Anlage 1 039-2018

Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EHZK) der Stadt Bitterfeld-Wolfen Fortschreibung 2017

erstellt im Auftrag der

Stadt Bitterfeld-Wolfen

Geschäftsbereich III SB Stadtplanung

Verwaltungssitz

OT Stadt Wolfen, Rathausplatz 1

06766 Bitterfeld-Wolfen

erarbeitet von der

BBE Handelsberatung GmbH

Dr. Silvia Horn
Dr. Ulrich Kollatz

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 22. Januar 2018

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 1

2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen 4

2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung 4

2.2. Einzugsgebiet des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels 8

3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2025 10

3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung 10

3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017 12

3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2025 15

4. Einzelhandelsstrukturen der Stadt Bitterfeld-Wolfen 17

4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung 17

4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen 19

4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen 25

4.4. Perspektiven der Zentrenentwicklung in Bitterfeld-Wolfen 28

4.4.1. Räumliche und funktionale Entwicklungspotenziale in den Ortsteilen Bitterfeld und Wolfen 28

4.4.2. Einzelhandelsentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce 30

5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Bitterfeld-Wolfen 33

5.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen 33

5.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung 35

5.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems 37

5.4. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept 43

5.5. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen 51

5.5.1. Innenstadt Bitterfeld (A-Zentrum) 51

5.5.2. Ortsteilzentren (B-Zentren) 56

5.5.3. Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) 60

5.5.4. Integrierte Nahversorgungslagen 62

5.5.5. Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel 66

5.6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung 76

5.6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente 76

5.6.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladen“ 78

5.6.3. Definition der „Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste“ der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente 81

5.7. Handlungsleitlinien zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 86

5.8. Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment 91

6. Verzeichnis der Anlagen 94

7. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen 99

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Zentrale-Orte-System gemäß LEP Sachsen-Anhalt 2010 4
Abb. 2: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen 6
Abb. 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen 9
Abb. 4: Einwohnerentwicklung nach Ortsteilen der Stadt Bitterfeld-Wolfen 11
Abb. 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Bitterfeld-Wolfen im regionalen Vergleich 12
Abb. 6: Verkaufsflächen und Umsatzanteile nach der Zentren- und Standortstruktur 19
Abb. 7: Gliederung und Funktionsabstimmung der A- und B-Zentren in Bitterfeld und Wolfen 28
Abb. 8: Ansichten zur Innenstadt 29
Abb. 9: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen 39
Abb. 10: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen 42
Abb. 11: Umsatzentwicklung des Einzelhandels im engeren Sinne vs. Lebensmitteleinzelhandel 43
Abb. 12: Begriff der qualifizierten Grundversorgung 45
Abb. 13: Standortstruktur zur Nahversorgung (Nahversorgungsumfeld 500 m) in den Ortsteilen Bitterfeld, Greppin und Holzweißig 47
Abb. 14: Standortstruktur zur Nahversorgung (Nahversorgungsumfeld 500 m) in den Ortsteilen Wolfen und Bobbau 48
Abb. 15: Multifunktionalität des A-Zentrums Innenstadt Bitterfeld 51
Abb. 16: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bitterfeld 53
Abb. 17: Entwicklungsschwerpunkte für das A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld 54
Abb. 18: Abgrenzung B-Zentrum Wolfen – Leipziger Straße 57
Abb. 19: Ansichten zum B-Zentrum Wolfen – Leipziger Straße 57
Abb. 20: Abgrenzung B-Zentrum Wolfen–Nord 58
Abb. 21: Ansichten zum B-Zentrum Wolfen-Nord 59
Abb. 22: Abgrenzung C-Zentrum Holzweißig 61
Abb. 23: Ansichten zum C-Zentrum Holzweißig 61
Abb. 24: Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Anhaltstraße 67
Abb. 25: Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Muldepark 69
Abb. 26: Ergänzungsstandort Fachmarktzentrum BITZ 71
Abb. 27: Ergänzungsstandort Fachmarktstandort Bismarckstraße 73
Abb. 28: Ergänzungsstandort Verbrauchermarkt Krondorfer Straße 75
Abb. 29: Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente 92

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bitterfeld-Wolfen im regionalen Vergleich 10

Tab. 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Bitterfeld-Wolfen nach Ortsteilen und Warengruppen 2017 14

Tab. 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Bitterfeld-Wolfen bis 2025 16

Tab. 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Bitterfeld-Wolfen 20

Tab. 5: Umsatzstruktur nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Bitterfeld-Wolfen 21

Tab. 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen 2017 25

Tab. 7: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen 2017 46

Tab. 8: Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsläden aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur 79

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen beauftragte die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig, mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (EHZK) der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Die Beauftragung erfolgte in zwei Phasen. Die Auftragserteilung zur Analyse der Angebots- und Nachfragesituation (Phase 1) erfolgte mit Schreiben vom 23.03.2016 und darauf folgend mit Schreiben zum 07.11.2016 die Überprüfung und Weiterentwicklung des Zentren- und Standortkonzeptes (Phase 2).

Der Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen fasste am 11.11.2009 den Beschluss zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Mit dem Bebauungsplan Nr. 2-2009 zur Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche (rechtskräftig seit April 2015) wurde die Grundlage zur planungsrechtlichen Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gelegt. Die Steuerung und Funktionsabstimmung von Einzelhandelsstandorten ist darauf ausgerichtet, den Schutz und die Entwicklung der definierten zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahe Versorgung nachhaltig zu gewährleisten.

Die vom Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen beschlossene Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes[1] resultiert aus einer weiterhin dynamischen Einzelhandelsentwicklung im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen. In diesem Kontext vollzogen sich auch Einzelhandelsentwicklungen im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen, die abweichend zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind. Dies kann Konsequenzen für eine rechtssichere Planung im Rahmen von Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung nach sich ziehen, insofern wird mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eine zukunftsfähige sowie rechtssichere Ausgestaltung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Bitterfeld-Wolfen angestrebt..

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

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

Die Aufgabestellung umschließt eine Gesamtbetrachtung aller Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen: zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte und dezentrale, großflächige Einzelhandelsstandorte mit konkreter Funktionsabstimmung und städtebaulich verträglichen Entwicklungsperspektiven. Eine entsprechende Priorität zentraler Versorgungsbereiche und deren Funktionsabstimmung bildet die Grundlage für ein attraktives Einzelhandelsangebot, ergänzt durch großflächige Einzelhandelsagglomerationen, die maßgeblich regionale Versorgungsfunktionen übernehmen.

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

- Analyse aktueller Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Bitterfeld-Wolfen,
- Kaufkraftbindung und Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in Bitterfeld-Wolfen,
- generelle Überprüfung und Weiterentwicklung der hierarchischen Zentren- und Standortstruktur mit räumlicher und funktionaler Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche,

[1] Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen: Beschluss 151-2015 vom 25.11.2015

- Sicherung und Weiterentwicklung des integrierten Nahversorgungskonzeptes,
- Bewertung und Funktionsabstimmung der Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel,
- Überprüfung und Weiterentwicklung der Bitterfeld-Wolfener Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente,
- Überarbeitung des Handlungsleitfadens zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, gemäß aktueller Rechtsprechung,

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

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

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

Einzelhandelserhebung

Die Datenbasis zum Einzelhandel gründet zunächst auf Daten zum Einzelhandelsbesatz der Stadt Bitterfeld-Wolfen vom Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus 2009 und aus dem IHK-Handelsatlas 2012 / 2013 für Bitterfeld-Wolfen. Insgesamt bilden diese Daten die Grundlage für eine generelle Aktualisierung der Datenbasis. Die Aktualisierung der Verkaufsflächen erfolgt durch Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken) persönlich durch das Projektteam. Erfasst wurden alle Verkaufsflächen differenziert nach Warengruppen.

Die Datengrundlage wurde durch eine gesamtstädtische Erhebung der Angebotssituation im Mai / Juni 2016 komplett aktualisiert. Der Stand der Lebensmittelmärkte widerspiegelt die Angebots- und Plansituation vom November 2017.

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

Nachfrageanalyse

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

Arbeitskreis

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

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

- **14. 06. 2016** – Vorprüfung zur Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes
- **30. 08. 2016** – Präsentation und Diskussion zu den Analyseergebnissen
- **07. 02. 2017** – Vorstellung Zentrenkonzept – räumliche und funktionale Abstimmung der Zentren und Standorte
- **11. 04. 2017** – Vorstellung und Abstimmung der eingebrachten Stellungnahmen
- **09. 11. 2017** – Standortentscheidung Krondorfer Kreisel; Abgrenzung Zentrenbereich; Weiterführung der Fortschreibung

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung liegen im Wesentlichen folgende Unterlagen zugrunde:

- Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, Endbericht August 2009 - Bearbeiter: BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig (vormals BBE RETAIL EXPERTS)
- Stadtentwicklungskonzept 2015-2025 (STEK 2015-2025)
- Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010 (LEP ST 2010)
- Regionaler Entwicklungsplan Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg 2006, Aufstellung des Regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg 2. Entwurf vom 14.07.2017
- Unterlagen zur Bauleitplanung und zu Planvorhaben in der Stadt Bitterfeld-Wolfen
- Statistische Daten der Stadt Bitterfeld-Wolfen und des Statistischen Landesamtes des Landes Sachsen-Anhalt

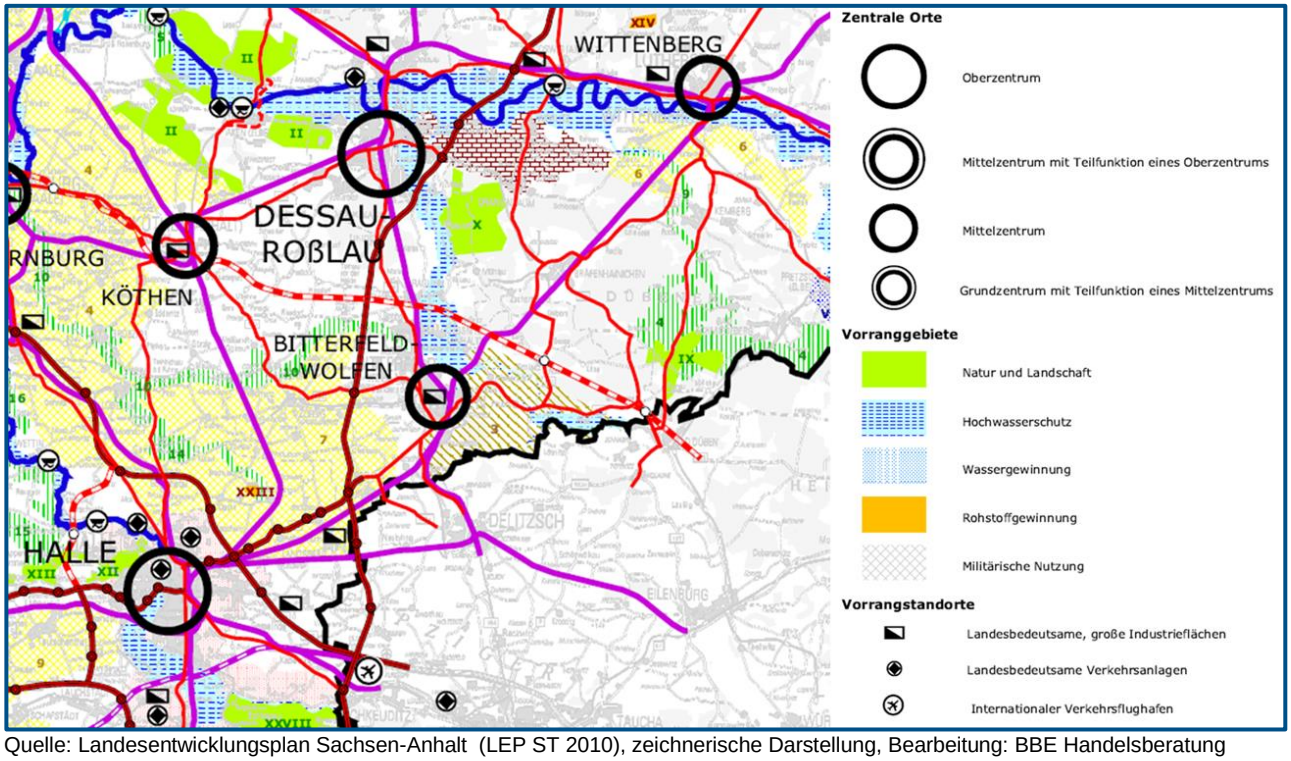
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen

2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen liegt im östlichen Teil des Landes Sachsen-Anhalt und ist die größte Stadt im Landkreis Anhalt-Bitterfeld. Sie liegt etwa 32 km nordöstlich von Halle (Saale) und etwa 37 km nördlich von Leipzig. Die Landeshauptstadt Magdeburg befindet sich nordwestlich von Bitterfeld-Wolfen. Die Entfernung zwischen den beiden Städten beträgt ca. 90 km.

Im Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt wird die Stadt Bitterfeld-Wolfen als Mittelzentrum ausgewiesen.[2] Nach den Grundsätzen der Landesplanung haben die Mittelzentren den gehobenen Bedarf in ihrem Versorgungsbereich abzudecken.[3] Die Versorgung soll durch einen umfassenden Mix von Betriebsformen und –typen gesichert werden.

Abb. 1: Zentrale-Orte-System gemäß LEP Sachsen-Anhalt 2010



Quelle: Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt (LEP ST 2010), zeichnerische Darstellung, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Bitterfeld-Wolfen gehört im Land Sachsen-Anhalt zu den bedeutendsten Wirtschaftsstandorten und zählt zu den Vorrangstandorten für landesbedeutsame, große Industrieflächen. Der Chemiepark Bitterfeld-Wolfen mit nahezu 350 Unternehmen, gehört zu den bedeutenden Chemiestandorten Mitteldeutschlands, auch der TechnologiePark Mitteldeutschland bietet Industrieansiedlungen eine gute Perspektive. Die Stadt Bitterfeld-Wolfen wird auch in der Zukunft eine gewichtige Rolle als Industriestandort einnehmen. Daneben entfaltet

[2] Quelle: Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt (LEP ST 2010) Z 3.2.11
[3] ebenda: vgl.: Z 3.2.3

der Standort, mit dem östlich an das Stadtgebiet angrenzenden Goitzschesee, Potenziale für andere Wirtschaftszweige, speziell aus dem Freizeit- und Tourismusbereich. Der 25 km² große Goitzschesee, ist der größte künstlich erschaffene See in Deutschland. Das Angebot an touristischer Infrastruktur hat sich in den letzten Jahren dynamisch entwickelt und in der Folge wachsende Besucherströme nach sich gezogen. Bei Ausbau der touristischen Angebotsstruktur ergeben sich weitere Chancen für die Stärkung dieses wachstumsstarken Wirtschaftsfaktors. Auch der Einzelhandel kann von dieser Entwicklung profitieren, dies setzt natürlich auch eine entsprechende Angebotsentwicklung, speziell in der Innenstadt, voraus.

Im Ergebnis des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden das Anforderungsprofil und die Entwicklungsperspektiven der Stadt Bitterfeld-Wolfen als Mittelzentrum klar definiert und konzeptionelle Lösungswege zur Sicherung der mittelzentralen Funktion, bezogen auf den Einzelhandel, aufgezeigt. Die Erfüllung der mittelzentralen Versorgungsfunktion wird durch die regionale Lage der Stadt Bitterfeld-Wolfen zwischen den Oberzentren Halle (Saale), Leipzig und Dessau-Roßlau sowie benachbarter Mittelzentren Delitzsch, Köthen (Anhalt) und Lutherstadt Wittenberg geprägt. Auch regionale (The Style Outlets Brehna) sowie überregionale Einzelhandelsschwerpunkte (Nova Eventis Günthersdorf, Höffner, IKEA) sind maßgebliche Einflussfaktoren für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Die örtliche und überörtliche Erreichbarkeit stellt ein wesentlicher Standortfaktor auch für den Einzelhandel dar. Bitterfeld-Wolfen verfügt über eine gute regionale Erreichbarkeit. Die Bundesstraßen B100 (Halle (Saale)-Lutherstadt Wittenberg), B183 (Köthen (Anhalt) – Torgau – Bad Liebenwerda) und B184 (Leipzig – Dessau-Roßlau – Magdeburg) kreuzen sich im Stadtgebiet und binden dieses über mehrere Anschlussstellen an die Bundesautobahn BAB 9 an.

Die innerörtliche Erreichbarkeit der Stadt Bitterfeld-Wolfen wird durch ein gut ausgebautes Straßennetz gewährleistet.

Die ÖPNV-Anbindung der Ortsteile und umliegender Gemeinden erfolgt mittels Buslinien. Darüber hinaus besteht auch eine Busverbindung mit Lutherstadt Wittenberg.

An das Schienennetz ist Bitterfeld-Wolfen mit drei Bahnstationen Bitterfeld, Greppin und Wolfen angebunden. Der Bahnhof Bitterfeld liegt an der Schnellfahrstrecke Berlin–Leipzig/Halle und ist damit für die überregionale Erreichbarkeit von hoher Bedeutung. Dort halten im Fernverkehr Intercity-Express-Züge der Linie Hamburg – Berlin – Leipzig – Nürnberg – München und Intercityverbindungen u.a. auf der Strecke Warnemünde – Leipzig.

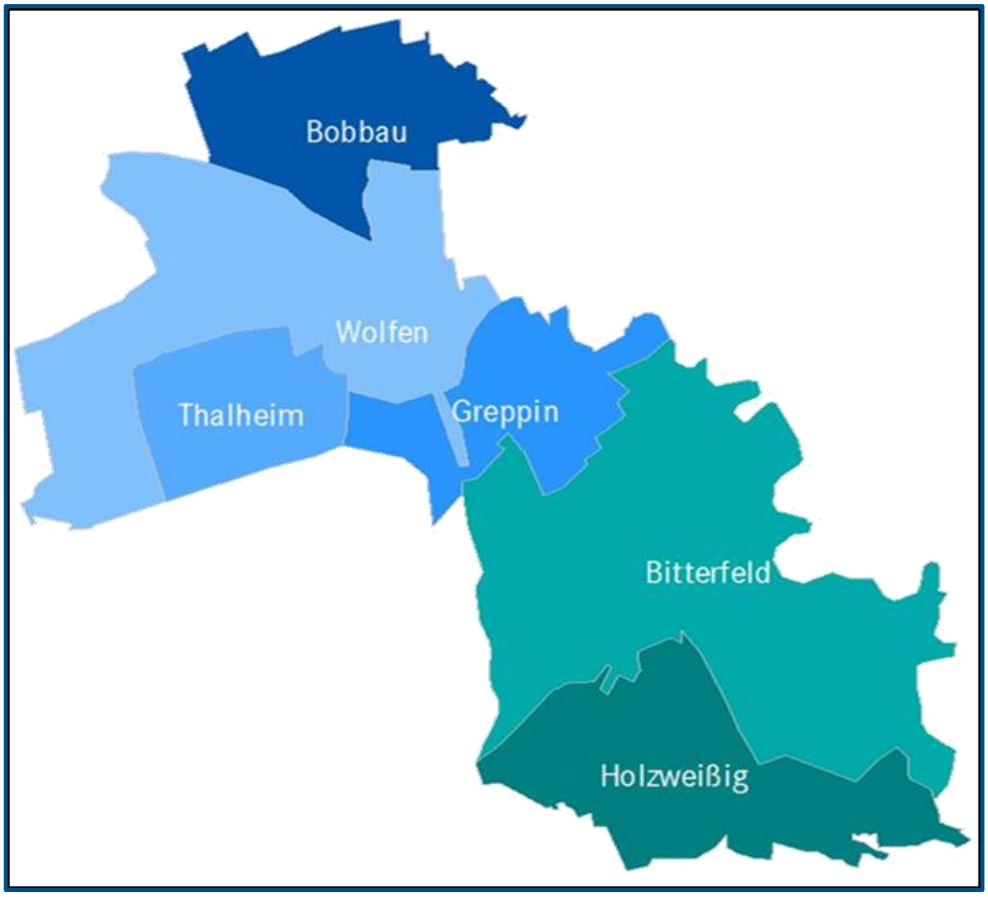
Im Regionalverkehr verbinden Regional-Express-Züge und Regionalbahnen Bitterfeld-Wolfen direkt mit Leipzig, Halle (Saale), Dessau-Roßlau, Lutherstadt Wittenberg und Magdeburg.

Siedlungsstruktur

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen entstand am 01. Juli 2007 aus der Fusion der Städte Bitterfeld und Wolfen, sowie der Gemeinden Greppin, Holzweißig und Thalheim, zum 01. September 2009 wurde die Nachbargemeinde Bobbau eingemeindet. Die folgende Abbildung gibt einen Überblick zur Lage der Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen.

Gründend auf den Zusammenschluss der vormals selbständigen Städte Bitterfeld und Wolfen sowie der Gemeinden Greppin, Holzweißig, Thalheim und Bobbau weist die Stadt spezifische Besonderheiten auf, die sich in der Bevölkerungsentwicklung und auch in der Einzelhandelsstruktur widerspiegeln. Die Zusammenfügung aller Stadtbereiche zu einem kompakten Siedlungskörper ist aufgrund der Entwicklungsgeschichte des Siedlungsraumes nicht gegeben, die Ortsteile reihen sich in Nord-Süd-Richtung aneinander. Der Ortsteil Greppin sowie der Chemiepark Bitterfeld-Wolfen bilden ein Bindeglied zwischen den Ortsteilen Bitterfeld und Wolfen, der Ortsteil Holzweißig bildet den südlichen Abschluss des Stadtgebietes, der Ortsteil Bobbau den nördlichen Abschluss. Der Ortsteil Thalheim liegt westlich von Wolfen.

Abb. 2: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen



Quelle: Karte und Bearbeitung BBE Handelsberatung GmbH

Ortsteil Stadt Bitterfeld: Der Ortsteil Stadt Bitterfeld verfügt über ein relativ kompaktes Siedlungsgebiet. Er ist maßgeblich von der Funktion als Industriestandort, speziell der chemischen Industrie, geprägt. Im westlichen Teilbereich des Ortsteils schließen sich große Areale des Chemieparks Bitterfeld Wolfen an. Der im östlichen Bereich durch Rekultivierung von Braunkohlentagebauflächen entstandene Goitzschesee, ist ein markanter Meilenstein struktureller Veränderungen der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Das Areal um den Goitzschesee hat sich in den letzten Jahren als Naherholungsgebiet etabliert, mit der geplanten Infrastrukturentwicklung können zukünftig auch touristische Potenziale erschlossen werden. In diesem Kontext erwachsen auch Chancen für die Innenstadt von Bitterfeld. Der Ortsteil verfügt über ein urbanes Zentrum mit Fußgängerzone und historischem Rathaus. Auch der angrenzend zum Zentrum gelegene Park prägt positiv das Stadtbild. Mit ca. 15.125 Einwohnern ist Bitterfeld der zweitgrößte Ortsteil.

Ortsteil Stadt Wolfen: In seiner Siedlungsstruktur gliedert sich der Ortsteil in die Altstadt Wolfen und das Wohngebiet Wolfen-Nord, welches in den 1960-er bis 1980-er Jahren als typisches Beispiel einer Trabantenstadt und Plattenbausiedlung entstanden ist. Das zwischenliegende Steinfurth wurde bereits 1961 eingemeindet, das westlich gelegene Reuden in 1993 und schließlich die bereits westlich der Autobahn BAB9 gelegenen Dörfer Rödgen und Zschepkau in 2004.

Die Altstadt Wolfen verfügt über kein klassisches, urbanes Stadtzentrum. Entlang der Leipziger Straße als Hauptverkehrsachse (B184) entwickelte sich jedoch ein straßenbegleitender Einzelhandelsbesatz, der zusammen mit einem Teil der Bahnhofsstraße die Zentrumsfunktion übernommen hat. Das Ortsteilzentrum in Wolfen-Nord hat sich schrittweise herausgebildet und ist als attraktiver Handels- und Dienstleistungsstandort etabliert. Der Ortsteil Stadt Wolfen ist mit ca. 16.400 Einwohnern der größte Ortsteil der Stadt Bitterfeld-

Wolfen. Der Ortsteil hat in den letzten Jahren hohe Einwohnerverluste zu verzeichnen (siehe Abschnitt 3.1), die überwiegend das Wohngebiet Wolfen-Nord betrafen.

Ortsteil Bobbau: Der Ortsteil befindet sich am nördlichen Randbereich des Stadtgebiets von Bitterfeld-Wolfen. Er ist vergünstig über die B 184 zu erreichen und auch an die BAB 9 gut angebunden. Bobbau hat sich als Wohnstandort mit einem hohen Eigenheimanteil entwickelt. Bobbau verfügt über Schule und Kindergarten. Aktuell beträgt die Einwohnerzahl ca. 1.480.

Ortsteil Thalheim: Der Ortsteil befindet sich westlich der Altstadt Wolfen, zwischen dem Areal des Chemieparks Bitterfeld Wolfen und dem Technologiepark Mitteldeutschland. Der Ortskern weist eine dörfliche Struktur auf und erstreckt sich entlang der Verkehrsachse Neue Reihe – Rudolf-Breitscheid-Straße – Sandersdorfer Straße. Thalheim hat sich als Wohnstandort etabliert, insbesondere im nördlichen Teilbereich sind neue Ein- und Mehrfamilienhäuser entstanden, derzeit beträgt die Einwohnerzahl ca. 1.570.

Ortsteil Greppin: Greppin entwickelte sich frühzeitig als Wohngebiet für die umliegenden Industriestandorte und wird auch heute in weiten Teilen vom Chemiepark Bitterfeld Wolfen umgeben. Mit der „Gläsernen Aspirin Fabrik“ die einen Einblick in die moderne Herstellung der Aspirin-Tablette der Bayer Bitterfeld GmbH gewährt, verfügt der Ortsteil über eine besondere Sehenswürdigkeit. Im Ortsteil leben rd. 2.300 Einwohner. Greppin verfügt über eine eigene Grundschule und Kindertageseinrichtung. Ein ausgeprägtes Zentrum ist jedoch nicht vorhanden.

Ortsteil Holzweißig: Dieser bildet den südlichen Teil des Stadtgebietes von Bitterfeld-Wolfen. Der Ortsteil Holzweißig verfügt aktuell über ca. 2.800 Einwohner. Er ist auf Grund seiner Lage ein bevorzugter Wohnstandort. Holzweißig teilt sich in einen kleineren Teilbereich nordwestlich der Bahnlinie und dem älteren Ortskern südöstlich der Bahnlinie. Mit dem Nahversorgungszentrum verfügt der Ortsteil über eine eigene Versorgungsstruktur, die in den letzten Jahren durch Nachbelegung des Lebensmittelmarktes wieder gefestigt werden konnte. Für den Wohnstandort ist dies ebenso ein wichtiger Standortfaktor, wie die Kindertageseinrichtung und die Grundschule.

2.2. Einzugsgebiet des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels

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

Unter diesen Prämissen sind für die Einzugsgebietsabgrenzung des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels folgende Aspekte maßgeblich:

- Die Lage im Spannungsfeld gleichrangiger bzw. übergeordneter zentraler Orte, insbesondere die Ausstrahlung der Oberzentren Halle (Saale) und Leipzig wirkt begrenzend auf die zu erzielende regionale Kundenbindung. Auch benachbarte Mittelzentren verfügen über bedeutsame Einzelhandelsstandorte, die regionale Kaufkraftverflechtungen mit Kaufkraftzuflüssen aufweisen, wie deren Zentralitätskennziffern belegen: Köthen (127,1), Lutherstadt Wittenberg (126,7) und Delitzsch (115,2).[4] Zudem bindet der Standort Günthersdorf mit dem Shopping- und Freizeitcenter Nova Eventis und den beiden großen Einrichtungshäusern (Höffner, Ikea) regionale Kundenströme und begrenzt damit die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen, speziell des mittel- und langfristigen Bedarfs.
- Aufgrund dieser Wettbewerbssituation übernimmt der Einzelhandel in Bitterfeld-Wolfen regionale Versorgungsfunktionen größtenteils nur für ein unmittelbares Umfeld. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Region außerhalb der zentralen Orte relativ dünn besiedelt ist, was einerseits das Nachfragevolumen begrenzt, andrerseits auch Chancen des Einzelhandels, speziell für Bitterfeld-Wolfen, der größten Stadt im Landkreis Anhalt-Bitterfeld, eröffnet.
- Das Einzugsgebiet des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels bildet die raumordnerisch zugewiesenen Versorgungsfunktionen ab und entspricht im Wesentlichen dem ehemaligen Landkreis Bitterfeld. Die nachfolgende Abbildung kennzeichnet das Einzugsgebiet des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels. Die gewachsenen Bindungen an den Standort Bitterfeld-Wolfen stützen sicherlich die Kundenbeziehungen aus der Region, entscheidend ist aber die Funktion von Bitterfeld-Wolfen als wichtigster regionaler Wirtschaftsstandort.

