

## Nahversorgungskonzept für die Stadt Taucha



Projektbearbeitung: Dipl.-BW. Immobilienwirtschaft (FH) Stefanie Torge  
B.Sc. Johann Russnak  
Dipl.-Geogr. Katharina Groß  
Projektverantwortung: Dr. Manfred Bauer

Leipzig, im März 2019

© CIMA Beratung + Management GmbH

Diese Ausarbeitung fällt unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

München Berlin Stuttgart Forchheim  
Hannover Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

Walter-Heinze-Str. 27 04229 Leipzig  
T 0341-696030  
F 0341-6960315  
cima.leipzig@cima.de  
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einführung in die Thematik / Aufgabenstellung .....</b>	<b>4</b>
<b>2 Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel: Definitionen / Entwicklungstrends.....</b>	<b>7</b>
2.1 Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel: Sortimentsstruktur / Betriebstypen.....	7
2.2 Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels .....	9
2.3 Entwicklung des Drogeriewareneinzelhandels.....	11
2.4 Exkurs: Effekte des Online-Handels .....	12
<b>3 Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Taucha .....</b>	<b>14</b>
<b>4 Nahversorgungskonzept für die Stadt Taucha .....</b>	<b>25</b>
4.1 Zentrenpass Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“ .....	27
4.2 Nahversorgungsrelevante Einzelbetriebe .....	30
4.2.1 Lebensmitteldiscounter, Leipziger Straße 117.....	31
4.2.2 Lebensmitteldiscounter, Leipziger Straße 104.....	32
4.2.3 Lebensmitteldiscounter, Graßdorfer Straße 15A.....	33
<b>5 Bewertung von Erweiterungs-, Verlagerungs- und Neubauvorhaben des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha.....</b>	<b>34</b>
<b>6 Leitlinien zur Behandlung von Ansiedlungs- oder Erweiterungsplanungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels .....</b>	<b>43</b>
<b>7 Umsetzung des Nahversorgungskonzeptes Taucha .....</b>	<b>45</b>
<b>Anlage .....</b>	<b>47</b>

# Abbildungen

Abb. 1: Verkaufsfläche der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels.....	9
Abb. 2: Umsatz der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels .....	10
Abb. 3: Entwicklung der Betriebszahlen im Lebensmitteleinzelhandel .....	10
Abb. 4: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland .....	12
Abb. 5: Umsatz des Online-Handels nach Branchen in Deutschland.....	13
Abb. 6: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Taucha nach Betriebsgrößenklassen.....	15

# Tabellen

Tab. 1: Nahversorgungsrelevante Sortimente und zugeordnete Betriebstypen des Einzelhandels.....	7
Tab. 2: Betreiber von Drogeriefachmärkten in Deutschland.....	11
Tab. 3: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Taucha.....	14
Tab. 4: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in den Tauchaer Versorgungsräumen.....	18
Tab. 5: Kommunaler Vergleich der Pro-Kopf-Verkausflächenausstattung Tauchas in nahversorgungsrelevanten Sortimenten .....	19
Tab. 6: Umsatzleistungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha.....	21
Tab. 7: Kaufkraftbindungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha.....	22
Tab. 8: Nahversorgungsrelevante Sortimente im Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“ .....	23
Tab. 9: Kriterien zur Identifikation und Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe in Taucha .....	26
Tab. 10: VK-Ausstattung im Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“ .....	27
Tab. 11: Matrix zur Bewertung von Nahversorgungsbetrieben im Versorgungsraum West.....	29

Tab. 12:	Planungen zur Erweiterung oder Neuansiedlung von nahversorgungsrelevanten Betrieben in Taucha .....	34
Tab. 13:	Wirtschaftliche Effekte der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsplanungen im Versorgungsraum West.....	38
Tab. 14:	Wirtschaftliche Effekte des geplanten Supermarktes im Versorgungsraum Ost.....	39
Tab. 15:	Wirtschaftliche Effekte der geplanten Erweiterung des Großen Supermarktes im Versorgungsraum Nord .....	40

## Karten

Karte 1:	Nahversorgungsrelevante Versorgungsräume im Stadtgebiet von Taucha .....	17
Karte 2:	Zentraler Versorgungsbereich "Innenstadtzentrum" .....	23
Karte 3:	Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“ .....	27
Karte 4:	Planungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels / Wohnbauvorhaben in Taucha .....	35
Karte 5:	Veränderung der Nahversorgungsstrukturen bei Umsetzung der Planungen zur Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Betriebe in Taucha.....	37

## Fotos

Foto 1:	Kundenmagnetbetrieb im Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“ .....	28
Foto 2:	Lebensmitteldiscounter an der Leipziger Straße 117 .....	31
Foto 3:	Lebensmitteldiscounter an der Leipziger Straße 104 .....	32
Foto 4:	Lebensmitteldiscounter an der Graßdorfer Straße 15A .....	33

# 1 Einführung in die Thematik / Aufgabenstellung

Die CIMA Beratung + Management GmbH Leipzig wurde im Jahr 2018 von der Stadt Taucha beauftragt, ein Nahversorgungskonzept zu erstellen. Das Gutachten sollte ein 2015 ausgearbeitetes Einzelhandelskonzept<sup>1</sup> ausschnittsweise thematisch fortschreiben und in diesem Zusammenhang speziell die Nahversorgungssituation innerhalb des Stadtgebietes betrachten.

Die Notwendigkeit der Erarbeitung eines Nahversorgungskonzeptes ergab sich vor allem aus der nachhaltig positiven Bevölkerungsentwicklung Tauchas, welche einen Ausbau der wohnortnahen Versorgungsstrukturen nahelegt. Nicht überraschend hat auch der Einzelhandel selbst auf den positiven demographischen Trend reagiert und der Stadtverwaltung diverse Planungen vorgelegt, deren städtebauliche Sinnhaftigkeit und Verträglichkeit vor dem Hintergrund der Erkenntnisse des Nahversorgungskonzeptes einzuschätzen sind.

Zur qualifizierten Bewertung der Nahversorgungssituation in Taucha wurde von der CIMA folgendes Untersuchungsdesign entworfen:

- **Definition des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels / Bestandserfassung im Stadtgebiet von Taucha**
  - Definition des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, unter Berücksichtigung genereller Branchen- und Betriebstypenentwicklungen sowie des Konsumentenverhaltens

<sup>1</sup> Stadt + Handel: Einzelhandelskonzept für die Stadt Taucha. Leipzig, 2015.

- Erfassung aller nahversorgungsrelevanten Betriebe und ihrer Verkaufsflächen im Stadtgebiet
  - Betriebstypen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet / Betriebsgrößenklassen
  - Angebotsqualität des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet
  - wichtige Standortlagen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet / Agglomerationen.
- **Kommunaler Vergleich des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha**
    - Betriebsbesatz je 1.000 Einwohner
    - Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner.
  - **Stärken und Schwächen der Nahversorgung in Taucha**
    - Standorte des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, z.B. ...
      - Betriebstypen- und Branchenmix von Nahversorgungslagen
      - Betriebe mit Kundenmagnetfunktion in Nahversorgungslagen
      - Lage von Nahversorgungslagen zu Wohngebieten / städtebauliche Integration / infrastrukturelle Anbindung von Wohnquartieren
      - verkehrliche Erreichbarkeit von Nahversorgungslagen (fußläufig, ÖPNV, PKW)
      - Multifunktionalität von Nahversorgungslagen / Komplementärnutzungen aus dem Dienstleistungsbereich

- Abdeckung des Stadtgebietes durch die Verflechtungsbereiche von Nahversorgungslagen
- Nahversorgungsrelevanz solitär gelegener Lebensmittelmärkte
- sonstige relevante Aspekte.
- Leistungsdaten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, z.B. ...
  - Umsatz des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels insg.
  - Umsatz des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels nach Versorgungsräumen bzw. Standortlagen
  - Leistungsfähigkeit der Nahversorgungsbetriebe
  - Nahversorgungsbetriebe mit dauerhafter wirtschaftlicher Nachhaltigkeit (z.B. Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial) / Nahversorgungsbetriebe mit Defiziten (z.B. Dimensionierung, Vertriebskonzept, Wettbewerbsfähigkeit)
  - sonstige relevante Aspekte.
- **Ermittlung, Verifizierung und Kategorisierung „Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe“ in Taucha**
  - Allgemeine rechtliche Vorgaben mit Bezug auf Zentrale Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe
  - Einzugsgebiete bzw. Versorgungsräume / Einwohnerstand und Einwohnerentwicklung / erschließbares Nachfragepotenzial der Betriebe im „Zentralen Versorgungsbereich“
  - Kundenmagnetbetriebe
  - Branchenmix (Einzelhandel, Dienstleister, Freie Berufe, Gastronomie etc.) / Angebotsdichte / Multifunktionalität
  - verkehrliche Erreichbarkeit (PKW, ÖPNV, fußläufig) und ruhender Verkehr
  - städtebauliche Integration / Lage zu Wohnquartieren / infrastrukturelle Anbindung der Wohnquartiere
  - sonstige relevante bzw. lokalspezifische Aspekte.
- **Ausarbeitung individueller „Zentrenpässe“ für alle „Zentralen Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe“ in Taucha**
  - möglichst katasterscharfe kartographische Abgrenzung
  - Einzelhandelsbesatz
  - Komplementärnutzungen
  - Leerstände
  - Einzugsgebiet / Einwohner, Einwohnerprognose 2030 (wenn kleinräumig möglich) / Kaufkraft, Kaufkraftprognose 2030 (wenn kleinräumig möglich)
  - verkehrliche Erreichbarkeit / Verkehrserschließung
  - städtebauliche Qualitäten / Möblierung
  - absatzpolitische Qualitäten
  - Potenzialflächen zur Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben
  - wesentliche Ansätze zur Aufwertung bzw. Attraktivierung des „Zentralen Versorgungsbereiches“.
- **Abdeckung des Stadtgebietes durch Zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Nahversorgungsstandorte**
  - Identifikation gut versorgter städtischer Teilräume
  - Identifikation schlecht versorgter städtischer Teilräume
  - ergänzende Versorgungsfunktion städtebaulich integrierter Lebensmittelmärkte
  - städtebaulich nicht integrierte Lebensmittelmärkte.

▪ **Ansiedlungsregeln für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel innerhalb und außerhalb „Zentraler Versorgungsbereiche“**

- Kriterien für die Bewertung von Ansiedlungen oder Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetriebe innerhalb und außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche
- Definition von Branchen, Sortimenten und Verkaufsflächengrößen, die innerhalb und außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt oder erweitert werden können
- Behandlung sog. „Mehrbranchenunternehmen“.

▪ **Bewertung von Ansiedlungs-, Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels**

- Lebensmitteldiscounter, Leipziger Straße / Ernst-Moritz-Arndt-Straße
- Lebensmitteldiscounter, Sommerfelder Straße
- Großer Supermarkt, Portitzer Straße
- Supermarkt, Eilenburger Straße.

▪ **Empfehlungen zur Umsetzung des Nahversorgungskonzeptes.**

Die Bearbeitung des Nahversorgungskonzeptes wurde in enger Abstimmung mit dem Stadtplanungsamt Taucha vorgenommen. In diesem Zusammenhang stellte die Behörde der CIMA Beratung + Management GmbH freundlicherweise kleinräumige demographische Daten, Altgutachten und Plandaten einzelner Betriebe zur Verfügung. Als Grundlage und Orientierung standen zudem die Ergebnisse einer von der CIMA im Jahr 2018 erarbeiteten Potenzialanalyse zur Verfügung.

Wesentliche Erkenntnisse des Nahversorgungskonzeptes wurden dem Stadtrat von Taucha im Dezember 2018 vorgestellt. Im Nachgang war – bedingt durch eine Änderung von Plandaten einzelner Betriebe – eine leichte Überarbeitung des Gutachtens erforderlich. Dadurch konnte die Analyse erst im März 2019 in ihrer Endfassung vorgelegt werden.

CIMA Beratung + Management GmbH

Büro Leipzig, im März 2019

## 2 Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel: Definitionen / Entwicklungstrends

### 2.1 Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel: Sortimentsstruktur / Betriebstypen

Der nahversorgungsrelevante Einzelhandel offeriert vor allem Waren des kurzfristigen Bedarfes, die nahezu täglich oder zumindest in hoher zeitlicher Frequenz von den Verbrauchern erworben werden. Dazu gehören insbesondere ...

- Lebensmittel (inkl. Bio-/Reformwaren, Getränke)
- Apothekenwaren
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Blumen
- Zeitschriften / Toto-Lotto.

Diese „nahversorgungsrelevanten Sortimente“ werden in verschiedenartigen Betriebstypen des Einzelhandels angeboten. Einen Überblick hierzu gibt Tabelle 1.

Tab. 1: Nahversorgungsrelevante Sortimente und zugeordnete Betriebstypen des Einzelhandels

Sortimente	Betriebstypen	
	Fachgeschäfte	Fachmärkte
<b>Lebensmittel</b>	Lebensmittelhandwerk Spezialitätengeschäft Tankstellenshop SB-Geschäft	SB-Markt Getränkemarkt Lebensmitteldiscounter Supermarkt Großer Supermarkt SB-Warenhaus
<b>Reformwaren</b>	Reformhaus Naturkostladen	Biomarkt
<b>Apothekenwaren</b>	Apotheke	---
<b>Drogerie- und Parfümeriewaren</b>	Fachdrogerie Parfümeriegeschäft	Drogeriefachmarkt
<b>Blumen</b>	Blumengeschäft	---
<b>Zeitschriften</b>	Kiosk Zeitschriftenladen Toto/Lotto	Papierwarenfachmarkt

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019

**Die in Tabelle 1 aufgelisteten Betriebstypen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels sind laut Europäischem Handelsinstitut (EHI, handelsdaten.de) und anderen Institutionen folgendermaßen definiert:**

- Das **Lebensmittelhandwerk** gehört zum lebensmittelherstellenden Gewerbe und ist eine Untergruppe des Ladenhandwerks. Dazu gehören unter anderem Bäcker, Konditoren, Metzger und Fleischer. Sie verkaufen ihre Waren in kleinflächigen Ladengeschäften, mit Beratung und Bedienung.
- **Lebensmittelfachgeschäfte** gehören zur Unterkategorie des Handelsformates „Fachhandel“. Fachgeschäfte weisen ein breit und tief gegliedertes Sortiment einer Branche auf und sind zumeist kleinflächig (Beispiele: Reformhaus, Tante-Emma, ethnischer Lebensmittelhandel).
- **Bioläden/Biomärkte** sind Lebensmittelgeschäfte, deren zum Verkauf angebotene Produkte aus ökologischer Landwirtschaft und umweltfreundlicher Verarbeitung stammen. Neben Lebensmitteln werden häufig auch Körperpflege- und Reinigungsmittel, Bekleidung und andere Produkte des täglichen Bedarfs angeboten – wesentliche Aspekte dabei sind eine möglichst geringe Schadstoffbelastung der angebotenen Waren sowie deren umweltgerechte Herstellung. Die Betriebe weisen in der Regel Verkaufsflächen zwischen 300 m<sup>2</sup> und 800 m<sup>2</sup> auf (Beispiele: Denn's, Biowelt).
- **Lebensmitteldiscounter** sind Selbstbedienungsgeschäfte, die ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führen und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik ansprechen. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt bei diesem Betriebstyp derzeit zwischen 800 und 1.000 m<sup>2</sup> VK (Beispiele:

Lidl, Aldi, Penny). Die im Maximum realisierten Verkaufsflächen erreichen aktuell ca. 1.500 m<sup>2</sup>.

