einzelhandel nicht zulässig
- die Änderungen des Flächennutzungsplans und des rechtsgültigen Bebauungsplans ist notwendig, ein Aufstellungsbeschluss wurde bereits gefasst

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Am Bahnhof

- Entwicklung des Plangebietes hin zu einem Nebenzentrum, Entwicklung eines gemischten Quartiers
- Ansiedlung von ausschließlich großformatigen Handelsbetrieben mit einer Handelsfläche von etwa 5.000 m², keine Entwicklung (Ausschluss) von kleinteiligem Handel, Berücksichtigung der Ergebnisse der Konsumentenbefragung zu Ansiedlungswünschen in Radeberg¹¹⁵
- Verlagerung von Betrieben aus Nebenlagen oder nicht-integrierten Lagen (sofern möglich) in das geplante Nebenzentrum wünschenswert
- Entwicklung des Areals unter der Prämisse der Unschädlichkeit für den Einzelhandel in der Radeberger Altstadt; keine Duplizierung von Angeboten, die bereits in der Altstadt ansässig sind
- das Nebenzentrum soll als Ergänzung des Altstadthandels dienen, nicht als Konkurrenz

¹¹⁴ Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.

¹¹⁵ vgl. BBE Handelsberatung, Repräsentative Konsumentenbefragung zum Radeberger Einzelhandel (27. September 2023), Seite 25/26.

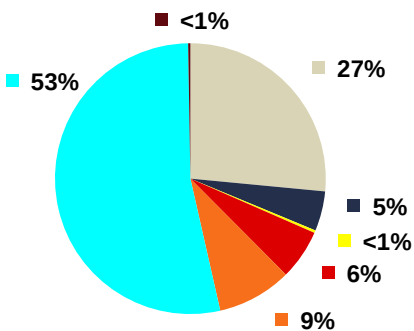
- Entwicklung von komplementären Funktionen (z.B. Dienstleistungsangebote, Büros, Praxen, Kleingewerbe) in einem Bestandsgebäude und einem Neubau im westlichen Plangebiet; Wohnungsneubau nördlich des zentralen Versorgungsbereiches in Richtung Dresdner Straße
- Gewährleistung einer optimalen fußläufigen und barrierefreien Anbindung der Liegenschaft an den Radeberger Bahnhof
- Städtebauliche Neuordnung des Gebietes, Einbezug der bestehenden Bausubstanzen und Sanierung von denkmalgeschützten Gebäuden, Erzielung von positiven Effekten für die Bahnhofstraße
- Sicherung bzw. Erschließung der verkehrlichen Erreichbarkeit des Nebenzentrums
- Gewährung einer barrierefreien fußläufigen Anbindung an das Radeberger Zentrum und Erzielen von Synergieeffekten für die Altstadt
- Herstellung der Fahrradfreundlichkeit des gesamten Areals

Quellen: Kartengrundlage Landesamt für Geobasisinformation Sachsen (GeoSN), 2023), Flächennutzungsplan Radeberg (Februar 2006), 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 31 „Eschebach – Gewerbehof“;
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.4.4. Sonderlage Badstraße

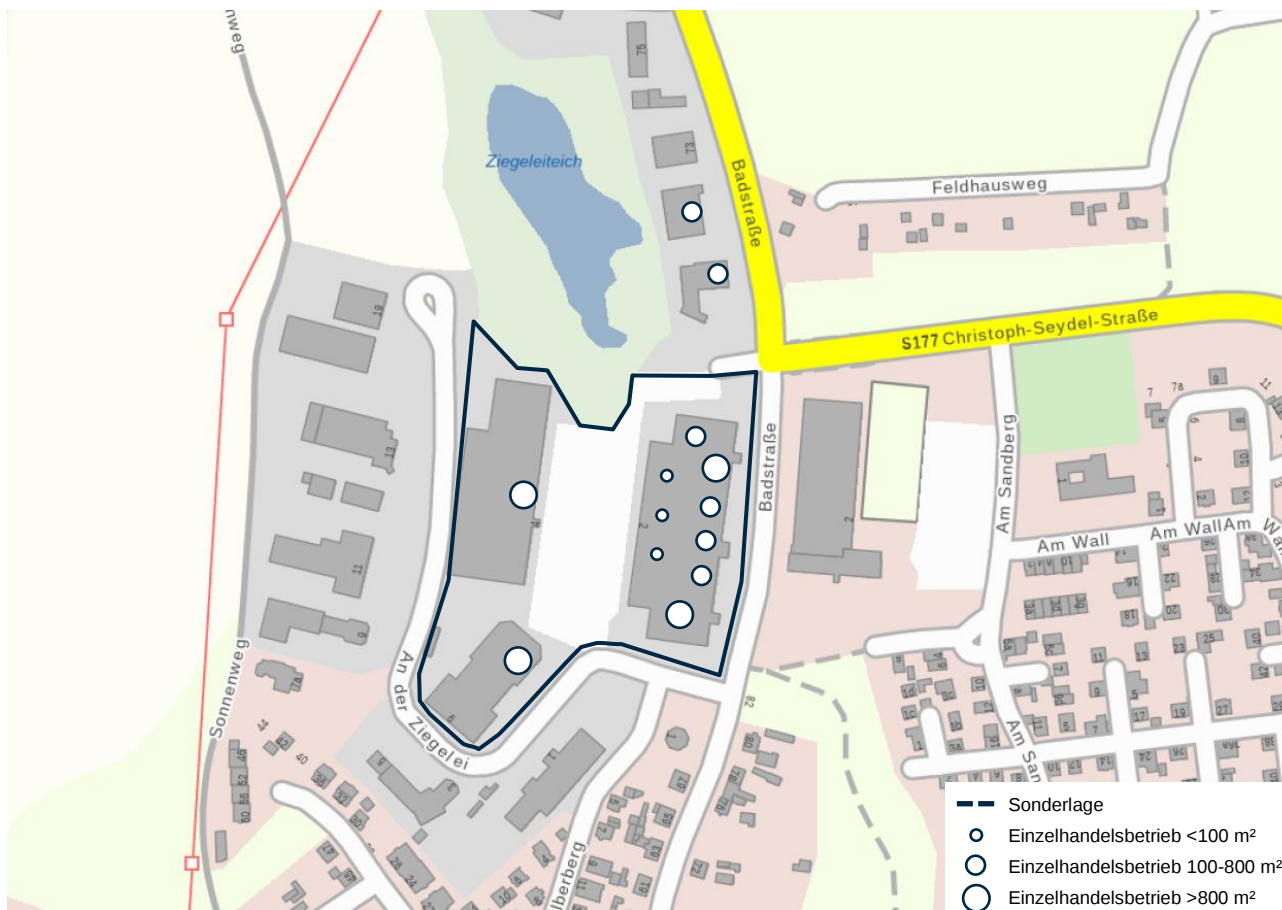
Bei dieser Einzelhandelslage handelt es sich um einen peripheren Standort, der jedoch auf Grund seines Handelsbesatzes mit großformatigen und leistungsstarken Filialisten eine wichtige gesamt- und überörtliche Versorgungsfunktion übernimmt und wesentlicher Träger der Radeberger Einzelhandelszentralität ist.