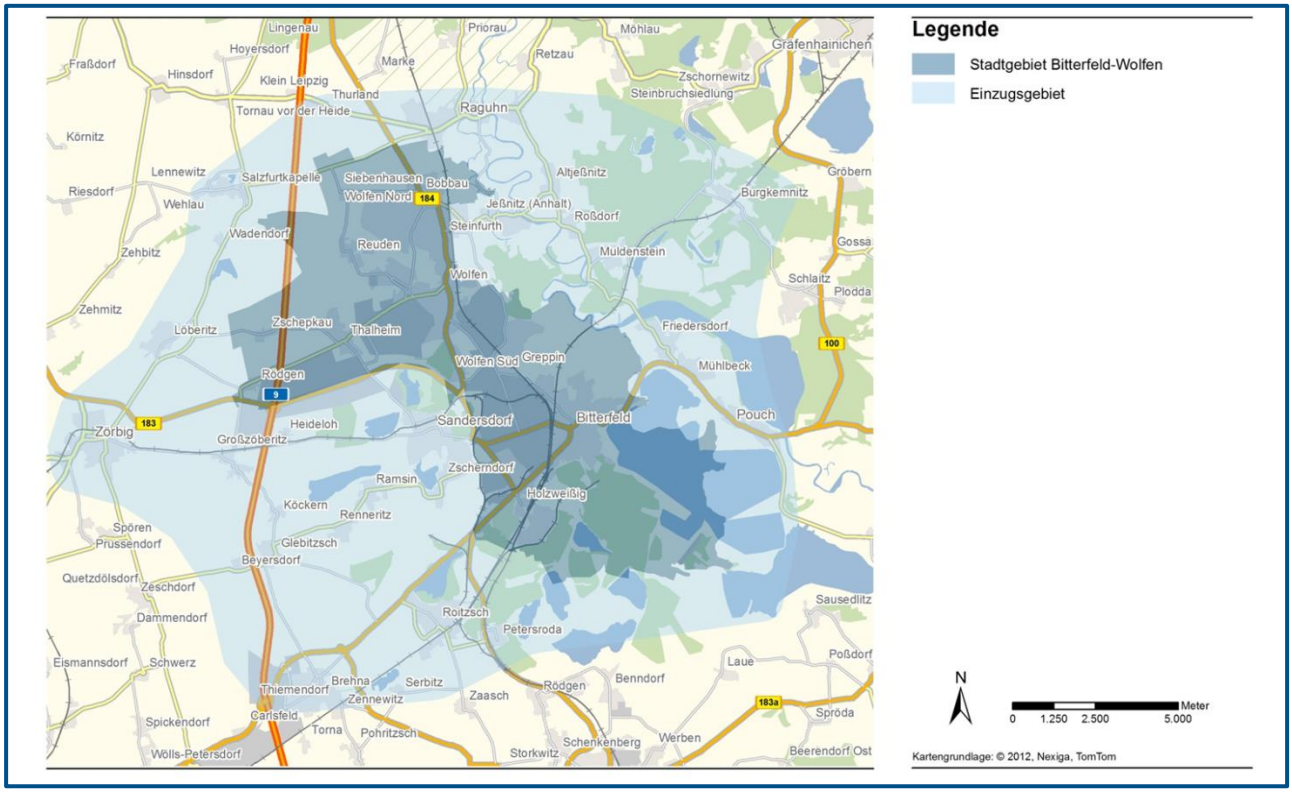
In dem definierten Einzugsgebiet wird gegenwärtig ein Potenzial von insgesamt rd. 75.400 Einwohnern angesprochen, wovon ein Anteil von etwa 54% (ca. 40.700 Einwohner) auf die Stadt Bitterfeld-Wolfen entfällt.

Die aktuelle Zentralitätskennziffer der Stadt Bitterfeld-Wolfen beträgt 125,3[5]. Dies ist vor dem Hintergrund der Standortbedingungen als positiv zu bewerten und der zentralörtlichen Funktion angemessen. Im Saldo von Zu- und Abflüssen generiert der Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen aktuell einen Kaufkraftzufluss in Höhe von rd. 40 Mio. €. (vgl. Abschnitt 4.3). Die regionale Ausstrahlung und Zentralität wird vor allem über die großflächigen Ergänzungsstandorte (Anhaltstraße, Muldepark, BITZ und Bismarckstraße) erzeugt.

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

[4] Quelle: BBE!CIMA!MB-Research Zentralitätskennziffern 2017 für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern
[5] Quelle: BBE!CIMA!MB-Research Zentralitätskennziffern 2017 für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern

Abb. 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen



Kartengrundlage: © 2012 Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2025

3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Gemäß den Einwohnerdaten der Stadt Bitterfeld-Wolfen lebten zum Stand vom 30.06.2017 im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen 40.709 Einwohner[6]. Die Stadt verzeichnete im zurückliegenden Zeitraum einen stetigen Bevölkerungsrückgang. Im Zeitraum von Ende Dezember 2011 bis Juni 2017 sank die Einwohnerzahl um 7,2%. In den Jahren ab 2015 ist gegenüber den Vorjahren ein abflachendes Niveau des Rückgangs erkennbar.

Im regionalen Vergleich verzeichnet die Stadt Bitterfeld-Wolfen jedoch überdurchschnittliche Bevölkerungsverluste. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick zur Einwohnerentwicklung der Stadt, des Landkreises Anhalt-Bitterfeld und des Landes Sachsen-Anhalt.

Tab. 1: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bitterfeld-Wolfen im regionalen Vergleich

	Stadt Bitterfeld-Wolfen			Landkreis Anhalt-Bitterfeld			Land Sachsen-Anhalt		
Stand	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	43.879		100,0%	170.827		100,0%	2.276.736		100,0%
31.12.2012	42.863	-2,3%	97,7%	168.475	-1,4%	98,6%	2.259.393	-0,8%	99,2%
31.12.2013	42.293	-1,3%	96,4%	166.828	-1,0%	97,7%	2.244.577	-0,7%	98,6%
31.12.2014	41.793	-1,2%	95,2%	165.076	-1,1%	96,6%	2.235.548	-0,4%	98,2%
31.12.2015	41.525	-0,6%	94,6%	164.817	-0,2%	96,5%	2.245.470	0,4%	98,6%
30.06.2016	41.187	-0,8%	93,9%	164.012	-0,5%	96,0%	2.239.428	-0,3%	98,4%
31.12.2016	40.964	-0,5%	93,4%						
30.06.2017	40.709	-0,6%	92,8%						
2025									
(Statistisches Landesamt, Basisjahr 2014)	**37.135**		84,6%	**150.476**		88,1%	**2.086.750**		91,7%

Quelle: Einwohnerdaten nach Ortsteilen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, GBI, SB Bürgerservice-Meldeangelegenheiten, 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose 2014 bis 2030 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, Basisjahr 2014

Grundlage für den Vergleich bilden die Daten zum Stand 30.06.2016.[7]. Im Landkreis Anhalt-Bitterfeld ist die Zahl der Einwohner im Zeitraum zwischen 2011 und 2016 um 4% zurückgegangen, im Landesdurchschnitt lag der Rückgang nur bei 1,6%, während Bitterfeld-Wolfen im gleichen Zeitraum einer Einwohnerverlust von 6,1% zu verzeichnen hatte.

Laut der aktuellen Prognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt wird auch für die Folgejahre bis 2025 mit einer negativen Bevölkerungsentwicklung gerechnet. Das Niveau ist unterschiedlich ausgeprägt. Für Bitterfeld-Wolfen wird im Jahr 2025 eine Einwohnerzahl von 37.135 prognostiziert. Bezogen auf das Jahr 2011 liegt der Rückgang bei insgesamt 15,4%. Die Einwohnerverluste im Landkreis Anhalt-Bitterfeld liegen bei 11,9% und im Durchschnitt des Landes Sachsen-Anhalt bei 8,3%.

Der Ortsteil Stadt Wolfen stellt weiterhin mit 40,4% den größten Bevölkerungsanteil innerhalb des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen, bereits dicht gefolgt vom Ortsteil Stadt Bitterfeld mit rd. 37,2%. In der Analyse zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2009 lag der Bevölkerungsanteil des Ortsteils Wolfen bei 46% und

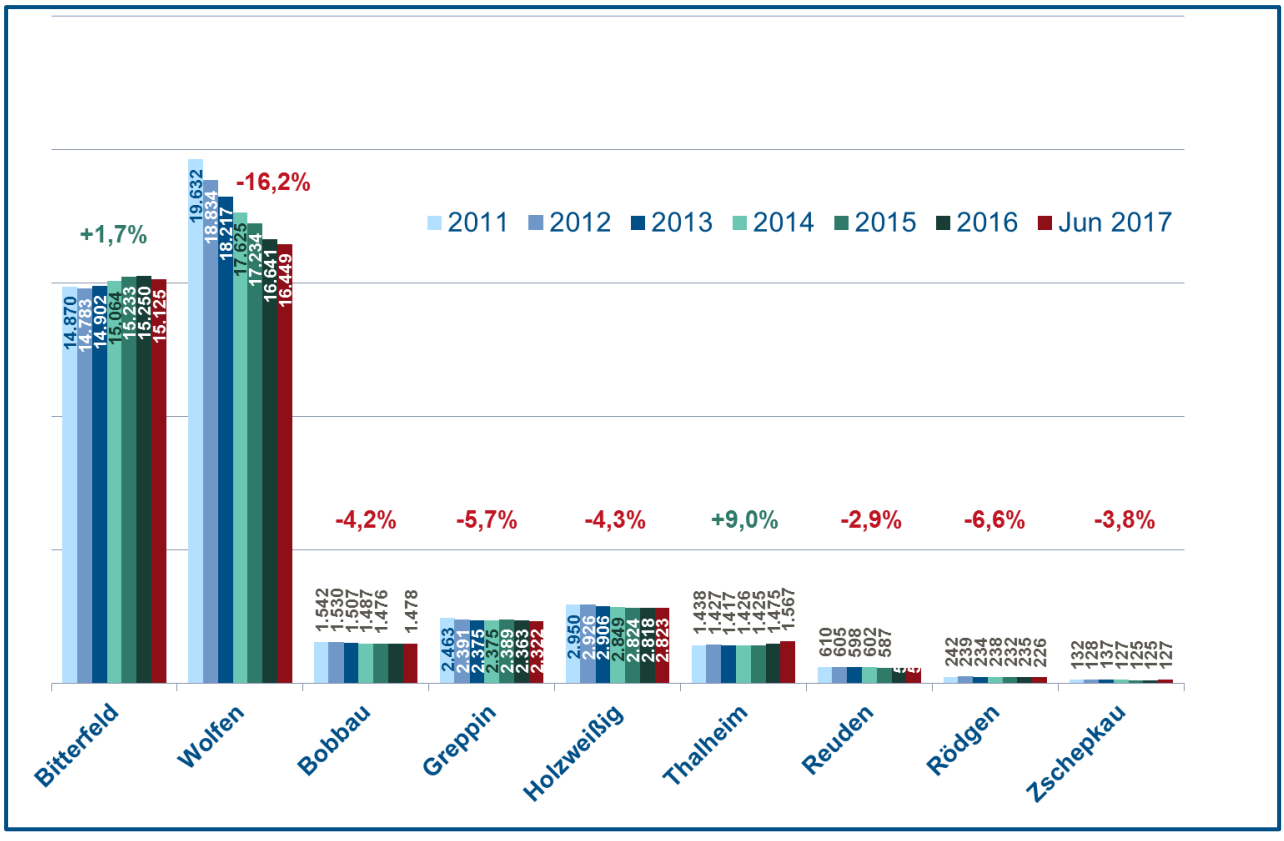
[6] Quelle: SB Bürgerservice-Meldeangelegenheiten, Einwohnerdaten nach Ortsteilen der Stadt Bitterfeld-Wolfen

[7] Quelle. Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung Land und Landkreise zum 30.06.2016, bezogen auf die Gebietseinheiten aktuellster Datenstand

des Ortsteils Bitterfeld bei 33%. In den Anteilen spiegelt sich die unterschiedliche Entwicklung der beiden großen Ortsteile wider. Während Wolfen im Zeitraum von 2011 bis 2017 insgesamt einen Einwohnerverlust von 16,2% zu verzeichnen hatte, weist der Ortsteil Stadt Bitterfeld mit einem Zuwachs von gesamt 1,7% eine positive Entwicklung auf. Die Ursachen für überdurchschnittlich sinkende Einwohnerzahlen in Wolfen liegen insbesondere in den weiterhin bestehenden hohen Wanderungsverlusten und einem generellen Sterbeüberschuss.

Die Einwohnerzahlen der anderen Ortsteile sind deutlich niedriger, wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist. Mehrheitlich verzeichneten die weiteren Ortsteile im Zeitraum von 2011 bis 2017 eine negative Einwohnerentwicklung. Die Spannweite der Einwohnerverluste ist breit gefächert und bewegt sich zwischen -6,6% (Rödgen) und -2,9% (Reuden). Eine Ausnahme bildet der Ortsteil Thalheim, welcher einen Bevölkerungszuwachs von 9,0% ausweist, welcher in den letzten beiden Jahren zu beobachten ist.

Abb. 4: Einwohnerentwicklung nach Ortsteilen der Stadt Bitterfeld-Wolfen



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

3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017

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

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

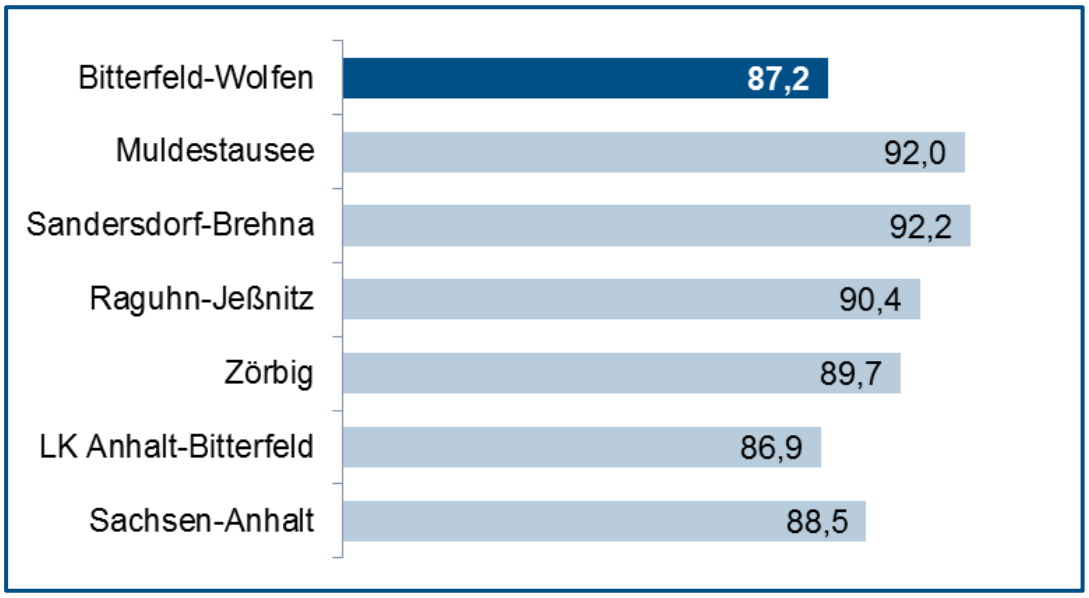
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen.

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

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

Für die Stadt Bitterfeld-Wolfen errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 87,2. Das Niveau der einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegt somit 12,8%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt und 1,3%-Punkte unter dem Landesdurchschnitt von Sachsen-Anhalt, jedoch leicht über dem durchschnittlichen Kaufkraftniveau des Landkreises Anhalt-Bitterfeld (86,9) Die nachfolgende Abbildung gibt den Überblick zum regionalen Vergleich. Dabei ist festzustellen, dass die kleineren Gemeinden im Umfeld der Stadt Bitterfeld-Wolfen deutlich höhere Kaufkraftkennziffern aufweisen. Die betrifft insbesondere die Stadt Sandersdorf-Brehna und die Gemeinde Muldestausee.

Abb. 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Bitterfeld-Wolfen im regionalen Vergleich



Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 6.205 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus liegen die Verbrauchsausgaben im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen bei 5.408 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial der Stadt Bitterfeld-Wolfen von ca. 220,17 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 132,49 Mio. € (ca. 60,2%),
- den mittelfristigen Bedarf 50,29 Mio. € (ca. 22,8%),
- den langfristigen Bedarf 37,39 Mio. € (ca. 17,0%).

Die nachfolgende Tabelle gibt einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Bitterfeld-Wolfen gegliedert nach Ortsteilen.[8]

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

Tab. 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Bitterfeld-Wolfen nach Ortsteilen und Warengruppen 2017

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2017
in 1.000 € zu EVP (incl. MwSt.)

Ortsteil	OT Bitterfeld	OT Wolfen	OT Bobbau	OT Greppin	OT Holzweißig	OT Thalheim	OT Reuden / Rödgen / Zschepkau	Stadt Bitterfeld-Wolfen gesamt
Sortimentgruppe	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfrage-volumen (T€)	Nachfragevolumen (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	32.203	34.039	3.059	4.706	6.043	3.243	1.956	85.248
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	4.067	4.359	392	587	746	415	250	10.817
Heimtier	664	702	63	97	125	67	40	1.759
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	9.023	9.872	887	1.305	1.695	940	567	24.289
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.953	3.166	284	435	558	302	182	7.879
Blumen / Zimmerpflanzen	998	947	85	139	183	90	54	2.497
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**49.909**	**53.086**	**4.770**	**7.269**	**9.348**	**5.057**	**3.050**	**132.489**
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	6.202	6.501	584	905	1.185	619	373	16.370
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.560	1.610	145	228	295	153	93	4.083
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	6.604	6.470	581	940	1.253	616	372	16.836
Gartenbedarf / Grün Outdoor	1.842	1.748	157	257	337	167	100	4.608
GPK**/Haushaltsgegenstände	1.214	1.245	112	176	233	119	72	3.170
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	629	587	53	87	116	56	34	1.562
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1.461	1.389	125	204	273	132	80	3.664
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**19.513**	**19.549**	**1.757**	**2.797**	**3.693**	**1.862**	**1.123**	**50.294**
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	1.083	1.123	101	158	208	107	65	2.844
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	3.789	3.774	339	555	737	360	217	9.771
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	2.035	2.125	191	297	385	202	122	5.357
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	3.771	3.846	346	538	690	366	221	9.778
Foto / Optik	1.625	1.662	149	232	308	158	95	4.230
Uhren / Schmuck	592	617	55	84	113	59	35	1.554
sonstiger Einzelhandel	1.467	1.528	137	213	276	146	88	3.854
überwiegend langfristiger Bedarf	**14.361**	**14.674**	**1.319**	**2.076**	**2.717**	**1.398**	**843**	**37.388**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**83.783**	**87.309**	**7.845**	**12.142**	**15.758**	**8.317**	**5.016**	**220.171**
*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik								
Einwohner	15.125	16.449	1.478	2.322	2.823	1.567	945	40.709

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

3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2025

Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bitterfeld-Wolfen bis 2025:

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Wie bereits im Abschnitt 3.1 zur Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bitterfeld-Wolfen aufgrund der Prognose des Landes Sachsen-Anhalt dargelegt, ist auch weiterhin mit sinkenden Einwohnerzahlen zu rechnen. Erwartet wird für die Stadt Bitterfeld-Wolfen ein Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2025 auf voraussichtlich 37.135 Einwohner.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2025:

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

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

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

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

Nachfrageentwicklung in der Stadt Bitterfeld-Wolfen bis 2025:

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Bitterfeld-Wolfen im Zeitraum bis 2025 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 3 zusammengefasst.

Die Modellrechnung führt zu einer Nachfrageentwicklung in einer Spannweite zwischen -8,8% bis -4,6% zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Bitterfeld-Wolfen.

Die aktuell absehbare Bevölkerungsentwicklung führt auch bei einem moderaten Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben zu einem rückläufigen Nachfragevolumen.

Tab. 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Bitterfeld-Wolfen bis 2025

	Stadt Bitterfeld-Wolfen		
	2017	2025 (opt.)	2025 (pess.)
Sortimentgruppe	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	85,2	81,3	77,8
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	10,8	10,3	9,9
Heimtier	1,8	1,7	1,6
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	24,3	23,2	22,2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7,9	7,5	7,2
Blumen / Zimmerpflanzen	2,5	2,4	2,3
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**132,5**	**126,4**	**120,9**
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	16,4	15,6	14,9
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	4,1	3,9	3,7
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / etc.)	16,8	16,1	15,4
Gartenbedarf / Grün Outdoor	4,6	4,4	4,2
GPK** / Haushaltsgegenstände	3,2	3,0	2,9
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1,6	1,5	1,4
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	3,7	3,5	3,3
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**50,3**	**48,0**	**45,9**
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	2,8	2,7	2,6
Möbel (inkl. Bad- /Garten- / Büromöbel)	9,8	9,3	8,9
Elektrogroß- und -kleingeräte	5,4	5,1	4,9
Unterhaltungselektronik / Musik /Video / PC / Drucker / Kommunikation	9,8	9,3	8,9
Foto / Optik	4,2	4,0	3,9
Uhren / Schmuck	1,6	1,5	1,4
sonstiger Einzelhandel	3,9	3,7	3,5
Überwiegend langfristiger Bedarf	**37,4**	**35,7**	**34,1**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**220,2**	**210,1**	**200,8**
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials		**-4,6%**	**-8,8%**

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

Einwohnerentwicklung	40.709	37.135	37.135
Kaufkraftentwicklung	87,2	91,2	87,2

Eine städtebaulich geordnete Einzelhandelsstandortentwicklung mit dem Fokus auf zentrale Versorgungsbereiche und deren konkrete Funktionsabstimmung stellt sich als zwingendes Erfordernis der Nachfrageentwicklung dar. Daneben gilt es auch die Nahversorgung im Stadtgebiet zu sichern.

4. Einzelhandelsstrukturen der Stadt Bitterfeld-Wolfen

4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

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

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

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen verfügt mit Stand zum November 2017 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 287 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 95.660 m², die einen Umsatz von ca. 260 Mio. € tätigen.

In der Gegenüberstellung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 ist festzustellen, dass die Anbieterzahl und die Gesamtverkaufsfläche zurückgegangen sind. Im Einzelhandelskonzept 2009 wurden 334 Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 105.721 m² ausgewiesen. Die Anbieterzahl ging folglich um rd. 14% und die Gesamtverkaufsfläche um ca. 10% zurück. Die Entwicklung in Bitterfeld-Wolfen ist von Zu- und Abgängen der Einzelhandelsunternehmen geprägt. Neben Neuansiedlungen und Standortverlagerungen mit Verkaufsflächenerweiterungen, u.a. die Entwicklung am Ergänzungsstandort BITZ mit REWE und dm, die Revitalisierung des Nahversorgungszentrums Holzweißig durch Ansiedlung eines NP-Lebensmittelmarktes, erfolgten jedoch auch zahlreiche Absiedlungen von Einzelhandelsbetrieben. Anzuführen ist die Schließung eines Bau- und Heimwerkermarktes (Max Bahr) sowie Geschäftsaufgaben sowohl in zentralen Versorgungsbereichen als auch Streulagen mit geringer Kundenfrequenz. Die Umsatzleistung des Einzelhandels konnte auf dem Niveau von 2009 (260 Mio. €) gehalten werden. Die positive Ausgabenentwicklung, speziell im kurzfristigen Bedarfsbereich, trägt sicherlich zu dem positiven Ergebnis bei. Auch kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass vorhandene oder neu in den Markt eingetretene Einzelhandelsunternehmen positive Effekte auf die Umsatzentwicklung ausgelöst haben, was einerseits zur einer gefestigten Marktposition des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen beiträgt, andererseits sich standortspezifisch sehr unterschiedlich darstellt.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 2,3 m² je Einwohner weist Bitterfeld-Wolfen immer noch einen quantitativ sehr hohen Flächenbesatz auf. Im Bundesdurchschnitt liegt die Flächenausstattung bei 1,5 m² je Einwohner. Im Vergleich der Verkaufsflächenausstattung sind jedoch die zugewiesenen Versorgungsfunktionen zu berücksichtigen, i.d.R. verfügen Mittelzentren über eine höhere Verkaufsflächenausstattung als der Bundesdurchschnitt. In diesem Kontext ist nochmals auf die rückläufige Bevölkerungsentwicklung in Bitterfeld-Wolfen zu verweisen, die rein rechnerisch zu einer wachsenden Verkaufsflächenausstattung führt, jedoch auch zu einer steigenden Wettbewerbsintensität, die sich auf städtebaulich relevante Standorte nachteilig auswirken kann.

Die Verkaufsflächenflächenausstattung ist auch einer stärkeren Branchen- und Betriebsformenprägung unterworfen. Wie auch im Einzelhandelskonzept von 2009 zeigt die Verkaufsflächenausstattung in Bitterfeld-Wolfen eine deutliche Ausprägung bei Lebensmittelmärkten / Verbrauchermärkten.

Allein auf die Lebensmittelmärkte (eingeschlossen Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser) entfällt ein Verkaufsflächenanteil von über 38,0%, an oben genannter Ausstattungskennziffer tragen sie mit einem Anteil von rd. 0,9 m² je Einwohner bei. Insgesamt verfügt die Stadt über 19 Standorte von Lebensmittelmärkten,

darunter 4 Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser an den Standorten Wittener Straße und Bismarckstraße (jeweils Kaufland) sowie in der Anhaltstraße (real,-) und im Ergänzungsstandort Muldepark (EDEKA). Insgesamt steht mit diesen Lebensmittel-Betriebsformen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 36.584 m² zur Verfügung. Eine differenzierte Bewertung dieses Besatzes gemessen am Bevölkerungspotenzial der Stadt Bitterfeld-Wolfen erfolgt im Abschnitt 5.4 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Verkaufsflächenausstattung des A-Zentrums Innenstadt Bitterfeld liegt derweil nur bei 0,17 m² je Einwohner und vermittelt somit schon einen Eindruck zur Ausprägung des Einzelhandels in der Innenstadt. Dies ist vorrangig darauf zurückzuführen, dass die Innenstadt über eine sehr kleinteilige Fachgeschäftsstruktur verfügt.

Auf das innenstadtrelevante Warengruppenspektrum (Bekleidung / Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Uhren / Schmuck, Unterhaltungselektronik, Foto / Optik) entfällt nur ein Verkaufsflächenanteil von rd. 3.200 m² bzw. 0,26 m² je Einwohner, bezogen auf das innerstädtische Angebot sind es nur 0,08 m² je Einwohner in dem innenstadtrelevanten Branchen. Letzteres kennzeichnet auch die Dominanz jeweiliger Betriebsformen an den unterschiedlichen Standorten.

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

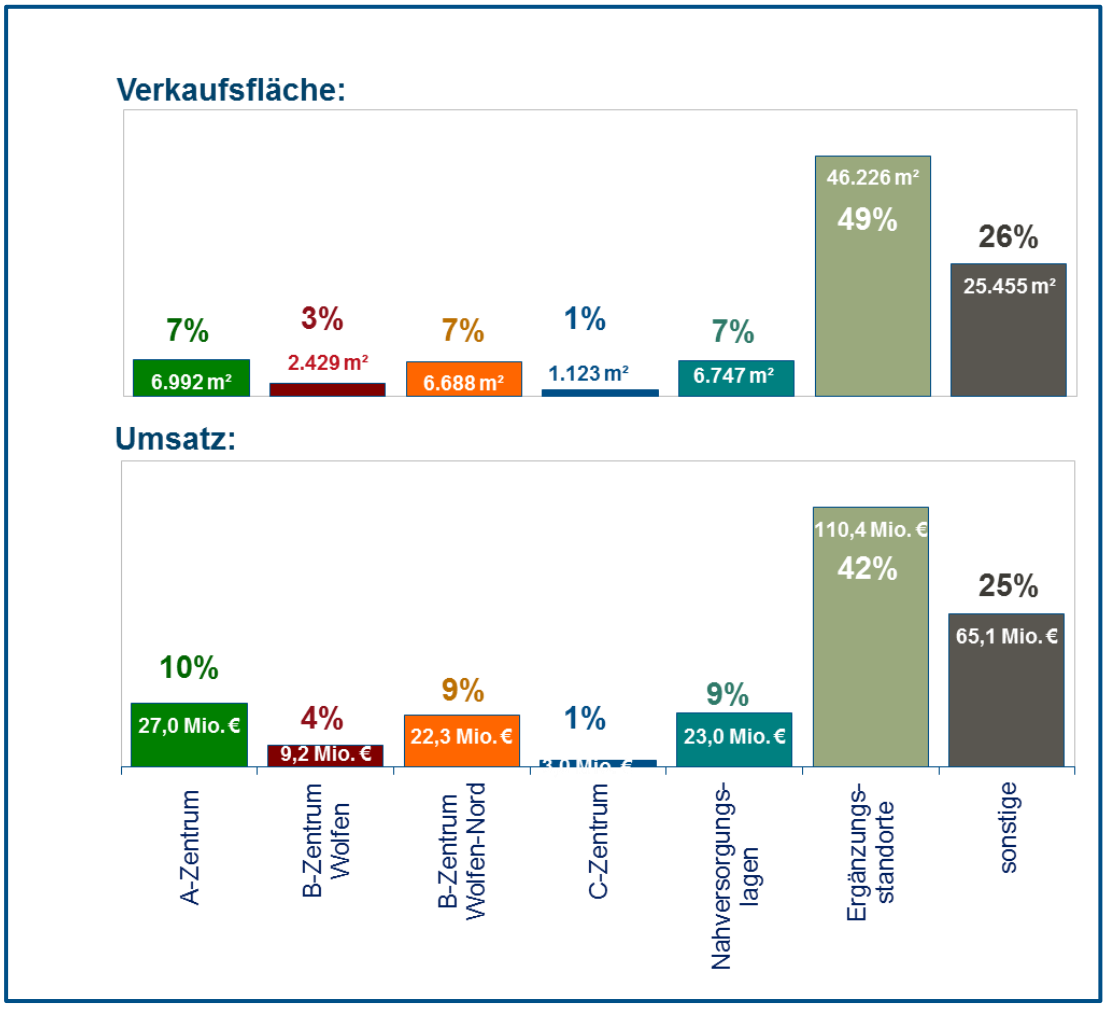
4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen

Die nachfolgende Abbildung 6 sowie die folgenden Tabellen differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach der Zentren- und Standortstruktur der Stadt Bitterfeld-Wolfen (gemäß aktueller Fortschreibung, vgl. Abschnitt 5.3).

