



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernsdorf / Oberlausitz

Auftraggeber: Stadt Bernsdorf

Projektleitung: Dr. Eddy Donat
Sophie Männel, M. Sc. Geografie

Dresden, am 02.06.2020

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 – 33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 21 67 273
Telefax: 0351 / 80 23 895
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
Teil A: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernsdorf	6
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	7
3. Methodische Vorgehensweise	8
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	11
4.1.2 Internethandel	12
4.1.3 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	13
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	13
4.2.1 Demografische Entwicklung	13
4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	14
4.2.3 Entwicklung der Motorisierung	15
4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	15
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	16
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	18
5.1 Bauplanungsrecht	18
5.2 Landes- und Regionalplanung	19
II. Standort Bernsdorf, Angebots- und Nachfragesituation	22
1. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Bernsdorf	22
2. Angebotssituation	27
2.1 Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Bernsdorf	28
2.2 Nahversorgungssituation (Status-Quo-Situation)	30
3. Nachfragesituation	30
3.1 Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes	30
3.2 Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale	32
3.3 Kaufkraftbewegungen	34
4. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	35
4.1 Ausstattungskennziffern	35
4.2 Zentralitätskennziffer	37
5. Haushalts- und Online-Befragungen in Bernsdorf	38
5.1 Aufgabenstellung	38
5.2 Ergebnisse der Haushaltsbefragung in Bernsdorf	40

III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf	54
1. Bevölkerungsprognose und Kaufkraftentwicklung	54
2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	54
IV. Einzelhandelskonzept Bernsdorf	57
1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	57
2. Sortimentskonzept	59
2.1 Begriffsdefinition	59
2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	60
2.3 Bernsdorfer Sortimentsliste	62
3. Standortkonzept	65
3.1 Begriff „zentraler Versorgungsbereich“	65
3.2 Zentren- und Standortstruktur in Bernsdorf	67
3.3 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtzentrum Bernsdorf	70
3.4 Sonstige Standortlagen in Bernsdorf	75
3.4.1 Ergänzungsstandorte	75
3.4.2 Nahversorgungsstandorte	75
4. Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung	76
4.1 Steuerungsregeln des Einzelhandels innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtzentrum Bernsdorf	76
4.2 Steuerungsregeln des Einzelhandels außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches	77
4.2.1 Nahversorgungsstandorte	77
4.2.2 (pot.) Ergänzungsstandorte	78
4.2.3 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)	78
4.2.4 Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	79
4.2.5 Randsortimentsregelung	80
4.3 Fazit zu den Steuerungsregeln	80
Teil B: Potenzialanalyse	
„Handels- und Dienstleistungsstandort Dresdener Straße“	82
1. Aufgabenstellung	82
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	83
2.1 BauNVO	83
2.2 Landes- und Regionalplanung	84
3. Einzelhandelskonzept der Stadt Bernsdorf	85
4. Projektstandort „Dresdener Straße“	85
5. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	88
5.1 Einzugsgebiet und Bevölkerung	88

5.2	Kaufkraft im Einzugsgebiet	89
6.	Kaufkraftbindung und Verkaufsflächenpotenziale	90
6.1	Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet	90
6.2	Verkaufsflächenpotenziale und Entwicklungsansätze	92
7.	Auswirkungen des Vorhabens	95
8.	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Beurteilung der Auswirkungen	96
9.	Raumordnerische Zulässigkeit	96

Teil A: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernsdorf

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die **Kleinstadt Bernsdorf** liegt in der Oberlausitz im Osten von Sachsen und grenzt an das Bundesland Brandenburg an. Die Stadt mit ihren vier Ortsteilen zählt ca. 6.500 Einwohner und ist von der Regionalplanung als Grundzentrum ausgewiesen. Parallel zur perspektivischen Entwicklung der Stadt als Wirtschafts- und Arbeitsstandort soll auch der Einzelhandel am Standort gesichert und gestärkt werden. In diesem Zusammenhang setzt sich die Stadt auch permanent mit Entwicklungsabsichten von Marktteilnehmern und eigenen Überlegungen dazu auseinander.