Standortprofil Sonderlage Badstraße

Lage	▪ dezentrale Lage im nördlichen Kernstadtgebiet ▪ Einkaufszentrum Silberberg-Center und Fachmärkte befinden sich in einer Gewerbegebietslage ▪ barrierefreie Sichtachse auf die Badstraße, dadurch hohe Werbewirksamkeit auf den hier passierenden Verkehr
Erreichbarkeit	▪ sehr gute verkehrliche Anbindung über die Staatsstraße S177 und die Badstraße, die direkt ins Radeberger Zentrum führt ▪ S177 bindet den Standort an die östliche Ortsumgehung an, zügige Anfahrbarkheit auch aus den peripheren Ortsteilen und umliegenden Gemeinden
Parken	▪ sehr gute PKW-Abstellmöglichkeiten durch großzügig dimensionierte Parkplatzanlage, mittig zwischen Silberberg-Center und toom gelegen ▪ Parken ist gebührenfrei
ÖPNV	▪ Bushaltestelle südlich des Silberberg-Centers, Erreichbarkeit mit der Radeberger Stadtbuslinie möglich
Leitbranchen	▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernimmt die Lebensmittelbranche, die Baumarktbranche und die Elektrobranche ▪ überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, auch discountorientierte Angebote vorhanden
Aktive VK-Fläche	▪ ca. 13.210 m² Verkaufsfläche (rd. 41 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	▪ 11 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 12 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Branchenstruktur	 Branchen (Anzahl der Geschäfte) - Lebensmittel/Reformwaren (4) - Drogeriewaren/Gesundheit (1) - Blumen/Pflanzen/Zoo (1) - Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) - Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) - Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (1) - Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) - Optik/Uhren/Schmuck (1) - Sonstiger Einzelhandel (0)
Einzelhandelsmagneten	▪ Edeka, Aldi, dm, Euronics, toom
Filialisierungsgrad	▪ 97 % der Verkaufsfläche werden durch 8 Filialisten belegt ▪ sehr hoher Filialisierungsgrad
Komplementärangebote	▪ konsumnahe Dienstleistungen, Gastronomie (5 komplementäre Anbieter)
Einzugsgebiet	▪ Radeberg und umliegende Orte in der Region ▪ hohe Strahlkraft auf Kommunen im Nahbereich von Radeberg

Einzelhandelsfunktion

- gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- flächenseitiger Einzelhandelsschwerpunkt von Radeberg
- überörtliche Versorgungsfunktion für Orte im Umland von Radeberg

 Räumliche Abgrenzung¹¹⁶


Leerstand

- kein Leerstand, alle Gewerbeeinheiten sind vermietet

Potenzialflächen

- keine Potenzialflächen sichtbar, wenngleich weitere Bebauung im Umfeld des Standortbereichs möglich ist

Planungsrechtliche Situation

- Ausweisung im Flächennutzungsplan als Sondergebiet Handel
- Silberberg-Center und Baumarkt liegen im Bereich eines Bebauungsplans, der das Gebiet als Sondergebiet ausweist; es existieren keine textlichen Festsetzungen in Bezug auf Einzelhandelsnutzungen
- Elektrofachmarkt liegt in einem ausgewiesenen Gewerbegebiet, es ist eine Verkaufsfläche von 1.450 m² zulässig

Städtebauliche Kurzbewertung

Silberberg-Center:

- eingeschossiges Einkaufszentrum mit innenliegender Mall in Stripe-Bauweise
- fachmarktartige und funktionale Gebäudestruktur, jeweils an den Endpunkten mit einem Lebensmittelmarkt (Frequenzanker) belegt
- Ausgänge des Centers führen direkt zur vorgelagerten Parkplatzanlage
- modernes äußeres und inneres Erscheinungsbild, Center wurde im Jahr 2020 grundlegend umgebaut und saniert

¹¹⁶ Die dargestellte Begrenzung ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.

Euronics/toom:

- beide Fachmärkte sind in eingeschossigen Funktionsbauten ohne architektonische Besonderheiten untergebracht
 - baulich einfache und fachmarkttypische Handelsimmobilien, durchschnittlich attraktives Erscheinungsbild
-

Entwicklungsziele Sonderlage Badstraße

- Sicherung der bestehenden Sonderlage, da der Standort mit seinem kundenattraktiven Handelsbesatz eine maßgebliche Versorgungsfunktion für Radeberg besitzt und auch eine wichtige Umlandversorgung übernimmt
- keine flächenseitige Weiterentwicklung des Standortbereichs mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten; Beibehaltung des flächenseitigen Status quo dieser Sortimentsgruppe, d.h. keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten
- Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden; weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich und wünschenswert, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanter) Sortimente

Quellen: Kartengrundlage Landesamt für Geobasisinformation Sachsen (GeoSN), 2023), Flächennutzungsplan Radeberg (Februar 2006), Bebauungsplan Nr. 1 „Badstraße West“, 4. Änderung B-Plan Nr. 1, Baufeld 7;
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.5. Sortimentskonzept Radeberg

7.5.1. Begriffsdefinition

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

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

Abbildung 34: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

zentrenrelevante Sortimente
▪ geringer spezifischer Flächenanspruch, räumliche Integration dieser Betriebe ist grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche möglich ▪ meist hohe Flächenproduktivität ▪ hohe Ausstrahlungskraft ▪ überwiegend leichter bzw. problemloser Abtransport, ein Kfz ist i.d.R. nicht notwendig ▪ häufige Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen und meist in Abhängigkeit von anderen Frequenzbringern ▪ lösen positive Agglomerations- bzw. Verdichtungseffekte aus ▪ prägen durch ihr Vorhandensein bereits die städtebaulich-funktionale Struktur von zentralen Versorgungsbereichen ▪ ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig
nicht-zentrenrelevante Sortimente
▪ Angebot dieser Waren erfolgt auf Grund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten ▪ zum Warenabtransport wird überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigt ▪ keine Eignung für zentrale Lagen, da hoher Flächenbedarf ▪ niedrige Flächenproduktivität ▪ erzeugen eine eigene Besucherfrequenz und werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe Kopplungen mit anderen Aktivitäten ▪ keine prägende Funktion für zentrale Innenstadtlagen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Für die Stärkung der Versorgung in den zentralen Versorgungsbereichen und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Radeberg gilt es, diese Sortimentsgruppe in der Einkaufsinnenstadt und in dem nachgelagerten Nebenzentrum Am Bahnhof zu konzentrieren.