Auffällig in der räumlichen Differenzierung nach der Zentren- und Standortstruktur ist, dass 49% der Bitterfeld-Wolfener Verkaufsfläche auf die Ergänzungsstandorte in Bitterfeld-Wolfen entfallen. Diese Standorte befinden sich in dezentralen Lagen, vorrangig sind großflächige Betriebsformate angesiedelt. Die Standortkategorie umschließt insgesamt 41 Anbieter, die zusammen einen Umsatzanteil von beachtlichen 42% erzielen. In diese Bewertung sind auch sonstige Standorte einzubeziehen, die einen Verkaufsflächenanteil von zusammen 26% und einen Umsatzanteil am Bitterfeld-Wolfener Einzelhandel von 25% repräsentieren. Auf die Ergänzungsstandorte und die sonstigen Standorte entfallen zusammen 75% der Verkaufsfläche und 67% der Umsätze des Einzelhandels in der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Dementsprechend gering sind die Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche. Die vier Zentren (Bitterfeld, Wolfen und Wolfen-Nord, Holzweißig) umfassen zusammen nur 18% der Verkaufsfläche (ca. 17.200 m²),

Eine differenzierte Betrachtung des Verkaufsflächenbesatzes und der Umsatzstruktur nach Warengruppen, verteilt auf maßgebliche Bitterfeld-Wolfener Standorte, erfolgt in den folgenden Tabellen 4 und 5.

Abb. 6: Verkaufsflächen und Umsatzanteile nach der Zentren- und Standortstruktur



Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Tab. 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Bitterfeld-Wolfen

	A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld		*B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße*		*B-Zentrum Wolfen-Nord*		*C-Zentrum Holzweißig*		*Nahversor-gungslagen*		*Ergänzungs-standort Bismarck-straße*		*Ergänzungs-standort Muldepark Bobbau*		*Ergänzungs-standort BITZ*		*Ergänzungs-standort Anhaltstraße*		*sonstige Standorte*		**Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen gesamt**	
	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Metzger)	1.575	5%	915	3%	2.625	8%	843	3%	5.772	18%	4.220	13%	2.510	8%	1.837	6%	3.295	10%	8.787	26%	**32.379**	**100%**
Drogerie/Parfümerie	510	11%	115	2%	685	14%	80	2%	445	9%	410	9%	220	5%	786	17%	540	11%	940	20%	**4.731**	**100%**
Apothekenbedarf / Sanitätshäuser	156	18%	40	5%	165	19%											65	7%	460	51%	**886**	**100%**
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	155	2%	80	1%	118	2%	75	1%	125	2%	881	13%	1.930	28%	1.910	29%	705	10%	798	12%	**6.777**	**100%**
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	370	19%	55	3%	125	6%	40	2%	60	3%	165	9%	110	6%	105	5%	210	11%	685	36%	**1.925**	**100%**
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	2.104	27%	525	7%	740	10%	45	1%	60	1%	200	3%	935	12%	665	9%	880	12%	1.365	18%	**7.519**	**100%**
Schuhe/Lederwaren	85	3%	5		10	1%	10	1%	25	1%	50	2%	525	20%	335	13%	1.065	41%	460	18%	**2.570**	**100%**
Heimwerker/Autozubehör	5				15				10		2.365	19%	3.850	31%	3.325	27%	405	3%	2.540	20%	**12.515**	**100%**
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	120	4%	90	3%	105	3%	10		45	1%	530	16%	415	12%	570	17%	370	11%	1.155	33%	**3.410**	**100%**
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	110	13%	30	4%	30	4%					60	7%	35	4%			200	24%	365	44%	**830**	**100%**
Sportartikel/Fahrräder	165	9%	70	4%			10	1%	5		85	5%	90	5%	10	1%	270	15%	1.094	60%	**1.799**	**100%**
Haustextilien/Heimtextilien	85	2%	210	4%					25	1%	130	3%	380	8%	85	2%	1.390	29%	2.415	51%	**4.720**	**100%**
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	200	2%			1.500	17%					30		2.800	32%	300	3%	400	5%	3.640	41%	**8.870**	**100%**
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	253	11%	10						15	1%	310	14%	1.010	44%	420	19%	170	8%	60	3%	**2.248**	**100%**
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	754	29%	110	4%	25	1%			25	1%	111	4%	996	39%	5		280	11%	295	11%	**2.601**	**100%**
Foto/Optik/Akustik	230	29%	60	7%	235	29%					5	1%	70	9%	15	2%	35	4%	156	19%	**806**	**100%**
Uhren/Schmuck	45	45%	20	20%															35	35%	**100**	**100%**
sonstiges	70	7%	94	10%	310	31%	10	1%	135	14%	40	4%	25	3%	55	6%	30	3%	205	21%	**974**	**100%**
Einzelhandel gesamt	**6.992**	**7%**	**2.429**	**3%**	**6.688**	**7%**	**1.123**	**1%**	**6.747**	**7%**	**9.592**	**10%**	**15.901**	**17%**	**10.423**	**11%**	**10.310**	**11%**	**25.455**	**26%**	**95.660**	**100%**

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Tab. 5: Umsatzstruktur nach Warengruppen in der Zentren- und Standortstruktur von Bitterfeld-Wolfen

	A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld		*B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße*		*B-Zentrum Wolfen-Nord*		*C-Zentrum Holzweißig*		*Nahversor-gungslagen*		*Ergänzungs-standort Bismarck-straße*		*Ergänzungs-standort Muldepark Bobbau*		*Ergänzungs-standort BITZ*		*Ergänzungs-standort Anhaltstraße*		*sonstige Standorte*		**Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen gesamt**	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Metzger)	6.890	6%	3.830	3%	9.410	8%	2.280	2%	19.600	17%	15.190	13%	8.280	7%	6.410	5%	14.350	12%	30.680	27%	**116.920**	**100%**
Drogerie/Parfümerie	1.400	9%	430	3%	2.300	15%	200	1%	1.530	10%	1.290	8%	660	4%	3.500	22%	1.810	12%	2.540	16%	**15.660**	**100%**
Apothekenbedarf / Sanitätshäuser	4.630	23%	1.000	5%	3.870	19%											1.110	6%	9.480	47%	**20.090**	**100%**
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	560	4%	270	2%	410	3%	190	1%	420	3%	1.370	11%	2.930	24%	3.380	26%	1.270	10%	2.100	16%	**12.900**	**100%**
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	1.320	21%	280	4%	490	8%	110	2%	220	4%	430	7%	300	5%	300	5%	610	10%	2.190	34%	**6.250**	**100%**
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	5.060	31%	1.200	7%	1.850	11%	130	1%	230	1%	400	2%	2.050	12%	1.730	10%	2.280	13%	2.115	12%	**17.045**	**100%**
Schuhe/Lederwaren	280	5%	20		20		30	1%	90	2%	100	2%	1.260	22%	890	16%	2.130	38%	800	14%	**5.620**	**100%**
Heimwerker/Autozubehör	10				40				40		3.210	17%	5.470	30%	5.660	31%	460	2%	3.540	20%	**18.430**	**100%**
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	330	6%	220	4%	170	3%	30	1%	150	3%	860	15%	600	10%	1.300	21%	630	11%	1.615	26%	**5.905**	**100%**
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	380	21%	80	5%	100	6%					120	7%	70	4%			400	23%	620	34%	**1.770**	**100%**
Sportartikel/Fahrräder	470	13%	140	4%			30	1%	20	1%	130	4%	140	4%	20	1%	540	16%	1.950	56%	**3.440**	**100%**
Haustextilien/Heimtextilien	260	4%	520	9%					100	2%	180	3%	550	9%	160	3%	1.550	26%	2.560	44%	**5.880**	**100%**
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	200	2%			1.420	17%					40		3.190	38%	510	6%	480	6%	2.640	31%	**8.480**	**100%**
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	570	12%	40	1%					60	1%	470	10%	2.510	53%	730	15%	320	7%	55	1%	**4.755**	**100%**
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	2.990	31%	440	5%	90	1%			100	1%	350	4%	3.830	40%	20		780	8%	915	10%	**9.515**	**100%**
Foto/Optik/Akustik	1.000	29%	320	9%	990	29%					30	1%	270	8%	140	4%	120	3%	590	17%	**3.460**	**100%**
Uhren/Schmuck	390	49%	200	25%															210	26%	**800**	**100%**
sonstiges	220	7%	310	10%	1.100	35%	30	1%	480	15%	80	3%	50	2%	290	9%	60	2%	490	16%	**3.110**	**100%**
Einzelhandel gesamt	**26.960**	**10%**	**9.300**	**4%**	**22.260**	**9%**	**3.030**	**1%**	**23.040**	**9%**	**24.250**	**9%**	**32.160**	**12%**	**25.040**	**10%**	**28.900**	**11%**	**65.090**	**25%**	**260.030**	**100%**

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Auf das **A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld** entfallen 64 Einzelhandelsbetriebe und damit ein Anteil von 22% an der Gesamtzahl. Zusammen repräsentieren die innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe mit rd. 6.922 m² Verkaufsfläche jedoch nur 7% der Einzelhandelsfläche. Die Umsatzleistung des innerstädtischen Handels liegt bei ca. 27 Mio. €. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 3.860 € je m² Verkaufsfläche, die im Wesentlichen von größeren Anbietern (Lebensmittelmarkt, Drogeriemarkt, Unterhaltungselektronik, aber auch Apotheken und Lebensmittelhandwerk) getrieben wird. Der Umsatzanteil des Innenstadtzentrums liegt bei 10% vom Gesamtumsatz des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen. Der höhere Umsatzanteil im Vergleich zum Verkaufsflächenanteil der Innenstadt resultiert aus der Branchenstruktur und den kleinflächigen Geschäftsstrukturen, die höhere Flächenleistungen als großflächige Einzelhandelsbetriebe erzielen. [9]

Auf Rückgänge von Einzelhandelshandelsbetrieben und Verkaufsflächen im Vergleich zur Bestandserhebung für das Einzelhandelskonzept 2009 wurde bereits hingewiesen. Das A-Zentrum (Innenstadt Bitterfeld) verzeichnet eine positive Entwicklung. Die Verkaufsfläche ist um rd. 1.300 m² gestiegen. Der Verkaufsflächenzuwachs resultiert maßgeblich aus der Ansiedlung von EP Würfele und der Erweiterung des Lebensmitteldiscounters ALDI. Ein positiver Aspekt der Innenstadt ist die Branchenvielfalt. Die Ausprägung zentrenrelevanter Branchen ist jedoch stark ausbaufähig. Bei Bekleidung und Schuhe / Lederwaren sind gerade mal 27% bzw. 3% der jeweils branchenspezifischen Gesamtverkaufsfläche in der Bitterfelder Innenstadt verortet. In der Branche Bekleidung entspricht dies einer Verkaufsfläche von 2.104 m², die Innenstadt hebt sich damit sogar von anderen Standorten ab. Besonders problematisch sind aber die geringen Verkaufsflächenanteile der Sortimente Schuhe / Lederwaren (85 m²) und Glas / Porzellan / Keramik (120 m²). Eigentlich ist die Einschätzung auf alle innenstadtrelevante Sortimente zutreffend. Sortimentsbreite – tiefe sind stark ausbaufähig, vor allem wenn die Innenstadt zukünftig eine größere Ausstrahlungskraft erzielen will, gilt es Entwicklungsspielräume innenstadtrelevanter Branchen auf das Zentrum zu konzentrieren. Dies gilt auch für Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs, welches vor allem durch Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf vertreten wird und einen Flächenanteil von zusammen 29% ausweist. Der Rossmann Drogeriemarkt verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 460 m². Die Umsetzung des aktuellen Angebotskonzepts ist auf der vorhandenen Fläche nicht umfänglich möglich, dies spiegelt sich auch in den Verkaufsflächen- und Umsatzanteilen der Branche Drogerie für die Innenstadt wider, die mit einem Verkaufsflächenanteil von 11% deutlich in der Innenstadt unterrepräsentiert ist. Moderne Drogeriemarktkonzepte können als maßgebliche Frequenzbringer für eine Innenstadt fungieren. Ebenso unterrepräsentiert ist das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in der Innenstadt Bitterfeld. Aufgrund der Entwicklungen der letzten Jahre in deren Umfeld und der daraus resultierenden Wettbewerbsdichte sind weitere Ansiedlungsbestrebungen im A-Zentrum nicht zu erwarten.

Das **B-Zentrum Wolfen -Leipziger Straße**- mit rd. 2.429 m² Verkaufsfläche verfügt über einen Anteil von rd. 3% an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt. Gegenüber 2009 hat sich die Verkaufsfläche im B-Zentrum aufgrund der Schließung von Einzelhandelsbetrieben um rd. 1.100 m² verringert. Das Zentrum ist im Altstadtbereich des Ortsteils Wolfen gelegen und erstreckt sich weitläufig entlang der Leipziger Straße und Teile der Bahnhofstraße. Ankerbetriebe des Standorts sind der Discounter LIDL mit rd. 940 m² Verkaufsfläche und in Verbindung damit der Textilmarkt kik (rd. 400 m² Verkaufsfläche). Die Angebotsstruktur im B-Zentrum ist breit gefächert, insgesamt sind 25 Einzelhandelsbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs verortet. Es handelt sich größtenteils um Fachhandelsgeschäfte, die am Standort etabliert sind. Der Bereich der Bahnhofstraße umschließt mehrheitlich Dienstleistungsangebote.

Das **Ortsteilzentrum Wolfen–Nord** hat sich schrittweise im Kreuzungsbereich Straße der Chemiearbeiter / Dessauer Allee entwickelt und besteht aus mehreren benachbarten Handelskomplexen, die sich in ihren Funktionen wechselseitig ergänzen. Das Ortsteilzentrum Wolfen-Nord verfügt über eine Verkaufsfläche von

[9] Besonders die stark flächenbeanspruchenden Branchen Heimtextilien mit Teppiche / Bodenbeläge sowie Möbel etc. in den Ergänzungsstandorten verzeichnen deutlich geringere Flächenleistungen, mit entsprechendem Einfluss auf den Durchschnittswert des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels..

ca. 6.688 m² und verkörpert damit einen Anteil von 7% an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt. Im Vergleich zu 2009 ist die Verkaufsfläche ca. 200 m² gestiegen. Insgesamt sind in den zentralen Versorgungsbereich 25 Einzelhandelsbetriebe eingebunden, die 9% des gesamten Einzelhandelsumsatzes der Stadt binden. Der Einzelhandelsbesatz weist ein vielfältiges Branchenspektrum auf. Den Schwerpunkt bildet die Grundversorgung, die durch drei leistungsstarke Anbieter EDEKA (1.300 m² Verkaufsfläche), ALDI (1.000 m²) und Penny (700 m²) und den Drogeriemarkt Rossmann (670 m²) gesichert wird. Diese Anbieter fungieren als Anker- und Magnetbetriebe im Ortsteilzentrum. Weitere Anbieter, vorrangig des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs (u.a. Takko Textilmarkt) sowie zahlreiche Dienstleistungsbetriebe, ergänzen das Angebotsspektrum. Darüber hinaus befindet sich am Standort Straße der Chemiearbeiter ein großflächiger Möbel Mitnahmemarkt (Möbel Mit), der sicherlich ein erweitertes Einzugsgebiet erschließt.

Die Einstufung des **C-Zentrum Holzweißig** erfolgte im Einzelhandelskonzept von 2009 mit der Aufgabenstellung zur Revitalisierung, da zum damaligen Zeitpunkt kein Lebensmittelmarkt im Zentrum vertreten war. Mit der Ansiedlung des NP-Marktes ist die Revitalisierung des Zentrums gelungen. Die Nahversorgung für den Ortsteil Holzweißig konnte somit gesichert werden. Insgesamt befinden sich in zwei Gebäudekomplexen sechs Anbieter im Zentrum. Der NP-Markt fungiert als Magnet des Zentrums, ergänzt durch einen Getränkemarkt und kleine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. In Summe verfügt das Nahversorgungszentrum über 1.123 m² Verkaufsfläche, dies ist 1% der Gesamtverkaufsfläche. Der Umsatzanteil des C-Zentrums Holzweißig liegt ebenfalls bei 1%.

Das im Einzelhandelskonzept von 2009 ebenfalls in Revitalisierung ausgewiesene C-Zentrum Damaschkestraße konnte die potenzielle Funktionsbestimmung nicht sicherstellen. Der Standort wird zukünftig als Nahversorgungslage eingestuft. In die Zentren- und Standortstruktur sind insgesamt sieben **Nahversorgungslagen** zusammengeführt. Die Charakterisierung der einzelnen Lagen erfolgt im Abschnitt 5.5.4. Die Nahversorgungslagen umfassen eine Gesamtverkaufsfläche von 6.747 m² und generieren damit einen Umsatz von rd. 23 Mio. €. In den Nahversorgungslagen sind stets ein Lebensmittelmarkt, teilweise mit ergänzenden Bäcker oder Fleischer, vertreten.

Der **Ergänzungsstandort Bismarckstraße** liegt im Ortsteil Stadt Bitterfeld, an der Bismarckstraße (Kreuzungsbereich Wiesenstraße), nahe der Innenstadt und steht mit dieser in Wechselbeziehung. Der Einzelhandelsstandort bindet 10% der Einzelhandelsflächen von Bitterfeld-Wolfen. Flächengrößte Anbieter sind der Kaufland-Verbrauchermarkt und der B1-Baumarkt. Die anderen Betriebe sind Konzessionäre. Insgesamt sind acht Anbieter am Standort vertreten und erzielen einen Gesamtumsatz von 24,3 Mio. € bzw. 9% der Bitterfeld-Wolfener Einzelhandelsumsätze.

Im Branchenspektrum wesentlich breiter aufgestellt, ist der **Muldepark Bobbau**. Der Ergänzungsstandort liegt am nördlichen Rand des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen, unmittelbar an der Bundesstraße B 184. Das Ortsteilzentrum Wolfen-Nord befindet sich etwa 1,5 km entfernt, damit sind unmittelbare Wettbewerbsbeziehungen zum B-Zentrum gegeben. Der Standort verfügt über rd. 15.900 m² Verkaufsfläche und ist damit der flächengrößte Ergänzungsstandort im Stadtgebiet. Er repräsentiert einen Anteil von 17% der Gesamtverkaufsfläche und 12% am Umsatz des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Die Angebotsstruktur dominieren großflächige Fachmärkte. Flächengrößte Anbieter sind der toom-Baumarkt (6.350 m² Verkaufsfläche), der EDEKA-Verbrauchermarkt (rd. 3.300 m² incl. Konzessionäre) und der Möbel Boss (rd. 2.800 m²). Mit großflächigen Angebotskonzepten sind auch der Unterhaltungselektronikmarkt MEDIMAX und der AWG Modemarkt am Standort vertreten. Auch Deichmann-Schuhe und der Heimtierbedarfanbieter Zoo & Co. sind mit Fachmarktkonzepten im Muldepark ansässig. Insgesamt sind am Standort 14 Anbieter vertreten. Der Einzelhandelsstandort verzeichnet ein breites Branchenspektrum mit einem bedeutsamen Anteil innenstadtrelevanter Sortimente (Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Unterhaltungselektronik etc.).

Das **Einkaufszentrum „BITZ“ (Bitterfelder Fachmarkt Zentrum)** befindet sich am südwestlichen Stadtrand, unmittelbar an der Brehnaer Straße / B 100. Über die Bundesstraße B 100 ist eine direkte Anbindung an das A-Zentrum gegeben (ca. 2 km entfernt). Der Ergänzungsstandort verzeichnet im Vergleich zu 2009 einen Verkaufsflächenzuwachs von rd. 1.900 m², ursächlich begründet durch die zwischenzeitliche Ansied-

lung eines REWE-Supermarktes und des Drogeriefachmarktes dm. Mit diesen Ansiedlungen hat sich der Anteil zentrenrelevanter Branchen am Ergänzungsstandort maßgeblich erhöht. Die Verkaufsfläche des Standorts „BITZ“ umfasst aktuell ca. 10.423 m². Flächengrößter Anbieter ist der OBI Baumarkt (ca. 5.800 m² Verkaufsfläche). Insgesamt sind mit Dienstleistern 14 Betriebe in den Ergänzungsstandort eingebunden. Der ausgeprägte Fachmarktbesatz wird durch die weiteren Anbieter Discounter ALDI, Nonfooddiscounter Tedi, Deichmann Schuhe und kik Textilmarkt untersetzt.

An der Ortsteilgrenze von Bitterfeld und Greppin liegt das **Einkaufszentrum Anhaltstraße**. Es verfügt mit ca. 10.310 m² Verkaufsfläche derzeit über fast die gleiche Größendimensionierung wie das BITZ. In der Bewertung der Branchenstruktur ist festzuhalten, dass mit dem real,- SB-Warenhaus (rd. 6.000 m² Verkaufsfläche), Siemes Schuhcenter (ca. 950 m²) und Takko Textilmarkt die Zentrenrelevanz der Angebotsstrukturen evident ist. Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind ein Dänisches Bettenlager, der Frick Teppichmarkt und ein Fressnapf (Tiernahrung). Am Standort sind insgesamt 15 Einzelhandelsbetriebe und Dienstleister ansässig. Gegenüber 2009 ist jedoch auch eine signifikante Reduzierung der Verkaufsfläche um ca. 4.000 m² zu verzeichnen, die aus Absiedlungen von Betrieben (insbesondere der ehemalige Praktiker-Baumarkt) resultieren und zukünftig mit einem neuen Nutzungskonzept revitalisiert werden sollen.

Im Resümee ist die bereits dargelegte Dominanz der Ergänzungsstandorte festzuhalten, welche zum einen auf die Fachmarktnachfrage maßgeblich ausgerichtet sind, die vom A-Zentrum nur unzureichend gebunden wird. Zum anderen tragen die Standorte auch zur Wahrnehmung mittelzentraler Versorgungsfunktionen bei, unterstützt auch durch deren Lagegunst und Erreichbarkeit.

In die Kategorie **sonstige Standorte** sind 113 Einzelhandelsbetriebe eingebunden. Damit sind über 39% der Einzelhandelsbetriebe in Bitterfeld-Wolfen an sonstigen Standorten verortet. Die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe bezogen auf das Stadtgebiet ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Die beiden größten Ortsteile Wolfen und Bitterfeld verzeichnen erwartungsgemäß die höchste Anzahl von Betrieben in sonstigen Lagen, die nicht in die Zentren- und Standortstruktur eingebunden sind. Schwerpunkte der Standortkategorie bilden in Wolfen die Wittener Straße u.a. mit dem Kauflandstandort, auch die Berthold-Brecht-Straße und Teilbereiche der Leipziger Straße, die außerhalb des B-Zentrums liegen und ebenfalls mehrere Anbieter aufweisen. Im Ortsteil Stadt Bitterfeld sind es die Dessauer Straße und Bismarckstraße, die über diverse Einzelhandelsbetriebe verfügen.

Die jeweilige Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in den Ortsteilen korreliert einerseits mit den Einwohnerzahlen des jeweiligen Ortsteils, andererseits haben auch Erreichbarkeitsaspekte eine große Bedeutung für Einzelhandelsansiedlungen. Prädestiniertes Beispiel ist der Ortsteil Bobbau, neben dem Ergänzungsstandort Muldepark sind insgesamt weitere 12 Einzelhandelsbetriebe in Streulagen ansässig. In den Ortsteilen Greppin und Thalheim liegen die Anbieterzahlen deutlich darunter und bewegen sich zwischen drei bis sechs Anbietern.

4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen

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

Die Ergebnisse verdeutlichen ein Spannungsfeld zwischen Eigenbindung vor Ort, regionaler Ausstrahlung, insbesondere durch die großflächigen Ergänzungsstandorte sowie weitere im Stadtgebiet angesiedelte großflächige Anbieter (u.a. des Lebensmittelhandels) und branchenspezifisch starken Kaufkraftabflüssen zu Wettbewerbsstandorten im regionalen Umfeld.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 118%. Das heißt, dass im Saldo von Kaufkraftzu- und -abflüssen der Bitterfeld-Wolfener Einzelhandel einen Kaufkraftzufluss verzeichnet. Im Saldo und über alle Warengruppen summiert kann der Bitterfeld-Wolfener Einzelhandel rd. 40 Mio. € an Nachfragevolumen zusätzlich binden. Bei einer detaillierten Analyse nach Branchen ist festzustellen, dass deutliche Unterschiede bestehen. Diese sind zunächst darauf zurückzuführen, dass branchenspezifisch sehr unterschiedliche Nachfragesegmente und Zielgruppen angesprochen werden.

Tab. 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen 2017

	Marktpotenzial Stadt Bitterfeld-Wolfen	*EH-Umsatz Stadt Bitterfeld-Wolfen*	*Kaufkraft-bindung*	*Saldo Zu- u. Abfluss*
	(T€)	(T€)	(%)	(T€)
Nahrungs- und Genußmittel	85.248	116.920	137%	31.672
Drogerie / Parfümerie	10.817	15.660	145%	4.843
Blumen / Zoo / Gartenbedarf	8.864	12.900	146%	4.036
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	24.289	20.090	83%	-4.199
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7.879	6.250	79%	-1.629
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**137.097**	**171.820**	**125%**	**34.723**
Bekleidung / Wäsche	16.370	17.045	104%	675
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.083	5.620	138%	1.537
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	16.836	18.430	109%	1.594
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	3.170	5.905	186%	2.735
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.562	1.770	113%	208
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3.664	3.440	94%	-224
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**45.686**	**52.210**	**114%**	**6.524**
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	2.844	5.880	207%	3.036
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	9.771	8.480	87%	-1.291
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5.357	4.755	89%	-602
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	9.778	9.515	97%	-263
Foto / Optik	4.230	3.460	82%	-770
Uhren / Schmuck	1.554	800	51%	-754
Sonstiges	3.854	3.110	81%	-744
überwiegend langfristiger Bedarf	**37.388**	**36.000**	**96%**	**-1.388**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**220.171**	**260.030**	**118%**	**39.859**

Quelle: BBE-Berechnung

Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist bei einer Kaufkraft-Umsatz-Relation von 125% ein deutlicher überörtlicher Zufluss zu beobachten, der insbesondere durch das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln generiert wird. Die Bitterfeld-Wolfener Standortstrukturen bei Lebensmittelmärkten werden sowohl durch die vier

Verbrauchermärkte mit entsprechender regionaler Magnetwirkung als auch durch einen guten Mix der nahversorgungsrelevanten Betriebsformen Supermarkt und Discounter vertreten. Die Bindungsquote für Drogerie / Parfümerie liegt sogar bei 145% und wird neben den drei Drogeriefachmärkten (dm und zweimal Rossmann) auch durch das Angebot der Verbrauchermärkte erzeugt. Die hohe Bindungsquote im Drogeriesortiment zeigt auch im Vergleich mit Nahrungs- und Genussmitteln (137%), zwischen beiden Sortimentsgruppen bestehen hohe Kopplungspotenziale, dass die Entwicklungsspielräume sehr gering sind. Bei pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Sortimenten ist sogar ein Kaufkraftabfluss von rd. 4,2 Mio. € zu verzeichnen. In der Sortimentsgruppe Blumen / Heimtierbedarf wird insbesondere durch das Angebot der Baumärkte (Obi, toom) und der Heimtiernahrung im Lebensmittelhandel ein deutlicher Kaufkraftzufluss erzielt. Begrenzte Entwicklungsspielräume sind in der Sortimentsgruppe Papier, Bürobedarf, Schreibwaren und Bücher bei einer aktuellen Kaufkraftbindung von 79% gegeben.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich sind überwiegend Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, obschon branchenspezifische Unterschiede bestehen. Eine Bindungsquote von 104% bei Bekleidung ist ausbaufähig, sie wird der mittelzentralen Funktion nicht gerecht. Ein Orientierungswert für Bekleidung liefert die Bindungsquote für Schuhe / Lederwaren mit 138%, welche insbesondere durch das Fachmarktangebot in den Ergänzungsstandorten induziert wird. Bekleidung gehört zu jenen Warengruppen, für die der Verbraucher eher bereit ist, größere Zeit-Wege-Aufwendungen zu akzeptieren. Gerade in diesem Sortiment bewirkt die Nähe zu den Oberzentren Leipzig und Halle aber auch zum Standort Günthersdorf eine branchenspezifisch stärkere Tendenz zu Kaufkraftabflüssen. Im Besonderen auch, wenn das örtliche Angebot keine umfassende Zielgruppenansprache ermöglicht. Schließlich gelingt es beim Sortiment Schuhe / Lederwaren auch, die örtliche und regionale Kaufkraft viel stärker zu binden.

Der saldierte Zufluss bei baumarktrelevanten Sortimenten wird durch die beiden leistungsfähigen Anbieter Obi-Baumarkt und toom erzeugt. Bei Möbeln verzeichnet Bitterfeld-Wolfen eine Bindungsquote von 87%. Im Saldo fließen rd. 8,5 Mio. € Kaufkraft an Standorte außerhalb Bitterfeld-Wolfens. Hier sind die überregional ausstrahlenden Einrichtungshäuser in Günthersdorf (Höffner und Ikea) sowie Wiedemar (Porta) zu berücksichtigen. Entwicklungsperspektiven sind somit bei Möbeln, Wohnaccessoires etc. nicht zu erwarten.

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

In der hohen Bindungsquote von Glas / Porzellan / Keramik mit 186% spiegelt sich die Angebotssituation der vier Verbrauchermärkte und mehrerer Sonderpostenmärkte in Bitterfeld-Wolfen wider. Das Angebot trifft hier auf ein relativ begrenztes Nachfragevolumen.