- **Supermärkte** sind Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m<sup>2</sup> und 2.500 m<sup>2</sup>, die ein Lebensmittelvollsortiment und Non-Food I-Artikel<sup>2</sup> führen und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Non-Food II-Artikeln<sup>3</sup> aufweisen (Beispiele: Rewe, Edeka).
- **Große Supermärkte** sind Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m<sup>2</sup> und 5.000 m<sup>2</sup>, die ein Lebensmittelvollsortiment sowie Non-Food I- und Non-Food II-Artikel führen (Beispiele: Edeka-Center, Rewe-Center).
- **SB-Warenhäuser** sind Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, die ein Lebensmittelvollsortiment und Non-Food I-Artikel sowie ein umfangreiches Non-Food II-Angebot führen (Beispiele: Kaufland, real).
- **Drogeriefachmärkte** sind klein- bis großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Selbstbedienung, die sowohl ein breites als auch tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbieten. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören u.a. freiverkäufliche Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsmittel / Getränke, Fotowaren, Kinderwaren und Tierfutter (Beispiele: Rossmann, dm)<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>3</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfes, wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher, Presseartikel etc.

<sup>4</sup> Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019.

Als **Hauptsortimente des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels** sind aufgrund ihrer zentralen Kundenanziehungskraft, aber auch ihrer besonderen Umsatzbedeutung **„Lebensmittel“** und **„Drogeriewaren“** zu klassifizieren. Die spezielle Entwicklung dieser beiden Angebotssegmente in den vergangenen Jahren wird deshalb nachfolgend genauer analysiert<sup>5</sup>.

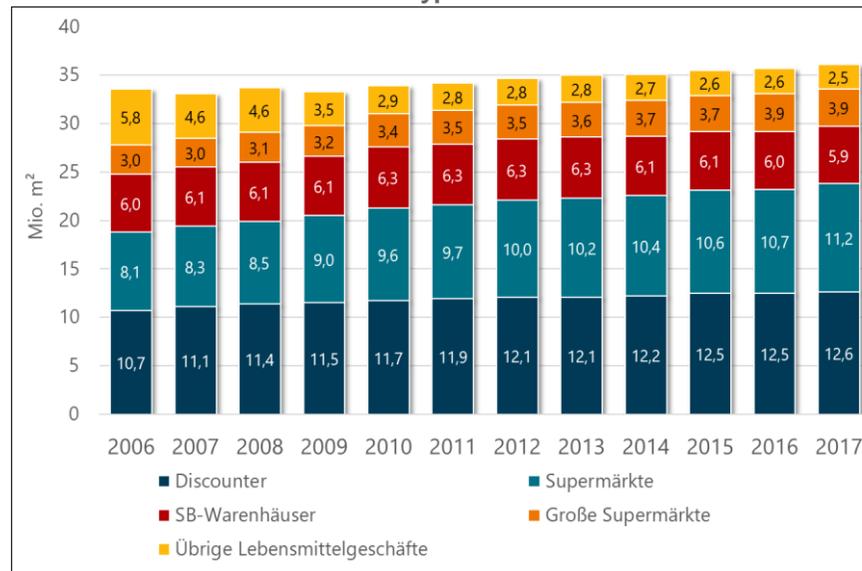
## 2.2 Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

In den vergangenen Jahren wurde die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland vor allem durch **Supermärkte** geprägt. Sie konnten ihre Verkaufsfläche zwischen 2006 und 2017 von 8,1 Millionen m<sup>2</sup> auf ca. 11,2 Millionen m<sup>2</sup> (+38 %) steigern und erreichen im Lebensmittelsektor aktuell einen Umsatzanteil von 29 - 30 %.

Sowohl verkaufsflächen- als auch umsatzseitig wird der Lebensmitteleinzelhandel indes von **Lebensmitteldiscountern** dominiert. Sie weisen derzeit eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 12,6 Millionen m<sup>2</sup> auf. Ihr Umsatzanteil liegt bei fast 46 %. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass die Entwicklungsdynamik dieser Betriebsform in den vergangenen Jahren etwas nachgelassen hat. Der Zenit scheint hier überschritten zu sein.

<sup>5</sup> Nahversorgungsrelevant sind – in Ergänzung der Betriebstypen des Einzelhandels – auch verschiedene Dienstleistungen, wie zum Beispiel Banken/Cash-Points, Ärzte/medizinische Dienstleister, Friseure, Wäschereien, Schlüsseldienste, Postdienste oder gastronomische Betriebe. Diese Einrichtungen erhöhen in Nahversorgungslagen die Multifunktionalität und ermöglichen den Konsumenten ihren Einkauf mit anderen Aktivitäten zu verknüpfen (Stichwort: Zeitersparnis / Begrenzung des Versorgungsaufwandes).

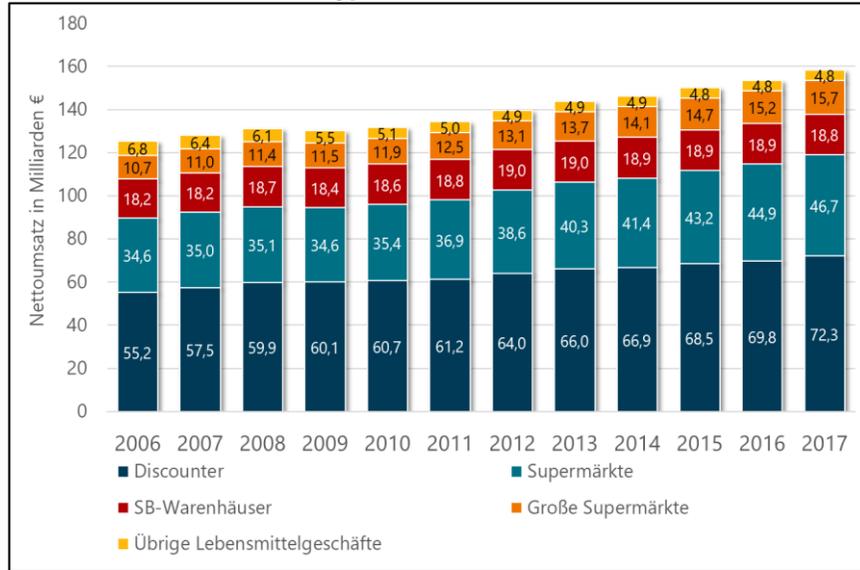
Abb. 1: Verkaufsfläche der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels



Quelle: EHI Retail Institute 2018, CIMA Beratung + Management GmbH 2019

Nur eine nachgeordnete Bedeutung besitzen **Große Supermärkte** und **SB-Warenhäuser**. Die Verkaufsflächen dieser beiden Vertriebskonzepte erreichen in Deutschland ca. 3,9 Millionen m<sup>2</sup> bzw. ca. 5,9 Millionen m<sup>2</sup>. Die Umsatzleistung liegt bei ca. 15,7 Milliarden € (Marktanteil ca. 10 %), respektive ca. 18,8 Milliarden € (Marktanteil ca. 12 %).

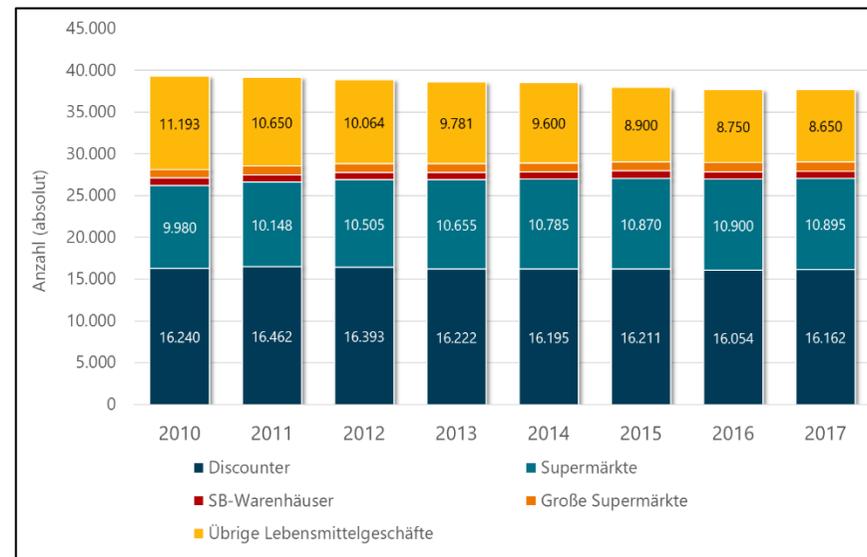
**Abb. 2: Umsatz der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels**



Quelle: EHI Retail Institute 2018, CIMA Beratung + Management GmbH 2019

Die geringste Bedeutung aller Vertriebsformen weisen im Lebensmitteleinzelhandel die **übrigen Lebensmittelgeschäfte** auf. Ihr Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt lediglich bei 7 % bzw. 3 % und hat zudem in den vergangenen Jahren stetig abgenommen. In diesem Zusammenhang ist augenfällig, dass der im deutschen Lebensmitteleinzelhandel feststellbare Rückgang der Betriebsstättenzahlen vor allem zulasten der kleinflächigen Lebensmittelfachgeschäfte und der Lebensmittelhandwerker gegangen ist (vgl. Abb. 2 und 3).

**Abb. 3: Entwicklung der Betriebszahlen im Lebensmitteleinzelhandel**



Quelle: EHI Retail Institute 2018, CIMA Beratung + Management GmbH 2019

Empirisch nicht besonders gut dokumentiert ist die Entwicklung der **Naturkostläden** und **Bio-Märkte**. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf Zeitreihendaten und liegt sicherlich auch darin begründet, dass eine genaue Differenzierung zwischen Naturkostläden, Reformhäusern, Biomärkten, Supermärkten, Lebensmitteldiscountern, SB-Warenhäusern und sonstigen Absatzmittlern generell schwierig ist. Für das Jahr 2017 liegen immerhin folgende Angaben des „Bundes Ökologische Lebensmittelwirtschaft“ vor:

- Marktvolumen von Bio-Lebensmitteln und -getränken in Deutschland ca. 10,04 Milliarden € (2016: ca. 9,48 Milliarden €).
- Gesamtumsatz des Lebensmitteleinzelhandels mit Bio-Waren in Deutschland ca. 5,93 Milliarden €, Naturkosthandel<sup>6</sup> ca. 2,91 Milliarden €, Sonstige ca. 1,20 Milliarden € (Umsatzplus gegenüber 2016 ca. 5,9 %).
- Umsatzanteil von Bio-Waren am gesamten Lebensmittelumsatz ca. 6,5 %.
- Umsatzanteil des spezialisierten Naturkosthandels am gesamten Bio-Umsatz ca. 30 %.

## 2.3 Entwicklung des Drogeriewareneinzelhandels

Im Einzelhandel mit Drogeriewaren existieren – ähnlich wie in der Lebensmittelbranche – mehrere Vertriebsschienen. So werden drogerietypische Sortimente nicht nur in Fachdrogerien und Drogeriefachmärkten, sondern auch in Lebensmitteldiscountern / (Großen) Supermärkten, SB Warenhäusern, Parfümerien, Reformhäusern, Apotheken und Warenhäusern (z.B. Kaufhof, Karstadt) abgesetzt. Nach Angaben des Marktforschungsinstitutes IRI lag der Umsatzanteil<sup>7</sup> der Drogeriefachmärkte an der gesamten Branche 2017 jedoch bei hohen 86 %, während Fachdrogerien und Parfümerien zusammengenommen lediglich eine Marktbedeutung von 11 % erreichten.

<sup>6</sup> Ohne Nonfood.

<sup>7</sup> Ohne Lebensmitteleinzelhandel.

Tab. 2: Betreiber von Drogeriefachmärkten in Deutschland

Daten	dm	Rossmann	Müller
<b>Filialen</b>	1.920	2.110	542
<b>Artikel</b>	13.000	21.400	185.000
<b>Sortiment</b>	Drogeriewaren, Babynahrung, Biolebensmittel, Weine, Getränke, Naturkosmetik, freiverkäufliche Arzneimittel, Babybekleidung	Drogeriewaren, Babynahrung, Lebensmittel, Weine, Getränke, Tiernahrung, Geschenkartikel, freiverkäufliche Arzneimittel, Haushaltswaren	Drogeriewaren, Babynahrung, Lebensmittel, Schreib- und Spielwaren, Haushaltswaren, Tonträger, Kurzwaren

Quelle: Homepages der Betreiber, CIMA Beratung + Management GmbH 2019, ca.-Werte gerundet

Als wichtigste Betreiberfirmen von Drogeriefachmärkten sind „Rossmann“, „dm“ und „Müller“ zu nennen. Alle drei Unternehmen haben in Deutschland ein nahezu flächendeckendes Filialnetz aufgebaut, wobei die Zahl der Geschäfte von „Müller“ deutlich geringer ausfällt, als bei den anderen beiden Wettbewerbern. Wirtschaftlich fast keine Rolle spielen die Nachfolgenutzer ehemaliger Schlecker-Märkte wie „Drehpunkt“ oder „DroNova“<sup>8</sup>.

Einen Überblick über wesentliche Betriebs- und Kenndaten der drei großen Drogeriefachmarkt-Betreiber in Deutschland gibt Tabelle 2.

<sup>8</sup> Seit 2017 kooperiert Edeka mit der Hamburger Drogeriemarktkette Budnikowsky (Budni). Ab 2018 war eine landesweite Markteinführung geplant. Bisher gibt es nach Informationen der CIMA jedoch nur 3 Filialen in Berlin und Hamburg.

Drogeriefachmärkte verfügen über ein Kernsortiment, bestehend aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie Hygieneprodukten. Im Mittel offerieren sie ca. 17.200 einzelne Artikel<sup>9</sup>. Zu den typischen Randsortimenten von Drogeriefachmärkten zählen unter anderem Babynahrung, Bio-Lebensmittel, Getränke (inklusive Weine) freiverkäufliche Arzneimittel, Papier- und Schreibwaren sowie Fotoartikel. Insofern ist dieser Betriebstyp fast schon als „Mehrbranchenunternehmen“ einzustufen.

## 2.4 Exkurs: Effekte des Online-Handels

Kaum ein Thema wird in den aktuellen Diskussionen der Einzelhändler und Stadtforscher häufiger und kontroverser angesprochen, als die möglichen Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des **E-Commerce** zusammen (vgl. Abb. 4). Aktuell generiert der Online-Handel ca. 48,9 Milliarden € Umsatz, was in etwa einem Anteil von 9,4 % am Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels<sup>10</sup> entspricht.