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

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

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

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

Bei der Definition der Sortimentsgruppen ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.¹¹⁷ Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

Die folgende Herleitung der Sortimentsliste erfolgt auf Basis des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Radeberg. Dabei sind eigens die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentspezifische Bestand von Anbietern im zentralen Versorgungsbereich wichtig. Ferner wird bei der Einstufung der Zentrenrelevanz auch beachtet, dass einzelne Sortimente möglicherweise untereinander wichtige Kopplungen und Synergien auslösen und so – auch bei einem derzeitigen Nichtvorhandensein im zentralen Versorgungsbereich – perspektivisch hier adressiert werden sollten. Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann solche Sortimente – auch wenn diese in einem zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszu-schließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.¹¹⁸ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

¹¹⁷ vgl. Urteile OVG Nordrhein-Westfalen [7A D 92/.NE] vom 03.06.2002, VGH Baden-Württemberg [8 S 1848/04] vom 02.05.2005.

¹¹⁸ Verfolgt eine Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelssortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind.
vgl. Urteil VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

7.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Radeberg

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich bzw. nachgelagert in dem Nebenzentrum Am Bahnhof zu etablieren. Grundsätzlich sollen besonders größere Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig maßgeblich auf diese zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden.

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

Der Erstellung der **Sortimentsliste** für Radeberg liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Pkt. 7.5.1) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 7.3.1). Bei vielen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente ist in dem zentralen Versorgungsbereich bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 5).

Von den Branchen, die aktuell nicht im zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weisen diverse Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 34) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 30) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung insbesondere der innerörtlichen Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in dem zentralen Versorgungsbereich – als zentrenrelevant definiert.¹¹⁹ Hierbei handelt es sich um die Sortimente

- Antiquitäten, Kunstgegenstände,
- Blumen, Zimmerpflanzen,
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren,
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger und
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte.

Die vorstehend benannten Sortimente lassen sich in kleinformatischen Leerständen in der Radeberger Innenstadt (vgl. Pkt. 6.3.5) und ebenfalls in dem zu entwickelndem Nebenzentrum (vgl. Pkt. 7.4.3) ansiedeln. Demnach bestehen in den zentralen Versorgungsbereichen realistische Ansiedlungschancen für diese Sortimente.

Auf Basis der Bestandssituation im Einzelhandel und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Radeberg folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Die Aufstellung ist nicht abschließend; sollte möglicherweise eine Warengruppe in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter Punkt 7.5.1 vorzunehmen.

¹¹⁹ In der Rechtsprechung ist anerkannt, dass sog. „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, ausgeschlossen werden können. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden.
vgl. Beschluss BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004.

Abbildung 35: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Radeberg
Teil I

zentrenrelevante Sortimente		WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ¹²⁰
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	47.73	Apotheken
▪ Blumen, Zimmerpflanzen	aus 47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, nur: Blumen
▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	47.75	EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
▪ Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	aus 47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere
▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	47.2	EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
▪ Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	EH mit Zeitschriften und Zeitungen
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände	47.79.1	EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen
▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	47.78.1	Augenoptiker
▪ Bücher	47.61	EH mit Büchern
▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör	47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
▪ Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik	47.59.2	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
	47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Haushaltstextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche), Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen
▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
▪ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	47.59.3	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien
	47.42	EH mit bespielten Ton- und Bildträgern
▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung	47.71	EH mit Bekleidung

▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
▪ Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
▪ Schuhe	47.72.1	EH mit Schuhen
▪ Spielwaren	47.65	EH mit Spielwaren
▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	47.64.2 aus 47.78.9	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition
▪ Uhren, Schmuck	47.77	EH mit Uhren und Schmuck

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Teil II

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008	
▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör	45.32 45.40	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
▪ Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen)	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
▪ Boote, Zubehör	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
▪ Elektrokleingeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	aus 47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen
▪ Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“)	aus 47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülautomaten, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel	47.76.1 47.52.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren
▪ Leuchten, Lampen	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Kinderwagen	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Kinderwagen
▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Bettwaren (u.a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)	47.59.1 aus 47.51	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen
▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten	47.53 aus 47.52.3	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
▪ Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Ton- und Bildträger, Telekommunikationsgeräte	47.43 47.63 47.42	EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik EH mit bespielten Ton- und Bildträgern EH mit Telekommunikationsgeräten
▪ Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Radeberg

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 30) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Radeberg definiert. Hiermit soll eine versorgungsstrukturell bestmögliche und gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt werden.

Die Ansiedlungsgrundsätze¹²¹ sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen der Radeberger Einkaufsinnenstadt, dem perspektivischen Nebenzentrum Am Bahnhof, den Nahversorgungsstandorten und der Sonderlage Badstraße abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt und nachgelagert in das Nebenzentrum Am Bahnhof

Ziel: Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der überörtlichen Ausstrahlung der Radeberger Einkaufsinnenstadt, Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Stadt Radeberg als Einkaufsstadt durch Entwicklung des Nebenzentrums Am Bahnhof

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt anzusiedeln sind. Für diesen Bereich ist keine Entwicklungsobergrenze festgelegt, da die Einkaufsinnenstadt den stadtentwicklungspolitisch bedeutsamsten Einzelhandelsstandort darstellt.

Auf Grund der geringen Flächenverfügbarkeit der Radeberger Einkaufsinnenstadt sind bei Nichtvorhandensein von entsprechenden Potenzialflächen großformatige Handelsbetriebe auf das Nebenzentrum Am Bahnhof zu lenken. Eine Voraussetzung für die Ansiedlung von Handelsbetrieben ist der Nachweis des Fehlens entsprechender Ladenflächen innerhalb der Einkaufsinnenstadt. Kleinformatige Handelsbetriebe sollen in dem Nebenzentrum nicht zulässig sein, um die Angebotsstruktur der Einkaufsinnenstadt nicht erneut abzubauen und um Verlagerungen von Betrieben zu vermeiden.

Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Radeberger Stadtgebiet – insbesondere in dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Lagen – entgegengewirkt werden und eine Konzentration auf diese beiden zentral liegenden Handelsstandorte erfolgen.