Im langfristigen Bedarfsbereich verzeichnet die Warengruppe Haus- und Heimtextilien, Innendeko und Bettwaren einen deutlichen Kaufkraftzufluss, der sich in der Bindungsquote von 207% widerspiegelt. Ursächlich begründet durch ein quantitativ und qualitativ hochwertiges Angebot leistungsfähiger Anbieter. Dazu zählen z.B. der Hammer-Fachmarkt, Frick Teppichboden, Dänisches Bettenlager. In den anderen Warengruppen kann das örtliche Nachfragevolumen nicht voll umfänglich gebunden werden. Bei der Unterhaltungselektronik sind geringe Abflüsse zu verzeichnen, ebenso wie bei Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte und Foto / Optik. Die Bindungsquote für Uhren / Schmuck ist mit 51% sehr gering, widerspiegelt jedoch eine allgemeine Entwicklung von Fachgeschäftsstrukturen.

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

Entwicklungspotenziale der Bitterfeld-Wolfener Einzelhandelsstrukturen bestehen eher warengruppenspezifisch (z.B. die angesprochenen, bisher unterdurchschnittlichen Kaufkraft-Umsatz-Relationen), im qualitativen Bereich (z.B. Innenstadtentwicklung mit Magnetwirkung, ergänzende Angebotsstrukturen im gehobenen Bedarfsspektrum) und in der weiteren Konzentration auf zentrale Versorgungsbereiche zu Lasten von Solitär- und Streulagen im Stadtgebiet.

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

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

4.4. Perspektiven der Zentrenentwicklung in Bitterfeld-Wolfen

4.4.1. Räumliche und funktionale Entwicklungspotenziale in den Ortsteilen Bitterfeld und Wolfen

Im Fokus einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Stadtentwicklung stehen der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Im Unterschied zur Austauschbarkeit der Angebotskonzepte in den peripher angesiedelten Lagen der Stadt Bitterfeld-Wolfen können die urbane Qualität, das Erscheinungsbild und attraktive Angebote in den zentralen Versorgungsbereichen das Profil der Stadt und des jeweiligen Stadtgebiets schärfen. Die Qualität urbaner Stadtstrukturen kann sich positiv oder negativ auf das Image der Stadt auswirken. Mit dem Einzelhandelskonzept 2009 wurde die Innenstadt Bitterfeld als A-Zentrum mit höchster Priorität und als gesamtstädtisches Zentrum eingestuft. Der historisch gewachsene und kompakte Zentrumsbereich verfügt über Potenziale zur Ausprägung eines image- und identitätsprägenden Stadtzentrums. Jedoch führt die polyzentrale Struktur der Stadt Bitterfeld-Wolfen weiterhin zu Diskussionen um die Hierarchie der Zentren im Ortsteil Stadt Bitterfeld und Wolfen und deren Entwicklungsperspektiven. Vor diesem Hintergrund wird auf die dargelegten Rahmenbedingungen der Angebots- und Nachfrageentwicklung (siehe in den vorangegangenen Abschnitten), in der Stadt Bitterfeld-Wolfen nochmals hingewiesen. Die Erschließung von Entwicklungspotenzialen zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche bedarf der Konzentration und hierarchischen Gliederung. Dabei ist die mögliche Zielperspektive in Verbindung mit einer konkreten Funktionsabstimmung zentraler Versorgungsbereiche in Bitterfeld und Wolfen herauszuarbeiten.

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick zum Zusammenspiel und den Funktionen der zentralen Versorgungsbereiche in den Ortsteilen Bitterfeld und Wolfen.

Abb. 7: Gliederung und Funktionsabstimmung der A- und B-Zentren in Bitterfeld und Wolfen

Von der Stadtentwicklung wurden in den letzten Jahren gezielt Impulse gesetzt, um die Funktionsvielfalt des A-Zentrums Innenstadt Bitterfeld zu erhöhen. Mit der schrittweise erfolgten, umfassenden Sanierung der Innenstadt, insbesondere der historisch wertvollen Gebäudesubstanz, wurden die urbanen Qualitäten des Zentrums nachhaltig in den Vordergrund gerückt. Beispielhaft ist der Markt anzuführen, der ein attraktives

Erscheinungsbild aufweist. Die Altstadt von Bitterfeld-Wolfen verknüpft in kompakter Form Tradition und Moderne und vermittelt somit ein urbanes Ambiente. Diese Merkmale sind ausschließlich der Bitterfelder Innenstadt eigen und zugleich wesentlich, um das Image und die Identität der Gesamtstadt zu stärken.

Für die aktuelle Situation ist festzustellen, dass die Konzentration und Mischung von frequenzbringenden Nutzungen wie Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie vorhanden, quantitativ und qualitativ jedoch ausbaufähig sind. Die Entwicklung am Goitzschesee verbreitert nicht nur das Angebots- und Nutzungsspektrum der Innenstadt sondern ist ein Meilenstein zur Ausprägung eines eigenständigen Profils. Mit der Erschließung touristischer Potenziale eröffnen sich umfassende Chancen die Lebendigkeit und die Frequenzen in der Innenstadt signifikant zu erhöhen. Für die Erschließung dieses Potenzials ist jedoch auch eine zielgerichtete Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt erforderlich.

In der Analyse zur Angebotssituation unter Pkt. 4.2 wurde bereits ausgeführt, dass es der Innenstadt an der Zugkraft größerer Magnetbetriebe fehlt. Anker- und Magnetbetriebe, die über eine starke Markenpräsenz verfügen, bzw. deren Angebotskonzept und Größendimensionierung eine entsprechende Ausstrahlungskraft und Frequenzwirkung erzeugen, sind in der Innenstadt unterrepräsentiert.

Abb. 8: Ansichten zur Innenstadt

Quelle: BBE Handelsberatung

Die Konsequenz aus diesen Rahmenbedingungen ist, die räumliche Präsenz der Innenstadt durch Verdichtung der Angebotsstrukturen zu stärken. Eine solche Entwicklung vollzieht sich nicht im Selbstlauf. Die Sicherung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und eine prioritäre Ansiedlungsstrategie für zusätzliche Angebote des Einzelhandels und der Gastronomie bedürfen räumlicher Potenzialflächen. Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2009 wurde bereits die Empfehlung gegeben, auf einer Potenzialfläche im Bereich Burgstraße / Mühlstraße größere Magnetbetriebe anzusiedeln. Zwischenzeitlich hat eine Planung eines Investors vorgelegen, die jedoch nicht realisiert wurde. Es sollten dahingehend Anstrengungen unternommen werden, bei Investoren Ansiedlungsinteresse zu wecken. Die Nutzungsschwerpunkte sollten einen Mix von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen umfassen, um die Zielrichtung einer multifunktionalen Innenstadt zu untersetzen. Für die Umsetzung dieser Maßnahme bedarf es einer konsequenten Ausrichtung am Einzelhandels- und Zentrenkonzept, um potenziellen Investoren auch Planungs- und Investitionssicherheit zu vermitteln.

Aus der Abbildung 7 geht auch hervor, dass demgegenüber die für den Ortsteil Stadt Wolfen ausgewiesenen B-Zentren Leipziger Straße und Wolfen-Nord explizit umfassende Grundversorgungsfunktionen im Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich übertragen bekommen. Dabei bedarf auch das Zentrum an der Leipziger Straße einer weiteren Angebotsverdichtung, folglich werden auch gezielt Potenzialflächen ausgewiesen. Das B-Zentrum Wolfen-Nord hebt sich im Wechselspiel der drei Zentren als jenes mit bereits ausgeprägtem Handels- und Dienstleistungsbesatz im Sinne einer umfassenden Grundversorgung ab. Weitere Details zu den B-Zentren werden im Abschnitt 5.5.2 ausgeführt.

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

Die Entwicklung des A-Zentrums Innenstadt Bitterfeld, auch der beiden Ortsteilzentren Wolfen und Wolfen-Nord wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,[10]
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

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

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

So wird durch den Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So prognostiziert IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4% des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Ballungsgebieten und Großstädten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4% des derzeitigen Bestands liegen dürfte.[11]

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

Im Fazit wird damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden.

---

[10] M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smartphones)

[11] Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

Der geschilderte Entwicklungstrend untersetzt nachhaltig die im vorangegangen Abschnitt dargelegten Handlungserfordernisse zur Weiterentwicklung der Innenstadt Bitterfeld. Vorrangig muss es gelingen, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren und in diesem Kontext eine Verdichtung und weitere funktionale Verknüpfung der zentralen Lagen zu erzielen. Dazu sind die bereits beschriebenen Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch größere Angebotsformate bzw. moderne Ladenkonzepte umzusetzen.

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

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

1. **Das Internet spielt auch für den stationären Kauf eine immer größere Rolle**
   Der Konsument ist digital. Nach aktuellen Untersuchungen nutzen vier von fünf Verbrauchern Suchmaschinen, um lokale Informationen zu finden. Immerhin 40% aller mobilen Suchanfragen haben einen lokalen Bezug. In 72% dieser lokalen Suchanfragen gehen die Verbraucher anschließend in einen Laden in der Nähe und 49% tätigen einen Kauf im Laden nach der mobilen Recherche.[12]
   Daraus ist zu schlussfolgern, dass eine Internetpräsenz des jeweiligen Anbieters einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung von Käufern leisten kann. Die digitale Sichtbarkeit ist die große Herausforderung für den Händler. Die Präsenz im Internet, z.B. über regionales Online-Marketing, ist sozusagen die „Pflicht“ als Anbieter online aktiv zu werden, die „Kür“ ist ein darauf abgestelltes zukunftsfähiges Geschäftsmodell.

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

3. **Hybride Beratungsansätze werden für den stationären Handel überlebenswichtig**
   Smartphones und Tablets ermöglichen neue Formen der Warenpräsentation, der Beratung und können der Kundenansprache völlig neue Impulse verleihen. Sogenannte Digital In-Stores mit Smartphones, Tablets sowie interaktivem Mobiliar bieten den Kunden eine Vielzahl von Vorteilen. Zum einen kann sich der Kunde interaktiv bereits im Geschäft informieren, sofern noch kein Verkäufer zur Beratung ver-

[12] Quelle: elaboratum 2014, Unternehmen der BBE

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

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

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

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

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

5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Bitterfeld-Wolfen

5.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen

Die Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen ist eine übergeordnete Zielstellung der Stadtentwicklung. Leistungsfähige und attraktive Angebotsstrukturen des Einzelhandels bilden hierfür die Grundlage. Im Besonderen erwachsen Anforderungen aus der besonderen Stadtstruktur von Bitterfeld-Wolfen und der darauf aufbauenden Zentren- und Standortstruktur mit ortsteilspezifischen Ausprägungen, die sich dennoch veränderten Konsumentenerwartungen stellen muss. Diese Aufgabenstellung stellt vor dem Hintergrund einer auch zukünftig rückläufigen Bevölkerung (insbesondere im Ortsteil Stadt Wolfen) eine Herausforderung dar, die konsequente Handlungsleitlinien erfordert.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen unterliegt den bereits erläuterten regionalen Verflechtungsbeziehungen mit den umliegenden Oberzentren, die regionale Ausstrahlung wird zudem durch die benachbarten Mittelzentren Lutherstadt Wittenberg, Köthen und Delitzsch begrenzt. Die legitime Eigenbindung der Kaufkraft im mittelzentralen Verflechtungsbereich bedarf attraktiver und wirtschaftlich tragfähiger Einzelhandelsstandorte.

In Wahrnehmung der Funktion als Mittelzentrum muss die Stadt Bitterfeld-Wolfen sowohl für die Wohnbevölkerung vor Ort als auch für den mittelzentralen Verflechtungsbereich über ein entsprechendes Angebot an Einzelhandelsstandorten verfügen, die einerseits die Nachfrage nach einem qualifizierten Grundbedarf abdecken, andererseits durch ein vielfältiges Branchenspektrum im Mix nachfragegerechter Betriebstypen die Kaufkraftströme binden bzw. zurückgewinnen.

Ausstrahlungskraft in die Region und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität als Einzelhandelsstandort zu erhalten und weiter auszubauen. Bisher werden regionale Kaufkraftströme maßgeblich durch periphere Einzelhandelsagglomerationen gebunden. Die Ausstrahlungskraft und die Wahrnehmung mittelzentraler Versorgungsfunktionen durch zentrale Versorgungsbereiche in Bitterfeld, Wolfen und Wolfen-Nord sind aufgrund objektiver und subjektiver Faktoren stark begrenzt (siehe Abschnitt 4.4.1).

Auch die aktuelle Analyse im Rahmen der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zeigt deutlich, dass sowohl hinsichtlich des Verkaufsflächenbesatzes als auch der realisierten Kundenbindung die zentralen Versorgungsbereiche einen Nachholbedarf aufweisen, der Fokus ist somit vorrangig auf die Entwicklung der Zentren gerichtet. Eine besondere Stellung kommt der Bitterfelder Innenstadt als einzig urban gewachsenes Zentrum zu, deren Weiterentwicklung einer breiten Nutzungsmischung bis zur Erschließung touristischer Potenziale an der Goitzsche bedarf, die es dann auch für die Einzelhandelsentwicklung zu nutzen gilt.

Zu den wesentlichen Zielsetzungen für die Weiterentwicklung der Zentrenstruktur zählt die Herausbildung eines komplementären Systems von Einzelhandelsstandorten, welches zur Vernetzung und Abstimmung des Branchenmixes führt, um eine weitere Zergliederung der Standortstrukturen oder einen sukzessiven Funktionsverlust zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden.

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

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

Das Anforderungsprofil für das Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen wird durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkte untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels sollen zentrale Versorgungsbereiche weiter gestärkt und im Wechselspiel mit den großflächigen Ergänzungsstandorten die Zentralität des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen ausgebaut werden. Die Ausweisung neuer Verkaufsflächen außerhalb einer städtebaulich anzustrebenden Zentren- und Standortstruktur ist auszuschließen, mit dem Ziel die urbanen Qualitäten einer lebendigen Stadt zu erhalten.
- Der Entwicklung städtebaulicher Zentren wird oberste Priorität eingeräumt. Die Stadt Bitterfeld-Wolfen verfügt über Zentren in den Ortsteilen Stadt Bitterfeld und Stadt Wolfen mit sich ergänzenden Versorgungsfunktionen. Die städtebaulichen Entwicklungsziele müssen auch eingedenk der umfassenden Sanierungsmaßnahmen mit hohen investiven Aufwendungen privater sowie öffentlicher Träger, auf die Stärkung und Weiterentwicklung jeweils eigenständig attraktiver Zentren gerichtet sein.
- Die Zentren bedürfen eines Schutzes bestehender Strukturen, aber auch deren weiterer Ausbau. Hierfür ist aber nicht ein „einfaches mehr“ an Handelsfläche der geeignete Weg. Vielmehr geht es um die Ausschöpfung qualitativer Marktchancen im Einzelhandelsbesatz, um leistungsfähige Einzelhandelsstandorte mit hoher Ausstrahlungskraft herauszubilden. Dabei ist zweifellos auch über zusätzliche Handelsfläche nachzudenken, um beispielsweise moderne Angebotskonzepte umzusetzen und in die Standortentwicklung zu integrieren und die einzelnen Zentren auch stärker in eine gesamtstädtische Struktur zusammenzuführen. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung, um die Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen zu erhöhen.
- Die Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen bedarf einer gezielten Lenkung von Einzelhandelsansiedlungen. Die Entwicklungsperspektiven sollten nicht durch weitere Ansiedlungen an verkehrsorientierten und konkurrierenden Standorten gefährdet werden.
- Die Einzelhandelsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen müssen mit weiteren Funktionsbereichen wie Verwaltung, Schulstandort, Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung, touristische Schwerpunkte zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt werden, um die Ausstrahlungskraft als Zentren mit Stadtidentität zu entfalten.
- Die Strukturierung der Zentrenstruktur orientiert sich an überschaubaren Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereichen im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen. Die Optimierung der Erreichbarkeit von Versorgungseinrichtungen des Einzelhandels wird durch eine verbesserte Zusammenführung der Funktionen Wohnen, Arbeiten und Erholung hergestellt.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentren- und Standortkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend innenstadtrelevantem Sortiment haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes unterzuordnen und sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.

5.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

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

Die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ist auf die nachfolgend dargelegte Zentren- und Standortstruktur mit ihren jeweils standortspezifischen Versorgungsfunktionen zu konzentrieren. Diese Steuerung zielt auf eine Stärkung städtebaulich relevanter Strukturen innerhalb der Stadt Bitterfeld-Wolfen und in der Außenwirkung auf eine verbesserte Funktionswahrnehmung als Mittelzentrum im regionalen Standortwettbewerb.

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

- **Stärkung der mittelzentralen Funktion und der Zentralität der Stadt Bitterfeld-Wolfen durch die Konzentration auf eine städtebaulich geordnete Zentren- und Standortstruktur** - mit einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung der zentralen Versorgungsbereiche in Wechselwirkung zu den peripheren Fachmarktstandorten. Die wechselseitige Standortentwicklung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen in Bitterfeld, Wolfen und Wolfen-Nord einerseits und den Ergänzungsstandorten andererseits bestimmt maßgeblich die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen für die regionale Kundenbindung und folglich für die Erfüllung mittelzentraler Versorgungsfunktionen. Ziel des Zentrenkonzeptes ist es, diese Entwicklung in einer städtebaulich vertretbaren Balance zu halten, dies erfordert vorrangig eine qualifizierte Entwicklung der Zentren. Eine wechselseitige Funktionsabstimmung zielt auf die Ausschöpfung der jeweils spezifischen Standortpotenziale, wobei die Entwicklungschancen (z.B. Leitbranchen) zentraler Versorgungsbereiche prioritär auch den Zentren vorbehalten bleiben. Großflächige Ergänzungsstandorte sollen jene Funktionen / Angebotsstrukturen übernehmen, die zentrale Lagen nicht absichern können.
- **Konzentration und Stärkung innerstädtischer Zentren in Bitterfeld-Wolfen – Priorität der Innenstadt Bitterfeld und der Ortsteilzentren in Wolfen** – knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Die Kundenbindung, die Rückgewinnung aktueller Kaufkraftabflüsse und die Erschließung zusätzlicher touristischer Potenziale können nur im Kontext einer sich wechselseitig ergänzenden Zielgruppenansprache erfolgen. Dabei ist eine Funktionsbündelung für attraktive Erlebnisräume mit hoher Aufenthaltsqualität anzustreben. Aus Sicht des Einzelhandels ist eine weitere Angebotsverdichtung und Qualifizierung notwendig.
- **Erlebnisraum Innenstadt Bitterfeld als multifunktionales Zentrum für die Gesamtstadt und Region** - als einziges kompaktes und urban gewachsenes Zentrum im gesamten Stadtgebiet, dazu mit Nähe zur Goitzsche. Die Bitterfelder Innenstadt bietet eine breite Basis für diese Funktionsbündelung. Deren Weiterentwicklung zielt folglich auf ein als multifunktionales Zentrum mit den Schwerpunkten Einzelhandel, Dienstleistung, Kultur und Tourismus, auch bei einer Belebung als Wohnstandort, dies letztlich bei Ausschöpfung und Verknüpfung der räumlichen Entwicklungspotenziale.
- **Identifikationswirkung der Versorgungszentren –** Multifunktionale und erlebbare Standorte entfalten eine Stadtidentität, in diesem Sinne sind Handel-Dienstleistungen-Gastronomie-Funktionsergänzungen als frequenzbringendes Gesamtsystem weiter zu entwickeln. Der durch die Fusion in 2007 begründeten, spezifischen Stadtstruktur von Bitterfeld-Wolfen ist mit dem Zentrensystem Rechnung zu tragen, die Ortsteilidentität über die Versorgungszentren ist zu beleben.

- **Kompaktheit gewachsener Stadtstrukturen** – zielt auf eine Verknüpfung von Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten und auf die Zuordnung bestimmter Versorgungsfunktionen, d.h. Zentren sind u.a. Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung.
- **Priorität der Innenentwicklung** – Stärkung und qualifizierte Entwicklung integrierter Standorte, gegebenenfalls auch unter Rückführung oder Aufgabe peripherer Standorte und Solitärlagen.
- **Sicherung eines hierarchischen Zentren- und Standortgefüges** – ein hierarchisch gestuftes Zentren- und Standortgefüge bietet die beste Gewähr zum einen für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Stadtgebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau eines für ein Mittelzentrum adäquaten, attraktiven Stadtzentrums. Die einzelnen Zentren, Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, übergeordnete Zentren in deren Funktion jedoch nicht beeinträchtigen.
- **Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (500 m) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität. Nahversorgungslagen in den Wohngebieten sind Kristallisationspunkte des urbanen Lebens und gewinnen unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an Bedeutung. Zukünftig tendenziell rückläufige Bevölkerungszahlen gefährden zunächst wohngebietsintegrierte Angebotsstrukturen mit ihren i.d.R. begrenzten Einzugsbereichen. Die Präferenz einer wohngebietsintegrierten Versorgung gegenüber autoorientierten Standortlagen ist erklärtes Ziel des Zentrensystems und unterstützt gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Stadtentwicklung, notwendiges Verkehrsaufkommen zu begrenzen.
- **Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung** - hierzu gehört neben der Integration in Wohnfunktionen insbesondere die Erreichbarkeit der Zentren zu Fuß und Rad, mittels guter ÖPNV-Erschließung, eine effiziente Auslastung der Verkehrsinfrastruktur durch die Steuerung der Verkehrsströme (Leitsysteme) und im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ geknüpftes Versorgungsnetz, welches auch Verkehrsaufkommen mindert.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit in zentralen Versorgungsbereichen** – Die Ausrichtung der Bitterfeld-Wolfener Einzelhandelsentwicklung an das Zentrensystem sichert nicht nur den Erhalt attraktiver und lebenswerter Stadtstrukturen, sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

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

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

5.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

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

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

Zentrale Versorgungsbereiche:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.[13]
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.
- Grundsätzlich gliedert sich ein hierarchisches Zentrensystem in Stufen unterschiedlicher Versorgungsfunktionen. Oberste Priorität besitzt der innerstädtische, zentrale Versorgungsbereich mit gesamtstädtischen und regionalen Versorgungsfunktionen. Dem nachgeordnet sind Stadtteilzentren mit entsprechend stadtteilbezogenen Versorgungsfunktionen im kurzfristigen und auch mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich. Eine weitere Hierarchiestufe stellen Nahversorgungszentren dar, die vorrangig auf die Nahversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich zielen.
- Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Bitterfeld-Wolfen unterscheidet drei Zentren: die Innenstadt von Bitterfeld als A-Zentrum, zwei Ortsteilzentren in Wolfen und Wolfen-Nord als B-Zentren und ein Nahversorgungszentrum (C-Zentrum).

Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger:

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

[13] Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

- Entscheidendes Kriterium sind ergänzende Nahversorgungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt und Nahversorgungszentrum). Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Kleinteilige Nahversorger sind Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m², sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagetyp eines Nahversorgungsladens oder Conveniencestores.[14] Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

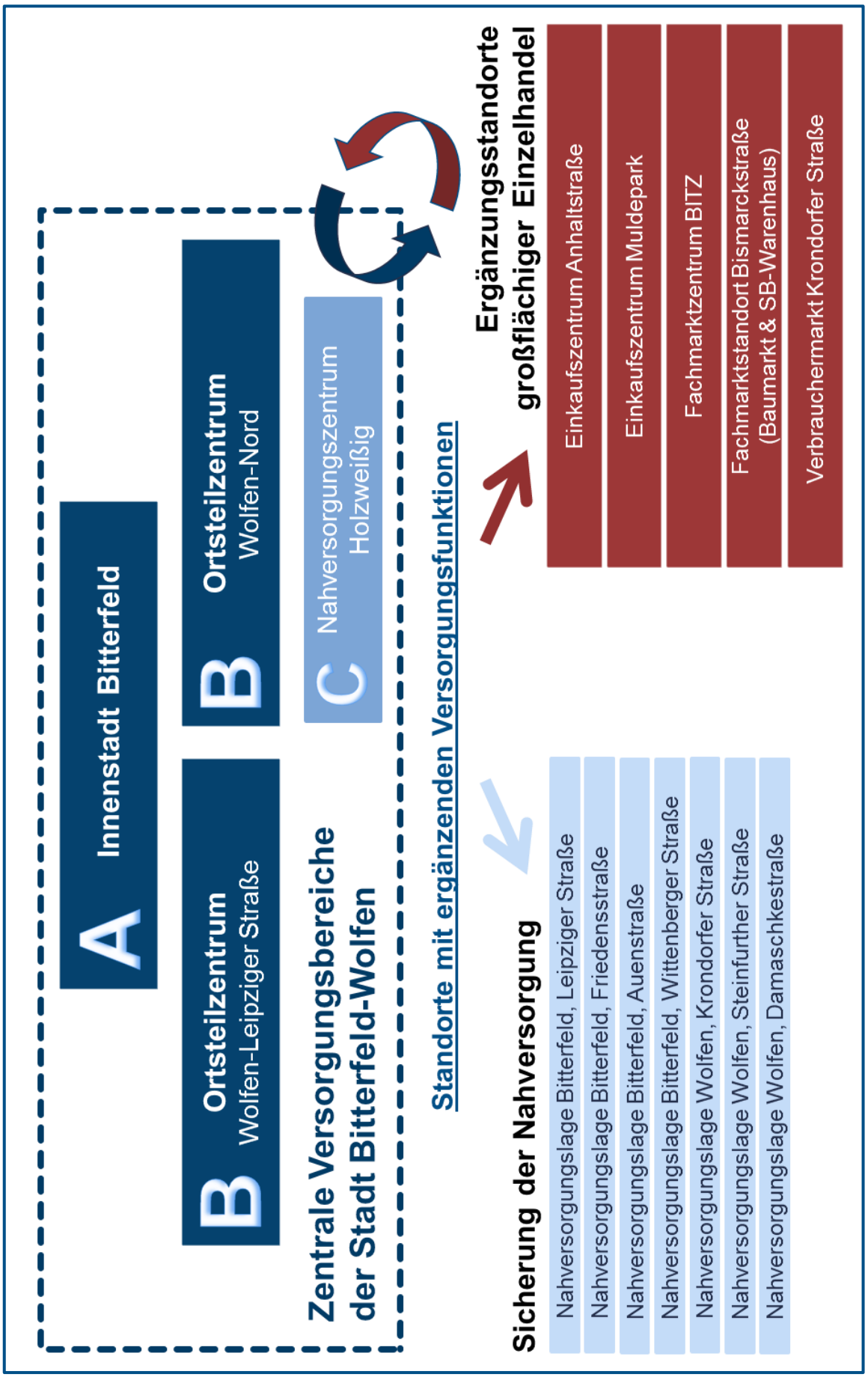
Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen einschließlich kleinteiliger Nahversorger in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen wird ihre funktionale Bedeutung für die örtlichen Versorgungsstrukturen und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis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

Mit dem hierarchisch gegliederten Zentrenkonzept, sowie weiteren Standortstrukturen mit ergänzenden Versorgungsfunktionen auch als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen, werden konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt fixiert: Schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche sind die Innenstadt von Bitterfeld, das Ortsteilzentrum an der Leipziger Straße in Wolfen, das Ortsteilzentrum in Wolfen-Nord sowie ein Nahversorgungszentrum in Holzweißig.

Einzelhandelsstandorten mit ergänzenden Versorgungsfunktionen sind unterschiedliche Schwerpunktsetzungen vorbehalten. Funktionen, Perspektiven und planungsrechtliche Absicherung der betreffenden Standorte werden in den Abschnitten 5.5.4 und 5.5.5 dargelegt. Die folgende Zentren- und Standortgliederung stellt eine Weiterentwicklung des beschlossenen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen dar. Die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche werden in ihren Abgrenzungen und Funktionen überprüft, ihre hierarchische Gliederung jedoch beibehalten, weitere Präzisierungen wurden im Hinblick auf Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte vorgenommen.