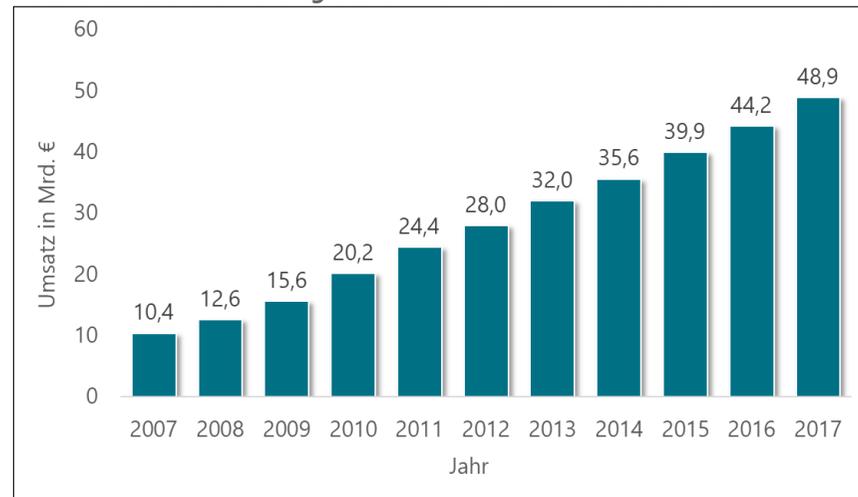
Die Marktbedeutung des Online-Handels stellt sich in der branchenbezogenen Betrachtung allerdings sehr unterschiedlich dar. Wichtigste Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche „Bekleidung“, „Elektronikartikel/Telekommunikation“, „Computer/Zubehör/Spiele/Software“, „Schuhe“ und „Haushaltswaren/-geräte“. Alle anderen Branchen spielen nur eine nachgeordnete Rolle (vgl. Abb. 5).

<sup>9</sup> Die Firma „Müller“ muss in diesem Kontext als untypisch gelten, weil sie i.d.R. auf etwa zwei Dritteln ihrer Verkaufsfläche Spielwaren, Haushaltswaren und Tonträger anbietet.

<sup>10</sup> Der Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels lag im Jahr 2017 bei ca. 512,8 Milliarden € (Quelle: Handelsverband Deutschland). Alle Angaben ohne Umsatzsteuer.

Dies gilt in der Betrachtung der Umsatzzahlen auch für die nahversorgungsrelevanten Warengruppen des Lebensmittel- und Drogeriewarensegmentes.

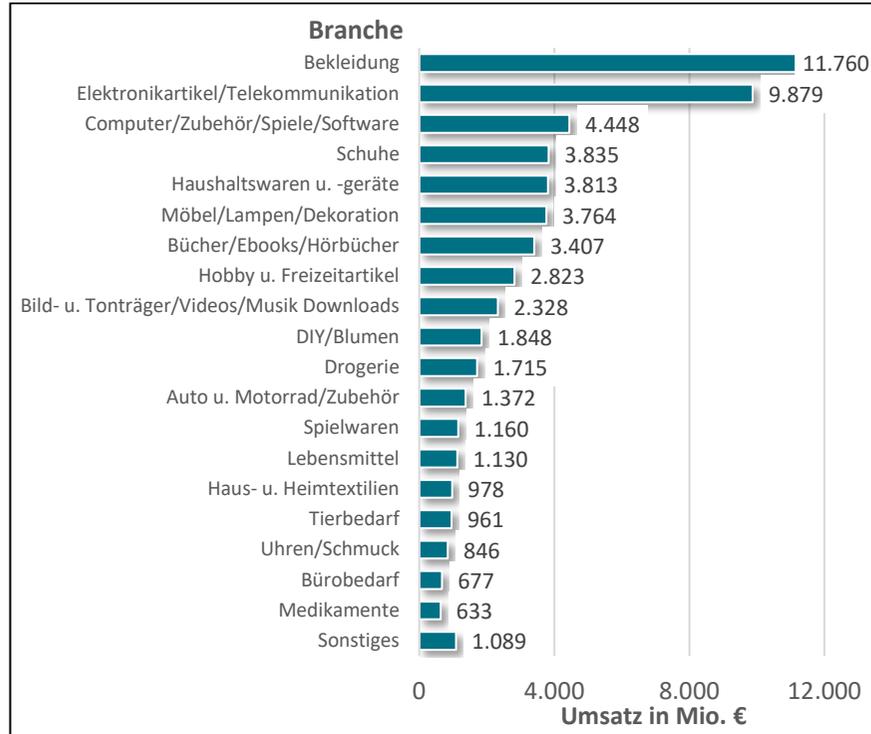
Abb. 4: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland



Quelle: HDE Online-Monitor 2018, CIMA Beratung + Management GmbH 2019

So beträgt der Online-Umsatz mit Drogeriewaren derzeit ca. 1,7 Milliarden € und mit Lebensmitteln sogar nur 1,1 Milliarden € (vgl. Abb. 5). Unter Bezugnahme auf die in beiden Sortimentsbereichen erzielten Umsätze des stationären Ladeneinzelhandels sind die Werte noch als gering einzustufen. Andererseits ist davon auszugehen, dass E-Commerce in der absehbaren Zukunft auch in diesen Angebotssegmenten im zweistelligen Prozentbereich wachsen wird.

**Abb. 5: Umsatz des Online-Handels nach Branchen in Deutschland**



Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. 2019; Stand: 2017, CIMA Beratung + Management GmbH 2019

praxis Einzelfälle bekannt, in denen Supermärkte im Online-Handel Jahresumsätze von mehreren Millionen Euro generieren.

Die filialisierten Betreiber von Lebensmittelmärkten und Drogeriefachmärkten unterhalten inzwischen bereits eigene Online-Plattformen, auf die in Werbeprospekten und in Medien speziell hingewiesen wird. Supermärkte, wie zum Beispiel Rewe, bieten in Großstädten und zunehmend auch in Mittelstädten einen entsprechenden Lieferservice an. Die Waren werden online bestellt und dann zentral mit der eigenen Logistik an die Kunden ausgeliefert. Dieses Geschäftsmodell scheint besonders profitabel zu sein. Der CIMA Beratung + Management GmbH sind aus ihrer Berufs-

### 3 Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Taucha

Die **Bestandsdaten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha** wurden von der CIMA Beratung + Management GmbH im November 2018 vor Ort erfasst. Eingesetzt wurden professionelle Erheber, die über ein hohes Maß an Erfahrung verfügen.

Die Betriebe wurden in folgender Differenzierung ermittelt:

- Firmierung / Adresse
- Branche
- Betriebstyp
- Verkaufsfläche nach Hauptsortiment / Nebensortiment
- Standortlage (z.B. Innenstadt, Nahversorgung, Streulage, dezentrale Lage).

Auf Basis der kurz erläuterten Erfassungsmethodik konnte die CIMA im Tauchaer Stadtgebiet insgesamt 43 Betriebe des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels mit einer sortimentsbezogenen Gesamtverkaufsfläche von ca. 6.970 m<sup>2</sup> identifizieren (vgl. Tab. 3).

Tab. 3: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Taucha

Sortiment	Betriebe	VK* in m <sup>2</sup>
Lebensmittel	29	5.650
Apothekenwaren	5	185
Drogerie- und Parfümeriewaren	2	885
Blumen	4	155
Zeitschriften / Toto-Lotto	3	95
<b>Summe</b>	<b>43</b>	<b>6.970</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018, \*Teilverkaufsflächen sortimentsbezogen aufgeteilt, ohne Berücksichtigung nicht-nahversorgungsrelevanter Waren

**In einer statistischen Auswertung der Bestandsdaten wurden folgende Strukturen und Eigenschaften des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha transparent:**

- Mit 29 Betrieben und einer sortimentspezifischen Verkaufsfläche von ca. 5.650 m<sup>2</sup> dominieren Betriebe des Lebensmittelsektors. Das Betriebstypenspektrum besteht hier im Wesentlichen aus vier Lebensmittel-discountern und einem Großen Supermarkt.

Keiner der ansässigen Lebensmitteldiscounter ist als „großflächig“ einzuordnen: Die Verkaufsflächen liegen durchweg unter 800 m<sup>2</sup>. Der Betriebstyp Supermarkt ist im Stadtgebiet von Taucha gar nicht vertreten.

Angesichts der recht großen Zahl von Discountern mit ihrem vergleichsweise begrenzten Sortiment<sup>11</sup>, kann die Angebotsstruktur des Tauchaer Lebensmitteleinzelhandels als „discounterlastig“ beschrieben werden.

- Auffällig ist, dass die Branche „Drogerie- und Parfümerie“ im Stadtgebiet lediglich mit zwei Betrieben, davon ein Fachmarkt, präsent ist. Die Drogerierandsortimente der Lebensmittelmärkte spielen dementsprechend für die Versorgung der Bevölkerung in dieser Warengruppe eine große Rolle.
- 30 der 43 Nahversorgungsbetriebe weisen Verkaufsflächen unter 50 m<sup>2</sup> auf. Der Einzelhandelsbesatz ist somit als überwiegend kleinteilig zu klassifizieren. Diese Tatsache kommt auch in der geringen Durchschnittsgröße von 174 m<sup>2</sup> je Geschäft<sup>12</sup> zum Ausdruck.

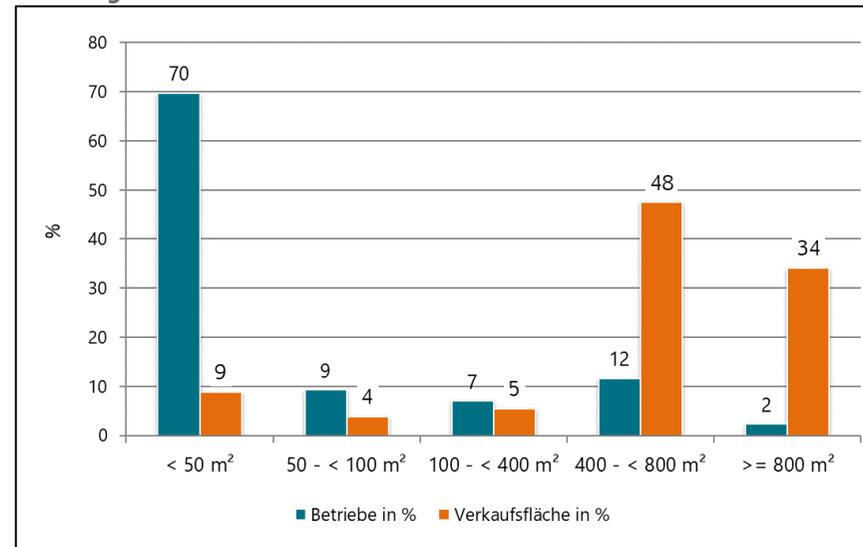
70 % aller Geschäfte weisen Verkaufsflächen von weniger als 50 m<sup>2</sup> auf, während auf 12 % der Betriebe 48 % der Verkaufsflächen entfallen (vgl. Abb. 6). In den vielen kleinen Ladeneinheiten kann in der Regel nicht das gesamte Sortimentsspektrum offeriert werden. Demzufolge

<sup>11</sup> Lebensmitteldiscounter weisen i.d.R. Artikelzahlen zwischen 800 und 4.000 auf. Zum Vergleich: Die Artikelzahlen in einem Supermarkt liegen i.d.R. zwischen 13.000 und 15.000.

<sup>12</sup> Zur Berechnung der Kennzahl wurde die Gesamtverkaufsfläche der erfassten Betriebe herangezogen.

ist eine Angebotskonzentration auf ausgewählte Teilsortimente erforderlich.

**Abb. 6: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Taucha nach Betriebsgrößenklassen**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018

- In Taucha gibt es erfreulicherweise mehrere Spezialgeschäfte. Sie individualisieren das Angebotsspektrum und gestalten es gleichzeitig qualitativ aus. Die meisten dieser Betriebe sind in der Innenstadt etabliert. Als „Spezialgeschäfte“ wurden folgende Anbieter eingestuft:

- Kaffee-Geschäft
- Obst- und Gemüse-Geschäft
- Italienische Spezialitäten

- FeinBrand
  - Gewürze-/Tee-Laden
  - Bioladen.
- Die Nahversorgungsbetriebe verteilen sich im westlichen Stadtgebiet relativ gleichmäßig. Ihre Lage ist zum Großteil als „wohngebietsnah“ zu bewerten. Die hier lebenden Konsumenten können die Geschäfte z.T. fußläufig erreichen.

Hingegen sind im östlichen Stadtgebiet keine größeren Lebensmittelmärkte vorhanden. Dementsprechend werden zum Einkauf von Lebensmitteln oder Drogeriewaren längere Versorgungsfahrten notwendig. Insgesamt kann dieser Teilraum aufgrund seines begrenzten Angebotes als „unterversorgt“ gelten (vgl. Karte 1). Präferierte Einkaufsdestination der Wohnbevölkerung im östlichen Stadtgebiet ist nach Einschätzung der CIMA der Große Supermarkt in der Portitzer Straße.

- Auf Basis der geographischen Verteilung größerer Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet, aber auch infolge der Strukturierung des Siedlungskörpers durch die Partheaue und die zentral verlaufende Bahntrasse in einen östlichen, westlichen und nördlichen Abschnitt, weist die Stadt Taucha drei **nahversorgungsrelevante Versorgungsräume** auf (vgl. Karte 1). Sie werden im weiteren Verlauf des Gutachtens zur statistischen Dokumentation des untersuchungsrelevanten Einzelhandels zugrunde gelegt.