Die Radeberger Einkaufsinnenstadt und das Nebenzentrum Am Bahnhof sollen zum dominierenden flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung und Qualifizierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung des Radeberger Handels und damit für die Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Radeberg zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 7.5.2). Der vorstehende Grundsatz I trifft sowohl für nicht-großflächige als auch für großflächige Handelsbetriebe¹²² zu.

121 Die Steuerungsgrundsätze sind für die Ansiedlung und auch Erweiterungsvorhaben im Einzelhandel anzuwenden. Für bestehende Betriebe wird der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz gewährleistet.

122 Einer entsprechenden Ansiedlung dürfen jedoch städtebauliche und landesplanerische Belange nicht entgegenstehen.

II. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in zentrale Versorgungsbereiche sowie nachgeordnet zur Gewährleistung einer engmaschigen Versorgung auch an Nahversorgungsstandorte

Ziel: Erhalt und Stärkung einer möglichst engmaschigen Grundversorgung mit Lebensmitteln für die Bewohner von Radeberg

Die Radeberger Einkaufsinnenstadt sowie das Nebenzentrum Am Bahnhof sollten perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen; dies wird derzeit bereits durch zwei Lebensmittelmärkte in der nördlichen Einkaufsinnenstadt abgesichert. Daher kommt dem Schutz der bestehenden Lebensmittelmärkte in diesem zentralen Versorgungsbereich eine herausragende Bedeutung zu.

Um die Grundversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen periodischen Bedarfs (nahversorgungsrelevante Sortimente)

- möglichst engmaschig und auch
- für nicht-mobile Bevölkerungsteile

fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu dem Innenstadthandel bzw. einem Angebot in dem Nebenzentrum Am Bahnhof die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel auf wohnsiedlungsintegrierte Standorte zu lenken.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ist somit ausnahmsweise auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche möglich, wenn für einen entsprechenden Anbieter nachweislich

- in den zentralen Versorgungsbereichen keine Flächenkapazitäten bestehen,
- hier bereits ein entsprechender Anbieter ansässig ist und
- schädliche Auswirkungen auf den Lebensmittelhandel in zentralen Versorgungsbereichen und an anderen Nahversorgungsstandorten

auszuschließen sind. Diese Ausnahmeregelung gilt nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- oder Industriegebieten; in diesen städtebaulich nicht integrierten Lagen ist Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich auszuschließen.¹²³

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist auf sog. Nahversorgungsstandorte zu lenken; diese sind durch eine städtebaulich integrierte Lage geprägt. Ein Standort ist i.S.d. Radeberger Einzelhandelskonzeptes als städtebaulich integriert einzustufen, wenn dieser

- räumlich und funktional einem *Siedlungsschwerpunkt* (Stadtteil, Wohnquartier) zugeordnet ist,
- sich in zentraler Lage innerhalb eines Siedlungsbereiches befindet und für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Wohnbevölkerung *fußläufig erreichbar* ist,
- im Zusammenhang einer (*Wohn-*)*Bebauung* liegt,
- über eine gute *fußläufige Anbindung* (Fuß- und ggf. Radweg) verfügt,
- im Umfeld einen ortsüblichen ÖPNV-Anschluss (optional) aufweist und
- ein *hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial* in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

123 Eine Ausnahme bildet das sog. Handwerkerprivileg. Handelsbetriebe sind im Gewerbegebiet zulässig, wenn der Einzelhandelsbetrieb

- im betrieblichen Zusammenhang mit einem Gewerbebetrieb (z.B. Großbäckerei) steht,
- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Bei der Ansiedlung von Lebensmittelmärkten müssen diese Vorhaben eine standortgerechte Dimensionierung besitzen und überwiegend der Grundversorgung¹²⁴ dienen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Radeberger Liste“) sollte nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung wohnt.¹²⁵ Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen, da neben den Auswirkungen auf den Handel in zentralen Versorgungsbereichen auch die Auswirkungen auf Nahversorgungsstandorte zu prüfen sind.

Die bestehenden Lebensmittelanbieter – auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – genießen Bestandsschutz. Eine flächenseitige Erweiterung dieser Betriebe – die einer möglichen Standortsicherung dient und eine konzeptübliche Fläche umfasst – ist möglich und im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu bewerten und zu entscheiden; diese Aussage trifft jedoch nicht für Betriebe in städtebaulich nicht-integrierten Lagen zu. Es sind die vorstehend skizzierten Prämissen anzuwenden.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in die bestehende Sonderlage Badstraße, flächenseitig kleinere Betriebe auch in städtebaulich integrierten Lagen möglich

Ziel: Räumliche Konzentration des großflächigen Handels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in bestehenden Sonderlagen, Lenkung von diesen Betrieben, insbesondere von nicht-großflächigen Betrieben auch in städtebaulich integrierte Lagen, idealerweise in Randbereiche der zentralen Versorgungsbereiche oder auch an Nahversorgungsstandorte

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des Handels in zentralen Versorgungsbereichen und des Angebots an Nahversorgungsstandorten. In der Radeberger Innenstadt und dem zu entwickelnden Nebenzentrum ist die Aufnahmefähigkeit größerer Handelsbetriebe begrenzt, da diese Anbieter i.d.R. für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben, hohe Lieferverkehre erzeugen und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung auch an verkehrsgünstigen bzw. autokundenorientierten Standorten in Radeberg prinzipiell zulässig. Eine Ansiedlung ist jedoch eigens in der definierten Sonderlage zu empfehlen, da so eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern erfolgen kann. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplätze) gemeinsam genutzt werden können.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten – vor allem kleinformatige Spezialanbieter – können bei Flächenverfügbarkeit auch in zentralen Versorgungsbereichen oder in Randlage hierzu bzw. an Nahversorgungsstandorten angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lagen erfolgt. Idealerweise wäre eine potenzielle Ansiedlung auch in räumlicher Nähe des Möbelhauses an der Pulsnitzer Straße zu präferieren.

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

124 Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

125 Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten berücksichtigt werden müssen.

IV. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel nur begrenzt zulässig

Ziel: Schutz der zentralen Versorgungsbereiche durch einen Aufwuchs von zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten

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

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.¹²⁶ Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in integrierten Lagen darstellen.

Um den Handel in zentralen Versorgungsbereichen vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sind die zentrenrelevanten Randsortimente in Betrieben außerhalb der Radeberger Einkaufsinnenstadt auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche – maximal auf 800 m² Verkaufsfläche – des jeweiligen Betriebes zu begrenzen.

Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen funktionalen Bezug zum Kernsortiment haben.¹²⁷ Unabhängig von der Obergrenze der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche muss u.a. auch sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann.

Prinzipiell ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz des Bestandshandels in integrierten Lagen die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen. Maßgeblich hierfür sind die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens.