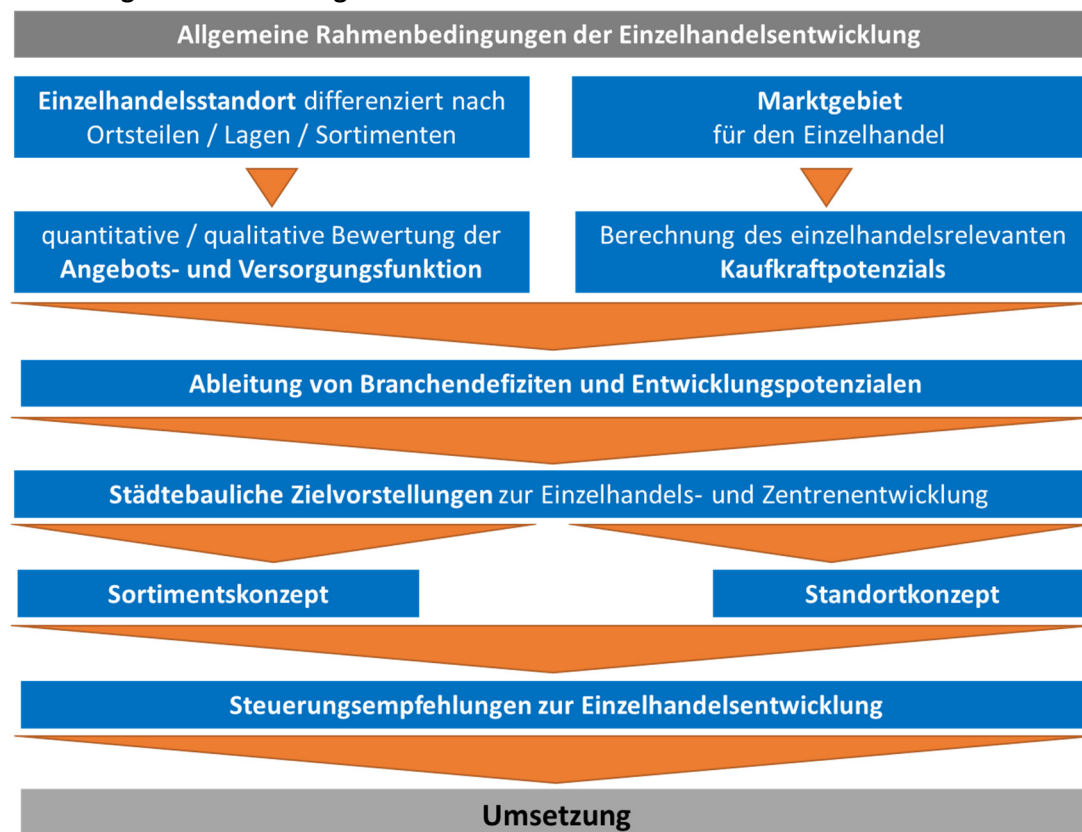
Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen im Einzelhandel sowie sich zunehmend verändernder Rahmenbedingungen in der Stadtentwicklung ist die Erarbeitung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten immer mehr ein Bestandteil der Planungsaufgaben der Städte geworden. Mit dem **Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernsdorf** erhält die Stadt erstmals dieses informelle Planungsinstrument, um die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels am Standort zu erörtern und Rahmenbedingungen zu definieren. Dabei werden wesentlichen Aussagen, u. a. Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Bernsdorfer Sortimentsliste, Branchen- und Standortpotenziale sowie Entwicklungsziele definiert. Basis hierfür bilden von der GMA erhobene Einzelhandelsdaten, die ermittelten Branchen- und Standortpotenziale sowie vorhandene und zu bewertende städtebauliche Strukturen.