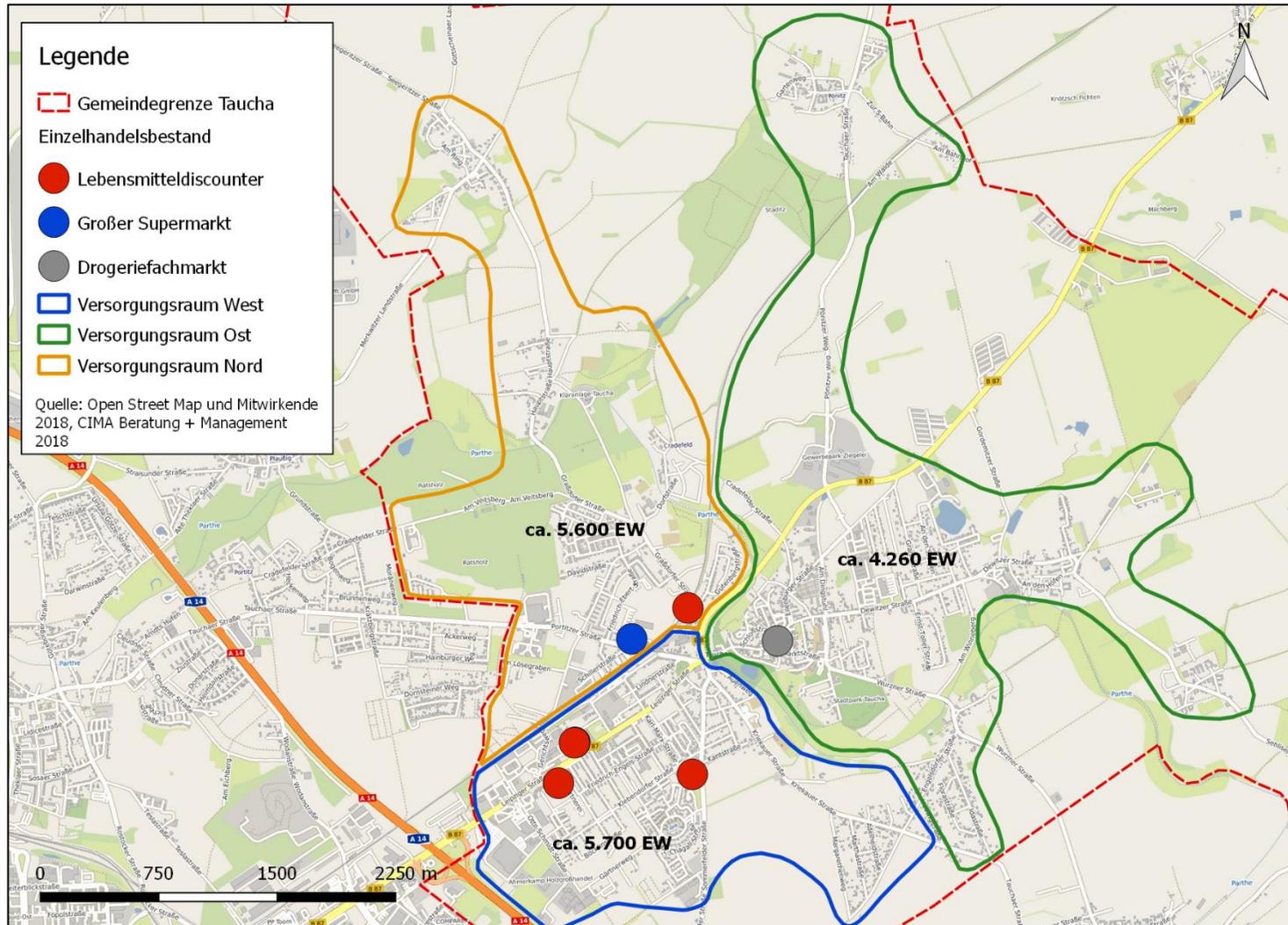
Die Versorgungsräume West und Ost sind durch eine relativ kompakte Bebauung geprägt und verfügen mit Einwohnerzahlen über 4.000 auch über das zur wirtschaftlichen Auslastung des nahversorgungstypischen Einzelhandels notwendige Kaufkraftpotenzial.

Der Versorgungsraum Nord – überwiegend nördlich der zentral durch das Stadtgebiet führenden Eisenbahntrassen gelegen – wird angebotsseitig vor allem durch einen Großen Supermarkt an der Portitzer Straße geprägt. Dieser Betrieb wird von Kunden aus dem gesamten Stadtgebiet und aus einem überörtlichen Einzugsbereich frequentiert. Durch seine besondere Marktstärke und hohe Kaufkraftbindung lässt er den Aufbau klassischer Nahversorgungsstrukturen (= Nahversorgungszentrum) im Versorgungsraum Nord nicht mehr zu (vgl. Karte 1).

Die in Tabelle 4 teilträumlich präsentierten Bestandsdaten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels machen nochmals die Unausgewogenheiten der Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet deutlich. Während der Versorgungsraum West einen vergleichsweise dichten Besatz an Betrieben und eine aggregierte Verkaufsfläche von insgesamt ca. 2.560 m<sup>2</sup> aufweist, fällt der Versorgungsraum Ost im Vergleich dazu mit nur ca. 955 m<sup>2</sup> VK markant ab. Hier fehlt insbesondere ein größerer Lebensmittelmarkt.

Im Versorgungsraum Nord liegt die Betriebszahl (11) zwar am niedrigsten, die Verkaufsflächenausstattung erreicht jedoch den höchsten Wert (ca. 3.455 m<sup>2</sup>). Das Angebot wird hier vor allem von einem Großen Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter bestimmt.

Karte 1: Nahversorgungsrelevante Versorgungsräume im Stadtgebiet von Taucha



Tab. 4: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in den Tauchaer Versorgungsräumen

Sortiment	Versorgungsraum West		Versorgungsraum Ost		Versorgungsraum Nord	
	Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Lebensmittel insg.</b>	<b>12</b>	<b>2.275</b>	<b>10</b>	<b>380</b>	<b>7</b>	<b>2.995</b>
– Großer Supermarkt	---	---	---	---	1	2.100
– Supermarkt	---	---	---	---	---	---
– Lebensmitteldiscounter	3	1.925	---	---	1	735
– Lebensmittelhandwerk	8	210	8	175	4	70
– sonstige Betriebe	1	140	2	205	1	90
<b>Apothekenwaren</b>	2	100	1	25	2	60
<b>Drogerie-, Parfümeriewaren</b>	---	120	2	405	---	360
<b>Schnittblumen, Floristik</b>	1	45	2	100	1	10
<b>Zeitschriften/ Toto-Lotto</b>	1	20	1	45	1	30
<b>Bestandsdaten insg.</b>	<b>16</b>	<b>2.560</b>	<b>16</b>	<b>955</b>	<b>11</b>	<b>3.455</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018, ca.-Werte gerundet

Tab. 5: Kommunalvergleich der Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung Tauchas in nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Städte	Einwohner	Lebensmittel		Drogerie-, Parfümerie- und Apothekenwaren		Zeitschriften / Toto-Lotto		Gesamt	
		in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup> je 1.000 EW	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup> je 1.000 EW	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup> je 1.000 EW	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup> je 1.000 EW
Heidenau	16.598	13.423	809	2.196	132	638	38	16.257	979
Markranstädt	15.551	6.860	441	647	42	278	18	7.785	501
<b>Taucha</b>	<b>15.543</b>	<b>6.375</b>	<b>410</b>	<b>800</b>	<b>51</b>	<b>95</b>	<b>6</b>	<b>7.270</b>	<b>468</b>
Frankenberg	14.177	8.390	592	1.255	89	455	32	10.100	712
Wilsdruff	14.140	5.269	373	704	50	442	31	6.415	454

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018, ca.-Werte gerundet. Um den kommunalen Vergleich möglich zu machen, wurden die Gesamtverkaufsflächen der Betriebe in den Berechnungen berücksichtigt.

- Im kommunalen Vergleich der Pro-Kopf-Ausstattung mit Verkaufsflächen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird offenbar, dass das Tauchaer Angebot als etwas unterdurchschnittlich zu klassifizieren ist (vgl. Tab. 5). Derzeit wird pro 1.000 Einwohner ein Indexwert von 468 m<sup>2</sup> VK erreicht. Die Referenzwerte der Städte<sup>13</sup> Heidenau, Frankenberg und Markranstädt liegen zum Teil deutlich höher<sup>14</sup>.

In der Einzelbetrachtung von Sortimenten ist die Verkaufsflächenausstattung Tauchas vor allem bei „Lebensmitteln“ als unterdurchschnittlich zu charakterisieren. Nur Wilsdruff weist einen niedrigeren Wert auf. Im Segment „Drogerie-, Parfümerie- und Apothekenwaren“ wird der Tauchaer Indexwert durch den im Stadtgebiet ansässigen Rossmann Drogeriefachmarkt bestimmt. Er liegt im kommunalen Vergleich dennoch relativ niedrig.

- Die Umsatzleistungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels wurde auf Basis branchen-, betriebsformen- und betreibertypischer Verkaufsflächenproduktivitäten (= Umsatz je m<sup>2</sup> VK und Geschäftsjahr) berechnet. Sie wurden zudem durch Standortbesichtigungen und Einschätzungen der Kundenfrequenzen individualisiert, so dass von einem hohen Aussagewert der Zahlen ausgegangen werden kann.

Die Ergebnisse der Umsatzberechnungen sind in Tabelle 6 im Detail dargestellt. Der Gesamtumsatz des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels liegt in Taucha demnach bei ca. 30,4 Millionen €.

---

<sup>13</sup> Als Vergleichsstädte wurden Kommunen mit ähnlicher Einwohnerzahl, siedlungsstruktureller Lage und zentralörtlicher Einstufung im Umfeld von Großstädten herangezogen.

<sup>14</sup> Im Falle der Stadt Heidenau wird die Relation maßgeblich durch ein hier ansässiges SB-Warenhaus der Fa. real beeinflusst.

Die Leistungsfähigkeit des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha insg. drückt sich unter anderem in der Befähigung der Betriebe aus, die örtliche Kaufkraft zu binden. Deshalb wurde in Tabelle 7 das lokale Kaufkraftvolumen den ermittelten Umsätzen gegenübergestellt. Dabei zeigt sich, dass in den beiden wichtigsten Angebotssegmenten der Nahversorgung („Lebensmittel“ / „Drogerie-, Parfümeriewaren“) jeweils nur etwa zwei Drittel der Kaufkraft gebunden werden können. Der Kaufkraftabfluss ist mit einem Drittel also recht hoch und dürfte zu einem erheblichen Teil dem SB-Warenhaus der Firma Kaufland in der Torgauer Straße in Leipzig zufließen. Darüber hinaus werden Kaufkraftverluste natürlich auch durch Berufspendler induziert oder kommen Spezialgeschäften in Leipzig zugute, die nicht oder nur abschnittsweise in Taucha ansässig sind.

Tab. 6: Umsatzleistungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha

Sortiment	Umsatz Versorgungsraum West in Mio. €	Umsatz Versorgungsraum Ost in Mio. €	Umsatz Versorgungsraum Nord in Mio. €	Streuumsätze von außerhalb des Stadtgebietes in Mio. €	Umsatz insg. in Mio. €
Lebensmittel	9,5	1,7	10,3	3,4	24,9
Apothekenwaren	0,2	0,1	0,2	---	0,5
Drogerie-, Parfümeriewaren	1,0	1,9	1,0	0,2	4,1
Schnittblumen, Floristik	0,2	0,2	0,2	---	0,6
Zeitschriften / Toto-Lotto	0,1	0,1	0,1	---	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>11,0</b>	<b>4,0</b>	<b>11,8</b>	<b>3,6</b>	<b>30,4</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018, ca.-Werte gerundet

Tab. 7: Kaufkraftbindungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha<sup>15</sup>

Sortiment	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraftbindung in %	Umsatz mit Kunden aus Taucha in Mio. €	Streuumsatz In Mio. €	Umsatz insg. in Mio. €
Lebensmittel	33,0 <sup>16</sup>	65	21,5	3,4	24,9
Apothekenwaren	0,7	71	0,5	---	0,5
Drogerie-, Parfümeriewaren	5,9	66	3,9	0,2	4,1
Schnittblumen, Floristik	0,6	100	0,6	---	0,6
Zeitschriften / Toto-Lotto	0,7	43	0,3	---	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>40,9</b>	<b>66</b>	<b>26,8</b>	<b>3,6</b>	<b>30,4</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018, ca.-Werte gerundet

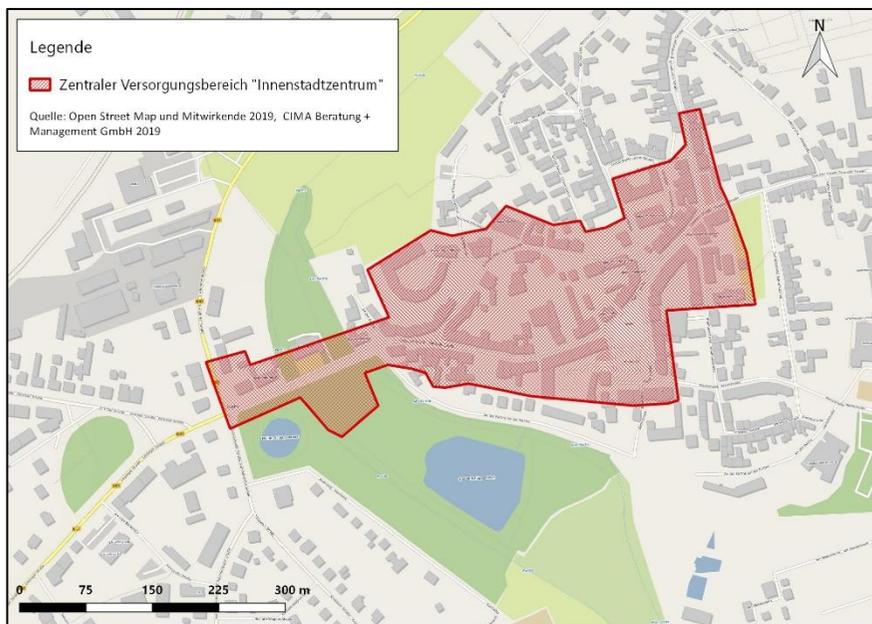
<sup>15</sup> Im Rahmen der Erstellung des Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Taucha wurde das Einkaufsverhalten der Konsumenten nicht speziell untersucht (z.B. Befragungen), so dass Kaufkraftwanderungen innerhalb des Stadtgebietes nicht primär ermittelt werden konnten. Insofern basieren die ermittelten Kaufkraftbindungen auf qualifizierten Schätzungen.

<sup>16</sup> Die Lebensmittelkaufkraft teilt sich räumlich folgendermaßen im Stadtgebiet auf: Versorgungsraum West ca. 12,1 Mio. €, Versorgungsraum Ost ca. 9,1 Mio. €, Versorgungsraum Nord ca. 11,0 Mio. €.

## Exkurs: Nahversorgungsrelevante Betriebe in der Tauchaer Innenstadt

Die Tauchaer Innenstadt erfüllt keine klassischen Nahversorgungsfunktionen für einzelne Wohnquartiere, sondern erschließt ein gesamtstädtisches und teilweise sogar überörtliches Einzugsgebiet. Insofern steht sie nicht im Fokus des hier vorgelegten Nahversorgungskonzeptes. Gleichwohl wird der Besatz an nahversorgungstypischen Betrieben nachfolgend in einem Exkurs vorgestellt. Der statistische Datenbezug entspricht dabei dem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Taucha (2015) definierten Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“ (vgl. Karte 2).

Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich "Innenstadtzentrum"



Im so definierten Teilraum wurden bei den Erhebungen der CIMA insgesamt 11 Betriebe mit einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von ca. 745 m<sup>2</sup> ermittelt<sup>17</sup> (vgl. Tab. 8). Die größte Verkaufsflächenausstattung erreicht mit 405 m<sup>2</sup> der Warenbereich „Drogerie- und Parfümeriewaren“, maßgeblich bedingt durch die Lage eines Drogeriefachmarktes innerhalb des Standortbereiches. Zahlenmäßig besitzt mit 5 Betrieben das Lebensmittelhandwerk große Bedeutung.