[14] vgl. zum Anlagetyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

Abb. 9: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen



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

A-Zentrum **Innenstadt Bitterfeld**	■ umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden Innenstadtbereiches ■ image- und identitätsprägendes Stadtzentrum ■ Schwerpunkt der mittelzentralen Versorgungsstruktur – gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung ■ Innenstadt als multifunktionaler Lebensraum mit verschiedenen Schwerpunktbereichen - vielfältige Funktionsschwerpunkte / Aufgabenstellungen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie / Hotellerie, Dienstleistung, Verwaltung, Kultur, Freizeit und Tourismus ■ Strategie der qualifizierten Entwicklung – Verdichtung der Angebotsstrukturen durch Erweiterung und Optimierung des Flächenbestandes, Qualifizierung der Konzepte und gezielter Ansiedlung von Magnetanbietern ■ umfassende und vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen ■ Investitionsvorranggebiet für die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente
B-Zentren Ortsteilzentren zuzuordnen sind: ■ Wolfen-Leipziger Straße ■ Wolfen-Nord	■ städtebaulich integrierte Zentren mit Versorgungs- und Identitätsfunktion ■ Lebensmittelpunkt mit Einzelhandel, haushaltsnahen Dienstleistungsangebot, Gastronomie ■ zentrale Lage im Ortsteil mit ÖPNV-Anschluss ■ überwiegende Ausrichtung auf umfassende Grundversorgung mit einem größeren, stadtgebietsbezogenen Einzugsbereich von ca. 10.000 Einwohnern ■ Angebote des Grundbedarfs, d.h. kurz- und ergänzender mittel- bis langfristiger Bedarf, umfassendes privates und öffentliches Dienstleistungsangebot ■ Verkaufsflächendimensionierung abgestimmt auf die Versorgungsfunktionen im jeweiligen Einzugsbereich - Anbieterstruktur mit mindestens 30 Anbietern, ■ Zulässigkeit großflächiger Anbieter (>800 m²): generell im kurzfristigen Bedarfsbereich, darunter mindestens ein Lebensmittelmarkt, Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten abgestimmt auf das Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums

C-Zentrum **Nahversorgungszentrum** zuzuordnen ist: ■ Holzweißig	■ integrierte Lage in einem eigenständigen Stadtquartier, fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, aber auch mittels ÖPNV und PKW ■ Lebensmittel-Supermarkt und/oder Discounter sind als strukturbildende Betriebe vorhanden oder gewünscht, weiterhin im Umfeld sind in der Regel zusätzlich vorhanden: mehrere Einzelhandelsbetriebe für den täglichen Bedarf (z.B. Bäcker, Metzger, Obst- und Gemüsegeschäft, Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Blumengeschäft) und/oder haushaltsorientierte Dienstleistungsbetriebe (z.B. Post, Friseur, Servicestelle einer Bank) und/oder Gesundheitsdienstleistungen (z.B. Ärzte, Krankengymnastik, Pflege) und/oder Gastronomiebetriebe ■ Verkaufsflächendimensionierung maximal 2.000 m², Anbieterstruktur mit 1-2 großflächigen Betrieben (ab 800 m²) und 5-10 sonstige Betriebe ■ Angebotsausrichtung vorrangig auf kurzfristigen Bedarfsbereich, weiterführende Angebote im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich sind auf Fachgeschäftsstrukturen zu begrenzen und dürfen 1/3 der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten
Nahversorgungslagen: zuzurechnen sind: ■ OT Bitterfeld, Leipziger Str. ■ OT Bitterfeld, Friedensstr. ■ OT Bitterfeld, Auenstr. ■ OT Bitterfeld, Wittenberger Str. ■ OT Wolfen, Krondorfer Str. ■ OT Wolfen, Steinfurther Str. ■ OT Wolfen, Damaschkestr.	■ fußläufige Versorgung mit Lebensmittel ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen ■ grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmarkt mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker/Fleischer) im Eingangsbereich ■ Standorte wohngebietsintegriert, an Verkehrsachsen nur mit eindeutigem Wohngebietsbezug und definierter Nahversorgungsfunktion ■ Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit eigenständigem Nahversorgungspotenzial - Größendimensionierung im Regelfall bis 1.000 m² – maximale Verkaufsflächengröße jedoch bei ausschließlicher Übernahme von Nahversorgungsfunktionen einzelfallabhängig - Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit ■ Erweiterungen und/oder Abriss/Neubau grundsätzlich im Rahmen der eigenständigen Versorgungsfunktionen zulässig – Sicherung einer zukunftsfähigen Weiterentwicklung und somit der wohnortnahen Grundversorgung

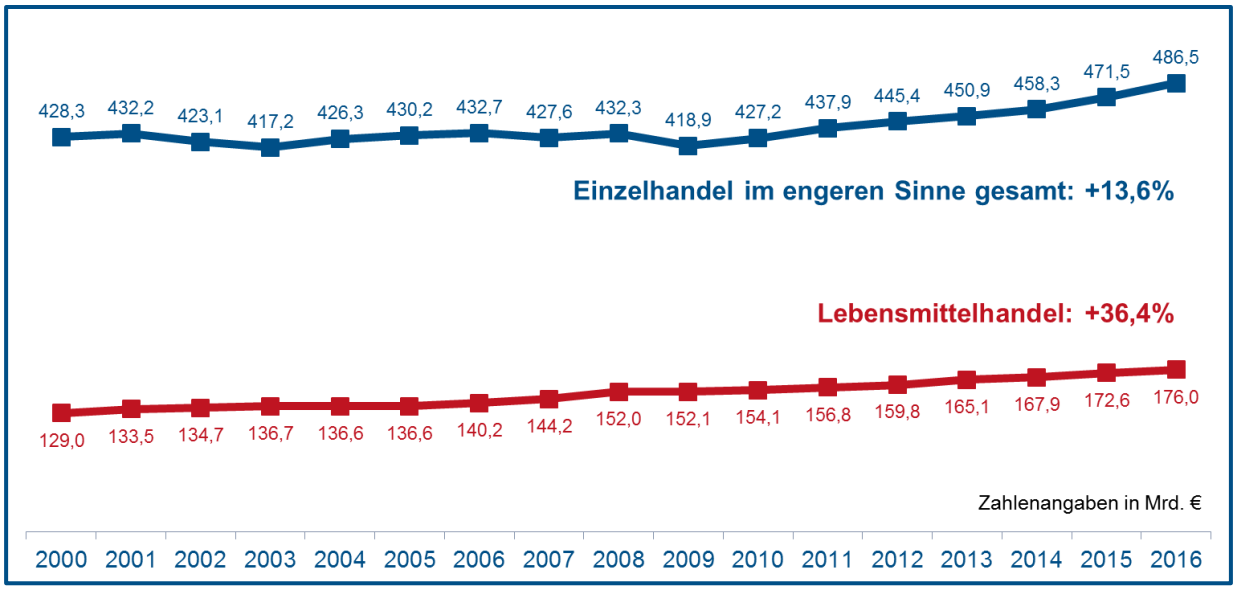
Abb. 10: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen

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

Dynamik und Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

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

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



Quellen: Statistisches Bundesamt, HDE, GfK

Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 512 Mrd. € entfallen rd. 265 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).[15] Dies entspricht einem Anteil von rd. 52% und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel. In Städten mit unterdurchschnittlichem Kaufkraftniveau beträgt der nahversorgungsrelevante Ausgabenanteil bis zu 60%.

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

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

[15] vgl. IFH Köln

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

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

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

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

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

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

Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe

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

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

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

Abb. 12: Begriff der qualifizierten Grundversorgung

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

Nahversorgungsstruktur im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen

Im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen sind als nahversorgungsrelevante Betriebsformen insgesamt 3 Supermärkte und 16 Lebensmitteldiscounter ansässig, zusammen verfügen diese über eine Gesamtverkaufsfläche von 17.314 m². Nachfolgende Tabelle bewertet diesen Besatz in Relation zum Bevölkerungspotenzial der Stadt Bitterfeld-Wolfen insgesamt und differenziert nach Ortsteilen.

Aufgrund der ansässigen Lebensmittelmärkte stehen durchschnittlich 425 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner in Bitterfeld-Wolfen zur Verfügung. Dies entspricht 151% des bundesdeutschen Durchschnittswertes (281 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner).

Selbst für ein Mittelzentrum ist dieser Wert als hohe Ausstattung[16] zu werten, der zusätzliche Besatz mit Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels (2 Kaufland-Verbrauchermärkte, 1 EDEKA-Verbrauchermarkt

[16] Die bundesdurchschnittliche Ausstattungskennziffer ist als Referenzwert, keinesfalls aber als Zielwert anzusehen. Ein Bundesdurchschnitt schließt sowohl eine hohe Ausstattung in zentralen Orten als auch ländliche Regionen mit sehr geringer bis fehlender Ausstattung ein. Für ein Mittelzentrum sind Ausstattungskennziffern mit nahversorgungsrelevanten Anbietern bis zu einer Größenordnung von ca. 130% bis 140% als angemessen einzuschätzen, die ausgewiesenen 151% für das Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen in 2017 wären in diesem Kontext als überdurchschnittlich zu bewerten.

und 1 real,- SB-Warenhaus) mit gesamtstädtischer bis mittelzentraler Ausstrahlung ist bei dieser ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Strukturen konzentrierte Auswertung noch nicht berücksichtigt.

Tab. 7: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen 2017

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m²)	VKF je Objekt (m²)	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m²)	DICHTE-INDEX (%)
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik [1;2]	82.175.684	26.954	23.200.000	861	3.049	282	100
Stadt Bitterfeld-Wolfen	**40.709**	**19**	**17.314**	**911**	**2.143**	**425**	**151**
Ortsteile Wolfen, Bobbau, Thalheim	**20.439**	**9**	**7.715**	**857**	**2.271**	**377**	**134**
Ortsteile Bitterfeld, Holzweißig, Greppin	**20.270**	**10**	**9.599**	**960**	**2.027**	**474**	**168**

VKF = Verkaufsfläche
[1)] Quelle: EHI Retail Institut
[2)] Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m² ; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Die Ausstattungskennziffer wird dabei von einem höheren Flächenbesatz im Ortsteil Stadt Bitterfeld bestimmt. Allein im Ortsteil Stadt Bitterfeld sind 9 Lebensmittelmärkte ansässig (2 Supermärkte, 7 Discounter), ein weiterer Discounterstandort befindet sich im angrenzenden Ortsteil Holzweißig, der gleichfalls angrenzende Ortsteil Greppin verfügt über keinen eigenen Standort. Für diese Ortsteile summiert sich der Flächenbesatz sogar auf 474 m² je 1.000 Einwohner bzw. 168% des Bundesdurchschnittes.

Bei zusammenfassender Betrachtung der Ortsteile Wolfen, Bobbau und Thalheim liegt der Flächenbesatz mit 134% des Bundesdurchschnittes (377 m² je 1.000 Einwohner) deutlich niedriger. Bei etwa vergleichbarer Einwohnerzahl ist ein Standort weniger vertreten, gleichzeitig ist aber auch die mittlere Verkaufsfläche je Objekt mit 857 m² deutlich niedriger im Vergleich zu den Standorten im Ortsteil Stadt Bitterfeld.

Dieser differenzierte Flächenbesatz ist ein Spiegelbild der Standort- und Verkaufsflächenentwicklungen durch Lebensmittelmärkte seit der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2009. Im Ortsteil Stadt Wolfen ist lediglich auf den Ersatzneubau des Lebensmitteldiscounters ALDI im B-Zentrum Wolfen-Nord zu verweisen. Demgegenüber sind für die Ortsteile Bitterfeld und Holzweißig zu konstatieren: die Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters ALDI im A-Zentrum, die erfolgreiche Neubelegung des Lebensmittelmarktes im C-Zentrum Holzweißig, die Neuansiedlung eines REWE-Supermarktes im Ergänzungsstandort BITZ, die Verkaufsflächenerweiterungen der Nahversorgungslagen Friedensstraße und Auenstraße sowie die Neuansiedlung des Supermarktes EDEKA an der Wittenberger Straße. Dies führt letztlich zu einer deutlichen Steigerung der Wettbewerbsdichte.

Nachfolgende Abbildungen verdeutlichen die Zuordnungen der Lebensmittelmärkte zur Zentren- und Standortstruktur laut Einzelhandelskonzept. Grundsätzlich sichern in den beiden Ortsteilen Bitterfeld und Wolfen die bestehenden Lebensmittelmärkte auch eine gute fußläufige Nahversorgung für die Mehrheit der Einwohner, gemessen an einem Nahversorgungsumfeld von 500 m. [17] Sie sind überwiegend in die Zentren- und Standortstruktur eingebunden, im Ortsteil Stadt Wolfen auch mit einem Schwerpunkt in zentralen Versorgungsbereichen.

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

Abb. 13: Standortstruktur zur Nahversorgung (Nahversorgungsumfeld 500 m) in den Ortsteilen Bitterfeld, Greppin und Holzweißig

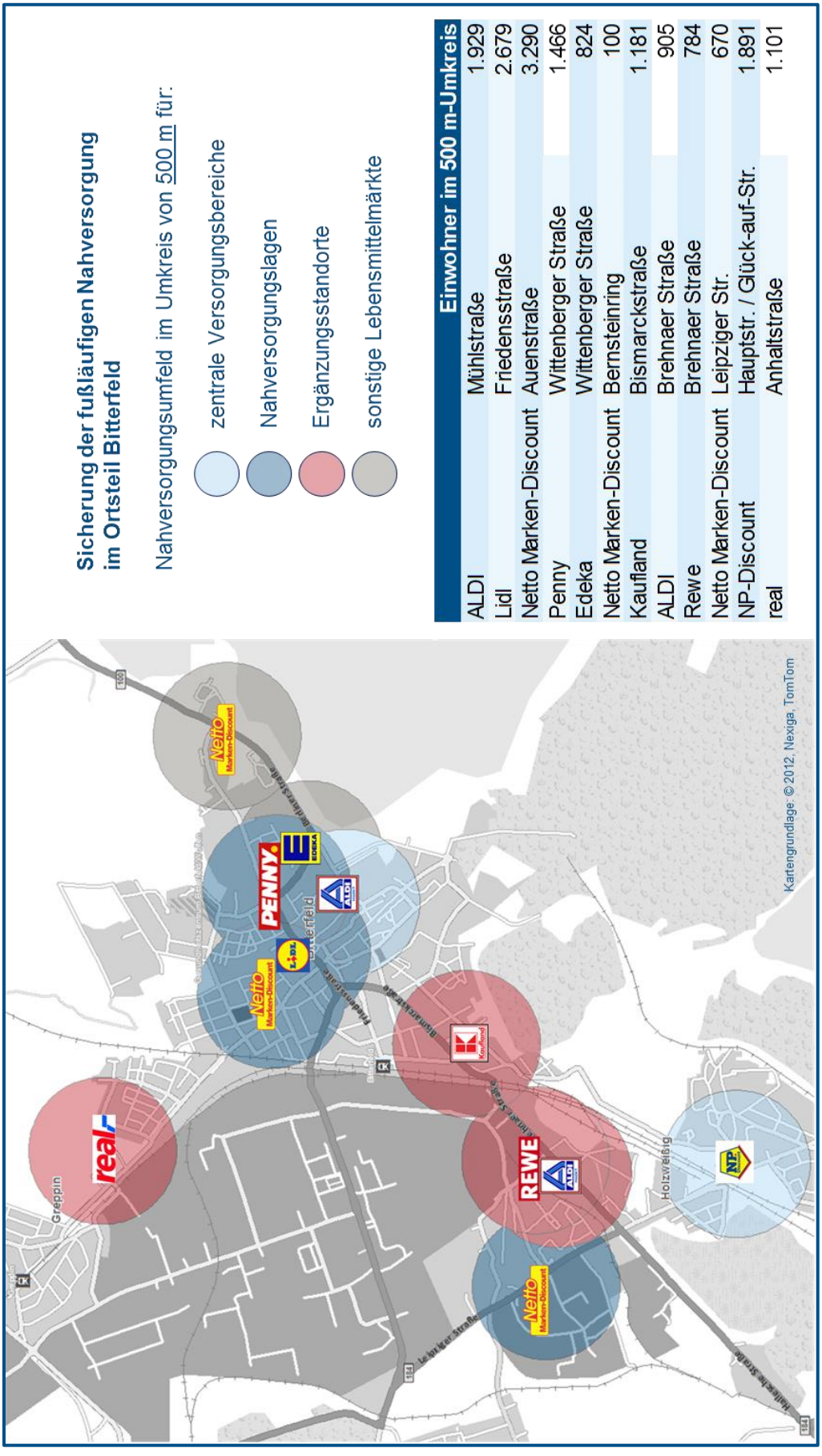
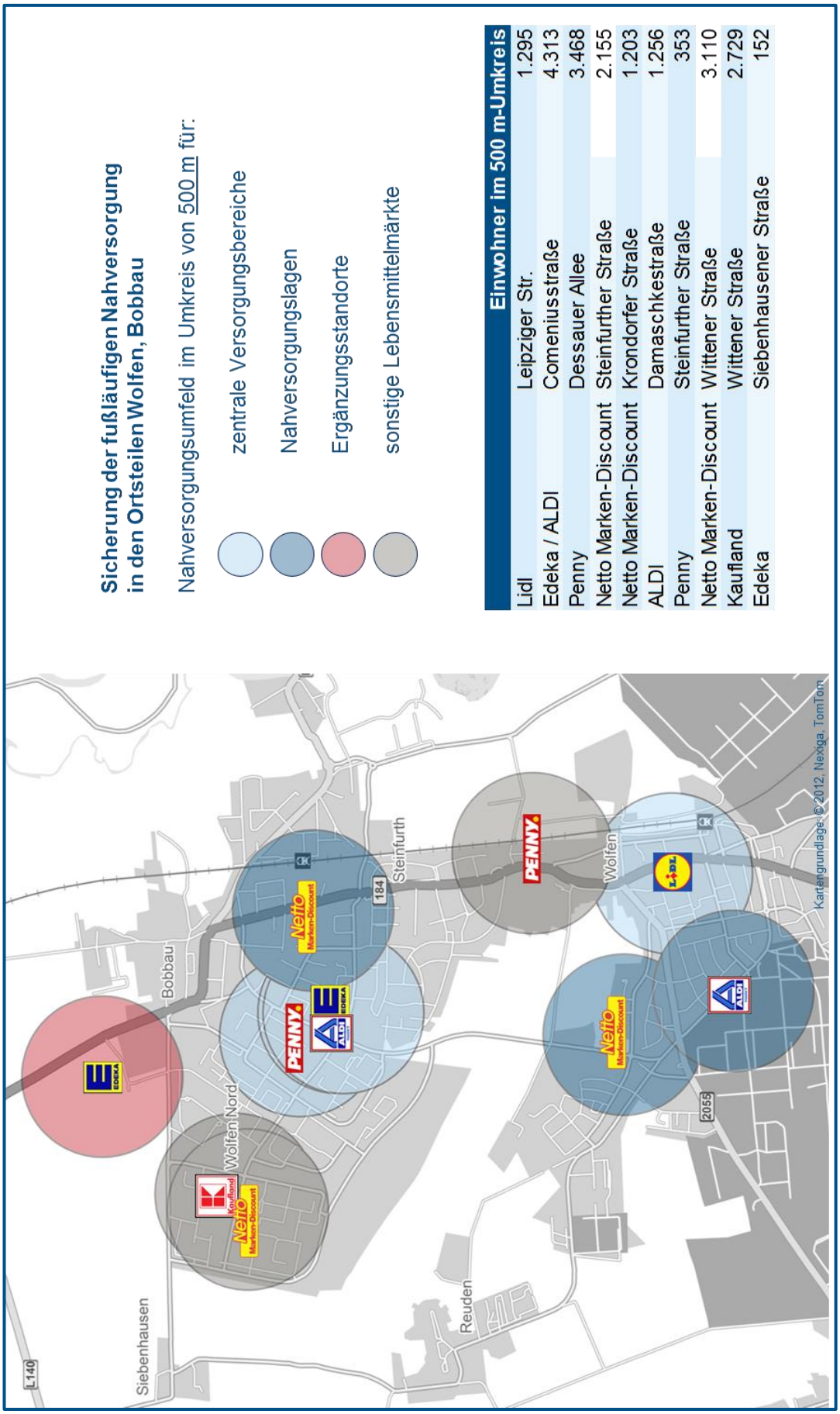


Abb. 14: Standortstruktur zur Nahversorgung (Nahversorgungsumfeld 500 m) in den Ortsteilen Wolfen und Bobbau



Die beiden Abbildungen enthalten auch jeweils die Einwohnerzahlen im jeweiligen Nahversorgungsumfeld der Lebensmittelmärkte, diese kennzeichnen die tatsächlichen Nahversorgungsfunktionen. Im Ortsteil Stadt Wolfen sind insbesondere die Standorte im B-Zentrum Wolfen-Nord hervorzuheben. Im Ortsteil Stadt Bitterfeld heben sich die beiden Nahversorgungslagen Friedensstraße und Auenstraße mit den höchsten Bevölkerungszahlen im unmittelbaren Umfeld ab, ein Kennzeichen für die tatsächlich wohngebietsintegrierte Funktion dieser Nahversorgungslagen.

Ergänzungsstandorte fungieren bei begrenztem Wohnumfeld i.d.R. als autoorientierte Standorte mit bestenfalls ergänzenden Nahversorgungsfunktionen.

Eine vergleichbare Aussage ist auf die sonstigen Standorte von Lebensmittelmärkten zu übertragen. Diese sind nicht in der städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur aufgenommen, das sie keine oder nur sehr geringe eigenständige Nahversorgungsfunktionen wahrnehmen, in Konkurrenz zu zentralen Versorgungsbereichen oder wohngebietsintegrierten Nahversorgungsstandorten stehen, sich an peripheren Standorten befinden oder wie in Wolfen-Nord von zukünftigen Bevölkerungsverlusten und sogar Rückbaumaßnahmen betroffen sind.

Die hohe Standortdichte sichert für die Mehrheit der Bevölkerung eine wohnungsnahe, fußläufig erreichbare Grundversorgung, insbesondere im Ortsteil Stadt Bitterfeld durch starke Überschneidungen der Nahversorgungsbereiche auch mit alternativer Anbieterwahl. Für wenige Wohngebiete sind aber auch größere Zeit-Wege-Aufwendungen erforderlich, z.B. in den Ortsteilen Greppin und Bobbau, am südlichen Rand des Ortsteiles Wolfen sowie für Teilbereiche von Steinfurth oder im Ortsteil Stadt Bitterfeld im Umfeld des Krankenhauses. Speziell in den kleinen Ortsteilen ist die Nahversorgung nur eingeschränkt gewährleistet, begründet in der Stadtstruktur von Bitterfeld-Wolfen sowie Tragfähigkeitsproblemen für Einzelhandelsansiedlungen, Teilbereiche der Nahversorgung werden noch vom Lebensmittelhandwerk erfasst.

Zukünftige Entwicklungsperspektiven bei Lebensmittelmärkten sollten angesichts des bereits hohen Flächenbesatzes ausschließlich auf marktgerechte Weiterentwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen und wohngebietsintegrierten Nahversorgungslagen beschränkt bleiben.

Kleinteilige Nahversorgungslösungen

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

wahl zu beobachten. Durchschnittlich versorgen sich Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei 4,25 Betriebsformen.

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

„Kleinteilige Nahversorger“ sind vergleichbar dem „Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladen“ als typische Art der baulichen Nutzung zu charakterisieren, mit einer eigenständigen Ausprägung. Sie sind als Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m² zu charakterisieren und unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Die Lebensmittel-Fachgeschäfte konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagetyp eines Nahversorgungsladens oder Convenience-Stores. [18]

Wie bereits ausgeführt, weisen die Kennziffern der Verkaufsflächenausstattung darauf hin, dass bei den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen insbesondere im Ortsteil Stadt Bitterfeld bereits ein überdurchschnittlicher Wettbewerb besteht. Aktuelle, städtebaulich integrierte Angebotsstrukturen (zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen) bedürfen eines besonderen Schutzes. Zur weiteren Qualifizierung der Grundversorgung sind jedoch Entwicklungsspielräume in kleineren Ortsteilen zu erschließen, in diesem Kontext sind kleinteilige Nahversorgungslösungen gezielt zu fördern.

[18] vgl. zum Anlagetyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

5.5. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen

5.5.1. Innenstadt Bitterfeld (A-Zentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt Bitterfeld“ bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, §9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Ein Schwerpunkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes liegt auf der Stärkung und Weiterentwicklung der Bitterfelder Innenstadt als einzig urban gewachsenes und zugleich kompaktes Zentrum im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen.

Der Sanierungsprozess führte zu einer städtebaulichen Aufwertung der Innenstadt. Dabei ist auch festzustellen, dass der Gebäudebestand in einzelnen Lagen (u.a. der Burgstraße) weiterhin Sanierungsbedarf aufweist. Die städtebauliche Qualität der Innenstadt liegt in der Verknüpfung der historischen Altstadt mit den Entwicklungschancen eines multifunktionalen Geschäftszentrums. Die funktionale Verbindung mit dem Goitzschesee stellt einen besonderen Wert mit hohem Potenzial dar. Die Innenstadt kann in diesem Zusammenspiel als attraktiver Erlebnisraum ausgebaut werden. Ein ansprechendes Wohnumfeld, Einzelhandels- und Freizeitangebote sowie eine gute Infrastrukturausstattung sind für die Zukunftsfähigkeit der Innenstadt von elementarer Bedeutung. Für eine vitale Innenstadt ist der Fokus auf alle städtischen Funktionen zu richten, da Handel, Wohnen, Gastronomie und Freizeit einander bedingen.

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

Abb. 15: Multifunktionalität des A-Zentrums Innenstadt Bitterfeld

In dieser Konstellation entstehen auch für den Einzelhandel neue Entwicklungsperspektiven, um eine gesamtstädtische und regionale Kundenbindung zu erhalten und auszubauen. Aktuell dominiert im innerstädtischen Einzelhandelsbesatz die Fachgeschäftsstruktur mit oftmals kleinen, nicht marktgerechten Flächen. Trotz des Verkaufsflächenzuwachses von rd. 1.300 m² gegenüber dem Bestand 2009, beträgt der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt lediglich 7% des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels. Damit fehlt es der Innen-

stadt an der kritischen Masse um Ausstrahlungskraft und Magnetwirkung zu erzeugen. Die Ursachen für geringe Frequenzen sind u.a. darin zu sehen, dass zum einen die Grundversorgung als Frequenzbringer entfällt. Über den Discounter ALDI wird nur die fußläufige Nahversorgung für das Wohnumfeld gesichert und Entwicklungsspielräume für einen Magnetanbieter (z.B. Supermarkt) sind durch den hohen Wettbewerbsbesatz außerhalb der Innenstadt nicht mehr gegeben. Zum anderen fehlen der Innenstadt herausragende Magnetanbieter. Einzig der Drogeriemarkt Rossmann in der Burgstraße füllt diese Funktion aus, wobei dessen aktuelle Verkaufsfläche auch keinen zeitgemäßen Marktauftritt gewährleistet.

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist auch eine Überprüfung der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bitterfeld verbunden. Festzuhalten ist, dass der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich weiterhin Bestand hat. Geringfügige Veränderungen ergeben sich aus der stärkeren Ausrichtung auf die Wechselwirkung multifunktionaler Schwerpunktbereiche und deren räumliche Zuordnung zum A-Zentrum. Die nachfolgend dargestellte Abgrenzung betont die funktionalen Schwerpunktbereiche mit Hauptgeschäftsbereich, in dem der Einzelhandel die bestimmende Determinante ist und der Bereich Tourismus / Gastronomie, entlang der Berliner Straße mit Anbindung an den Großen Goitzschesee.[19]

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

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich in Ost-West-Richtung. In seiner maximalen Ausdehnung schließt das A-Zentrum neben dem Hauptgeschäftsbereich in westlicher Richtung den Verlauf der Walther-Rathenau-Straße bis vor dem Bahnhof ein, in nordwestlicher Richtung begrenzt die Verkehrsachse Bismarckstraße-Marler Platz - Friedensstraße das A-Zentrum. In östlicher Richtung ist der Verlauf der Mühlstraße / Berliner Straße bis zur Kreuzung B 100, einschließlich des Marinaparks einbezogen. Die südliche Ausdehnung wird im Wesentlichen vom Burgtorwall begrenzt.

Die räumliche Abgrenzung umschließt die zwei Funktionsschwerpunkte Einzelhandel sowie Tourismus / Gastronomie. Das Zusammenwirken beider Funktionsschwerpunkte zur wechselseitigen Stärkung ist ein wesentliches Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Eine wachsende gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung und damit Stärkung des A-Zentrums, erfordert eine Vernetzung der Funktionen. Dafür gilt es, die Konzentration auf den Ausbau der Angebotsschwerpunkte im jeweiligen Funktionsbereich zu lenken. Attraktive Angebotsstrukturen erzeugen wechselseitige Frequenzen, von denen beide Bereiche profitieren sollten.

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

Der Funktionsbereich Tourismus / Gastronomie erstreckt sich folglich im östlichen Teilbereich vom A-Zentrum, umschließt den Verlauf der Berliner Straße und bindet die zwischen der B 100 und dem Großen Goitzschesee angesiedelten touristischen Angebotsschwerpunkte (Marinapark, Gastronomie, angrenzender Hotelneubau) mit ein.

Mittelpunkt des Funktionsbereichs Einzelhandel ist der Markt und dessen Umfeld sowie die Achse der Burgstraße, letztere beginnend südlich am Kreuzungsbereich mit dem Töpferwall, über den Markt verlaufend bis zum nördlichen Ende der Fußgängerzone am Kreuzungsbereich mit Teichwall / Ratswall. Die Burgstraße weist mit 28 Anbietern den höchsten Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt auf.

[19] vgl. INSEK Bitterfeld-Wolfen 2030+ Integriertes Stadtentwicklungskonzept, 2016

Abb. 16: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bitterfeld

Im Abschnitt 4.4.2 wurden die Anforderungen an räumliche und funktionale Entwicklungspotenziale erläutert. Die damit verbundenen Chancen sind jedoch nur dann für das gesamte A-Zentrum zweckdienlich, wenn es gelingt, attraktive Magnetbetriebe anzusiedeln, die auch eine entsprechende Anziehziehungskraft für Besucher der touristischen Angebotsschwerpunkte entfalten. Die Innenstadt zu beleben und deren Frequenzen nachhaltig zu erhöhen, ist eine vorrangige Aufgabenstellung. Die Identifikationsfunktion der Innenstadt für die Gesamtstadt zu stärken, ist eine wesentliche städtebauliche Zielsetzung.

Funktionale Vernetzung erfordert auch die Schaffung attraktiver Wegebeziehungen, dies gilt insbesondere für die Anbindung des Hauptgeschäftsbereichs an die touristischen Angebotsschwerpunkte. Der wechselseitige Besucheraustausch wird nur gelingen, wenn die Verbindungsachsen als Erlebnisraum gestaltet werden. Dies bedeutet aber auch die Angebotsverdichtung und Attraktivitätssteigerung vor allem der Geschäftslagen Burgstraße, Markt, Walther-Rathenau-Straße. Die Innenstadt verfügt in diesen Geschäftslagen über genügend Potenzialflächen im Bestand, die gegenwärtig zu Funktionsbrüchen führen, die jedoch im Rahmen einer weiteren Sanierung zu marktgerechten Geschäftsflächen ausgebaut werden können. Letzteres stellt eine zwingende Voraussetzung dar, um Magnetanbieter zukünftig gleichberechtigt in allen Geschäftslagen der Innenstadt anzusiedeln. Der Potenzialstandort Burgstraße / Mühlstraße eröffnet Chancen, die bisherige Entwicklung hat jedoch gezeigt, dass die Innenstadt ganzheitlich weiterentwickelt werden muss. Ein aktives Leerstandmanagement mit der Entwicklung von standortspezifischen Nutzungsoptionen wäre ein geeigneter Weg.