Mit dem vorliegenden Konzept werden im Wesentlichen **folgende Schwerpunkte** bearbeitet:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Bernsdorf 2018 / 2019
- /// Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf
- /// Erarbeitung der Zielsetzungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Bernsdorf
- /// Formulierung von Empfehlungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bernsdorf (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen
- /// Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Zur Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bernsdorf sind neben den Ausgangsbedingungen und der aktuellen Versorgungsfunktion die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu berücksichtigen und in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt einzubetten. Das Einzelhandelskonzept soll Grundlage für die zukünftige planerische Steuerung des Einzelhandels in Bernsdorf sein.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2019

An das Einzelhandelskonzept angegliedert ist zudem eine **Potenzialuntersuchung** zur geplanten Etablierung eines Handels- und Dienstleistungsstandortes an der Dresdener Straße (B 97) im südwestlichen Kernstadtgebiet.

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des

Standortkonzeptes soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels für die Gesamtstadt. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen¹. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche werden diese Standortbereiche nachhaltig und zukunftsicher aufgestellt. Dies setzt jedoch die Ermittlung zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden. Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Zur Erarbeitung der Analyse standen der GMA sekundärstatistische Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Sachsen und der Stadt Bernsdorf zur Verfügung. Zur Schaffung einer aktuellen Datenbasis erfolgte eine komplette Erhebung der Einzelhandelssituation in Bernsdorf.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Überprüfung der Verkaufsflächen² aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des

¹ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13
² Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG Az. 4C 10.04 und Az. 4C 14.04 vom 24.11.2005).

Einzelhandels³ wurde im Juli 2018 durchgeführt und erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den Branchen lt. Tabelle 1 zugeordnet.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Sanitätswaren, Arzneimittel und apothekenübliche Waren
Blumen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Unterhaltungselektronik / Multimedia	Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Elektrohaushaltsgeräte	sog. weiße Ware wie Spül- oder Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde etc.
Haushaltswaren, Heimtextilien	Glas / Porzellan / Keramik, Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe
Möbel, Einrichtung	Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2019

Im Rahmen intensiver **Vor-Ort-Arbeiten** wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Stadtgebiet von Bernsdorf analysiert und bewertet. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den zentralen Lagen. Die **Analyse der städtebaulichen Situation** stellt im Abgleich mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar. Die einzelbetrieblichen Umsatz-Berechnungen erfolgten auf Basis der erhobenen Verkaufsflächengrößen sowie durchschnittlicher betriebstypen- und branchenspezifischer Flächenleistungen unter Berücksichtigung der örtlichen Kaufkraftkennziffer.

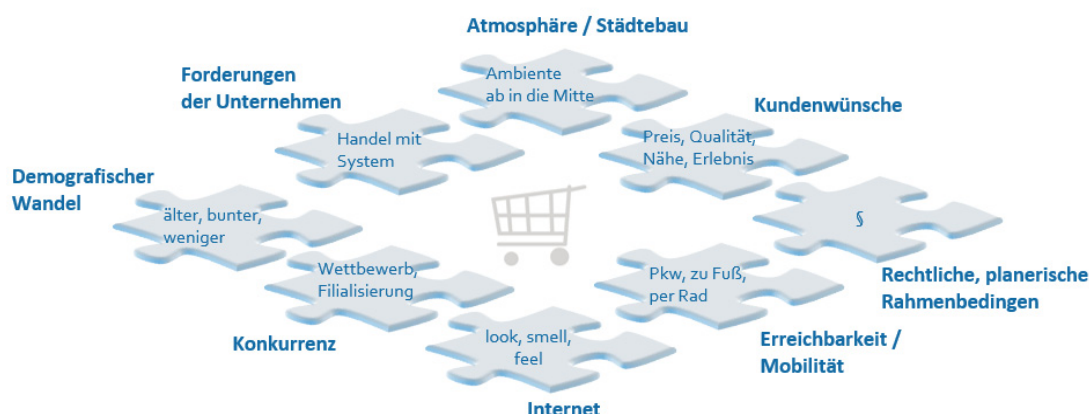
³ Hierunter ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Während der gesamten Bearbeitung erfolgte ein steter Austausch mit der Stadt Bernsdorf sowie Abstimmungsgespräche mit Verantwortlichen sowohl in der Stadt Bernsdorf als auch im Büro der GMA in Dresden.