Tab. 8: Nahversorgungsrelevante Sortimente im Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“

Sortiment	ZVB Innenstadtzentrum	
	Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Lebensmittel insg.</b>	<b>6</b>	<b>215</b>
- Lebensmittelhandwerk	5	150
- sonstige Betriebe	1	65
<b>Apothekenwaren</b>	1	25
<b>Drogerie-, Parfümeriewaren</b>	2	405
<b>Schnittblumen, Floristik</b>	2	100
<b>Zeitschriften/ Toto-Lotto</b>	---	---
<b>Bestandsdaten insg.</b>	<b>11</b>	<b>745</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018, ca.-Werte gerundet

<sup>17</sup> Bei der Interpretation der in Tabelle 8 dargestellten Verkaufsflächenausstattung ist anzumerken, dass die Verkaufsfläche nicht-nahversorgungsrelevanter Sortimente unberücksichtigt geblieben ist.

Hinzuweisen ist in der Innenstadt auf mehrere Spezialitätengeschäfte, welche das Angebot in qualitativer Hinsicht prägen. Dazu gehört ein Geschäft mit „Italienischen Spezialitäten“, eine „Kaffeehaus-Manufaktur“ und ein Betrieb mit „Feinen Bränden“.

Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt mit Bezug auf die Gesamtstadt bei knapp 11 %; der Umsatzanteil ist nach Berechnungen der CIMA mit ca. 12 % nur geringfügig höher. Insofern spielt die Innenstadt von Taucha – mit Ausnahme des Drogerie- und Parfümeriesektors – in quantitativer Hinsicht nur eine nachgeordnete Rolle. Mit Bezug auf die Qualität der Betriebe ist sie indes ein wertvoller ergänzender Baustein, der nicht zuletzt dabei hilft, Kaufkraftabflüsse nach Leipzig in einzelnen Angebotssegmenten etwas einzudämmen.

## 4 Nahversorgungskonzept für die Stadt Taucha

Mit der Bestands- und Strukturanalyse des untersuchungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet ist die wesentliche Voraussetzung für die Ableitung eines zukunftsfähigen Nahversorgungskonzeptes in Taucha erfüllt. Im Mittelpunkt dieses Konzeptes steht die Identifikation und geographische Definition Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe<sup>18</sup>. Darauf aufbauend wird das Ziel verfolgt, die erforderlichen Rahmenbedingungen (z.B. Städtebau, Verkehr) einer nachhaltigen und zukunftsorientierten Nahversorgung zu beschreiben und entsprechende Empfehlungen abzugeben.

Im Zusammenhang mit der Festlegung „Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe“ sind die gesetzlichen Bestimmungen und einige sich aus der Rechtsprechung ergebende Erfordernisse zu beachten. Zur Thematik hat u.a. der VGH Mannheim in einem vielbeachteten Urteil folgende Hinweise gegeben<sup>19</sup>:

*„Zentrale Versorgungsbereiche (...) sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (...). Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat,*

*wobei zentral nicht geographisch (...), sondern funktional zu verstehen ist (...). Weiter setzt ein zentraler Versorgungsbereich (...) eine integrierte Lage voraus, so dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben auch dann keinen zentralen Versorgungsbereich bilden, wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beträchtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen (...).“*

Vor dem Hintergrund der richterlichen Ausführungen und unter Berücksichtigung der gutachterlichen Erfahrungen der CIMA, sind im Vorfeld einer Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe nachvollziehbare Abgrenzungskriterien aufzustellen. Sie müssen die lokal-spezifische Situation Tauchas berücksichtigen.

Ein ortstypisches Anforderungsprofil wird in Tabelle 9 präsentiert. Der Kriterienkatalog macht transparent, dass die Anforderungen an Zentrale Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe in Taucha sehr unterschiedliche Aspekte betreffen können. Sie beinhalten u.a. nachfrageorientierte Faktoren (Einzugsbereich), angebotsbezogene Eigenschaften (Branchenmix, Kundenmagneten), Ergänzungsnutzungen aus dem Dienstleistungssektor, die Verkehrssituation, aber auch „weiche“ Faktoren, wie z.B. die Servicequalität oder die Treffpunkt- und Informationsfunktion von Einkaufslagen.

<sup>18</sup> Eine dezidierte Untersuchung des ZVB „Innenstadtzentrum“ war im Rahmen des hier vorgelegten Nahversorgungskonzeptes absprachegemäß nicht vorzunehmen.

<sup>19</sup> Aktenzeichen 8 S 198/11.

**Tab. 9: Kriterien zur Identifikation und Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe in Taucha**

Kriterien	Eigenschaften
<b>Einzugsgebiet</b>	Wohnumfeld mind. 3.000 Einwohner
<b>Branchenmix</b>	Schwerpunkt kurzfristiger Bedarf
<b>Betriebsgrößenmix</b>	1 Betrieb ca. 1.000 – 1.500 m <sup>2</sup> VK ca. 5 sonstige Betriebe
<b>Kundenmagnet</b>	Supermarkt Lebensmitteldiscounter
<b>Multifunktionalität Einzelhandel</b>	Supermarkt Lebensmitteldiscounter evtl. Drogeriefachmarkt Fachhandel Lebensmittelhandwerk
<b>Multifunktionalität Dienstleister (Auswahl)</b>	Post-Agentur EC-Automat Imbiss Ärzte Wertstoffbehälter Sonstige Dienstleister
<b>Verkehr</b>	Parkplätze (ca. 50 – 100) ÖPNV-Haltepunkt Fußwege / ggf. Radwege Barrierefreiheit <sup>27</sup>
<b>Ergänzende Funktionen</b>	Mittelpunkt für Wohnquartier Treffpunktfunktion für Wohnquartier Informationsfunktion für Wohnquartier
<b>Räumliche Ausdehnung</b>	max. 200 m von den Endpunkten bzw. eine Liegenschaft

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019

Auf Basis der in Tabelle 9 aufgelisteten Kriterien konnte im Tauchaer Stadtgebiet nur ein Zentraler Versorgungsbereich der Nahversorgungsstufe identifiziert und abgegrenzt werden. Dabei handelt es sich um das ...

- **Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“** im Versorgungsraum West.

Es wird nachfolgend in Form eines Zentrenpasses näher vorgestellt, der unter anderem Angaben zur städtebaulichen und verkehrlichen Situation, zum Einzelhandelsbestand, zu Potenzialflächen, zu Leerständen, zu Dienstleistungsnutzungen sowie zu geeigneten Aufwertungsmaßnahmen enthält.

<sup>20</sup> Unter den Begriff „Barrierefreiheit“ fallen folgende Einzelaspekte: 1. Barrierefrei zugängliche und nutzbare Betriebsstätten, 2. Barrierefreie Ausschilderung (Größe, Kontrast, evtl. Piktogramme), 3. Barrierefreie Fußwege auf dem Gelände und im Umfeld, 4. Barrierefreie und sichere Straßenquerungen.

## 4.1 Zentrenpass Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“

Karte 3: Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“



Tab. 10: VK-Ausstattung im Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“

Nahversorgungsrelevante VK-Ausstattung in m <sup>2</sup>	
Lebensmittel	710
Apothekenwaren	60
Drogerie-, Parfümeriewaren	50

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018

<u>Magnetbetrieb:</u>	Lebensmitteldiscounter
<u>Ergänzende Einzelhandelsbetriebe:</u>	Apotheke, Blumenladen, Bäcker
<u>Dienstleistungen:</u>	Paketshop, Schlüsseldienst, Friseur- und Kosmetikstudio, Physiotherapie, Fitnessstudio, Reisebüro, Versicherung, Sanitärinstallation, Werbeagentur
<u>Gastronomie:</u>	Restaurant
<u>Sonstiges:</u>	Größerer Leerstand ehem. Konsum Supermarkt (= Potenzialfläche)
<u>Einwohner im 500 m-Radius:</u>	ca. 3.200
<u>Wohnbaupotential im Umfeld:</u>	---
<u>Umsatz Lebensmittel:</u>	ca. 2,3 Millionen €
<u>Kaufkraftbindung bei Lebensmitteln<sup>21</sup> im Versorgungsraum West:</u>	ca. 17 %

<sup>21</sup> Die Lebensmittelkaufkraft im Versorgungsraum West beläuft sich auf ca. 12,1 Millionen €. Zur Kalkulation der teilräumlichen Kaufkraftbindungsquote wurde ein Streuumsatzanteil von außerhalb in Höhe von ca. 10 % abgezogen.

### **Kurzbeschreibung des Nahversorgungszentrums**

Der Lebensmitteldiscounter (mit Bäckerei) ist relativ verkehrsgünstig an der Sommerfelder Straße gelegen. Die Zufahrt zum Gelände erfolgt über die Klebendorfer Straße und Max-Liebermann-Straße.

**Foto 1: Kundenmagnetbetrieb im Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018

Nördlich an den Bestandsmarkt grenzt das Objekt eines ehemaligen Konsum Supermarktes an. Die Immobilie steht zurzeit leer und ist als Potenzialfläche zur Ergänzung des Nahversorgungszentrums geeignet<sup>22</sup>. In

<sup>22</sup> Nach Angaben der Stadtverwaltung Taucha wird der Leerstand in Kürze durch Ansiedlung eines „Niedrigpreis Baumarktes“ revitalisiert, der auch eine kleine Außenbereichsfläche zur Warenpräsentation nutzen wird.

dem Gebäude sind auf der Nord- und Ostseite weitere Einzelhändler und Dienstleister (u.a. Apotheke, Blumenladen, Paketshop, Schuh- und Schlüsseldienst, Reisebüro, Friseur- und Kosmetikstudio) untergebracht.

Der Lebensmitteldiscounter fungiert in erster Linie als Nahversorger für die Wohnquartiere der Umgebung (vgl. Karte 3). Sie bestehen aus Ein- und Mehrfamilienhäusern. Das hier vorhandene Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial ist für eine dauerhafte wirtschaftliche Tragfähigkeit des Nahversorgungszentrums auskömmlich. Es ist in diesem Zusammenhang jedoch auf Einzugsgebietsüberscheidungen mit den beiden Lebensmitteldiscountern in der Leipziger Straße hinzuweisen.

### **Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums**

- Erweiterung und Modernisierung des Kundenmagnetbetriebes „Lebensmitteldiscounter“
- Ergänzung des Angebotes im Lebensmittelhandwerk (Metzger)
- Optimierung der Wegebeziehungen zwischen dem südlichen und nördlichen Teil des Nahversorgungszentrums
- Anlage eines attraktiven gastronomischen Freisitzes im nördlichen Teil des Nahversorgungszentrums
- Ergänzung des Dienstleistungsangebotes (z.B. Allgemeinarzt, Reinigung/Wäscherei).

Tab. 11: Matrix zur Bewertung von Nahversorgungsbetrieben im Versorgungsraum West

Kriterien	Eigenschaften	Lebensmitteldiscounter Sommerfelder Straße	Lebensmitteldiscounter Leipziger Straße 117	Lebensmitteldiscounter Leipziger Straße 104
<b>Einzugsgebiet</b>	Wohnumfeld mind. 3.000 Einwohner	<b>3.200 EW im 500 m-Radius</b>	<b>1.950 EW im 500-Radius</b>	<b>2.600 EW im 500 m-Radius</b>
<b>Branchenmix</b>	Schwerpunkt kurzfristi- ger Bedarf	<b>erfüllt</b>	<b>erfüllt</b>	<b>erfüllt</b>
<b>Kundenmagnet</b>	Lebensmittelmarkt	<b>erfüllt</b>	<b>erfüllt</b>	<b>erfüllt</b>
<b>Multifunktionalität im Einzelhandelsbereich</b>	Lebensmittelmarkt Fachhandel Lebensmittelhandwerk	<b>LM-Markt erfüllt LMH erfüllt FH erfüllt</b>	<b>LM-Markt erfüllt LMH erfüllt FH nicht erfüllt</b>	<b>LM-Markt erfüllt LMH erfüllt FH nicht erfüllt</b>
<b>Multifunktionalität im Dienstleistungsbereich (Auswahl)</b>	Imbiss sonstige Dienstleister Ärzte	<b>erfüllt</b>	<b>nicht erfüllt</b>	<b>Imbiss erfüllt keine weiteren DL</b>
<b>Verkehr</b>	Parkplätze (ca. 50 – 100) ÖPNV-Haltepunkt Fußwege / ggf. Radwege Berollbarkeit	<b>Parkplätze erfüllt ÖPNV erfüllt Fuß- / Radweg erfüllt Berollbarkeit erfüllt</b>	<b>Parkplätze erfüllt ÖPNV erfüllt Fuß- / Radweg erfüllt Berollbarkeit erfüllt</b>	<b>Parkplätze erfüllt ÖPNV erfüllt Fuß- / Radweg erfüllt Berollbarkeit erfüllt</b>
<b>Räumliche Ausdehnung des Zentrums</b>	max. 200 m von den Endpunkten bzw. eine Liegenschaft	<b>erfüllt</b>	<b>erfüllt</b>	<b>erfüllt</b>
<b>Einstufung</b>		<b>ZVB Nahversorgung</b>	<b>Nahversorgungsbetrieb</b>	<b>Nahversorgungsbetrieb</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019

## 4.2 Nahversorgungsrelevante Einzelbetriebe

Auf Basis des Kriterienkataloges in Tabelle 9 konnte in Taucha letztlich nur ein Zentraler Versorgungsbereich der Nahversorgungsstufe identifiziert werden. Darüber hinaus konnten die zwei Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Straße innerhalb des Versorgungsraumes West zumindest als „Nahversorgungsbetriebe“ klassifiziert werden (vgl. Tab. 11). Dieser Terminus drückt aus, dass beide Märkte für die Versorgung von Wohnquartieren innerhalb des 500 m-Radius eine gewisse Rolle spielen, ohne dass ihnen die Relevanz und städtebauliche Schutzwürdigkeit eines Zentralen Versorgungsbereiches zukommt. Dem Standort des Lebensmitteldiscounters in der Leipziger Straße 104 kann durch die vornehmlich gewerbliche Umgebungsnutzung in diesem Kontext keine städtebauliche Integration mehr attestiert werden<sup>23</sup>.

Nachfolgend werden die wesentlichen Standorteigenschaften der „Nahversorgungsbetriebe“ an der Leipziger Straße näher beschrieben. Nachrichtlich wird in diesem Zusammenhang auch der Lebensmitteldiscounter in der Graßdorfer Straße mit behandelt. Er ist im definierten Versorgungsraum Nord gelegen, in welchem aufgrund der Marktstärke des hier ansässigen Großen Supermarktes nach gutachterlicher Einschätzung keine qualifizierte Nahversorgung mehr aufgebaut werden kann<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Diese Einschätzung gaben in einer Besprechung der Entwurfsfassung des Nahversorgungskonzeptes Taucha durchweg alle teilnehmenden Träger öffentlicher Belange ab.

<sup>24</sup> Hinweis auf die bekannten Ausbauplanungen der Fa. Kaufland (Erweiterung der VK um fast 1.000 m<sup>2</sup>).