Die angestrebte Wechselwirkung der Funktionsschwerpunkte Einzelhandel und Tourismus / Gastronomie bietet der Innenstadt grundsätzlich gute Entwicklungschancen. Hier sei nochmals auf den Abschnitt 4.4.2 mit der Diskussion zum Spannungsfeld stationärer Handel vs. E-Commerce verwiesen.

Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, der sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukunftsfähigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Schaufenstergestaltung, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden. In der Verknüpfung von Einkauf, Kultur, Tourismus und Gastronomie liegt die Chance der Innenstadt sich als vielfältigen Erlebnisbereich stärker zu profilieren.

Die Abbildung 17 führt die Aufgabenstellung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Bitterfeld in einer Übersicht zusammen:

Abb. 17: Entwicklungsschwerpunkte für das A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld

Daneben bedarf es auch einer intensiven Diskussion der innerstädtischen Händler, um die Zusammenarbeit in gewichtigen Gestaltungsfeldern wie Aktionen, Öffnungszeiten etc. zu forcieren.

Die Zusammenarbeit und Kooperation innerstädtischer Händler und Gewerbetreibenden ist eine notwendige Voraussetzung und ein geeignetes Instrumentarium, um den innerstädtischen Entwicklungsprozess weiter zu forcieren. Die strukturellen Voraussetzungen sind durch Förderverein Bitterfelder Innenstadt e.V. gegeben. Es bedarf allerdings auch der aktiven Unterstützung durch die Eigentümer der Immobilien, um konkrete Projekte umzusetzen.

5.5.2. Ortsteilzentren (B-Zentren)

Ortsteilzentren sind städtebaulich integrierte Zentren mit Versorgungs- und Identitätsfunktion. Die besondere Stadtstruktur von Bitterfeld-Wolfen, resultierend aus der Fusion ehemals selbständiger Gemeinden, bedingt im besonderen Maße den Erhalt lebendiger Zentren in den Ortsteilen, die Verbindung von Wohnen-Leben-Arbeiten. Somit stehen die Ortsteilzentren auch unter einem besonderen Schutz des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, welcher über reine Versorgungsfunktionen im Handel hinausgeht. Ziel ist eine umfassende Grundversorgung vom täglichen Bedarf bis zu Nachfragesegmenten des autoorientierten Wochenbedarfs, ergänzt durch umfassende Dienstleistungen (medizinische, öffentliche, wohngebietsnahe Dienstleistungen) und auch Gastronomieangebote.

Ortsteilzentren benötigen zur Sicherung dieser Angebotsvielfalt einen größeren Einzugsbereich von ca. 10.000 Einwohnern. Innerhalb des Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen erfüllen zwei Ortsteilzentren diese Anforderungen aus Einzugsgebiet, Ausstattung und Funktionszuweisung:

- Wolfen – Leipziger Straße
- Wolfen-Nord

Diese beiden B-Zentren umfassen zusammen 9,5% der aktuellen Verkaufsflächen der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Ortsteilzentrum Wolfen – Leipziger Straße

Das Ortsteilzentrum Wolfen – Leipziger Straße fungiert als maßgeblicher zentraler Versorgungsbereich für die Altstadt von Wolfen. Es erstreckt sich entlang der Leipziger Straße als straßenbegleitendes Zentrum und schließt zusätzlich die Bahnhofstraße sowie den Bahnhofstandort ein. Abseits der straßenbegleitenden Bebauung, bereits unmittelbar in den Nebenstraßen beginnend, schließt sich überwiegend Wohnbebauung an. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die räumliche Abgrenzung des B-Zentrums.

Die südliche Abgrenzung reicht bis zum Kreuzungsbereich mit Rudi-Arndt-Straße sowie Straße der DSF, die nördliche Abgrenzung bis zum Kreuzungsbereich mit der Thalheimer Straße. Eingebunden ist jeweils die straßenbegleitende Bebauung, dies gilt auch für den Verlauf der Bahnhofstraße, einschließlich des Bahnhofstandortes.

Das Zentrum erweist sich als sehr weitläufig, die Ausdehnung entlang der Leipziger Straße beträgt ca. 650 m, jedoch ist der Gesamtbereich als gewachsener Einzelhandelsstandort zu charakterisieren. Außerhalb der Abgrenzung finden sich lediglich einzelne Solitärlagen von Handelsbetrieben ohne funktionale Kopplung an dieses Zentrum.

Der Funktionsschwerpunkte aus Handelssicht liegt am Kreuzungsbereich Leipziger Straße / Robert-Koch-Straße, mit der größten Anbieterdichte und dem Lebensmitteldiscounter (Lidl) als Magnetstandort. Der Lebensmitteldiscounter bildet zusammen mit einem Textil-Discounter eine Standortagglomeration nördlich der Robert-Koch-Straße. Auf der südlichen Seite des Kreuzungsbereiches schließt sich ein multifunktionaler Geschäftskomplex mit Sanitätshaus, diversen Dienstleistern, Zeitarbeitsfirma, u.a. an.

Die Bahnhofstraße fungiert als Dienstleistungsstandort, vertreten sind die Sparkasse und ein „Vitalis-Center“. Letzteres übt keine ausgeprägte Handelsfunktion aus, eingebunden ist vielmehr ein Restaurant Sokrates, ein Casino, Arztpraxen / Physiotherapie, Nagelstudio und ein Fitnessstudio. Das Bahnhofsgebäude soll zukünftig in diesen Schwerpunkt stärker einbezogen werden, u.a. auch durch Einzelhandelsnutzungen.

Im nördlichen Bereich ist in den letzten Jahren ein Funktionsverlust festzustellen, die Leerstandsproblematik hat spürbar zugenommen. Die mit der zwischenliegenden Johanneskirche verbundene Funktionsunterbre-

chung aus Handelssicht wurde in der Vergangenheit durch anbieterspezifische Zielkundenbindung kompensiert und bedarf zukünftig eines eigenständigen Funktionsschwerpunktes.

Abb. 18: Abgrenzung B-Zentrum Wolfen – Leipziger Straße

Abb. 19: Ansichten zum B-Zentrum Wolfen – Leipziger Straße

Quelle: Eigene Aufnahme

Die räumliche Ausprägung ist für die Versorgungsfunktionen in Wolfen angemessen und ermöglicht zur Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen eine entsprechende Angebotsverdichtung, z.B. über aktuelle Leerstände, im Rahmen von Gebäudesanierungen und explizit durch die beiden ausgewiesenen Potenzialflächen.

Durch gezielte Ausweisung von Potenzialflächen sollen Funktionsschwerpunkte gestärkt und zusammengeführt werden. Als nördliche Potenzialfläche wird ein ehemaliger Einzelhandelsstandort (Sporthaus Bucholz) mit der Perspektive zur Neubebauung und Erschließung einer größeren Grundstückstiefe ausgewiesen. In der Robert-Koch-Straße, unmittelbar anschließend an den bisherigen Funktionsschwerpunkt aus Einzelhandelssicht wird ein Teilbereich des ehemaligen Gesundheitszentrums als südliche Potenzialfläche bereitgestellt. Sie bietet die Perspektive, in unmittelbarer Nachbarschaft zum Lebensmittelmarkt weitere attraktive Einzelhandelsflächen zu realisieren und somit die Frequenz an diesem Magnetstandort nachhaltig zu stärken.

Eine zusätzliche räumliche Ausdehnung des Zentrums ist für eine zukünftige Weiterentwicklung nicht erforderlich und letztlich auch nicht zu empfehlen, dies würde zu einer Zergliederung anstelle der angestrebten Verdichtung führen und das Zentrum insgesamt gefährden.

Ortsteilzentrum Wolfen-Nord

Das Ortsteilzentrum Wolfen–Nord liegt am Kreuzungsbereich Straße der Chemiearbeiter / Dessauer Allee und besteht aus mehreren benachbarten, sukzessiv entwickelten Handelskomplexen in wechselseitiger Funktionsergänzung. Nachfolgende Abbildung zeigt die genaue Abgrenzung des B-Zentrums.

Abb. 20: Abgrenzung B-Zentrum Wolfen–Nord

Ausgangspunkt bildete eine bereits zu DDR-Zeiten entstandene Funktionseinheit aus ehemaliger Kaufhalle und einem Gebäudekomplex mit Apotheke, diversen Ärzten, Post, Sparkasse. Dieser Standort bildet heute den westlichen Rand des Zentrums, der ehemalige Kaufhallenstandort ist mit einem Möbelhaus besetzt, der Gebäudekomplex umfasst auch gegenwärtig diverse Arztpraxen, Apotheke, weitere Gesundheitsdienstleister (Krankenkasse, Pflege, etc.) sowie mehrere Einzelhandelsanbieter.

Abb. 21: Ansichten zum B-Zentrum Wolfen-Nord

Quelle: Eigene Aufnahme

Das weitere Areal westlich der Dessauer Allee ist mit mehreren Gebäudekomplexen als Handels- und Dienstleistungsstandorte bebaut, beginnend am Nordrand des B-Zentrums mit einem Lebensmitteldiscounter (Penny), anschließend die „NordPassage“ sowie drei weitere Büro- und Geschäftsgebäude. Bereits der Teilbereich des B-Zentrums westlich der Dessauer Allee bietet ein sehr breites Angebotsspektrum aus Einzelhandels- und Dienstleistungsanbietern zzgl. diverser Arztpraxen.

Einen wichtiger Schwerpunkt im gesamten zentralen Versorgungsbereich bildet der Dienstleistungssektor mit Sparkasse und div. Bankfilialen, Reisebüro, verschiedene Versicherungen und Krankenkassen, Gesundheitsdienstleistungen, Frisör, Kosmetik, Schlüsseldienst, Textilpflege und Eiscafé.

Östlich der Dessauer Allee, zurückversetzt an die Comeniusstraße befindet sich ein zweiter Geschäftskomplex um die Lebensmittelmärkte EDEKA und ALDI, ergänzt um Drogeriemarkt, Textilmarkt und Schuhmarkt. Dieser Standort bildet folglich den Einzelhandelsschwerpunkt im B-Zentrum, ergänzt sich jedoch sehr gut mit der kleinteiligen und dienstleistungsorientierten Anbieterstruktur östlich der Dessauer Allee. Der Lebensmitteldiscounter ALDI ist darunter die jüngste Entwicklung innerhalb des Zentrums, als erweiterter Ersatzneubau eröffnet im März 2017.

Das B-Zentrum Wolfen-Nord ist mit fast 6.500 m² Einzelhandelsverkaufsfläche (zzgl. Dienstleister) der derzeit flächengrößte zentrale Versorgungsbereich im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen. Den Versorgungsfunktionen eines Ortsteilzentrums wird die aktuelle Ausstattung gerecht, steht gleichzeitig aber in einem intensiven Standortwettbewerb mit dem peripheren Ergänzungsstandort Muldepark (Bobbau) und dem am Westrand von Wolfen-Nord gelegenen Verbrauchermarkstandort Kaufland in der Wittener Straße.

Angesichts weiter rückläufiger Einwohnerzahlen in Wolfen-Nord gilt der Sicherung des B-Zentrums eine besondere Aufmerksamkeit, zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen oder Flächenerweiterungen in Wolfen-Nord außerhalb dieses zentralen Versorgungsbereiches sind zu vermeiden.

5.5.3. Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)

Das Nahversorgungszentrum ist ein städtebaulich integriertes Zentrum mit stadtgebietsbezogener Versorgungsfunktion, es zielt auf die fußläufige Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Idealerweise setzen sich ein Nahversorgungszentrum aus einem Lebensmittelmarkt und Fachgeschäften des kurzfristigen Bedarfs, beispielsweise Lebensmittelhandwerk, Zeitungen/Zeitschriften oder Blumen, zusammen. Weitere zentrenrelevante Sortimente des mittel- bis langfristigen Bedarfs bleiben auf ergänzende Versorgungsfunktionen beschränkt. Darüber hinaus bieten sich wohngebietsnahe Dienstleistungen (z.B. Frisör, Reinigung), Gesundheitsdienstleistungen und Gastronomie an.

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

Nahversorgungszentrum Holzweißig

Seit der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen im Jahr 2009 hat sich das Nahversorgungszentrum im Ortsteil Holzweißig positiv entwickelt. Ursprünglich im Einzelhandelskonzept als Zentrum in Revitalisierung ausgewiesen, konnte durch Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes als Magnetanbieter das Zentrum stabilisiert und weiterentwickelt werden, es erfüllt aktuell wieder vollumfänglich die Funktionen als Nahversorgungszentrum. Die Schutzfunktion eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde explizit an diesem Nahversorgungszentrum sichtbar. Der besondere Schutz dieses zentralen Versorgungsbereiches ist unter dem Gesichtspunkt der Tragfähigkeitsaspekte auch weiterhin zwingend erforderlich. Im Ortsteil Holzweißig leben aktuell ca. 2.820 Einwohner, ein begrenztes aber insgesamt tragfähiges Nachfragepotenzial. Zum Vergleich, im gesamten Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen entfallen durchschnittlich 2.143 Einwohner auf einen Discounter oder Supermarkt.

Nachfolgende Abbildung zeigt die exakte Abgrenzung des C-Zentrums. Der Ortsteil Holzweißig teilt sich, getrennt durch die Bahnlinie, in einen kleineren Teilbereich westlich der Bahn und den überwiegenden Wohngebieten des Ortsteiles östlich der Bahn. Das C-Zentrum liegt sowohl fußläufig als auch mit dem PKW gut erreichbar an der Zufahrt zu den östlichen Wohngebieten, an der Glück-auf-Straße.

Die Versorgungsfunktionen umfassen insbesondere die fußläufige Nahversorgung des Ortsteiles Holzweißig, durch die günstige Lage als zentraler Versorgungsbereich wird in einem Umkreis von 500 m fast der gesamte Ortsteil erfasst, lediglich einige Haushalte in Randlage des Ortsteiles Holzweißig bedürfen eines geringfügig größeren Wegeaufwandes.

Die fußläufige Nahversorgung für den Ortsteil Holzweißig kann gegenwärtig auch von keinem Alternativanbieter übernommen werden. Nächstgelegene Standorte von Lebensmittelmärkten sind ein Lebensmitteldiscounter in der Leipziger Straße (vgl. Nahversorgungslage Leipziger Straße im Abschnitt 5.5.4), zwei Lebensmittelmärkte (Discounter und Supermarkt) im Ergänzungsstandorte „BITZ“ (vgl. Ergänzungsstandort Fachmarktzentrum BITZ im Abschnitt 5.5.5) sowie das SB-Warenhaus im Ergänzungsstandort Bismarkstraße (vgl. Ergänzungsstandort Bismarkstraße im Abschnitt 5.5.5). Diese Standorte sind ausgehend vom C-Zentrum zwischen 1,8 km bis 2,0 km entfernt, können die Funktion einer fußläufigen Nahversorgung nicht wahrnehmen, ziehen jedoch Nachfragepotenzial aus dem Ortsteil Holzweißig ab.

Das Nahversorgungszentrum besteht aus zwei Gebäudekomplexen und verfügt derzeit über 1.123 m² Verkaufsfläche (ohne Leerstände). Der Ankerbetrieb und Magnet am Standort ist der

Lebensmitteldiscounter NP-Discount, er wird ergänzt durch einen Getränkemarkt, Lebensmittelhandwerk (Bäcker und Fleischer), einen Blumenladen und einem Fachgeschäft für Textilien und Schreibwaren mit Lotto-Shop und Postshop.

Abb. 22: Abgrenzung C-Zentrum Holzweißig

Abb. 23: Ansichten zum C-Zentrum Holzweißig

Der aktuelle Branchenbesatz umfasst zu ca. 92% der Verkaufsfläche den kurzfristigen Bedarfsbereich. Im Sinne einer erweiterten Grundversorgung sind die ergänzenden Angebote des mittelfristigen Bedarfs zu interpretieren. Unter weiterer Berücksichtigung der Postdienstleistungen ist dieses C-Zentrum als idealtypisches Nahversorgungszentrum anzusehen.

5.5.4. Integrierte Nahversorgungslagen

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

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

Nahversorgungslagen sind definiert als Standorte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern, ergänzt mit Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) im Eingangsbereich.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung und Ausstattung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante Nahversorgungspotenzial abzustimmen. Im Regelfall verfügen sie über eine Verkaufsflächendimensionierung bis 1.000 m², eine einzelfallabhängige, darüber hinausgehende Dimensionierung bedarf des Nachweises einer städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).

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

Nahversorgungslage Bitterfeld, Leipziger Straße

Die Nahversorgungslage liegt an der B184, am westlichen Rand des Ortsteiles Bitterfeld und ist dem **Grundstück Leipziger Straße 6a** zugeordnet. Die Leipziger Straße als B184 verbindet die B100 mit der B183 sowie mit dem angrenzenden Stadtgebiet von Sandersdorf.

Maßgebliche Versorgungsfunktionen für die Einstufung als Nahversorgungslage beziehen sich jedoch auf die gegenüberliegende Kraftwerkssiedlung von Bitterfeld (östlich der Leipziger Straße). Die Sicherung der Nahversorgung ist innerhalb der Siedlung nicht möglich, der Standort in der Leipziger Straße kann diese Funktion wahrnehmen, zzgl. der angrenzenden Einfamilienhaussiedlung „Paradies“. In einem Umkreis von 500 m als fußläufige Erreichbarkeit ist der Großteil dieser Wohngebiete eingeschlossen, auch wenn insgesamt das Nahversorgungspotenzial mit 670 Einwohnern in dieser fußläufigen Entfernung gering bleibt. Allerdings kann die Nahversorgungslage zur Sicherung ihrer Tragfähigkeit auch von den Verkehrsfrequenzen auf der B184 profitieren.

Die Nahversorgungslage steht in unmittelbarer Wechselwirkung mit dem Ergänzungsstandort Fachmarktzentrum BITZ am südöstlichen Rand der Kraftwerkssiedlung, in welchem u.a. auch ein Supermarkt (REWE) und ein Lebensmitteldiscounter (ALDI) eingebunden sind.

Die Nahversorgungslage umfasst aktuell einen Lebensmittel-Discounter (Netto) mit Bäckerfiliale im Eingangsbereich und umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 790 m².

Nahversorgungslage Bitterfeld, Friedensstraße

Die Nahversorgungslage befindet sich nördlich des A-Zentrums und ist dem **Grundstück Friedensstraße 5-7** zugeordnet. Die Friedensstraße bildet die Grenze des A-Zentrums. Gleichzeitig fungiert die Friedensstraße als gemeinsamer innerörtlicher Verlauf der Bundesstraßen B100 und B183.

Versorgungsfunktionen beziehen sich auf das gesamte Umfeld der Nahversorgungslage, sie übernimmt auch die fußläufige Nahversorgung für den nördlichen Teilbereich des A-Zentrums, in welchem kein weite-

rer Lebensmittelanbieter vertreten ist. Besonders zu verweisen ist auch auf das östlich gelegene Wohngebiet bis zum Kreiskrankenhaus Bitterfeld-Wolfen. Außerdem strahlt der Standort in die Wohnquartiere entlang der Dessauer Straße aus, dabei zeichnet sich aber eine Wechselwirkung mit der Nahversorgungslage Auenstraße ab.

Die Nahversorgungslage umfasst bisher einen Lebensmittel-Discounter (Lidl) mit Bäckerfiliale im Eingangsbereich. Infolge eines aktuellen Erweiterungsvorhabens steigt die zukünftige Gesamtverkaufsfläche auf ca. 1.063 m², ausschließlich bezogen auf den Lebensmittelmarkt, die Bäckerfiliale entfällt.

Benachbart zum Lebensmitteldiscounter besteht in einem separatem Gebäude ein Getränkemarkt, welcher ausdrücklich nicht der Nahversorgungslage zugerechnet wird. Hierfür sprechen zunächst grundsätzliche Aspekte der Funktionszuweisung von Nahversorgungslagen, im speziellen aber auch die Zielsetzung, diese Nahversorgungslage nicht schrittweise zu einem Nahversorgungszentrum auszubauen. Weitergehende Versorgungsfunktionen sind in das südlich gelegene A-Zentrum einzubinden.

Nahversorgungslage Bitterfeld, Auenstraße

Die Nahversorgungslage liegt in wohnintegrierter Lage nördlich der Bitterfelder Innenstadt, am Verlauf der Dessauer Straße und ist zugeordnet dem **Grundstück Auenstraße 9**. Zum Standort gehört neben dem Lebensmittelmarkt ein zweites Gebäude, allerdings ohne Handelsfunktion (Asia-Bistro & Lieferdienst).

Die Nahversorgungslage Auenstraße übernimmt die Grundversorgung für die Wohngebiete beiderseits der Dessauer Straße, begrenzt durch den Verlauf der Bahnlinie im Westen und dem Verlauf der Leine im Osten. Eine weitergehende Ausstrahlung besteht in die nordwestlich gelegene Anhaltsiedlung, diese liegt sicherlich benachbart zum Ergänzungsstandort Anhaltstraße, eine eigenständige nahversorgungsrelevante Betriebsform (Discounter oder Supermarkt) ist in diesem Wohngebiet jedoch nicht vorhanden.

Der Standort verkörpert im besten Sinne das Verständnis einer wohngebietsintegrierten Nahversorgung. In den umliegenden Wohngebieten sichert die Nahversorgungslage eine fußläufige Versorgung für ca. 3.300 Einwohner. Die fußläufige Erreichbarkeit bildet somit auch den Schwerpunkt der Versorgungsfunktionen.

Für südlich vom Projektstandort befindliche Wohnquartiere ergeben sich funktionale Überschneidungen mit der Nahversorgungslage Friedensstraße, aufgrund des insgesamt verfügbaren Nachfragepotenzials sind diese eher als funktionale Ergänzungen zu charakterisieren.

Somit bildet die Nahversorgungslage Auenstraße ein Bindeglied zwischen der südöstlich gelegenen Nahversorgungslage Friedensstraße und dem nordwestlich gelegenen Ergänzungsstandort Anhaltstraße, die zusammen eine flächendeckende Nahversorgung im Norden des Ortsteiles Bitterfeld sichern.

Die Nahversorgungslage ist besetzt mit einem Lebensmittel-Discounter (Netto Marken-Discount), nach aktueller Erweiterung mit einer zukünftigen Gesamtverkaufsfläche von ca. 980 m².

Nahversorgungslage Bitterfeld, Wittenberger Straße

Der Standort der Nahversorgungslage liegt nordwestlich der Bitterfelder Innenstadt, gelegen unmittelbar am Kreuzungsbereich Friedensstraße / Wittenberger Straße. Das unmittelbare **Grundstück ist die Wittenberger Straße 3**.

Aktueller Besatz ist ein Lebensmitteldiscounter Penny ergänzt durch eine Fleischerfiliale im seitlichen Anbau, bei einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 870 m². Dieser Standort ist nächstgelegener Angebotsstandort für die Wohngebiete östlich der Leine, im Umfeld des Gesundheitszentrums Bitterfeld-Wolfen sowie im weiteren östlichen Verlauf der Friedensstraße. Im fußläufigen Umfeld von 500 m leben ca. 1.470 Einwohner.

In geringer Entfernung zur Nahversorgungslage eröffnete Ende 2017 an der Wittenberger Straße ein EDEKA-Supermarkt mit ca. 1.500 m² Verkaufsfläche in dezentraler Lage. Dessen Ausstrahlung orientiert sicherlich auf den gesamten Ortsteil Stadt Bitterfeld und auch darüber hinausgehend in die Region, er bildet aber gleichzeitig einen unmittelbaren Wettbewerb im Umfeld der Nahversorgungslage.

Nahversorgungslage Wolfen, Krondorfer Straße

Die Nahversorgungslage liegt im Kreuzungsbereich der Krondorfer Straße mit der Verbindungsstraße Richtung Wolfen-Nord, die Funktion als Nahversorgungslage ist zugeordnet dem **Grundstück Krondorfer Straße 123**.

Eigenständige Versorgungsfunktionen übernimmt der Standort für Wohngebiete zwischen Krondorfer Straße und Thalheimer Straße (Bereich Mozartstraße, Beethovenstraße, Bachstraße), entlang der Reudener Straße und für die Blockbebauung westlich der Verbindungsstraße (Erich-Weinert-Ring und Umfeld).

Das Objekt umfasst einen Lebensmittel-Discounter (Netto Marken-Discounter) mit einer Bäckerfiliale im Eingangsbereich, die aktuelle Gesamtverkaufsfläche beträgt ca. 800 m².

Das Standortumfeld weist bisher keinen weiteren Einzelhandelsbesatz auf, wird schwerpunktmäßig geprägt durch die genannten Wohnlagen. Ebenfalls am Kreuzungsbereich, auf dem Grundstück westlich der Verbindungsstraße, wird aber gemäß vorliegendem Einzelhandelskonzept der neue Ergänzungsstandort Verbrauchermarkt Krondorfer Straße ausgewiesen (vgl. Abschnitt 5.5.5). Dieser zielt auf eine Verlagerung bisher peripher wahrgenommener Funktionen großflächiger Lebensmittelbetriebsformen mit örtlicher und regionaler Kundenbindung in das Stadtgebiet.

Die zukünftige Standortnachbarschaft ist vorrangig als Funktionsergänzung zu betrachten, die unmittelbaren Nahversorgungsfunktionen werden dabei weiterhin von der Nahversorgungslage übernommen.

Nahversorgungslage Wolfen, Steinfurther Straße

Die Nahversorgungslage Steinfurther Straße liegt unmittelbar an der Ortsteilgrenze zwischen Wolfen und Bobbau. Das unmittelbare **Grundstück ist die Steinfurther Straße 37**.

Die Steinfurther Straße (weiterer Verlauf im Ortsteil Bobbau als Leipziger Straße) ist als Bundesstraße B184 eine wichtige Verkehrsachse, insofern ist der Standort auch als autoorientierter Standort anzusehen. Dessen separate Ausweisung als Nahversorgungslage gründet sich jedoch auf die Randlage zu Wohngebieten von Bobbau und Wolfen-Nord. Für die östlichen Wohnquartiere von Wolfen-Nord sichert sie die fußläufige Nahversorgung ergänzend zum B-Zentrum, für den Ortsteil Bobbau fungiert sie als wichtigster Nahversorgungsstandort.

Das Objekt umfasst einen Lebensmittel-Discounter (Netto) mit Bäckerfiliale im Eingangsbereich mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 670 m². Zum unmittelbaren Umfeld zählen neben den genannten Wohngebieten auch zwei Tankstellen und Gewerbeansiedlungen.

Nahversorgungslage Wolfen, Damaschkestraße

Die Nahversorgungslage Damaschkestraße war im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 als Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) in Revitalisierung ausgewiesen, diese angestrebte Entwicklung konnte nicht umgesetzt werden. Die sich stabilisierte Funktionswahrnehmung entspricht jener einer Nahversorgungslage, woraus sich die Neueinstufung erklärt.

Die Nahversorgungslage liegt am westlichen Rand der Altstadt Wolfen, am Kreuzungsbereich der Damaschkestraße mit der Andresenstraße, zugewiesen dem **Grundstück Damaschkestraße 2a**.

Das Umfeld in östlicher Richtung durch Wohnbebauung, in westlicher Richtung jedoch durch Gewerbeflächen auf dem Areal A des Chemieparks Bitterfeld Wolfen gekennzeichnet. Für die Wohnlagen südlich der Thalheimer Straße und in östlicher Richtung bis zur Thälmannstraße sichert die Nahversorgungslage die fußläufige Erreichbarkeit, ergänzt in diesem Sinne die wohnungsnahe Versorgung zum B-Zentrum. Das Einzugsgebiet verfügt jedoch über ein begrenztes Potenzial, im 500 m-Umfeld leben nur ca. 1.260 Einwohner

Die Funktion als Nahversorgungslage wird von einem Lebensmittel-Discounter (ALDI) mit zusätzlichem Bäcker unmittelbar am Eingangsbereich wahrgenommen.

Der Gebäudekomplex enthält zusätzlich eine vorgelagerte Ladenpassage mit mehreren leerstehenden Geschäftseinheiten. Perspektivisch ist die Nutzung dieser Geschäftseinheiten bzw. die Baustruktur des Gesamtstandortes zu klären. In jedem Fall ist auch weiterhin die Entwicklung von Konkurrenzstandorten im näheren Umfeld auszuschließen, dies würde selbst den Bestand als Nahversorgungslage gefährden.

5.5.5. Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel

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

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

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten sollen über Festsetzungen in Bebauungsplänen efolgen. In der Stadt Bitterfeld-Wolfen bestehen fünf maßgebliche Ergänzungsstandorte mit jeweils definierten Funktionszuweisungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes.

Nachfolgend werden für die Ergänzungsstandorte der Stadt Bitterfeld-Wolfen

- Einkaufszentrum Anhaltstraße,
- Einkaufszentrum Muldepark,
- Fachmarktzentrum BITZ,
- Fachmarktstandort Bismarckstraße (Baumarkt & SB-Warenhaus),
- Verbrauchermarktstandort Krondorfer Straße (in Planung),

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

Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Anhaltstraße

Unmittelbar an der Ortsteilgrenze von Bitterfeld und Greppin gelegen, zählt das Einkaufszentrum Anhaltstraße mit aktuell ca. 10.300 m² genutzter Verkaufsfläche (ohne Leerstände) zu den größten Einzelhandelsstandorten der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Der Ergänzungsstandort liegt knapp 2 km nördlich des A-Zentrums, bei sehr guter Verkehrsanbindung über die Anhaltstraße / Dessauer Straße. Die Anhaltstraße stellt dabei die direkte Verbindung zwischen der Bitterfelder Innenstadt (A-Zentrum) und den nördlichen Ortsteilen Greppin und Wolfen dar.

Der Standort gliedert sich zum einen in einen Gebäudekomplex mit einem SB-Warenhaus sowie einem ehemaligen Baumarktgebäude, welches direkt an das SB-Warenhaus angrenzt und aktuell leer steht. Zum anderen befinden sich südöstlich zwei weitere Fachmarktimmobilien.