¹²⁶ Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Bau- oder Gartenmärkten oder in Möbelhäusern zu nennen.

¹²⁷ Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.
 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998.

7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Radeberg wird empfohlen, die in dem Zentrenkonzept beschriebenen Zielstellungen als Chance für eine vorteilhafte Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu betrachten und eine konsequente, fachlich sinnvolle Umsetzung zu verfolgen. Die vorliegende Einzelhandelskonzeption soll als **Fachbeitrag** eine strategische Arbeitsbasis für die weitere Stadtentwicklung von Radeberg in den nächsten Jahren bilden.

Aus rechtlicher Sicht kann die Kommune ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten zur Steuerung des Einzelhandels nutzen. Durch das Planungsrecht ist die öffentliche Hand mit Instrumentarien ausgestattet, eine gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelssteuerung mit Blick auf eine geordnete Stadtentwicklung hin vorzunehmen. Dies impliziert jedoch die zielgerichtete Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Umsetzung des Leitbildes bzw. der Steuerungsgrundsätze des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Dem informellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst kommt keine rechtliche Außenverbindlichkeit zu; für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation entscheidend. Als Grundlage speziell folgender kommunaler und privatwirtschaftlicher Entscheidungen hat es jedoch eine **wichtige Bedeutung**:

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

Nachstehend werden einzelne Maßnahmen bzw. Handlungsanleitungen¹²⁸ zur **Umsetzung des Zentrenkonzeptes** im Rahmen der Bauleitplanung erläutert:

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

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

Vor diesem Hintergrund kommen beispielsweise Teilbereiche entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen, wie z.B. der Badstraße oder der Dresdner Straße bzw. auch in Gewerbegebieten in Frage. Denkbare Ansiedlungen in diesen Solitärlagen führen zu einer Zersiedlung des Einzelhandelsangebots, ferner sind diese Standorte u.U. für nicht-mobile Bevölkerungssteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

¹²⁸ Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

Für solche potenziellen Standorte ist die Notwendigkeit zu prüfen, Bebauungspläne mit dem Ziel aufzustellen, nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um den Erhalt der zentralen Versorgungsbereiche – auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Stadt – zu sichern.

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind.

2. Die Steuerung des Einzelhandels im Innenbereich kann über die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile (§ 34 BauGB) nach § 9 Abs. 2a BauGB erfolgen, wobei grundsätzlich nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit der Aufstellung eines Bebauungsplanes zur Steuerung des Einzelhandels besteht (bspw. in verdichteten Wohngebieten). Es kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Der sog. einfache Bebauungsplan unterscheidet sich somit von Bebauungsplänen, welche Festsetzungen nach § 9 Abs. 1 BauGB enthalten.

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

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

Im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB können – anders als bei Anwendung von § 34 Abs. 3 BauGB – auch noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche geschützt werden, die in einer Einzelhandelskonzeption ausgewiesen sind. In Radeberg ist mit dem Nebenzentrum Am Bahnhof ein derartiger zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich geplant.

3. Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb von Bebauungsplänen ist grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten z.B. aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.¹²⁹ Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, beispielsweise in bestimmten Baugebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen oder nur nahversorgungsrelevanten Handel ausnahmsweise zuzulassen.¹³⁰ Gemäß § 1 Abs. 10 BauNVO können in einem Bebauungsplan vorhandenen Betrieben über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
4. Grundsätzlich sollte in Gewerbegebieten – insbesondere bei Neuausweisungen oder bei der Änderung bestehender Bebauungspläne – von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, auch um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe

¹²⁹ „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in Zentren bisher nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschießen, eventuelle Neuansiedlungen den Zentren zuzuführen, um deren Attraktivität zu steigern oder zu erhalten.“ vgl. Urteil BVerwG [4 C 21.07] vom 26.03.2009.

¹³⁰ Werden in Bebauungsplänen sortimentsbezogene Festlegungen zur Art der baulichen Einzelhandelsnutzung getroffen, ist diesen Festsetzungen die in dem vorliegenden Konzept erarbeitete Radeberger Liste zu Grunde zu legen. Bei einer entsprechenden Bezugnahme muss die für die Festsetzungen maßgebliche Liste in dem konstitutiven Regelungsteil des Bebauungsplans mit abgedruckt werden.

vorzuhalten. Dies betrifft u.a. die Gewerbegebiete an der Badstraße, östlich der Pillnitzer Straße oder die Gewerbeflächen im Bereich der Heidestraße.

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

5. Rechtskräftige Bebauungspläne sollten daraufhin geprüft werden, inwieweit eine Ansiedlung oder auch eine Ausweitung bzw. eine Umnutzung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sofern rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine weitere Verkaufsflächenerhöhung mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.
6. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sollten diese Gebiete ggf. mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Dies trifft beispielsweise für verschiedene Lebensmittelmärkte und auch Non-Food-Fachmärkte zu.

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

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

7. Bei der Aufstellung von Bebauungsplänen ist § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB zu berücksichtigen; zentrale Versorgungsbereiche sind nicht nur zu erhalten, sondern auch weiter zu entwickeln. Selbst bei einer möglichen „Verträglichkeit“ eines Einzelhandelsvorhabens ist darauf zu achten, ob dieses der Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs schaden kann. Dies wäre beispielsweise der Fall, wenn zentrenrelevante Sortimente außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches entwickelt werden und diesem Bereich somit vorenthalten würden oder z.B. auf Grund des limitierten Nachfragepotenzials die Ansiedlung eines weiteren Betriebes in diesem Segment in einem zentralen Versorgungsbereich erschwert oder unmöglich würde.
8. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Zentrenkonzept entgegenstehen. Eine Konzeptwidrigkeit liegt dabei – auch bei Fehlen von Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB – vor, wenn der in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB verankerte Entwicklungsaspekt nicht eingehalten wird bzw. das Vorhaben nicht den Entwicklungsleitlinien des Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.
9. Das Zentrenkonzept ist als Grundlage für die Flächennutzungsplanung zu sehen. Die zentralen Versorgungsbereiche, der i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden können, sind in dem Konzept in ihrer räumlichen Ausdehnung eindeutig enthalten und somit für eine Übernahme in den Flächennutzungsplan geeignet.
10. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist nach dem Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten. Die Berücksichtigung dieses Konzeptes wird sich gewinnbringend auf die weitere Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Radeberg auswirken.