#### 4.2.1 Lebensmitteldiscounter, Leipziger Straße 117

##### Standorteigenschaften

Verkaufsflächenausstattung:	< 800 m <sup>2</sup>
Städtebauliche Integration:	ja
Umgebungsnutzungen:	Bäcker im Objekt / Gewerbegebiet nördlich der Leipziger Straße / Wohnbebauung südlich der Leipziger Straße (Einfamilien- und Mehrfamilienhäuser)
Kundenherkunft:	autokundenorientiert, über Fuß- und Radwege sowie Ampelanlage aber auch fußläufig und für Fahrradkunden erreichbar / ÖPNV- Haltestelle in fußläufiger Entfernung
Interferenz mit Betrieben im ZVB „Sommerfelder Straße“:	gering
Einwohner im 500 m Radius:	ca. 1.950
Wohnbaupotenzial im Umfeld <sup>25</sup> :	50 WE.

##### Kurzbeschreibung

Der Lebensmitteldiscounter (mit Bäckerei) liegt verkehrsgünstig an der Leipziger Straße (B 87). Insofern zieht er viele Autokunden an. Das nördliche Standortumfeld ist durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Wohnbebauung (Ein- und Mehrfamilienhäuser) schließt sich in südlicher, westlicher und östlicher Richtung an.

<sup>25</sup> Angabe der Stadt Taucha 2018.

Das Standortumfeld weist nur eine sehr begrenzte Multifunktionalität auf. Als einzige nahversorgungsrelevante Komplementärnutzung ist ein Bäcker an der Manteuffelstraße erwähnenswert.

Aufgrund der Lagekonstellation beider Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Straße 117 und 104 (ca. 290 m Distanz) gibt es starke Überschneidungen der Einzugsgebiete. Die daraus resultierenden Umsatzeinbußen werden aber durch Autokunden mehr als kompensiert.

Foto 2: Lebensmitteldiscounter an der Leipziger Straße 117



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018

## 4.2.2 Lebensmitteldiscounter, Leipziger Straße 104

### Standorteigenschaften

Verkausflächenausstattung	< 800 m <sup>2</sup>
Städtebauliche Integration:	nein
Umgebungsnutzungen:	Bäcker, Subway, Pizzeria, Kinderland / Gewerbegebiet nördlich der Leipziger Straße / Wohngebiet südlich der Leipziger Straße
Kundenherkunft:	autokundenorientiert, über Fuß- und Radwege sowie Ampelanlage prinzipiell auch fußläufig und für Fahrradkunden erreichbar / ÖPNV-Haltestelle in fußläufiger Entfernung
Interferenz mit Betrieben im ZVB „Sommerfelder Straße“:	gering
Einwohner im 500 m Radius:	ca. 2.600
Wohnbaupotenzial im Umfeld <sup>26</sup> :	---

### Kurzbeschreibung

Der Lebensmitteldiscounter liegt verkehrsgünstig an der Leipziger Straße (B 87). Insofern zieht er viele Autokunden an. Das westliche und nördliche Standortumfeld ist durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Wohnbebauung (Einfamilien- bzw. Mehrfamilienhäuser) schließt sich – separiert durch die Leipziger Straße – erst in südlicher Richtung an. Der Markt verfügt

dennoch über ein beachtliches Einwohnerpotenzial in seinem Nahbereich (ca. 2.600).

Das Standortumfeld des Lebensmitteldiscounters weist keine hohe Multifunktionalität auf. Die einzigen nahversorgungsrelevanten Komplementärnutzungen sind ein Bäcker und ein Subway-Schnellimbiss.

Aufgrund der Lagekonstellation der beiden Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Straße 104 und 117 (ca. 290 m Distanz) gibt es starke Überschneidungen der Einzugsgebiete. Die daraus resultierenden Umsatzeinbußen werden aber durch Autokunden mehr als kompensiert.

**Foto 3: Lebensmitteldiscounter an der Leipziger Straße 104**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018

<sup>26</sup> Angabe der Stadt Taucha 2018.

### 4.2.3 Lebensmitteldiscounter, Graßdorfer Straße 15A

#### Standorteigenschaften

Verkaufsflächenausstattung	< 800 m <sup>2</sup>
Städtebauliche Integration:	nein
Umgebungsnutzungen:	Bäcker, Apotheke, Kfz-Service, Poliklinik und Rettungswache, Pension
Kundenherkunft:	autokundenorientiert, über Fußwege prinzipiell aber auch fußläufig erreichbar / ÖPNV-Haltestelle 400 m entfernt
Interferenz mit Betrieben im ZVB „Sommerfelder Straße“:	gering
Einwohner im 500 m Radius:	ca. 2.300
Wohnbaupotenzial im Umfeld <sup>27</sup> :	---

#### Kurzbeschreibung

Der Lebensmitteldiscounter liegt verkehrsgünstig am Kreuzungsbereich der Graßdorfer Straße mit der B 87. Insofern zieht er viele Autokunden an. Obwohl das Einzugsgebiet Richtung Norden durch eine Bahntrasse eingeschränkt wird und das direkte Umfeld im Süden durch gewerbliche Einrichtungen geprägt ist, weist der Lebensmitteldiscounter prinzipiell ein auskömmliches Bevölkerungspotenzial im Nahbereich (500 m-Radius) auf. Allerdings wird sein Einzugsgebiet vom nahegelegenen Großen Supermarkt an der Portitzer Straße stark überlagert.

<sup>27</sup> Angabe der Stadt Taucha 2018.

In der Umgebung des Betriebes ist auf mehrere Komplementärnutzungen hinzuweisen, von denen jedoch lediglich eine Apotheke und ein Bäcker als nahversorgungsrelevant einzustufen sind.

Foto 4: Lebensmitteldiscounter an der Graßdorfer Straße 15A



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2018

## 5 Bewertung von Erweiterungs-, Verlagerungs- und Neubauvorhaben des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Taucha

Im Stadtgebiet von Taucha gibt es zurzeit fünf Planungen von Lebensmittelmärkten, die ihre Verkaufsfläche erweitern, ihren Standort verlagern oder sich neu ansiedeln möchten. In allen Fällen handelt es sich um großflächige Einzelhandelsvorhaben, deren potenzielle Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet auf Anregung der Stadtverwaltung untersucht werden sollen<sup>28</sup>. Dies auch deshalb, weil die Ausweitung der Verkaufsfläche mit insgesamt 3.669 m<sup>2</sup> beachtlich ausfällt (vgl. Tab. 12 und Karte 4).<sup>29</sup>

Die geplante Ausweitung der Verkaufsfläche durch die verschiedenen Betreiber bzw. Projektentwickler wurde unter anderem durch die positive demographische Entwicklung der Stadt Taucha in den letzten Jahren induziert. Eine Rolle spielte auch die weiterhin günstige Entwicklungsprognose, welche innerhalb des Stadtgebietes in mehreren Wohnbauplanun-

gen ihren Ausdruck finden. Aktuell sind insgesamt 340 neue WE prospektiert. Sie entsprechen bei einer durchschnittlichen Belegungsdichte von drei Personen pro WE einem maximalen Einwohnerzuwachs von ca. 1.020 Personen. Dieser Prognosewert entspräche in etwa einer Erhöhung der Einwohnerzahl um ca. 6-7 %. Der parallel zu erwartende Anstieg des Kaufkraftvolumens dürfte allerdings geringer ausfallen, insbesondere wenn sich die in den vergangenen fünf Jahren ermittelte durchschnittliche Inflationsrate von 1,5 % in der Zukunft fortsetzt. Vor dem Hintergrund der starken Unsicherheiten und begrenzten Aussagekraft einer (teilräumlichen) Kaufkraftprognose wurde auf eine Hochrechnung dieser Kennzahl verzichtet.

Tab. 12: Planungen zur Erweiterung oder Neuansiedlung von nahversorgungsrelevanten Betrieben in Taucha

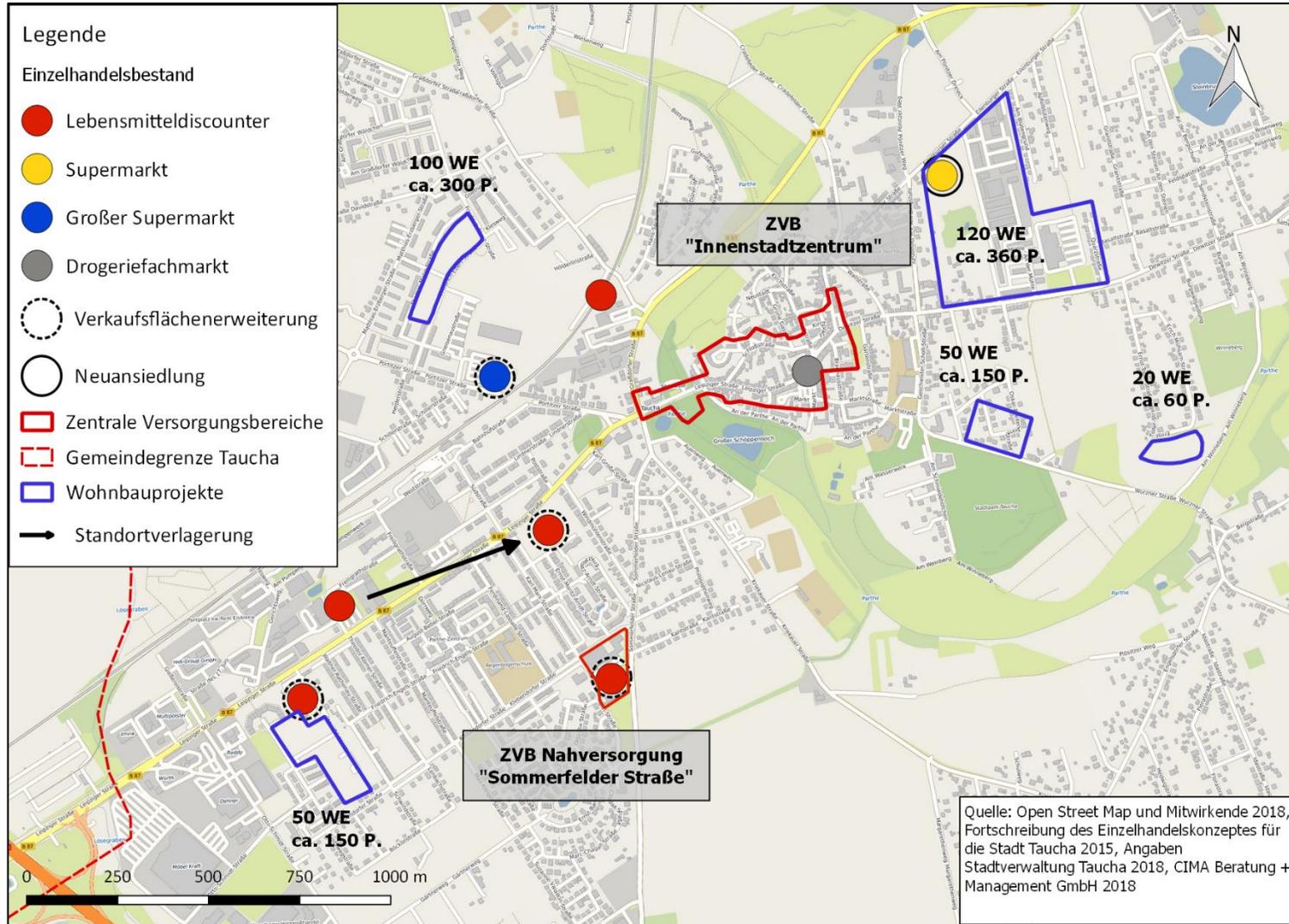
Betrieb	Standort	Planung	VK alt in m <sup>2</sup>	VK neu in m <sup>2</sup>
Discounter	Leipziger Str. 104	Verlagerung + VK-Erweiterung	788	1.300
Discounter	Leipziger Str. 117	VK-Erweiterung	790	1.040
Discounter	Sommerfelder Str.	VK-Erweiterung	788	1.020
Supermarkt	Eilenburger Str.	Neuansiedlung	---	1.700
Großer Supermarkt	Portitzer Str.	VK-Erweiterung	2.525	3.500

Quelle: Angaben der Stadt Taucha 2018, CIMA Beratung + Management GmbH 2019

<sup>28</sup> Die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters in der Leipziger Straße 177 wurde planungsrechtlich bereits genehmigt.

<sup>29</sup> Eine raumordnerische Prüfung der Tauchaer Einzelhandelsplanungen war im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes nicht vereinbart. Bei einer Besprechung des Konzeptentwurfes regten Träger öffentlicher Belange (u.a. Landesdirektion, Regionalplanung, IHK) jedoch an, die Einhaltung des Integrationsgebotes (LEP Z 2.3.2.3) in Kurzform zu bewerten. Die hierbei anzulegenden Beurteilungskriterien wurden mit der Landesdirektion (Frau Dr. Böhme) abgesprochen und tabellarisch aufbereitet (siehe Anlage).

**Karte 4: Planungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels / Wohnbauvorhaben in Taucha**



Im Zusammenhang mit der Planung zur Verlagerung des Lebensmittel-discounters in der Leipziger Str. 104 innerhalb des Versorgungsraumes West sowie der Neuansiedlung eines Supermarktes im Versorgungsraum Ost ist in jedem Fall eine günstigere Verteilung der nahversorgungsrelevanten Betriebe im Tauchaer Stadtgebiet zu konstatieren. Die bisher nahe beieinander liegenden Standorte der beiden Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Straße rücken dann etwas weiter auseinander, wodurch sich die Einzugsgebietsüberschneidungen verringern<sup>30</sup>. Allerdings wird gleichzeitig die Überdeckung des Nahbereiches mit dem Lebensmitteldiscounter im ZVB „Sommerfelder Straße“ größer (vgl. Karte 5<sup>31</sup>).

Im Versorgungsraum Ost wird die Nahversorgungsstruktur bei Ansiedlung eines Supermarktes in jedem Falle spürbar aufgewertet. Bisher müssen die hier wohnenden Menschen in andere Teile des Stadtgebietes oder nach Leipzig fahren, um sich zu versorgen. Im Nahbereich um den Planstandort leben allerdings aktuell nur ca. 1.300 Menschen. Demnach ist das hier erschließbare Einwohner- und Kaufkraftpotenzial eng begrenzt. Hinzu kommt, dass die Eilenburger Straße nur eine relativ geringe Verkehrsfrequenz aufweist, so dass am Planstandort keine größeren Streuumsätze generiert werden können. Die Plangröße des Supermarktes (ca. 1.700 m<sup>2</sup> VK) ist somit vor dem Hintergrund der Standortrahmenbedingungen als wirtschaftlich „ambitioniert“ einzustufen.

Die größte Erweiterungsfläche nahversorgungsrelevanter Betriebe entfällt mit ca. 975 m<sup>2</sup> auf den Großen Supermarkt von Kaufland im Versorgungs-

raum Nord. Dieser Betrieb weist heute schon ein gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet auf. Bei Ausweitung der Verkaufsfläche werden die Marktwirkungen im Tauchaer Stadtgebiet nochmals größer. Gleichzeitig erhöht sich aber auch die Zentralitätswirkung des Betriebes. In diesem Zusammenhang kann davon ausgegangen werden, dass die bislang starken Kaufkraftabflüsse nach Leipzig<sup>32</sup> teilweise eingedämmt werden können. Dies wäre aus Tauchaer Sicht eine positive Entwicklung.