Der eingeführte Ergänzungsstandort übernimmt seit vielen Jahren gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen und ist somit auch wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Die Abgrenzung als Ergänzungsstandort berücksichtigt die aktuelle Bebauung zzgl. der Parkflächen. Die Bebauung besteht aus den drei genannten Gebäudekomplexen.

Abb. 24: Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Anhaltstraße

Wichtigster Magnetanbieter des Einkaufszentrums Anhaltstraße ist das SB-Warenhaus (real,-), ergänzt durch eine Reihe an Konzessionären (Bäcker, Fleischer, Frisör, Schuh- und Schlüsseldienst, Reisebüro, Lotto-Shop, Handy-Shop, Apotheke, Blumen-Shop). Die besondere Zentrenrelevanz entsteht jedoch durch die Fachmärkte in den beiden weiteren Gebäudekomplexen, die überwiegend wichtige zentrenrelevante Warengruppen besetzen.

In den vergangenen Jahren, seit der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in 2009, erfuhren diese beiden Gebäudekomplexe partielle Änderungen im Anbieterbesatz. Die flächengrößten Anbieter zeigen sich seit Jahren unverändert, dazu zählen die Fachmärkte Dänisches Bettenlager, Siemes Schuh Center, Fressnapf und Takko, der Fachmarkt Frick für Wand & Boden ersetzte branchengleich den ehemaligen TTM-Fachmarkt. Die Fläche eines ehemaligen Lebensmittelmarktes wird seit Mai 2016 durch Megos (Schreibwaren & Spielwaren) genutzt, welcher vom Einkaufszentrum Muldepark wechselte, also eine Verlagerung innerhalb der Ergänzungsstandorte.

Auch zukünftig soll sich der Standort auf Nachfragesegmente konzentrieren, die von den zentralen Versorgungsbereichen nicht übernommen werden können, hierzu zählen Nachfragesegmente des autoorientierten Wochenbedarfs, gebunden durch das SB-Warenhaus, sowie Segmente der fachmarktorientierten Nachfra-

ge. Ansiedlungen von Fachgeschäften sind dagegen vorrangig in das A-Zentrum zu lenken. Die räumlichen Entwicklungsperspektiven bleiben auch zukünftig auf die aktuellen Baugrenzen beschränkt.

Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:

Die Funktionszuweisung entsprechend den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist bereits in der 1. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 002 "Einkaufszentrum Anhaltstraße", OT Stadt Bitterfeld umgesetzt. Die Satzung ist am 06.05.2017 in Kraft getreten.

Der Bebauungsplan weist aus Einzelhandelssicht die Sondergebiete (SO) 1A, 1B und 2 aus. Zulässig sind im Detail:

SO 1A – Fläche für großflächigen Einzelhandel

- SB-Warenhaus mit einer maximalen Verkaufsfläche von 6.300 m² einschließlich der Konzessionäre in der Vorkassenzone,
- davon dürfen maximal 1.900 m² auf zentrenrelevante Sortimente gemäß der Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste entfallen.

SO 1B – Fläche für großflächigen Einzelhandel / Fachmarktzentrum

- Fachmarktzentrum mit Gesamtverkaufsfläche von 3.700 m²,
- darunter Fahrradfachmarkt mit max. 400 m² Verkaufsfläche, Elektronikfachmarkt mit max. 1.000 m², Fachmarkt für Bekleidung in der Spezifikation als Textildiscounter mit max. 800 m² Verkaufsfläche, Kleinpreiswarenhaus / Sonderpostenmarkt / Nonfood-Discounter mit max. 1.500 m² Verkaufsfläche (davon max. 500 m² für Bekleidung), Getränkefachmarkt mit max. 1.000 m² Verkaufsfläche,
- alternativ sind Anbieter mit nicht-nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unter Einhaltung der Gesamtverkaufsfläche zulässig.

SO 2 – Fläche für großflächigen Einzelhandel

- Fachmarktzentrum mit Gesamtverkaufsfläche von 4.900 m²,
- darunter Fachmarkt für Raumausstattung mit max. 1.320 m² Verkaufsfläche, Fachmarkt für Wohnen und Einrichten mit max. 670 m², Fachmarkt für Schuhe mit max. 940 m² Verkaufsfläche, Fachmarkt für Spiel- und Schreibwaren mit max. 600 m² Verkaufsfläche, Fachmarkt für Bekleidung in der Spezifikation als Textildiscounter mit max. 430 m² Verkaufsfläche, Fachmarkt für Heimtierbedarf mit max. 450 m² Verkaufsfläche, Fachmarkt für Getränke mit max. 280 m² Verkaufsfläche,
- alternativ sind Anbieter mit nicht-nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unter Einhaltung der Gesamtverkaufsfläche zulässig,
- alternativ zulässig ist die Ansiedlung von Dienstleistern, Gastronomie, Vergnügungsstätten (Spielhalle mit Billard, Dart, Internetbereich und max. 12 Spielgeräten) und Freizeiteinrichtungen (Fitnessstudio).

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

Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Muldepark

Das Einkaufszentrum liegt peripher zum Ortsteil Bobbau, somit auch am nördlichen Rand des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen, bereits im Außenbereich unmittelbar an der Bundesstraße B184. Das Ortsteilzentrum Wolfen-Nord liegt etwa 1,5 km entfernt, steht folglich in unmittelbaren Wettbewerbsbeziehungen.

Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Abgrenzung und Verkehrsanbindung des Ergänzungsstandortes.

Abb. 25: Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Muldepark

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von aktuell ca. 15.900 m² (ohne Leerstände) ist dieser Ergänzungsstandort flächengrößter, zusammenhängender Einzelhandelsstandort der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Der Branchenschwerpunkt liegt im Bereich Bauen-Wohnen-Einrichten, ca. 72 % der Verkaufsfläche entfallen auf die Warengruppen Gartenbedarf, Heimwerker, Möbel, Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik, Haus- und Heimtextilien, GPK / Hausrat. Im Einzelnen sind folgende Anbieter ansässig:

- Verbrauchermarkt EDEKA
- Möbelmarkt Möbel-Boss
- Elektro-Fachmarkt Medimax
- Bau- und Heimwerkermarkt toom
- Heimtier-Fachmarkt Zoo & Co.

- Schuh-Fachmarkt Deichmann
- Bekleidungs-Fachmarkt AWG
- sowie als weitere Fachgeschäfte: Lotto-Shop, Blumenoase, Bäcker, Fisch, Kommunikationsshop.

Die Kundenbindung des Einkaufszentrums „Muldepark“ orientiert vordergründig auf die Wohngebiete von Wolfen-Nord, nicht zuletzt infolge der geringen Besiedlungsdichte im weiteren Umland. Mit rückläufigen Einwohnerzahlen in Wolfen-Nord wird sich zwangsläufig der Standortwettbewerb mit dem Ortsteilzentrum (B-Zentrum) Wolfen-Nord verschärfen. Entsprechend den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gebührt der Erhaltung des zentralen Versorgungsbereiches die höhere Priorität. Folglich sind Weiterentwicklungen im Ergänzungsstandort hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz sehr restriktiv zu begegnen.

Die Zielsetzung für den Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Muldepark liegt auf der Bestandserhaltung. Funktionen innerhalb der abgestimmten Zentren- und Standortstruktur verstehen sich als Fachmarktstandort mit Komplementärnutzungen zu den zentralen Versorgungsbereichen, mit Entwicklungsperspektiven stärker im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich. Der bereits bestehende Angebotsschwerpunkt bildet hierfür eine gute Basis.

Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:

Planungsrechtlich wurde der Standort nach § 33 BauGB auf der Grundlage eines Vorhaben- und Erschließungsplanes bebaut, der jedoch keine Rechtskraft erlangte. Dieser Vorhaben- und Erschließungsplan setzt ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel fest, trifft jedoch keine Regelungen zur Verkaufsfläche bzw. Sortimenten.

Für den Ergänzungsstandort ist ausgehend vom Bestand und abgestimmt auf die Entwicklungsziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eine neue planungsrechtliche Grundlage zu erarbeiten. Hierfür gelten folgende Empfehlungen:

- Flächenerweiterungen über die genehmigte Gesamtverkaufsfläche des Ergänzungsstandortes sind planungsrechtlich auszuschließen,
- Festsetzung der bestehenden Fachmarktstrukturen jeweils mit maximaler Verkaufsflächendimensionierung der einzelnen Anbieter unter Berücksichtigung anzustrebender Entwicklungsperspektiven,
- dabei zukünftige Sortimentsveränderungen und Verkaufsflächenerweiterungen in Richtung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente ausschließen,
- perspektivische Stärkung des Branchenschwerpunktes Bauen – Wohnen – Einrichten,
- keine Aufgliederung in kleinteilige Verkaufsflächen – vielmehr klarer Erhalt als Fachmarktzentrum,
- alternative Nutzungen zum Bestand ausschließlich im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich.

Ergänzungsstandort Fachmarktzentrum BITZ

Das Fachmarktzentrum BITZ liegt an der Brehnaer Straße / B100 am südwestlichen Stadtrand des Ortsteiles Bitterfeld. Das A-Zentrum liegt ca. 1,7 km entfernt (Kreuzungsbereich mit der Walther-Rathenau-Straße), direkt über dem Verlauf der Bundesstraße B100 erreichbar.

Das Einkaufszentrum „BITZ“ besteht aus einem zweietagigem Gebäudekomplex unmittelbar an der B100, einem rückwärtigem Baumarktstandort in zweiter Reihe und einem dritten Gebäudekomplex an der Elektronstraße bestehend aus einem Supermarkt (REWE) und einem Drogeriemarkt (dm), die Mehrheit der Parkflächen liegt zwischen den Gebäudekomplexen. Zusätzlich aufgenommen in die Abgrenzung als Ergänzungsstandort werden im Rahmen der aktuellen Fortschreibung die Einzelhandelsimmobilien auf der gegenüberliegenden Straßenseite der B100, hierbei handelt es sich um den Leerstand eines ehemaligen Lebensmittel-Discounters und um einen Getränkemarkt. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Abgrenzung und Verkehrsanbindung des Ergänzungsstandortes.

Abb. 26: Ergänzungsstandort Fachmarktzentrum BITZ

Das Einkaufszentrum weist offensichtlich funktionale Defizite mit entsprechenden Kundenakzeptanzproblemen auf, das Obergeschoss im vorderen Gebäudekomplex steht weitestgehend leer. Eine zukünftige Revitalisierung mit Einzelhandelsnutzungen ist faktisch auszuschließen.

Wichtigster Magnetanbieter ist der rückseitige OBI Bau- und Heimwerkermarkt. Im vorderen Gebäudekomplex sind im Erdgeschoß vertreten: Lebensmittel-Discounter ALDI, Non-Food-Discounter Tedi, Schuhfachmarkt Deichmann, Textil-Discounter kik, Heimtierfachmarkt Tierparadies sowie einige Dienstleister. Im Obergeschoß befindet sich lediglich ein Sport- und Rückenzentrum.

Der östlich gelegene Gebäudekomplex mit Super- und Drogeriemarkt entstand als Erweiterung des Fachmarktzentrums im Jahr 2015 (Eröffnung der Märkte im Januar 2016) um weitere ca. 1.900 m² Verkaufsfläche.

Auf der Südseite der B100 bestehen zwei solitäre Einzelhandelsimmobilien, ein ehemaliger Lebensmitteldiscounter (Leerstand seit 2016) und ein Getränkemarkt. Beide werden in die funktionale Abgrenzung des Ergänzungsstandortes aufgenommen und somit auch in die funktionale Standortsteuerung entsprechend den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eingebunden.

Das Fachmarktzentrum BITZ mit seinen Gebäudekomplexen nördlich der B100 umfasst derzeit ca. 10.400 m² Einzelhandels-Verkaufsfläche, davon entfallen ca. 56% auf den Baumarkt. Diese Größendimensionierung zuzüglich der beiden Bestandsobjekte auf der Südseite der B100 ist als zukünftige Zielgröße für den Ergänzungsstandort insgesamt anzusehen, für die Leerstände innerhalb des BITZ ist ein neues Nutzungskonzept ohne Einzelhandel zu erarbeiten.

Die maßgeblichen Versorgungsfunktionen werden durch den Fachmarktbesatz, insbesondere durch den Baumarkt, geprägt.

<u>Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:</u>

Das Areal des Ergänzungsstandortes gehört nach aktuellem Stand noch zum unbeplanten Innenbereich der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Geplant ist bereits die Aufstellung des Bebauungsplanes „Einkaufszentrum BITZ“ 1-2014 btf, der Aufstellungsbeschluss wurde durch den Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen am 18.06.2014 gefasst. Für die Erarbeitung der Festsetzungen sind abgestimmt auf die Ziele des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folgende Empfehlungen zu geben:[20]

- Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche auf den Bestand, d.h. Baumarkt, Supermarkt und Drogeriemarkt, Erdgeschoß des Gebäudekomplexes an der B100, ehemaliger Lebensmittelmarkt und Getränkemarkt in aktueller Größenordnung,
- folglich Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im Obergeschoß des Gebäudekomplexes an der B100,
- lediglich Optimierung der Verkaufsflächenstruktur der bestehenden Fachmärkte im Erdgeschoß des Gebäudekomplexes an der B100 ohne weitere Flächenaufgliederung und ohne zusätzliche Anbieter,
- Einzelfestsetzungen zu den bestehenden Fachmärkten mit jeweils maximal zulässiger Gesamtverkaufsfläche,
- alternative Nutzungen zum Bestand ausschließlich im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich bei Einhaltung der Gesamtverkaufsfläche.

[20] Die Stadt Bitterfeld-Wolfen hat mit dem Eigentümer am 09.03.2017 einen städtebaulichen Vertrag zur Neukonzeption des „BiTZ“-Ergänzungsstandortes geschlossen (vgl. Städtebaulicher Vertrag nach §11 Abs. 1 BauGB zum Grundstück Brehnaer Straße 34 a-d, 06749 Bitterfeld-Wolfen). Dieser regelt die zukünftig maximal zulässigen Verkaufsflächen bereits unter Berücksichtigung der oben genannten Empfehlungen, diese Verkaufsflächengrenzen sollen in einen zukünftigen Bebauungsplan übernommen werden.

Ergänzungsstandort Fachmarktstandort Bismarckstraße (Baumarkt & SB-Warenhaus)

Der Ergänzungsstandort liegt innenstadtnah im Ortsteil Stadt Bitterfeld an der Bismarckstraße (Kreuzungsbereich Wiesenstraße). Bis zum Kreuzungsbereich Bismarckstraße / Walther-Rathenau-Straße als Beginn des innerstädtischen A-Zentrums beträgt die Entfernung 500 m.

Der Ergänzungsstandort ist eine Kombination aus SB-Warenhaus (Kaufland) und Baumarktstandort (B1 Baumarktdiscounter). Innerhalb des SB-Warenhauses sind weitere Konzessionäre (Frisör, Blumen, Lotto mit Foto, Kommunikationstechnik, Bäcker, Fleischer) integriert. Insgesamt verfügt der Ergänzungsstandort über ca. 9.600 m² Verkaufsfläche, davon entfallen ca. 5.600 m² auf das SB-Warenhaus (zzgl. Konzessionäre).

Zweifellos steht der Ergänzungsstandort in einer direkten Wechselbeziehung mit dem A-Zentrum, dennoch ist diese Standortentwicklung als sehr positiv zu bewerten. Zum einen ist es gelungen, typischerweise in peripheren Lagen angesiedelte Betriebsformen zentrumsnah in die Bitterfelder Einzelhandelsstrukturen einzubinden. Zum anderen ist das Kaufland in einen attraktiven, denkmalgeschützen Industriebau an städtebaulich exponierter Lage integriert. Dieser Standort ist somit hinsichtlich der Einbindung der Versorgungsfunktionen als auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten positiv zu bewerten.

Abb. 27: Ergänzungsstandort Fachmarktstandort Bismarckstraße

Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:

Der Standort befindet sich im Geltungsbereich des rechtskräftigen Bebauungsplans Nr. 01-2009 „Brehnaer Überbau/Ostseite“, in Kraft getreten im Juni 2014.

Die Grundstücke des SB-Warenhauses und des Baumarktes sind jeweils als eigenständige Sondergebiete großflächiger Einzelhandel ausgewiesen, mit folgenden Festsetzungen:

SO EZH 1 – Standort des SB-Warenhauses

- zulässig sind Anbieter mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten gemäß der Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste bis zu einer Verkaufsfläche von 5.900 m²,

SO EZH 2 – Standort des Baumarktes

- Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sind unzulässig,
- ausnahmsweise zulässig sind Anbieter deren Sortimente gemäß der Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste zu mindestens 90% als nicht-nahversorgungsrelevant und nicht-zentrenrelevant einzustufen sind, der Anteil zentren- und/oder nahversorgungsrelevanter Sortimente darf 10% der Gesamtverkaufsfläche und je Einzelsortiment 200 m² nicht übersteigen.

Mit diesen Festsetzungen sind die zugewiesenen Funktionen des Ergänzungsstandortes lt. Einzelhandels- und Zentrenkonzept abgebildet.

Ergänzungsstandort Verbrauchermarkt Krondorfer Straße (in Planung)

Der Ergänzungsstandort wird im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes als potenzieller Standort für die Verlagerung von Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels ausgewiesen. Die Ortsteile Wolfen und Bobbau verfügen peripher über zwei Verbrauchermarktstandorte. Ausgehend von den weiteren Bevölkerungsrückgängen insbesondere in Wolfen-Nord ist es ein erklärtes städtebauliches Ziel, deren periphere Versorgungsfunktionen stärker in das Stadtgebiet von Wolfen zu integrieren.

Dieser ausgewiesene Ergänzungsstandort Verbrauchermarkt Krondorfer Straße dient ausdrücklich nicht der Ansiedlung eines zusätzlichen Verbrauchermarktes, dessen Umsetzung bedarf der adäquaten Aufgabe von Verkaufsfläche in dieser Betriebsform und Größendimensionierung. Abzusichern ist dies im Rahmen des Genehmigungsprozesses durch den Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit.

Der geplante Ergänzungsstandort liegt im Ortsteil Stadt Wolfen, am Kreuzungsbereich der Krondorfer Straße mit der Verbindungsstraße in Richtung Wolfen-Nord. Momentan befindet sich hier ein überwiegend ungenutzter Garagenkomplex.

Im Umfeld des Standortes, auf der gegenüberliegenden Seite der Verbindungsstraße und weiter östlich entlang der Krondorfer Straße sind Gewerbenutzungen, Einzelhandel (Nahversorgungslage Krondorfer Straße mit Netto Marken-Discount, vgl. Abschnitt 5.5.4), eine Tankstelle und eine McDonald's-Filiale zu finden. Westlich, südlich und südöstlich des Planstandortes schließen sich Mehrfamilienhäuser an.

Die Versorgungsfunktion des Standortes leitet sich überwiegend aus der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Lage im Wohngebiet Krondorf ab. Bisher peripher verortete Vollversorgerfunktionen würden mit diesem potenziellen Ergänzungsstandort eingebunden, vor allem in die Stadtgebiete der Altstadt Wolfen, Musikerviertel, Krondorf und Wolfen-West, über die Verbindungsstraße auch mit Ausstrahlung nach Wolfen-Nord.

Diese räumliche Verschiebung der Versorgungsfunktionen verbessert zugleich die räumlichen Angebotsstrukturen im Ortsteil Stadt Wolfen, durch die Einbindung eines Vollsortimenters in die Ortslage Wolfen.

Abb. 28: Ergänzungsstandort Verbrauchermarkt Krondorfer Straße

Planungsrechtliche Situation und Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung:

Für den neuen Ergänzungsstandort befindet sich aktuell der Bebauungsplan „Einkauf am Krondorfer Kreisel“ (BP 08-2017wo) in Aufstellung.[21] Die Zulässigkeit konzentriert sich ausschließlich auf einen Verbrauchermarkt, in einer Größendimensionierung, die letztlich eine Verlagerung eines bisher peripheren Standortes ermöglicht.

Zur planungsrechtlichen Umsetzung der zugewiesenen Versorgungsfunktion sind folgende Empfehlungen zu berücksichtigen:

- Ausweisung eines Sondergebietes für einen Verbrauchermarkt mit maximal 3.500 m² Verkaufsfläche zzgl. maximal 250 m² für Konzessionäre (Einzelhandel und Dienstleistung in der Vorkassenzone),
- Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit insbesondere gegenüber den beiden B-Zentren im Ortsteil Stadt Wolfen, diese kann erreicht werden durch Verlagerung eines bestehenden Verbrauchermarktes ohne Nachnutzung des Bestandsstandortes für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente oder bei Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes bei gleichzeitiger Standortortaufgabe eines bestehenden Verbrauchermarktes in mindestens gleicher Größendimensionierung,
- Zulässigkeit eines Verbrauchermarktes folglich geknüpft an städtebaulicher Bedingung (gemäß BauGB §9 Abs. 2) der Verlagerung / Funktionsaufgabe an einem der beiden peripheren Bestandsstandorte.

[21] Aufstellungsbeschluss durch den Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen vom 01.11.2017

5.6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

5.6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

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

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

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

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

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

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

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

Eine planerische Steuerung kann auch für den nicht großflächigen Einzelhandel bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² notwendig sein. Dies gilt vor allem für Anbieter von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Steuerung ist auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (insb. Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auszurichten.

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

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

5.6.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladen“

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfolgt das grundlegende Ziel, durch gezielte Steuerung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebote mittels einer städtebaulich begründeten Zentren- und Standortstruktur die zentralen Versorgungsbereiche, vor allem die Bitterfeld-Wolfener Innenstadt, sowie die verbrauchernahe und wohngebietsintegrierte Grundversorgung zu schützen und weiter zu entwickeln. Gemäß § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB kann *„für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) … zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Absatz 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden.“*[22]

Der vollständige Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur kann jedoch in Einzelfunktionen auch der verbrauchernahen Grundversorgung entgegenstehen. Erforderlich ist eine Feingliederung der zu steuernden Einzelhandelsbetriebe. Gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO[23] besteht die Möglichkeit, einzelne Unterarten von Nutzungen mit planerischen Festsetzungen zu erfassen, falls sich hierfür besondere städtebauliche Gründe ergeben. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts des Landes Sachsen-Anhalt vom 21.09.2016 liegen besondere städtebauliche Gründe vor, wenn
„… es spezielle Gründe gerade für die gegenüber Absatz 5 [Anmerkung: § 1 Abs. 5 BauNVO] noch feinere Ausdifferenzierung der zulässigen Nutzungen geben muss […]. Gegenstand einer solchen Festsetzung können bestimmte Anlagentypen sein. Hiernach kann die Zulässigkeit auch nach der Größe der Anlagen, wie etwa der Verkaufs- oder der Geschossfläche von Handelsbetrieben, unterschiedlich geregelt werden. Den Anforderungen des § 1 Abs. 9 BauNVO entspricht eine solche Planung allerdings nur, wenn durch die Größenangabe bestimmte Arten von baulichen oder sonstigen Anlagen zutreffend gekennzeichnet werden.[…] Vielmehr muss die Gemeinde darlegen, warum Betriebe unter bzw. über den von ihr festgesetzten Größen generell oder doch jedenfalls unter Berücksichtigung der besonderen örtlichen Verhältnisse einem bestimmten Anlagentyp entsprechen. […] Die Planungsfreiheit der Gemeinden ist dadurch begrenzt, dass sich die Differenzierungen auf bestimmte Anlagentypen beziehen müssen, die es in der sozialen und ökonomischen Realität bereits gibt“[24]

Ein derartiger Anlagetyp kann ein ortsspezifischer Nachbarschaftsladen, im vorliegenden Fall der **Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladen,** sein.

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

Größendimensionierung und Versorgungsfunktion des Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladens bedingen sich gegenseitig und sind in dieser Wechselwirkung ein typisches Charakteristika als ortspezifischer Anlagentyp. Die kleinteiligen Fachgeschäfte unterstützen jeweils in Teilbereichen eine wohnungsnahe Grund-

[22] vgl. BauGB § 9 Abs. 2a
[23] vgl. BauNVO § 1Abs. 5 und Abs. 9
[24] vgl. Urteil Oberverwaltungsgericht des Landes Sachsen-Anhalt, Aktenzeichen 2K 113/14, vom 21.09.2016

versorgung, tatsächlich nur auf das unmittelbare Wohnumfeld ausgerichtet.[25] Ihre Größendimensionierung ordnet sich sowohl in die gesamtstädtischen Angebotsstrukturen ein, spiegelt sich aber auch in der begrenzten Flächenstruktur der häufigen Geschäftsunterlagerungen in Wohn- und Geschäftshäusern wider.

Tab. 8: Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsläden aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur

	Betriebe < 150 m²		Betriebe ≥ 150 m²		davon mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment	
	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
Einzelhandel insgesamt	208	**72%**	79	**28%**	61	**21%**
A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld	51	**80%**	13	**20%**	11	**17%**
B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße	23	**92%**	2	**8%**	2	**8%**
B-Zentrum Wolfen-Nord	18	**72%**	7	**28%**	6	**24%**
C-Zentrum Holzweißig	4	**67%**	2	**33%**	2	**33%**
Nahversorgungslagen	4	**31%**	9	**69%**	9	**69%**
Ergänzungsstandorte	17	**43%**	23	**58%**	16	**40%**
sonstige Standorte	91	**80%**	23	**20%**	15	**13%**

Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis der Analyse zum Einzelhandelsbesatz, Aktualisierungsstand November 2017

Die deutliche Mehrzahl der Bitterfeld-Wolfener Einzelhandelsbetriebe erweist sich als eher kleinstrukturierte Fachgeschäfte, eine deutliche Trennlinie zeichnet sich bei einer Größendimensionierung von 150 m² ab. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 150 m² sind als tatsächlich überwiegend und flächendeckend existierende Betriebe einzuschätzen. Diese Betriebe finden sich gesamtstädtisch sowohl in der angestrebten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten. Insgesamt 72% aller Einzelhandelsbetriebe sind dieser Größendimensionierung zuzuordnen. Diese überwiegende Präsenz gilt sowohl für die A- und B-Zentren, als auch für die Solitär- und Streulagen. Im A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld gehören dazu 80% aller Einzelhandelsbetriebe, im B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße sogar 92%, an den sonstigen Standorten beträgt deren Anteil aber ebenfalls 80%. Lediglich an den planungsrechtlich geregelten Ergänzungsstandorten und in den Nahversorgungslagen (Standorte von Lebensmittelmärkten) ist deren Präsenz erwartungsgemäß geringer.

Lediglich 28% aller Einzelhandelsbetriebe (79 Einzelhandelsbetriebe zum Stand November 2017) in Bitterfeld-Wolfen verfügen über eine Verkaufsfläche ab 150 m². Noch ausgeprägter stellt sich die Flächenstruktur in den A- und B-Zentren dar:

- 20% aller Anbieter im Bitterfelder A-Zentrum (13 der insgesamt 64 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe zum Stand November 2017),
- nur 8% aller Anbieter im B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße (2 der insgesamt 25 ansässigen Einzelhandelsbetriebe zum Stand November 2017),
- bzw. durchschnittliche nur 28% aller Anbieter im B-Zentrum Wolfen-Nord (7 der insgesamt 25 ansässigen Einzelhandelsbetriebe zum Stand November 2017)

[25] Beispiele sind u.a.: Bäcker oder Fleischer im Wohngebiet, Apotheke im Ärztehaus, aber auch Textil- oder Schuhfachgeschäfte mit höherer Sortimentsbreite bei geringerer Sortimentstiefe

verfügen nur über Verkaufsflächen ab 150 m². Einzelanbieter ab 150 m² können folglich für die Stadt Bitterfeld-Wolfen bereits als strukturprägende Anbieter fungieren, sind also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen.

Dies gilt natürlich explizit für zentrenrelevante Sortimente. Diese größeren Anbieter (ab 150 m² Verkaufsfläche) sind in der gemäß vorliegendem Einzelhandelskonzept abgegrenzten Zentren- und Standortstruktur fast ausschließlich dem zentrenrelevanten Sortimentsspektrum zuzuordnen. Dies führt zugleich zu dem Ergebnis, dass diese strukturprägenden Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment bereits gegenwärtig überwiegend der städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur zuzuordnen sind, darunter fallen 46 der insgesamt 61 Anbieter bzw. mehr als 75%.

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

Diese Steuerung maßgeblicher nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote gehört zu den ausdrücklichen Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

An den sonstigen Standorten ist die ohnehin geringere Anzahl größerer Einzelhandelsbetriebe zusätzlich zu differenzieren in zentrenrelevantes und nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment. Lediglich 15 Betriebe sind als zentrenrelevant einzustufen.

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

Der Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladen ist zusammenfassend wie folgt charakterisiert:

- Gesamtstädtisch anzufinden an städtebaulich integrierten Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld,
- Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 150 m² abgestimmt auf die Versorgungsfunktion und die typischen Verkaufsraumstrukturen im Wohnumfeld,
- traditionell als Funktionsunterlagerung in Wohn- und Geschäftshäusern – untersetzt Funktion und Größendimensionierung,
- breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Schuhreparaturen),
- zielt auf eine verbrauchernahe Grundversorgung ab, im Sinne einer erweiterten Grundversorgung auch im mittelfristigen Bedarfsbereich (keine Spezialgeschäfte),
- unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld,
- keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen,
- unterstützt die Abstimmung der städtebaulichen Ziele eines Zentrenschutzes und der verbrauchernahen Grundversorgung.

5.6.3. Definition der „Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste“ der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese zukünftig vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen (A- bis C-Zentren) der Stadt Bitterfeld-Wolfen einzubinden, bzw. dessen Entwicklungschancen nicht durch weitergehende Entwicklungen an anderen Standorten zu gefährden.