8. Zusammenfassung

Die Stadt Radeberg (rd. 19.000 Ew.) ist im zentralen Teil des Freistaats Sachsen und hier im Landkreis Bautzen verortet und wird in der Landesplanung als **Mittelzentrum** ausgewiesen. Die Lage von Radeberg ist durch die Nähe zu Dresden geprägt, so dass vielfältige Verflechtungsbeziehungen – auch im Einzelhandel – zur westlich angrenzenden Landeshauptstadt bestehen. Im restlichen Umland von Radeberg sind ausschließlich kleinere Kommunen verortet, für die Radeberg eine Versorgungsfunktion mit übernimmt. Im mittelzentralen Verflechtungsbereich leben ca. 42.600 Personen.

Die soziodemographischen **Rahmendaten** (u.a. Einwohnerentwicklung, -prognose, Altersstruktur, Kaufkraft) von Radeberg weisen im Vergleich mit den landesweiten Strukturdaten aus Handelssicht bessere Rahmenbedingungen auf; für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung lassen sich hieraus jedoch keine substantiellen nachfragerlevanten Impulse ableiten. Positiv stellt sich für Radeberg jedoch die hohe Arbeitsplatzzentralität dar.

Der lokale **Einzelhandelsbestand** beträgt rd. 32.200 m² Verkaufsfläche, mit einer Verkaufsflächendichte von 1,7 m² je Einwohner zeigt sich in Radeberg für eine mittelzentrale Einzelhandelsstruktur – auch im Vergleich mit umliegenden Städten – ein unterdurchschnittlicher Flächenwert. Die Verkaufsfläche ist in Radeberg in den letzten 15 Jahren – per Saldo – fast gleich geblieben.

Auf Grund des tendenziell gering ausgeprägten Handelsbesatzes ergibt sich in vielen Branchen eine geringe **Zentralität** (Umsatz-Kaufkraft-Relation), die auf einen Kunden- und auch Kaufkraftabfluss in umliegende Orte hindeutet. Der Radeberger Handel weist in zahlreichen Branchen nur eine geringe Eigenversorgungsquote auf; eine anteilige Versorgung der Bewohner des mittelzentralen Funktionsraums ist in vielen Branchen nicht möglich. Dies wird durch die **Aussagen einer Verbraucherbefragung** bestätigt.

Die **Sortimentsstruktur** wird in Radeberg durch die flächenintensiven Betriebe des Lebensmittelhandels und der Branche Bau-/ Gartenmarktartikel/ Möbel getragen, diese Branchen belegen bereits rd. 77 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche. Dagegen ist die Modebranche – Indikatorbranche einer Stadt – flächenseitig nur unterdurchschnittlich ausgeprägt.

Die **Verkausflächenstruktur** in Radeberg basiert auf kleinformatigen Einzelhandelsgeschäften, da 60 % und somit der Großteil der örtlichen Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweist; die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse rd. 40 m² je Ladenlokal. Demgegenüber weisen die großformatigen Handelsbetriebe (ab 400 m² VK) mit einer Verkaufsfläche von rd. 26.200 m² einen Anteil von 81 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf; dies bedingt – im arbeitsteiligen Zusammenspiel mit den kleineren Handelsbetrieben – eine gewisse Strahlkraft und Attraktivität des lokalen Handels. Auf der anderen Seite birgt die hohe Zahl an Kleinflächen jedoch ein erhöhtes Erosionsrisiko.

Die **Zahl der Einzelhändler** hat sich in Radeberg in den letzten 15 Jahren um -46 % vermindert. Es haben sich meist kleinere Läden – vor allem in der Radeberger Innenstadt und in Nebenlagen – abgesiedelt. Der fühlbare Rückgang der innerstädtischen Ladeneinheiten zeigt sich u.a. in Leerständen und einer verstärkten Nachnutzung dieser Flächen durch komplementäre Betriebe.

Der **innerstädtische Handelsbesatz** ist in Radeberg auf ca. 7.000 m² organisiert und nimmt einen Anteil von 22 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein. In der Innenstadt ist die höchste zusammenhängende Zahl an Handelsbetrieben vorzufinden. Hierzu gruppieren sich zahlreiche Komplementärangebote, so dass dieser Bereich eine hohe Multifunktionalität besitzt.

Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt befindet sich in Radeberg mit rd. 13.200 m² Verkaufsfläche an **Badstraße**. Das Angebot ist durch das kundenattraktive Silberberg-Center, einen Bau- und einen Elektrofachmarkt geprägt, wobei diese leistungsfähige Handelsagglomeration maßgeblich die Einzelhandelszentralität der Stadt trägt und eine hohe Strahlkraft auch auf Umlandkommunen besitzt.

Die **Lebensmittelversorgung** wird in Radeberg maßgeblich durch drei Supermärkte und sechs Discounter sichergestellt; Getränkemärkte und zahlreiche kleinformatige Anbieter arrondieren dieses Angebot. Die Verkaufsflächendichte fällt mit rd. 0,6 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner im Vergleich mit umliegenden Orten in der Region niedrig aus. Die lokale Kaufkraft kann nicht vollständig vor Ort in Radeberg gebunden

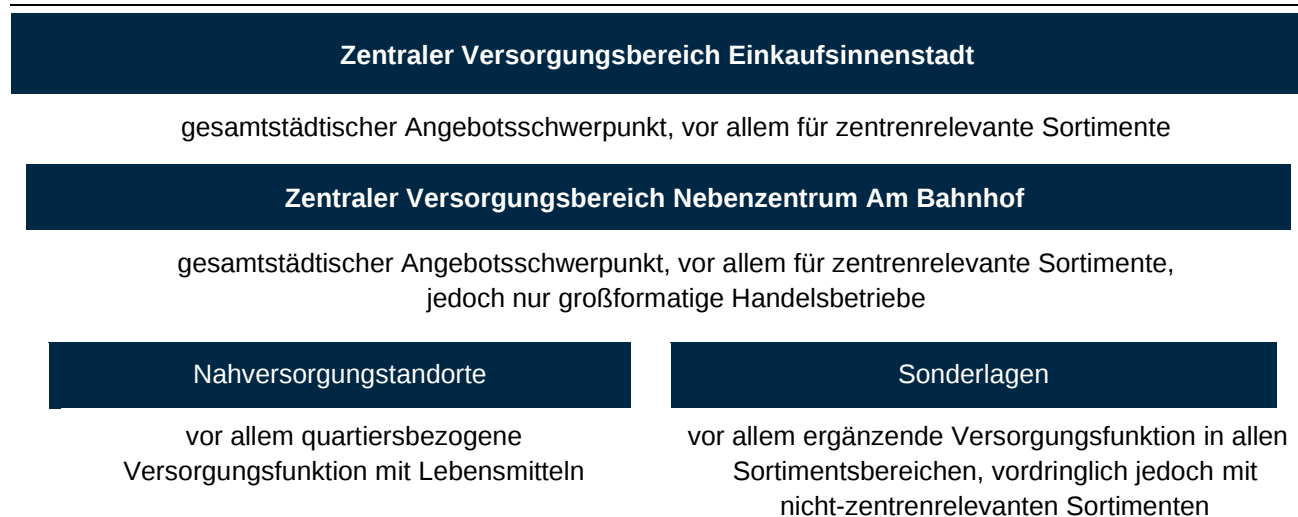
werden, das Fehlen eines größeren Verbrauchermarktes stellt ein qualitatives Angebotsdefizit dar. Die bestehenden Lebensmittelmärkte decken jedoch die räumliche Nachfrage in Radeberg sehr gut ab, da 80 % der kernstädtischen Einwohner fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können.