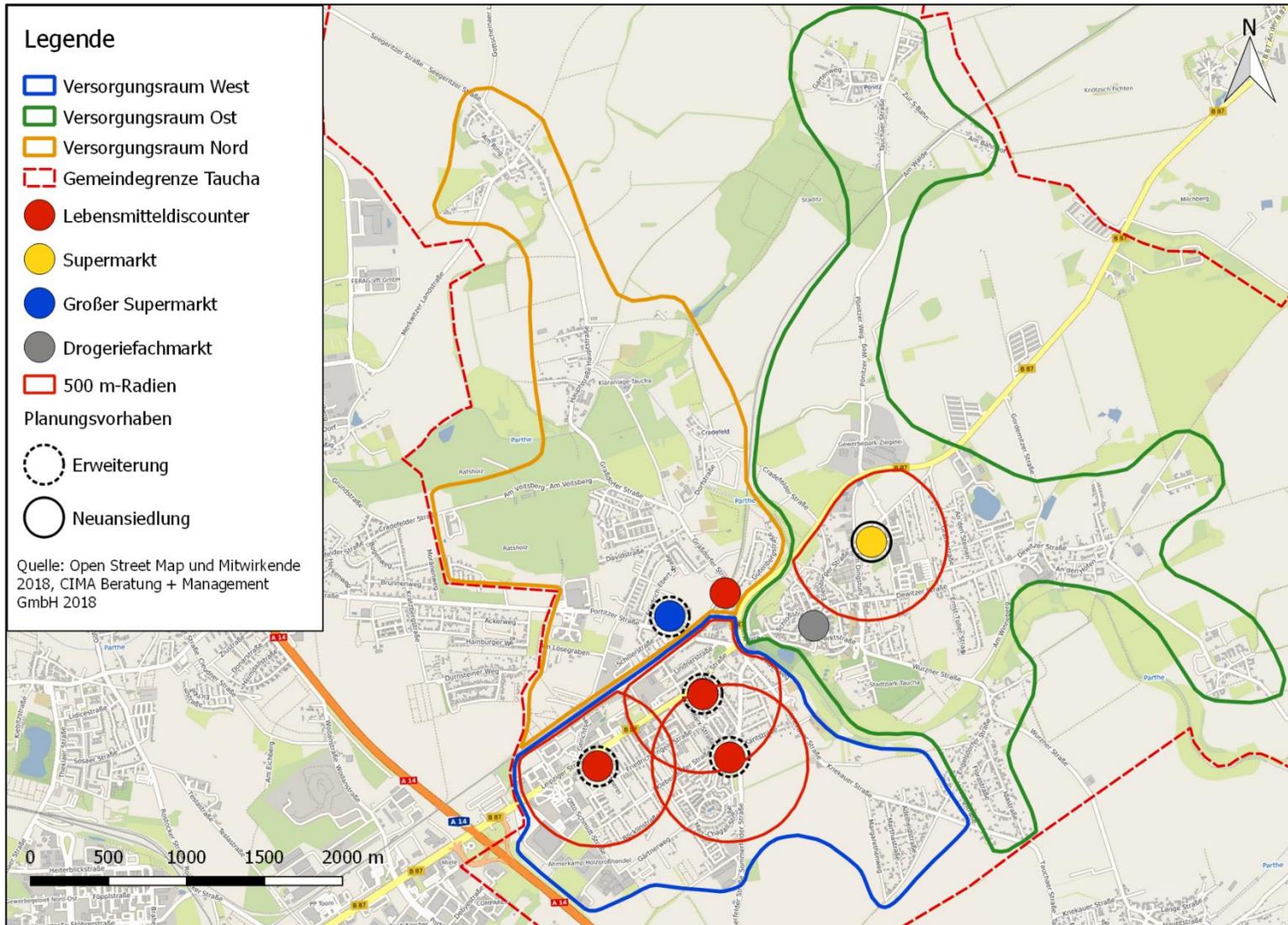
Die wesentlichen **wirtschaftlichen Kenndaten der verschiedenen Einzelhandelsplanungen** sind in den Tabellen 13, 14 und 15 aufgelistet. In diesem Zusammenhang wurden die Bestands- und Planumsätze auf Basis betriebs- und betreibertypischer Verkaufsflächenproduktivitäten hochgerechnet, der jeweilige Nonfood-Umsatz abgezogen, die Umsatzausweitung im Lebensmittelsektor kalkuliert und der speziell aus dem Versorgungsraum bzw. der Gesamtstadt Taucha stammende Umsatz abgeleitet.

<sup>30</sup> Im Nahbereich um den neuen Standort leben ca. 3.500 Menschen. Dies ist gegenüber dem Altstandort (ca. 2.600 Menschen) eine Verbesserung. Der Standort ist in diesem Kontext auch als „städtebaulich integriert“ zu klassifizieren, weil an das Planareal im Süden, Westen und Osten unmittelbar Wohngebiete angrenzen.

<sup>31</sup> Bei der Darstellung der Nahbereiche (500 m-Radius) in Karte 5 wurden topographische Barrieren berücksichtigt.

<sup>32</sup> Hinweis auf das SB-Warenhaus der Firma Kaufland in der Torgauer Straße und das real SB-Warenhaus im Sachsenpark.

**Karte 5: Veränderung der Nahversorgungsstrukturen bei Umsetzung der Planungen zur Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Betriebe in Taucha**



Tab. 13: Wirtschaftliche Effekte der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsplanungen im Versorgungsraum West

Daten	Lebensmitteldiscounter Leipziger Straße 117		Lebensmitteldiscounter Sommerfelder Straße		Lebensmitteldiscounter Leipziger Str. / Ernst-Moritz-Arndt-Str.	
	Bestand	Planung	Bestand	Planung	Bestand	Planung
<b>Verkaufsfläche</b> in m <sup>2</sup>	790	1.040	788	1.020	788	1.300
<b>Produktivität</b> in € / m <sup>2</sup>	4.500 -20 % Non-Food- Umsatz	4.000 -20 % Non-Food- Umsatz	4.000 -20 % Non-Food- Umsatz	3.800 -20 % Non-Food- Umsatz	5.000 -25 % Non-Food- Umsatz	4.500 -25 % Non-Food- Umsatz
<b>Gesamtumsatz</b> davon Food in Mio. €	3,6 2,9	4,2 3,4	3,2 2,6	3,9 3,1	3,9 2,9	5,9 4,4
<b>Umsatzausweitung Food</b> davon Streuumsätze in Mio. €	<b>0,5</b> 0,1		<b>0,5</b> 0,1		<b>1,5</b> 0,4	
<b>Umsatz mit Kunden aus Versorgungsraum West</b> in Mio. €	<b>0,4</b>		<b>0,4</b>		<b>1,1</b>	

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019, ca.-Werte gerundet

Im Versorgungsraum West benötigen alle bekannten Planungen voraussichtlich einen Zusatzumsatz von ca. 1,9 Millionen €. Auf den Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Str. / Ernst-Moritz-Arndt-Str. entfällt davon mit ca. 1,1 Millionen € bei weitem der größte Anteil (vgl. Tab. 13).

Aktuell liegt die Umsatzleistung der 3 Bestandsmärkte allein im Lebensmittelsektor mit Kunden aus dem Versorgungsraum West – nach Abzug von Streuumsätzen – schätzungsweise bei ca. 6,9 Millionen €<sup>33</sup>. Diesem Wert stehen hier ca. 12,1 Millionen € an Kaufkraft gegenüber. Prinzipiell könnte also der bei Realisierung der Erweiterungsplanungen generierte Zusatzumsatz (ca. 1,9 Millionen €) allein durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung abgedeckt werden. In der Realität kommt es jedoch durch die Überschneidungen der Nahbereiche mit Sicherheit auch zu Umsatzumverteilungen bzw. Kaufkraftwanderungen. Sie fallen beim Lebensmitteldiscounter (Leipziger Str. / Ernst-Moritz-Arndt-Str.) gegenüber dem Lebensmitteldiscounter im Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“ mit etwa 0,4 Millionen € recht hoch aus und entsprechen einer städtebaulich nicht mehr verträglichen Umverteilungsquote von etwa 14 %. Demgegenüber sind die zwischen dem Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Str. 117 und dem neuen Lebensmitteldiscounter ablaufenden Umverteilungsprozesse gering. Sie liegen unterhalb von 5 % und sind somit rein wettbewerblicher Natur. Städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu befürchten.

Im Versorgungsraum Ost wird die Angebotsstruktur im Nahversorgungssektor bei Etablierung eines Supermarktes mit 1.700 m<sup>2</sup> VK deutlich aufgewertet. Der Betrieb benötigt bei dieser Größe zur Gewährleistung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit allerdings einen hohen Gesamtumsatz von ca. 6,1 Millionen €. Davon entfallen ca. 5,2 Millionen € auf Food-Artikel

(vgl. Tab. 14). Zieht man davon dann nochmals einen ca. 10 %igen Streuumsatzanteil ab, verbleibt mit Kunden aus dem Versorgungsraum eine benötigte Umsatzleistung von ca. 4,7 Millionen €. Diesem Wert steht hier ein Kaufkraftvolumen von ca. 9,1 Millionen € gegenüber. Dies bedeutet, dass der geplante Supermarkt eine sehr hohe Kaufkraftbindung von ca. 52 % erreichen müsste, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit dauerhaft sicher zu stellen.

**Tab. 14: Wirtschaftliche Effekte des geplanten Supermarktes im Versorgungsraum Ost**

Daten	Supermarkt
<b>Verkaufsfläche</b> in m <sup>2</sup>	1.700
<b>Produktivität</b> in € / m <sup>2</sup> VK	3.600 -15 % Non-Food-Umsatz
<b>Gesamtumsatz</b> davon Food in Mio. €	6,1 5,2
<b>Umsatzausweitung Food</b> davon Streuumsätze in Mio. €	5,2 0,5
<b>Umsatz mit Kunden aus Versorgungsraum Ost</b> in Mio. €	4,7

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019, ca.-Werte gerundet

<sup>33</sup> Die Größenordnung der Streuumsätze wurde auf Basis eines Gravitationsmodells mit ca. 18 % errechnet.

Nach gutachterlicher Einschätzung kann ein solch hoher Marktanteil im Versorgungsraum Ost wohl nicht erreicht werden. In diesem Zusammenhang ist unter anderem auf die starken Wettbewerbswirkungen des Großen Supermarktes an der Portitzer Straße zu verweisen, welcher ebenfalls ein Vollsortiment anbietet. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen die Lebensmittelverkaufsfläche des Planobjektes auf ca. 1.200-1.300 m<sup>2</sup> VK zu begrenzen<sup>34</sup>. In dieser Dimensionierung wäre der Betrieb immer noch voll funktionsfähig; gleichzeitig wäre das wirtschaftliche Risiko einigermaßen kalkulierbar<sup>35</sup>. Wird der Supermarkt mit einer größeren Lebensmittelverkaufsfläche errichtet potenziert sich das wirtschaftliche Risiko des Betriebes.

Eine städtebauliche Verträglichkeit ist der Supermarkt-Planung im Versorgungsraum Ost indes in jedem Falle zu bescheinigen. Umsatzumverteilungen werden in gewissem Umfang zwar gegenüber Kaufland auftreten, sie sind aber gering und mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung kaum mehr exakt zu quantifizieren.

Der Große Supermarkt im Versorgungsraum Nord ist – wie bereits ausgeführt – kein klassischer Nahversorgungsbetrieb, weil er ein gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet erschließt und als Zentralitätsträger des Einkaufsortes Taucha fungiert.

<sup>34</sup> Zuzüglich Nonfood-Verkaufsfläche, die in Supermärkten i.d.R. einen Anteil von ca. 15 % an der Gesamtverkaufsfläche einnimmt.

<sup>35</sup> Vor dem Hintergrund des begrenzten Kaufkraftpotenzials im Versorgungsraum Ost, ist eine Wiederbelegung der seit Jahren leerstehenden Fläche eines ehemaligen Lidl Lebensmitteldiscounters in der Wyn-Passage (Dewitzer Straße) durch einen Lebensmittelmarkt nach Errichtung des geplanten Supermarktes äußerst unwahrscheinlich. Die Immobilie weist nicht einmal eine ausreichende Größe für die Realisierung moderner Betriebskonzepte von Lebensmittelmärkten auf.

Wenn dieser Betrieb um ca. 975 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert, würde sich sein Gesamtumsatz nach gutachterlicher Einschätzung von heute ca. 11,4 Millionen € auf ca. 14,0 Millionen € erhöhen (vgl. Tab. 15). Davon entfallen auf Food-Artikel ca. 10,5 Millionen €. Die Umsatzausweitung im Lebensmittelbereich liegt im Zuge der Umsetzung der Erweiterungsplanung somit bei etwa 1,9 Millionen €. Ca. 0,6 Millionen € davon stammen hierbei von auswärtigen Kunden, sodass der Umsatz mit Kunden aus der Stadt Taucha bei etwa 1,3 Millionen € liegt.

**Tab. 15: Wirtschaftliche Effekte der geplanten Erweiterung des Großen Supermarktes im Versorgungsraum Nord**

Daten	Großer Supermarkt	
	Bestand in m <sup>2</sup>	Planung in m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche</b> in m <sup>2</sup>	2.525	3.500
<b>Produktivität</b> in € / m <sup>2</sup>	4.500 -25 % Non-Food-Umsatz	4.000 -25 % Non-Food-Umsatz
<b>Gesamtumsatz</b> davon Food in Mio. €	11,4 8,6	14,0 10,5
<b>Umsatzausweitung Food</b> davon Streuumsätze in Mio. €	1,9 0,6	
<b>Umsatz mit Kunden aus der Gesamtstadt</b> in Mio. €	1,3	

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019, ca.-Werte gerundet

Die CIMA Beratung + Management GmbH geht davon aus, dass der vom Großen Supermarkt benötigte Zusatzumsatz mit Kunden aus dem Stadtgebiet von Taucha fast vollständig durch Bindung der hier vorhandenen „freien“ Kaufkraftpotenziale generiert werden kann. Aktuell liegt die Kaufkraftbindungsquote des Lebensmitteleinzelhandels in Taucha nur bei ca. 65 %, d.h. ca. 11,5 Millionen € fließen ab. Insofern würde die größtmögliche Aufwertung des Großen Supermarktes in einer Rückgewinnung von Kaufkraft resultieren. Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind in diesem Zusammenhang nicht erkennbar. Eine Verträglichkeit der Baumaßnahme ist somit nach gutachterlicher Einschätzung gegeben.