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

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

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

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

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

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

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

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Bitterfeld-Wolfen folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke" als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkefachmarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Eine derartige Zulässigkeit sollte ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit begrenzt werden. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemärkte können in den zentralen Versorgungsbereichen integriert werden und somit zur Stärkung dieser Zentren beitragen. Die Verkehrsanbindung der A- bis C-Zentren ermöglicht generell eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW.

Tiernahrung / Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf" werden gegenwärtig in Bitterfeld-Wolfen vorrangig in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt, außerdem auch im OBI-Baumarkt (OT Bitterfeld) und in drei Zoo-Fachhandlungen bzw. Fachmärkte im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen vertreten, davon 2 Anbieter in den Bitterfelder Ergänzungsstandorten BITZ (Bitterfelder Fachmarkt Zentrum) und Anhaltstraße sowie 1 Anbieter im Muldepark Bobbau.

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

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

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

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

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

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

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

Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher

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

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

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

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

Sportartikel (ohne Campingartikel), Fahrräder

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

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

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

Die aktuelle Angebotssituation bestätigt diese allgemeine Aussage zur Standortentwicklung. In Bitterfeld-Wolfen gibt es im Bestand keinen Fahrradfachmarkt, sondern nur einzelne Fahrradgeschäfte, letztere sind auch in den zentralen Versorgungsbereichen ansässig (z.B. A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld, B-Zentrum Wolfen Leipziger Straße), weitere Anbieter finden sich in Streulagen.

Ausgehend von den bestehenden Angeboten in zentralen Versorgungsbereichen und in Anlehnung an die Warengruppe Sportartikel sind auch Fahrräder grundsätzlich als zentrenrelevant einzustufen, eine Neuansiedlung außerhalb der Zentren- und Standortstruktur ist auszuschließen. Eine Einbindung von Fachmarktkonzepten im Rahmen der planungsrechtlichen Festsetzungen für Ergänzungsstandorte bedarf des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (vgl. Leitlinien 2,3 und 7 im Abschnitt 5.7).

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Die maßgeblichen Anbieter in diesem Branchenspektrum sind überwiegend in die Ergänzungsstandorte eingebunden, verwiesen sei auf den Baumarkt OBI im Ergänzungsstandort BITZ, den Baumarkt B1 im Er-

gänzungsstandort Bismarckstraße, dem Baumarkt toom und dem Möbelmarkt SB Möbel-Boss im Ergänzungsstandort Muldepark oder dem Fachmarkt Dänisches Bettenlager im Ergänzungsstandort Anhaltstraße. Eine zukünftige Ansiedlung von Anbietern in diesem Branchenspektrum ist gemäß den Funktionszuweisungen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auch gezielt auf die Ergänzungsstandorte zu lenken.

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

Gartenbedarf

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

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

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

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Bitterfeld-Wolfen zwar flächenmäßig überwiegend an dezentralen Standorten, auf Fachgeschäftsebene aber auch in zentralen Versorgungsbereichen (z.B. Raumausstattungsfachgeschäfte im A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld und B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße) angeboten, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz. Der Fachhandel mit hochwertigen Heimtextilien und Tischwäsche, auch in Verbindung mit Dienstleistungen, zählt zu den innerstädtischen Entwicklungsperspektiven.

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

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

„Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste“
zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
Blumen	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
Apotheken	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)
zentrenrelevante Sortimente	
Zoologischer Bedarf, Lebende Tiere	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ-Nr. 47.76.2) ohne Heimtiernahrung
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
Bücher, Papier, Schreibwaren/ Büroorganisation	Papierwaren/Büroartikel/Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen und Bettwaren (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche/Teppichboden (aus WZ-Nr. 47.53)
Musikalienhandel	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
Spielwaren, Bastelbedarf	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65),
Sportartikel	Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote (aus WZ-Nr. 47.64.2)
Fahrräder und –zubehör	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 47.64.1)

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

5.7. Handlungsleitlinien zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

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

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf die Weiterentwicklung der A- und B-Zentren im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen.

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

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

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

Leitlinie 1 – Priorität der Bitterfelder Innenstadt als multifunktionales, erlebbares Versorgungszentrum mit Stadtidentität:

Das innerstädtische Zentrum des Ortsteiles Bitterfeld besitzt als einzig urban gewachsenes Zentrum der Stadt Bitterfeld-Wolfen oberste Priorität als erlebbares Versorgungszentrum mit Stadtidentität für Einwohner und Besucher. Folglich sind Investitionen vorrangig auf das A-Zentrum zu lenken.

Die Bitterfeld-Wolfener Innenstadt entwickelt in der Zusammenführung und Wechselwirkung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Verwaltung, touristischen Angeboten an der Goitzsche und Gastronomie ein eigenständiges Profil. Durch die Ausweisung von Funktionsschwerpunkten sollen gezielt die jeweiligen Stärken der innerstädtischen Lagen gefördert und verknüpft werden. Die Funktionsvielfalt sichert die Attraktivität in der Innenstadt und trägt zu deren weiteren Ausbau bei.

Die Funktionsbündelung soll der Schaffung von Erlebnisbereichen dienen. Diese sind die Basis, um gezielt Kundenströme in das Innenstadtzentrum zu lenken, um somit die Entwicklungschancen der Bitterfeld-Wolfener Innenstadt nachhaltig zu sichern.

Ein Weiterentwicklung multifunktionaler Angebotsstrukturen im A-Zentrum bedarf aus Einzelhandelssicht einer Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten, einer Qualifizierung bestehender Angebotsstrukturen und einer Abstimmung einzelhandelsbezogener und städtebaulicher Maßnahmen zur Attraktivierung des A-Zentrums. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist eine Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den Hauptgeschäftsbereich anzustreben. Die bestehende Gebäudesubstanz sowie auch vorhandene Lücken in der Bebauung bieten neben der explizit ausgewiesenen Potenzialfläche zahlreiche, weitere Entwicklungspotenziale. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb lokaler und regionaler Einzelhandelsstandorte.

Leitlinie 2 – Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment:

Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind den zentralen Versorgungsbereichen, vorrangig dem A-Zentrum und in abgestufter Ausprägung entsprechend den zugewiesenen Versorgungsfunktionen den B- und C-Zentren vorbehalten. Eine Zulässigkeit in ausgewiesenen Ergänzungsstandorten gemäß den Leitlinien 3 und 7 ordnet sich der Priorität der Zentrenentwicklung unter.

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

In der Regel sollten Betriebe mit zentrenrelevanten Umsatzschwerpunkten nur auf zentrale Versorgungsbereiche beschränkt werden, wobei nachrangig gegliederte B- und C- Zentren auch nur funktionsgerechte Betriebsformen und Größenordnungen aufweisen sollten, d.h. B-Zentren sind in ihrer Ausstattung auf jeweils stadtgebietsbezogene Versorgungsfunktionen auszurichten und in den C-Zentren sind ausschließlich zentrenrelevante Ergänzungsangebote zu den überwiegend nahversorgungsrelevanten Anbietern eingebunden.

Entwicklungen in den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels dürfen die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsperspektiven der zentralen Versorgungsbereiche nicht einschränken.

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

Leitlinie 3 – Wechselseitige Standortentwicklung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und den Ergänzungsstandorten zur Wahrnehmung mittelzentraler Versorgungsfunktionen als gemeinsames Standortprofil:

In einer wechselseitigen Standortentwicklung, zwischen den A- und B-Zentren einerseits und den Ergänzungsstandorten andererseits sind mittelzentrale Versorgungsfunktionen als gemeinsames Standortprofil wahrzunehmen.

Die Ergänzungsstandorte erfüllen wichtige gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen für das Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen, sie greifen jene Entwicklungsperspektiven mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten auf, die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind. Insofern ist eine zukunftsfähige Weiterentwicklung der Angebotsstruktur auch in den Ergänzungsstandorten funktionsgerecht zu unterstützen.

Für zentrenrelevante Sortimente gilt dies aber nur unter der Voraussetzung, dass die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsperspektiven der A- und B-Zentren nicht beschnitten werden. Die planungsrechtliche Festsetzung von Sortimenten und deren maximale Verkaufsflächendimensionierung gemäß Leitlinie 7 sind deshalb zwingend notwendig. Der Nachweis einer verträglichen Weiterentwicklung ist zu führen.

Leitlinie 4 – Sicherung der Nahversorgung:

Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Bitterfeld-Wolfener Nahversorgungsstruktur wird durch die zentralen Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungslagen getragen. Diese Standorte sichern eine möglichst flächendeckende, fußläufig erreichbare Nahversorgung in Bitterfeld-Wolfen. In Ortsteilen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.

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

Die definierten Nahversorgungsstandorte zielen auf eine umfassende Grundversorgung in ihrem Stadtgebiet. Mit der Aufnahme zusätzlicher Nahversorgungslagen, nachrangig zu den zentralen Versorgungsbereichen, in das Einzelhandelskonzept wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung klar definiert. Nahversorgungslagen sind Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, denen auch Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich zugehörig sein können. Die Größendimensionierung orientiert sich an den standortspezifischen Versorgungsfunktionen.

Eine zukunftsfähige Weiterentwicklung städtebaulich integrierter Nahversorgungslagen durch Erweiterungen und/oder Abriss/Neubau ist grundsätzlich im Rahmen eigenständiger Versorgungsfunktionen zulässig wenn diese:

- eine eigenständige Nahversorgungsfunktion innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen,
- eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen,
- eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungsumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes)
- und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und anderer Nahversorgungslagen in Bitterfeld-Wolfen führen.

In peripheren Ortsteilen und kleineren Wohngebietslagen kann durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden, folglich unterstützt die Stadt Bitterfeld-Wolfen auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen in weiteren Wohngebieten.

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

Leitlinie 5 – Zulässigkeit von Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsläden:

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von über 150 m² Verkaufsfläche sollen zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (A- bis C-Zentren), der Nahversorgungslagen und den planungsrechtlichen Festsetzungen für Ergänzungsstandorte ist folglich nur zulässig, wenn diese dem Betriebs- und Anlagentyp eines „Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladens“ zuzuordnen sind.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Bitterfeld-Wolfen. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 150 m² sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen. Vom Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladen gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus. (vgl. Abschnitt 5.6.2).

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

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

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

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Leitlinie 5 (Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsläden).

oder

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

oder

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Bitterfeld-Wolfener Liste“ zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf die Größe des Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsladens (150 m²) begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche verbunden ist.
- Ausnahmsweise zulässig sind auch Tankstellenshops sowie Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichem Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste“) führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

Leitlinie 7 - Planungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte:

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

Gesamtstädtische und mittelzentrale Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Bitterfeld-Wolfen, ergänzend zu den A- und B-Zentren, von den Ergänzungsstandorten „Einkaufszentrum Anhaltstraße“, „Einkaufszentrum Muldepark“, „Fachmarktzentrum BITZ“, „Fachmarktstandort Bismarckstraße“ und „Verbraucher-

markt Krondorfer Straße“ wahrgenommen. Diese konzentrieren sich auf Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels und Fachmarktansiedlungen, letztere perspektivisch stärker im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich.

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

Leitlinie 8 - Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:

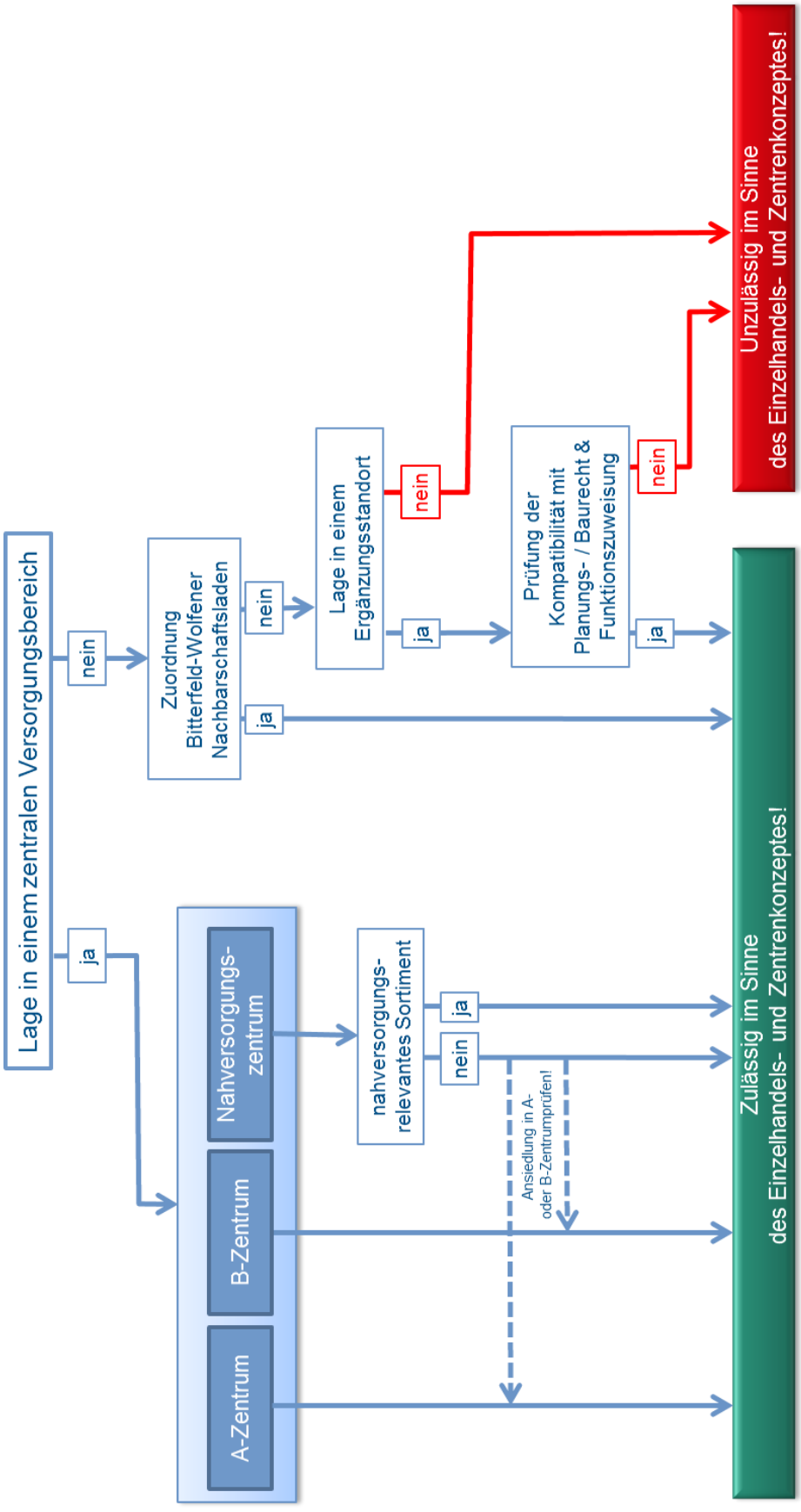
Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird durch Beschluss des Stadtrates vom politischen Willen der Kommune getragen.

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

5.8. Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment

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

Abb. 29: Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente



BBE Handelsberatung GmbH

i.V.

Dr. Silvia Horn

i.V.

Dr. Ulrich Kollatz

6. Verzeichnis der Anlagen

Zentrenpass A-Zentrum – Innenstadt Bitterfeld

Zentrenpass B-Zentrum – Ortsteilzentrum Wolfen – Leipziger Straße

Zentrenpass B-Zentrum – Ortsteilzentrum Wolfen-Nord

Zentrenpass C-Zentrum - Nahversorgungszentrum Holzweißig

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen

A-Zentrum – Innenstadt Bitterfeld

Lage: Umschließt die zusammenhängenden, räumlichen Entwicklungsbereiche als multifunktionales Zentrum und ist zu differenzieren zwischen einem Hauptgeschäftsbereich und einem Schwerpunktbereich Tourismus / Gastronomie, beide eingebunden in einem erweiterten A-Zentrum. Den Hauptgeschäftsbereich bilden der Markt und die Burgstraße mit angrenzenden Grundstücken, das erweiterte A-Zentrum schließt westlich den Bereich zwischen Walther-Rathenau-Straße und Lindenstraße ein, wird durch die Verkehrsachse Bismarckstr.-Marler-Platz-Friedensstraße begrenzt und bindet östlich den Stadthafen (Goitzsche) über die Achse Mühlstr./Berliner Str. an.

Versorgungsfunktion: Konzentration multifunktionaler Nutzungen – attraktiver Erlebnisraum für Handel, städtisches Leben & Tourismus, vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen, Entwicklungspotenziale bis zum spezialisierten höheren Bedarf.

Einzugsgebiet: Gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung, Anlaufpunkt für Touristen, Schnittstelle ÖPNV-Individualverkehr.

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Die höchste Priorität im Zentrengefüge besitzt die Innenstadt von Bitterfeld als einzig urbanes Zentrum. Die aktuelle Einzelhandelsstruktur wird bestimmt von kleinteiligen Angebotskonzepten, moderne attraktive Fachgeschäfte wechseln mit unattraktiven Billig-Angeboten. Größere Magnetanbieter fehlen. Sanierungsmaßnahmen der jüngeren Vergangenheit sind in der Fußgängerzone fortzusetzen. Räumliche Entwicklungspotenziale zur Ansiedlung von Magnetanbietern (innerstädtische Leitbranchen) bestehen insbesondere am sogenannten „Schweinemarkt“, am Kreuzungsbereich Burgstraße / Mühlstraße.

Angebotsverdichtung wird vorrangig im Hauptgeschäftsbereich angestrebt, darüber hinaus ist die Gastronomieszene auszubauen. Die Anbindung an die Goitzsche hilft, touristische Potenziale auch für den innerstädtischen Handel zu erschließen.

Angebotsstruktur

(Stand: Juni 2016, tlw. Aktualisierung Nov. 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	1.575 m²
Gesundheit, Körperpflege	666 m²
Blumen, Heimtier	155 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	370 m²
Bekleidung, Textilien	2.104 m²
Schuhe, Lederwaren	85 m²
Heimwerkerbedarf	5 m²
Spielwaren, Hobby	110 m²
Sportartikel, Fahrräder	165 m²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	405 m²
Elektrowaren	253 m²
UE, Kommunikation, PC	754 m²
Foto / Optik	230 m²
Uhren / Schmuck	45 m²
sonstiges	70 m²

B-Zentrum – Ortsteilzentrum Wolfen-Leipziger Straße

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen

Lage: Straßenbegleitendes Zentrum entlang der Verkehrsachse Leipziger Straße, zzgl. Bahnhofstraße mit Bahnhof. Abgrenzung in der Nord-Süd-Ausdehnung entsprechend dem zusammenhängenden Einzelhandelsbesatz, beginnend südlich am Kreuzungsbereich mit Straße der DSF und endend nördlich am Kreuzungsbereich mit Thalheimer Straße.

Versorgungsfunktion: Überwiegend ausgerichtet auf Stadtgebietsbevölkerung des Ortsteiles Wolfen als Handels- und Dienstleistungszentrum zur umfassenden Grundversorgung im kurz- aber auch im mittel- und langfristigen Bedarf. Angebotsstrukturen schwerpunktmäßig auf Fachgeschäftsebene, Nahversorgung durch Lebensmittelmarkt, Bahnhofstraße mit Dienstleistungsschwerpunkt.

Einzugsgebiet: Vorrangig ortsteilbezogene Versorgung in Wolfen (ohne Wolfen-Nord) mit Ausstrahlung in die Wohngebiete Krondorfer Straße, Steinfurth und Wolfen-Süd.

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Das Ortsteilzentrum Wolfen – Leipziger Straße erweist sich als langgestrecktes, straßenbegleitendes Zentrum mit mehreren Standortschwerpunkten. Vorrangig vertreten sind kleinteilige Fachgeschäfte, den Einzelhandelsschwerpunkt bildet das Umfeld des Lebensmitteldiscounters (Lidl) am Kreuzungsbereich mit der Robert-Koch-Straße. Dagegen dominieren in der Bahnhofstraße Dienstleistungsangebote mit Sparkasse und dem Vitalis-Center (Ärzte, Physiotherapie, Fitnessstudio, etc.). In der nördlichen Ausdehnung zeigt sich ein Funktionsverlust, dem es entgegenzuwirken gilt.
Eine weitere räumliche Ausdehnung des Zentrums ist nicht anzustreben, perspektivisch vielmehr eine Angebotsverdichtung durch Nutzung verfügbarer Kapazitäten (Leerstände, Brachflächen). Ausgewiesene Potenzialflächen finden sich in der Robert-Koch-Straße und im nördlichen Teilbereich der Leipziger Straße.

Angebotsstruktur

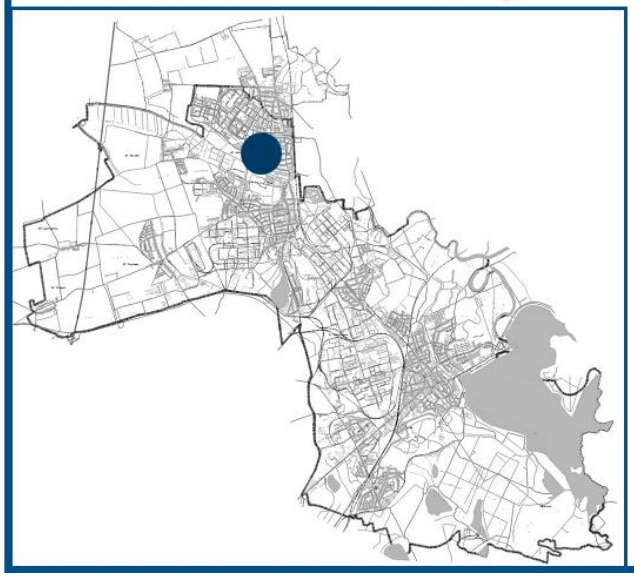
(Stand: Juni 2016, tlw. Aktualisierung Nov. 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	915 m²
Gesundheit, Körperpflege	155 m²
Blumen, Heimtier	80 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	55 m²
Bekleidung, Textilien	525 m²
Schuhe, Lederwaren	5 m²
Heimwerkerbedarf	
Spielwaren, Hobby	30 m²
Sportartikel, Fahrräder	70 m²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	300 m²
Elektrowaren	10 m²
UE, Kommunikation, PC	110 m²
Foto / Optik	60 m²
Uhren / Schmuck	20 m²
sonstiges	94 m²

B-Zentrum – Ortsteilzentrum Wolfen-Nord

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen



Lage:
Zentrale Lage in Wolfen-Nord, unmittelbar am Kreuzungsbereich der beiden wichtigen Verkehrsachsen Dessauer Allee und Straße der Chemiearbeiter. Zentrum gliedert sich in zwei Teilbereiche beiderseits der Dessauer Allee.

Versorgungsfunktion:
Zentraler Versorgungsbereich für das Wohngebiet Wolfen-Nord – umfassende Grundversorgung im kurzfristigen und ergänzenden mittelfristigen Bedarfsbereich sowie als Dienstleistungsstandort. Geeignet für Nachfrage des täglichen Bedarfs und des Wochenbedarfs. Sicherung der Funktionen im Standortwettbewerb mit dem Ergänzungsstandort Muldepark und zukünftig auch dem potenziellen Verbrauchermarktstandort Krondorfer Straße.

Einzugsgebiet:
Versorgungsfunktionen vorrangig für Wohnquartiere von Wolfen-Nord, Ausstrahlung in den angrenzenden Ortsteil Bobbau sowie in die Eigenheimsiedlungen von Steinfurth.

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Das Ortsteilzentrum entstand schrittweise aus mehreren Handels- & Dienstleistungskomplexen. Westlich der Dessauer Allee bilden vielfältige Dienstleistungsangebote und ein Gesundheitszentrum mit Arztpraxen, Apotheke, Pflege etc. den Schwerpunkt, ergänzt durch mehrheitlich kleinteilige Fachgeschäfte. Außerdem ist am westlichen Rand des B-Zentrums ein Möbelmarkt und am nördlichen Rand ein Lebensmittel-Discounter ansässig.

Östlich der Dessauer Allee, zurückversetzt zur Comeniusstraße, besteht eine Einzelhandelsagglomeration mit Supermarkt, Lebensmittel-Discounter, Drogeriemarkt und Textilmarkt. Unter Berücksichtigung rückläufiger Bevölkerungszahlen in Wolfen-Nord und eingebunden in oben genannten Standortwettbewerb hat das B-Zentrum seine Kapazitätsgrenze erreicht, Ziel ist die Sicherung der Versorgungsfunktion.

Angebotsstruktur

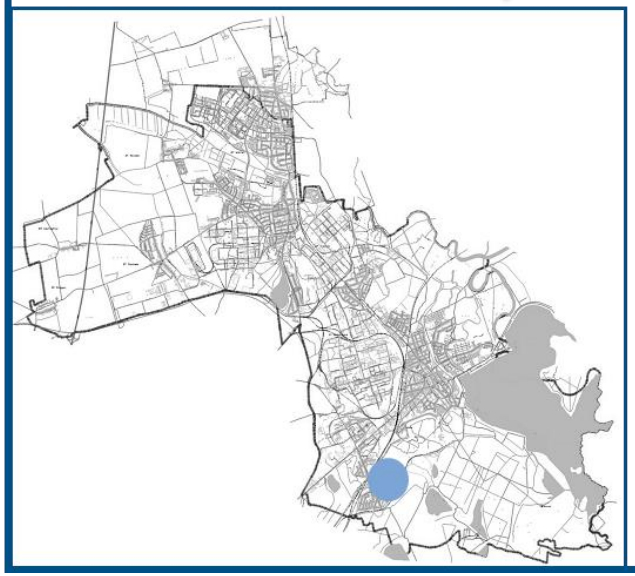
(Stand: Juni 2016, tlw. Aktualisierung Nov. 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	2.625 m²
Gesundheit, Körperpflege	850 m²
Blumen, Heimtier	118 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	124 m²
Bekleidung, Textilien	740 m²
Schuhe, Lederwaren	10 m²
Heimwerkerbedarf	15 m²
Spielwaren, Hobby	30 m²
Sportartikel, Fahrräder	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1.605 m²
Elektrowaren	
UE, Kommunikation, PC	25 m²
Foto / Optik	235 m²
Uhren / Schmuck	
sonstiges	310 m²

C-Zentrum – Nahversorgungszentrum Holzweißig

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen



Lage: Kreuzungsbereich Straße des Friedens / Glück-auf-Straße östlich der Bahnlinie, sowohl fußläufig als auch mit dem PKW gut aus dem gesamten Ortsteil Holzweißig (beiderseits der Bahnlinie) zu erreichen.

Versorgungsfunktion: Angebotsspektrum der Grundversorgung schwerpunktmäßig im kurzfristigen aber auch im ergänzenden mittelfristigen Bereich. Geeignet für Nachfrage des täglichen Bedarfs und des Wochenbedarfs.

Einzugsgebiet: Versorgungsfunktionen ausschließlich für den Ortsteil Holzweißig mit einem Einwohnerpotenzial von ca. 2.800 Einwohnern.

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Das Nahversorgungszentrum besteht aus zwei Gebäudekomplexen. Ankerbetrieb und Magnet am Standort ist ein Lebensmitteldiscounter, er wird ergänzt durch einen Getränkemarkt, Lebensmittelhandwerk, einen Blumenladen und einem Fachgheschäft für Textilien und Schreibwaren mit Lotto-Shop und Postshop.

Der Standort ist wichtigster Nahversorgungsstandort des Ortsteiles Holzweißig und in seiner Funktionsausprägung im besten Sinne als wohngebietsintegriertes Nahversorgungszentrum einzustufen. Die Verkaufsflächenpotenziale sind mit dem Bestand sicherlich ausgeschöpft, vordringliches Ziel ist der mittelfristige Funktionserhalt durch einen städtebaulichen Schutz gegenüber weiteren autoorientierten Wettbewerbsstandorten insbesondere an der Zufahrt zum Ortsteil über die Bundesstraße B100.

Angebotsstruktur

(Stand: Juni 2016, tlw. Aktualisierung Nov. 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	843 m²
Gesundheit, Körperpflege	80 m²
Blumen, Heimtier	75 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	40 m²
Bekleidung, Textilien	45 m²
Schuhe, Lederwaren	10 m²
Heimwerkerbedarf	
Spielwaren, Hobby	
Sportartikel, Fahrräder	10 m²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10 m²
Elektrowaren	
UE, Kommunikation, PC	
Foto / Optik	
Uhren / Schmuck	
sonstiges	10 m²

7. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

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

DIY:

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

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

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

Einzelhandelsrelevante Zentralität:

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

Ergänzungsstandort:

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

Fachmarkt:

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

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

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

GPK:

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

Großflächiger Einzelhandel

- Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Urt. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² beginnt (BVerwG Urt. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.
- Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.
- Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

Kaufkraftbindung:

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

Kernsortiment / Randsortiment:

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

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

Lebensmitteldiscounter:

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Nonfood-Umsatzanteil von ca. 10 - 13% auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:

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

Nahversorgungslage:

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

Nahversorgungszentrum:

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

SB-Markt:

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m². Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

SB-Warenhaus:

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m². Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50%) auch eine umfangreiche Nonfood-Abteilung (Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50%, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75%).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und / oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration an einem autokundenorientierten, oft peripheren Standort.

Sortiment, nahversorgungsrelevantes:

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

Sortiment, zentrenrelevant:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.
- Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in

einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.

- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:

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

Stadtteilzentrum:

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

Supermarkt:

- Ein Supermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von ca. 400 bis 2.500 m². Er bietet ein Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Kompetenz im Frische-Bereich an. Ab 800 m² Verkaufsfläche findet sich auch bereits ein höherer Nonfood-Anteil (Umsatzanteil ca. 10 - 15%, Flächenanteil ca. 20 - 30%).
- Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m². Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Nonfood-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 - 40%, Flächenanteil ca. 30 - 60%) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche:

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

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner:

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

Zentraler Versorgungsbereich:

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