Unter Berücksichtigung der Bestandssituation im lokalen Handel und des Kaufkraftpotenzials zeigen sich in Radeberg in zahlreichen Branchen **Ansiedlungspotenziale**. Bei der Umsetzung dieser Entwicklungschancen wird sich die Einzelhandelszentralität und die Versorgungsbedeutung von Radeberg – auch für das Umland - erhöhen. Das Vorhandensein von Entwicklungspotenzialen wird durch die Ergebnisse einer Kundenbefragung bestätigt.

Radeberg sollte perspektivisch seine **handelsseitige Versorgungsfunktion** stabilisieren und weiter maßvoll ausbauen. Die Radeberger Einkaufsinnenstadt sollte dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden. Die flächenseitigen Entwicklungspotenziale im Zentrum sind jedoch klar limitiert, so dass in zentraler Kernstadtlage – in Bahnhofsnähe – ein weiterer Handelsstandort eröffnet werden sollte. Dieses Nebenzentrum sollte nachgeordnet zur Einkaufsinnenstadt die Versorgung der Bevölkerung mit großformatigen Betrieben übernehmen, beide Standorte sind als Angebotsschwerpunkte für zentrenrelevante Sortimente zu entwickeln.

Die **Zentren- und Standortgliederung** für Radeberg stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, welche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte verdeutlicht.

Abbildung 36: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Radeberg (Zielperspektive)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung, politischen Vertretern sowie einer projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert und abgestimmt. Es erfolgten eine Auslage und eine Öffentlichkeitsbeteiligung. Das Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und der Zentrenentwicklung gedacht und ist durch den Beschluss des Radeberger Stadtrats für die Verwaltung bindend.

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots

Der gesamte Einzelhandel in Radeberg (inkl. Ortsteile) wurde im September 2023 im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzeption erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine Begehung und lasergestützten Vermessung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Apotheken, Nahrungsmittelhandwerker).

Die Handelsbetriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt. Es wurde eine sortimentsgenaue Erhebung in jedem Handelsbetrieb durchgeführt.

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

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

- Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Radeberg durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.
- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt. Ferner wurde auch keine Frei- oder Lagerflächen von Baustoffmärkten erfasst, die beispielsweise mit Baumaterialien bestückt sind. Ebenso wurden auch keine Gärtnereien o.ä. berücksichtigt, da die Produktionshallen (auch wenn diese temporär für den Verkauf geöffnet sind) nicht mit zur Verkaufsfläche zählen.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit größeren Randsortimentsabteilungen (bspw. Discounter oder Supermärkte) oder für Mehrbranchenanbieter (bspw. Multisortimentsmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.¹³¹

¹³¹ vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, vgl. Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen

Ambulanter Handel

- nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten

Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst, Rollende Supermärkte

Cash & Carry (C&C)

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

Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C

Einkaufspassage

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

Einkaufszentrum

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

Fachgeschäft

- branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen
- hohe Sortimentstiefe
- umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip

Fachmarkt

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

Beispiele: KIK, Takko, Deichmann, Reno, Spielmax, Media-Markt, Medimax, Saturn, Fressnapf, Zoo & Co., OBI, toom, Hagebau, Jysk

Fachmarktzentrum/Fachmarktagglomeration

- großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen
- oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/Discounter/Supermarkt
- dezentrale bzw. periphere Lage bei sehr guter Erreichbarkeit
- großes Angebot an Kundenparkplätzen

Factory Outlet Center

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

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

Kaufhaus

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

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

Warenhaus

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

Beispiele: Galeria

Anlage 3: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

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

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

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

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m², aktuelle Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

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

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

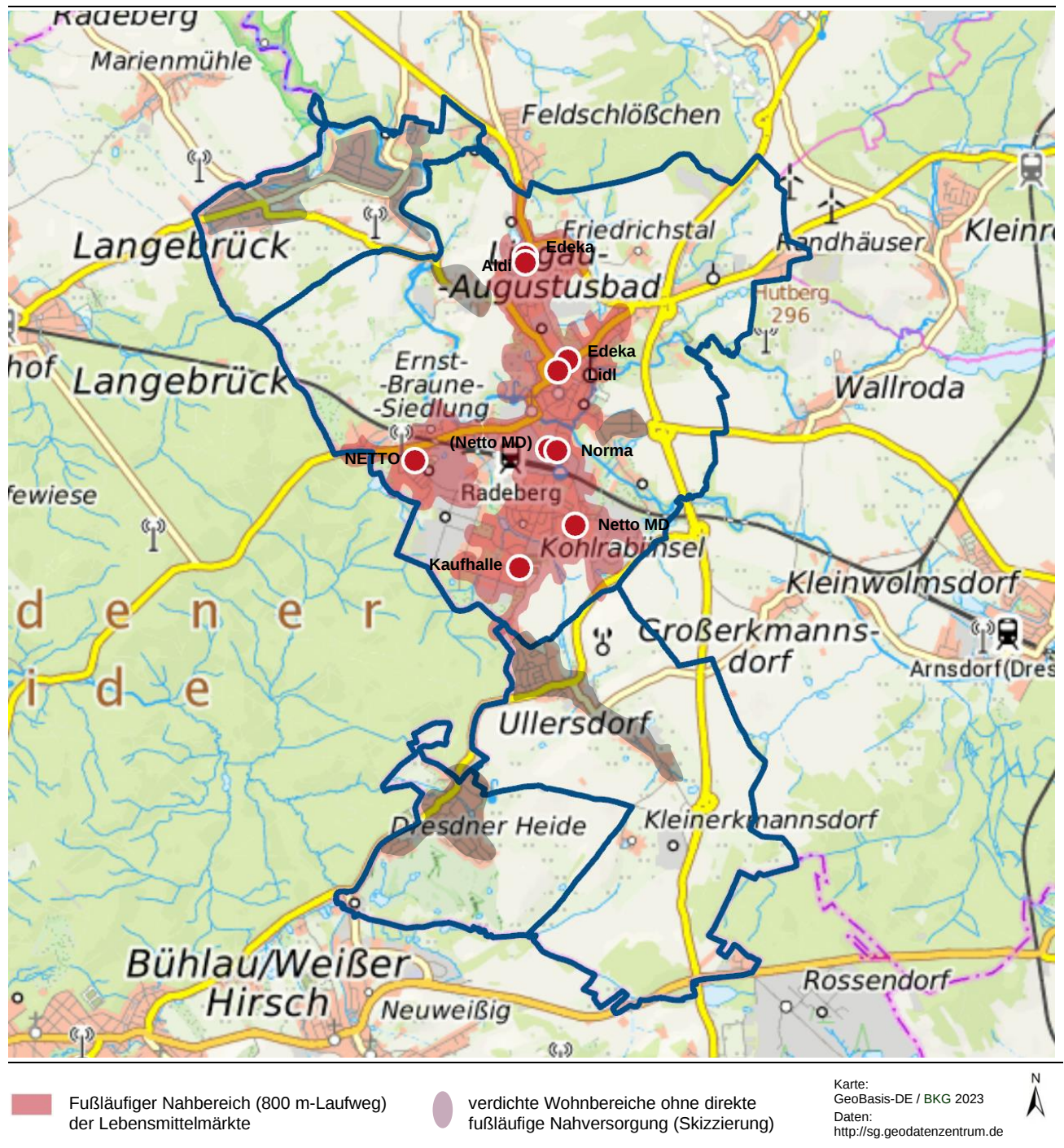
Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila, HIT