-----

Im Ergebnis der angestellten Berechnungen und gutachterlichen Analysen zur Frage einer städtebaulich verträglichen Einordnung der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsplanungen in Taucha können zusammenfassend folgende Aussagen getroffen werden:

**Lebensmitteldiscounter im Versorgungsraum West, Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“**

- Der Lebensmitteldiscounter liegt im einzigen ZVB der Nahversorgungsstufe innerhalb Tauchas. Der ZVB wird bei Erweiterung und Modernisierung des Marktes nachhaltig gestärkt. Dies ist eine wünschenswerte städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung. Die Frage der städtebaulichen Verträglichkeit stellt sich angesichts der maßvollen Erweiterungsplanung (ca. 232 m<sup>2</sup> VK) nicht.

Die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters ist aus gutachterlicher Sicht genehmigungsfähig.

**Lebensmitteldiscounter im Versorgungsraum West, Leipziger Straße 117**

- Die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscounters in der Leipziger Straße 117 wurde von der Stadt Taucha bereits genehmigt. Der Markt erfüllt an seinem Standort Nahversorgungsfunktionen, ohne den Status eines ZVB zu erreichen. Aufgrund des planungsrechtlichen Verfahrensstandes bedarf die Erweiterungsplanung keiner weitergehenden gutachterlichen Kommentierung.

**Lebensmitteldiscounter im Versorgungsraum West, Leipziger Straße / Ernst-Moritz-Arndt-Straße**

- Der Lebensmitteldiscounter möchte seine Verkaufsfläche am genannten Planstandort, der als städtebaulich integriert einzuordnen ist, maximal auf 1.300 m<sup>2</sup> erweitern. Aufgrund der Überschneidungen seines Nahbereiches mit dem Einzugsgebiet des Lebensmitteldiscounters im ZVB der Nahversorgungsstufe „Sommerfelder Straße“ kommt es allerdings zu Umsatzumverteilungen in Höhe von ca. 0,4 Millionen €, die einer Quote von ca. 14 % entsprechen. Schädliche Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung sind somit nicht auszuschließen. Vor diesem Hintergrund ist es empfehlenswert die geplante Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters (Leipziger Straße / Ernst-Moritz-Arndt-Straße) auf ca. 1.200 m<sup>2</sup><sup>36</sup> zu verkleinern, um die Umverteilungsquote gegenüber dem Lebensmitteldiscounter im ZVB auf einen Wert unter 10 % zu drücken.

In der vorgeschlagenen Dimensionierung ist der Markt aus gutachterlicher Sicht genehmigungsfähig.

---

<sup>36</sup> Inkl. Verkaufsfläche von Nonfood-Randsortimenten.

### **Supermarkt im Versorgungsraum Ost, Eilenburger Straße**

- Die Etablierung eines Supermarktes am städtebaulich integrierten Planstandort an der Eilenburger Straße ist aufgrund des bislang äußerst beschränkten nahversorgungsrelevanten Angebotes im Versorgungsraum Ost wünschenswert. Der neue Markt würde dort zu einer deutlichen Verbesserung der Nahversorgung beitragen. Die vom Betreiber bzw. Projektentwickler ausgegebene Plangröße von 1.700 m<sup>2</sup> VK könnte jedoch nur dann ökonomisch ausgelastet werden, wenn eine ungewöhnlich hohe Kaufkraftbindung von ca. 52 % erreicht werden würde. Diese ist nach gutachterlicher Einschätzung nicht realistisch, weil die Wettbewerbsauseinandersetzung u.a. mit dem leistungsstarken Großen Supermarkt der Firma Kaufland zu führen ist.

Es wird deshalb im Interesse der Sicherstellung einer wirtschaftlichen Tragfähigkeit empfohlen, die Gesamtverkaufsfläche des Supermarktes zu verkleinern (ca. 1.500 m<sup>2</sup> VK<sup>37</sup>). Wird der Markt mit einer größeren Verkaufsfläche errichtet, ist das erhöhte wirtschaftliche Risiko vom Betreiber zu tragen. Aspekte der städtebaulichen Verträglichkeit werden bei Realisierung eines über die Verkaufsflächenempfehlung der CIMA hinausreichende Dimensionierung indes nicht berührt.

### **Großer Supermarkt im Versorgungsraum Nord, Portitzer Straße**

- Der bestehende Große Supermarkt in der Portitzer Straße möchte seine Verkaufsfläche um ca. 975 m<sup>2</sup> VK zu erweitern. Die Maßnahme ist aus gutachterlicher Sicht wünschenswert, weil die Kaufkraftbindung im Lebensmittelsektor innerhalb Tauchas aktuell erst bei ca. 65 % liegt. Abflüsse werden hier vor allem durch ein großes SB-Warenhaus der Fa. Kaufland im östlichen Stadtgebiet von Leipzig induziert. Im Zuge einer Erweiterung des Großen Supermarktes könnte hier ein teilweiser Rückholeffekt der Kaufkraft generiert werden. In diesem Zusammenhang ist auch die Stärkung der Zentralitätsfunktion von Taucha als Einkaufsort anzusprechen. Zudem passt sich der benötigte Zusatzumsatz mit Kunden aus Taucha in den Kaufkraftspielraum der Stadt ein.

Auf Basis der Untersuchungsergebnisse ist die Erweiterung des Großen Supermarktes in der Portitzer Straße im vorgesehenen Umfang nach gutachterlicher Einschätzung genehmigungsfähig.

---

<sup>37</sup> Die empfohlene Verkaufsflächengröße entspricht der aktuell gängigen Dimensionierung filialisierter Supermärkte mit Vollsortiment. Kleinere Verkaufsflächen werden von den Betreibern solcher Märkte nurmehr in Ausnahmefällen realisiert. Eine kleinere VK-Empfehlung würde somit ggf. zum Scheitern dieses für die Nahversorgung im Versorgungsraum Ost wichtigen Projektes führen. Die VK-Empfehlung der CIMA beinhaltet den mit Nonfood-Sortimenten belegten Flächenanteil, der in Supermärkten bei ca. 15 % liegt.

## 6 Leitlinien zur Behandlung von Ansiedlungs- oder Erweiterungsplanungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

Vor allem aufgrund der positiven Bevölkerungsentwicklung Tauchas ist die Stadtverwaltung immer wieder mit Anträgen zur Neuansiedlung oder Verkaufsflächenerweiterung von Lebensmittelmärkten und/oder Drogeriefachmärkten konfrontiert. In diesem Zusammenhang sollen nachfolgende Empfehlungen eine erste Beurteilung solcher Baugesuche erleichtern. Dabei ist zu unterscheiden zwischen Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben außerhalb und innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe.

**Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben** des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels **außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe** sollten auf Basis folgender Prüfkriterien bewertet werden:

- **Ist der Standort städtebaulich integriert oder nicht?**<sup>38</sup>
  - *Standorte ohne städtebauliche Integration sind nicht genehmigungsfähig.*

<sup>38</sup> Als „städtebaulich integriert“ sind Standorte mit siedlungsstruktureller Einbindung und wesentlichen Wohnanteilen im Nahumfeld bzw. Einzugsgebiet einzustufen. Die umliegenden Wohnbereiche müssen zudem durch eine geeignete Verkehrsinfrastruktur mit dem Standort verbunden sein (Gehwege, Radwege, Ampelübergang oder Zebrastreifen).

- **Verfügt der Standort über einen ÖPNV-Anschluss in fußläufiger Entfernung (max. 200 m)?**
  - *Standorte ohne fußläufig erreichbaren ÖPNV-Anschluss sind nicht genehmigungsfähig.*
- **Führt der Betrieb ein Kernsortiment, welches eindeutig als nahversorgungstypisch einzustufen ist?**<sup>39</sup>
  - *Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sind nur dann außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche ausnahmsweise genehmigungsfähig, wenn ein qualifizierter gutachterlicher Nachweis erbracht wird, dass der Betrieb auf Geschäfte in Zentralen Versorgungsbereichen im Gefolge von Umsatzumverteilungen keine schädlichen Wirkungen hat (Verträglichkeitsgutachten).*

<sup>39</sup> Als nahversorgungsrelevante Sortimente gelten: Lebensmittel, (inkl. Bio-/Reformwaren und Getränke), Apothekenwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Zeitschriften/Toto-Lotto.

**Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben** des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels **innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche der Nahversorgungsstufe** sollten auf Basis folgenden Prüfkriterien bewertet werden:

▪ **Führt der Betrieb ein nahversorgungsrelevantes Kernsortiment?**

- *Die Ansiedlung oder Erweiterung von Geschäften mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ist prinzipiell genehmigungsfähig.*
- *Die Ansiedlung oder Erweiterung von Geschäften, deren Kernsortiment als nicht nahversorgungsrelevant aber zentrenrelevant gelten kann, ist nicht genehmigungsfähig.*

▪ **Passt sich der zur Neuansiedlung oder Erweiterung geplante Betrieb im Hinblick auf seinen Betriebstyp und die Verkaufsflächengröße in den Zentralen Versorgungsbereich der Nahversorgungsstufe ein?**

- Die Ansiedlung oder Erweiterung von Lebensmittelmärkten mit Verkaufsflächen über 1.500 m<sup>2</sup> sollte im Regelfall gutachterlich überprüft werden. Gleiches gilt für alle Drogeriefachmärkte, unabhängig von der geplanten Verkaufsflächengröße<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Eine Überprüfung der Planung von Drogeriefachmärkten ist erforderlich, weil es existenzgefährdende Umsatzumverteilungen gegenüber dem im Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“ als Kundenmagnetbetrieb fungierenden Drogeriefachmarkt unbedingt zu vermeiden gilt.

## 7 Umsetzung des Nahversorgungskonzeptes Taucha

### Für die Umsetzung des Nahversorgungskonzeptes wird der Stadt Taucha ein mehrstufiges Verfahren empfohlen.

In einem ersten Schritt gilt es den ZVB der Nahversorgungsstufe „Sommerfelder Straße“ vom Stadtrat beschließen zu lassen und ihn als „städtebaulich schutzwürdig“ zu deklarieren. Ebenso sollten die „nahversorgungsrelevanten Sortimente“<sup>41</sup> als Grundlage einer Beurteilung von Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels ratifiziert werden. Diese Sortimente sind prinzipiell nur in dem ausgewiesenen ZVB der Nahversorgungsstufe oder dem ZVB „Innenstadtzentrum“ genehmigungsfähig. Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben des großflächigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandels (insb. Lebensmittelmärkte und Drogeriefachmärkte) außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches, sind hingegen nur im Ausnahmefall genehmigungsfähig. Voraussetzung ist die Vorlage eines qualifizierten Verträglichkeitsgutachtens zur städtebaulichen Unschädlichkeit der Maßnahme gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen.

In einem weiterführenden Schritt ist der ZVB der Nahversorgungsstufe konsequent bauplanungsrechtlich abzusichern. Vor allem ältere Bebauungspläne im städtischen Außenbereich sollten hierbei auf ihre Kompatibilität mit den Festlegungen des Nahversorgungskonzeptes überprüft und gegebenenfalls geändert werden.

<sup>41</sup> Als nahversorgungsrelevante Sortimente gelten: Lebensmittel, (inkl. Bio-/Reformwaren und Getränke), Apothekenwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Zeitschriften/Toto-Lotto.

Schließlich sollten das Nahversorgungskonzept und die im Stadtrat dazu getroffenen Beschlüsse publiziert werden. Als Medium eignet sich hier vor allem die städtische Homepage. Zielgruppen der Informationen sind zum einen die in Taucha bereits ansässigen Einzelhändler, welche im Vorfeld von Investitionsplanungen ein möglichst hohes Maß an Sicherheit hinsichtlich der weiteren Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet benötigen. Andererseits betreffen die Informationen aber auch die Tauchaer Immobilien- und Grundeigentümer, weil sie die Möglichkeiten einer Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben in Abhängigkeit von der Standortlage regeln. Last but not least dient das Nahversorgungskonzept auch Investoren als Orientierungshilfe.

Vor dem geschilderten Hintergrund hat die CIMA Beratung + Management GmbH folgenden Beschlussvorschlag zum Nahversorgungskonzept in Taucha ausgearbeitet:

- Beschluss des räumlich und inhaltlich definierten **Zentralen Versorgungsbereiches der Nahversorgungsstufe „Sommerfelder Straße“** als städtebaulich schutzwürdiger Bereich in Taucha.
- Beschluss der **„nahversorgungsrelevanten Sortimente“**. Einzelhandel mit diesen Sortimenten soll zukünftig prinzipiell nur in den definierten Zentralen Versorgungsbereichen der Nahversorgungsstufe und/oder im Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“ gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015 angesiedelt oder erweitert werden.

Eine Ansiedlung oder Ausweitung zentrenrelevanter Einzelhandelswaren des mittel- und langfristigen Bedarfes ist im Zentralen Versorgungsbereichen der Nahversorgungsstufe nicht vorgesehen. Bereits ansässige Betriebe dieser Warenbereiche genießen allerdings Bestandsschutz.

- **Publikation** der Beschlusslage zum Nahversorgungskonzept und aktive Information der Immobilien- und Grundeigentümer sowie Gewerbetreibenden, zur Herstellung von Investitionssicherheit.
- Konsequente **bauplanungsrechtliche Umsetzung** des Nahversorgungskonzeptes.

# Anlage

**Tab. 16: Kurzbewertung der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsplanungen in Taucha – Einhaltung des Integrationsgebotes**

<b>Prüfkriterium raumordnerisches Integrationsgebot*</b>	<b>Lebensmitteldiscounter Sommerfelder Straße</b>	<b>Lebensmitteldiscounter Leipziger Straße / Ernst- Moritz-Arndt-Straße</b>	<b>Supermarkt Eilenburger Straße</b>	<b>Großer Supermarkt Portitzer Straße</b>
Verkaufsflächenanteil nahversorgungsrelevanter Waren ca. 90 %	✓ 1	✓ 1	✓ 2	ca. 85 %
Eignung der Zufahrtstraße zur Aufnahme des Kun- denverkehrs	✓	✓	✓	✓
Städtebauliche Integration des Standortes	✓ 3	✓ 3	✓ 3	✓ 3
Verbrauchernahe Versor- gungsfunktion	✓ 4	✓ 4	✓ 4	✓ 4

\*Die anzulegenden Kriterien zur Überprüfung der Einhaltung des raumordnerischen Integrationsgebotes wurden mit der Landesdirektion Sachsen abgestimmt.

Quelle: Einschätzung der CIMA Beratung + Management GmbH 2019

<sup>1</sup> Der Verkaufsflächenanteil nahversorgungsrelevanter Waren in Lebensmitteldiscountern liegt nach Erfahrungswerten der CIMA i.d.R. bei ca. 90 %.

<sup>2</sup> Der Verkaufsflächenanteil nahversorgungsrelevanter Waren in Supermärkten liegt nach Erfahrungswerten der CIMA i.d.R. über 90 %.

<sup>3</sup> Der Standort ist an mehreren Seiten von Wohnbereichen umgeben.

<sup>4</sup> Aktivierbares Bevölkerungspotential im fußläufig angebundenen 500 m-Radius.