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m²
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf

Anlage 4: Fußläufige Nahbereiche der Radeberger Lebensmittelmärkte und unterversorgte Gebiete



Anlage 5: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich

zentrenrelevante Sortimente gemäß Radeberger Sortimentsliste	bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich ¹³²
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>	
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	√
- Blumen, Zimmerpflanzen	
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika,	√
- Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	√
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	√
- Zeitungen, Zeitschriften	√
- Antiquitäten, Kunstgegenstände	
- Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	√
- Bücher	√
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör	√
- Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	
- Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	√
- Foto, Fotozubehör	√
- Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	√
- Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	√
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Haushaltstextilien, Gardinen	√
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	
- Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe	√
- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	√
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	
- Schuhe	√
- Spielwaren	√
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	√
- Uhren, Schmuck	√
- Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Ton-/Bildträger, Telekommunikation	√

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

¹³² Es sind auch Sortimente erfasst, die im Randsortiment geführt werden. Hierbei wurden lediglich die Sortimente berücksichtigt, denen innerhalb eines Betriebes eine prägende Bedeutung zukommt bzw. die eine gewisse Fläche belegen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Radeberg	5
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2022 bis 2040	7
Abbildung 3: Altersaufbau in Sachsen in den Jahren 2020 bis 2040	8
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2012 bis 2022	9
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel in Deutschland	11
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2007 bis 2022 (in %)	12
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2002 bis 2022	13
Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung 2017-2022	13
Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2002-2022 (Prognose 2023)	14
Abbildung 10: Entwicklung der Anteil der Formate (ohne Marktplätze) am Online-Handel 2012-2020	15
Abbildung 11: Altersstruktur Radeberg im Landesvergleich	22
Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern	23
Abbildung 13: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Radeberg	25
Abbildung 14: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	27
Abbildung 15: Betriebsgrößenklassen des Radeberger Einzelhandels	28
Abbildung 16: Exemplarische städtebauliche Situation in der Radeberger Innenstadt	32
Abbildung 17: Exemplarische städtebauliche Situation der Fachmarkttagglomeration Badstraße	33
Abbildung 18: Branchenstruktur Radeberg	34
Abbildung 19: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Radeberg (Auswahl)	38
Abbildung 20: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftbindungsquoten ausgewählter Städte	42
Abbildung 21: Welche Waren kaufen Sie außerhalb von Radeberg ein? (nur über 100 Nennungen)	43
Abbildung 22: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten (in %) von Radeberg	44
Abbildung 23: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Radeberg	45
Abbildung 24: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	48
Abbildung 25: Szenarien der Kaufkraftbindung für Radeberg	49
Abbildung 26: Einflussgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens	50
Abbildung 27: Zielbindungsquoten und Erweiterungsbedarfe für Radeberg (Szenario B)	51
Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen (Auswahl)	64
Abbildung 29: Innerstädtische Potenzialflächen/Baulücken (Auswahl)	65
Abbildung 30: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Radeberg	71
Abbildung 31: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	73
Abbildung 32: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen	77
Abbildung 33: Modell der Zentrenstruktur von Radeberg	80
Abbildung 34: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	94
Abbildung 35: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Radeberg	97
Abbildung 36: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Radeberg (Zielperspektive)	108

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Radeberg im Vergleich	22
Tabelle 2: Pendlersaldo von Radeberg	23
Tabelle 3: Beherbergungen in Radeberg	24
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Radeberg	26
Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Radeberg	27
Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Radeberg nach Standortkategorien	33
Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels in Radeberg	36
Tabelle 8: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Radeberg	37
Tabelle 9: Einwohner im Nahbereich aller Lebensmittelmärkte (Abdeckungsgrad)	40
Tabelle 10: Einwohner in den Nahbereichen der Radeberger Lebensmittelmärkte	40
Tabelle 11: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Radeberger Einzelhandels nach Bedarfsbereichen	42
Tabelle 12: Konsumentenpotenzial für den Radeberger Handel im Jahr 2032	46
Tabelle 13: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Radeberg im Jahr 2032	47
Tabelle 14: Entwicklungspotenziale für den Radeberger Einzelhandel (Zusammenfassung)	62

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland auf Landkreisebene (2023)	10
Karte 2: Lage von Radeberg im regionalen Kontext	19
Karte 3: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Radeberg	20
Karte 4: Raumstruktur Sachsen (Ausschnitt)	21
Karte 5: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Radeberg	30
Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der Radeberger Lebensmittelmärkte	39
Karte 7: Standorte und fußläufige Nahbereiche der Radeberger Lebensmittelmärkte (Ziel-Konzept)	54
Karte 8: Potenzialflächen für die Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb der Radeberger Kernstadt	67
Karte 9: Zentren- und Standortkonzept Radeberg	82

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots	109
Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen	111
Anlage 3: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)	113
Anlage 4: Fußläufige Nahbereiche der Radeberger Lebensmittelmärkte und unterversorgte Gebiete	115
Anlage 5: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich	116