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Bernsdorf können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland betrachtet werden, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung

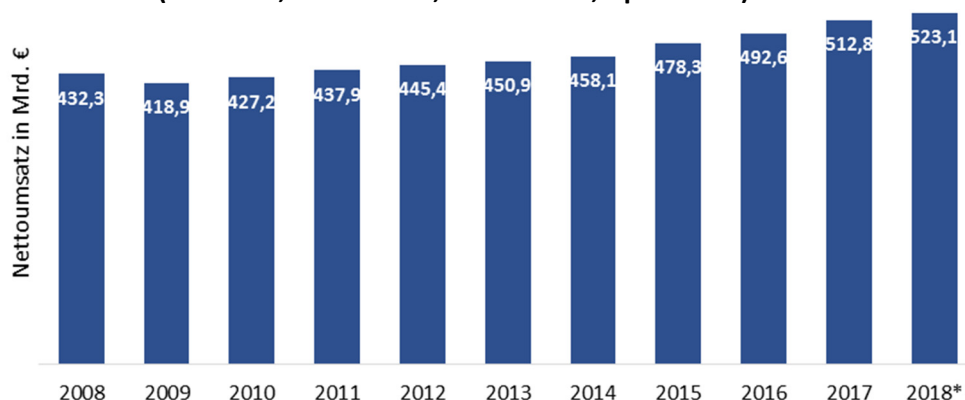


GMA-Darstellung 2019

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz⁴ (vgl. Abbildung 3) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe⁵; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁶.

Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)



* Prognose

Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung

⁴ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018.

⁵ Quelle: Destatis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

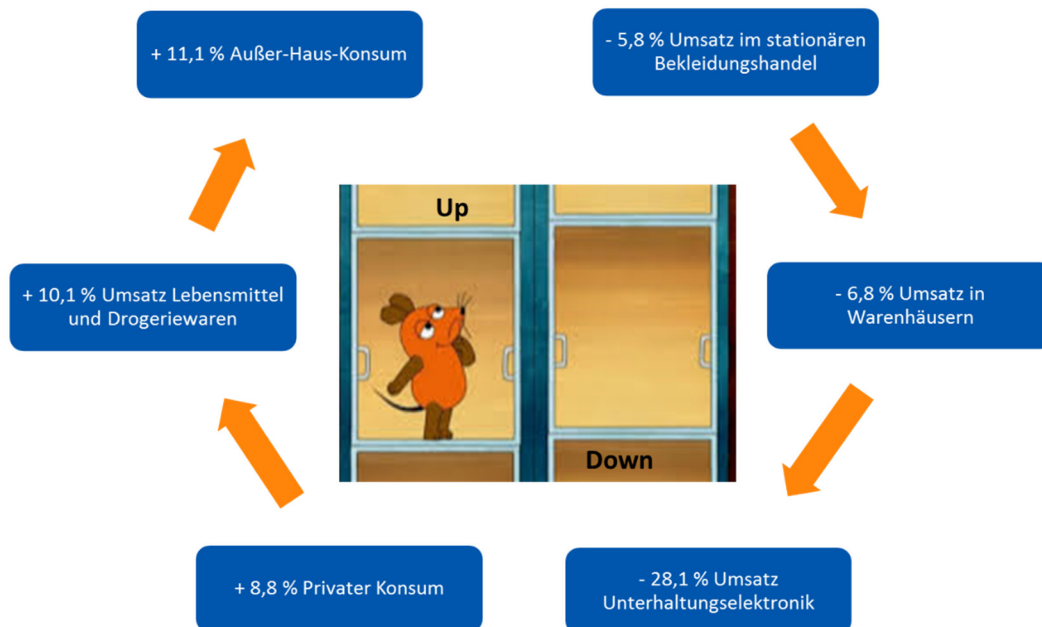
⁶ gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen, der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von ca. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell unter 20 % ab.⁷ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Online-Handel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert, wobei die maßgeblichen Marktbeobachter eine stärkere Verschmelzung von Offline-Formaten (= stationär) und Online-Handel prognostizieren.

Abbildung 4: Trends im Einzelhandel 2012 - 2016



Quelle: Statista; GfK; BVI; bve; GMA-Bearbeitung 2019

⁷

GMA-Grundlagenforschung.

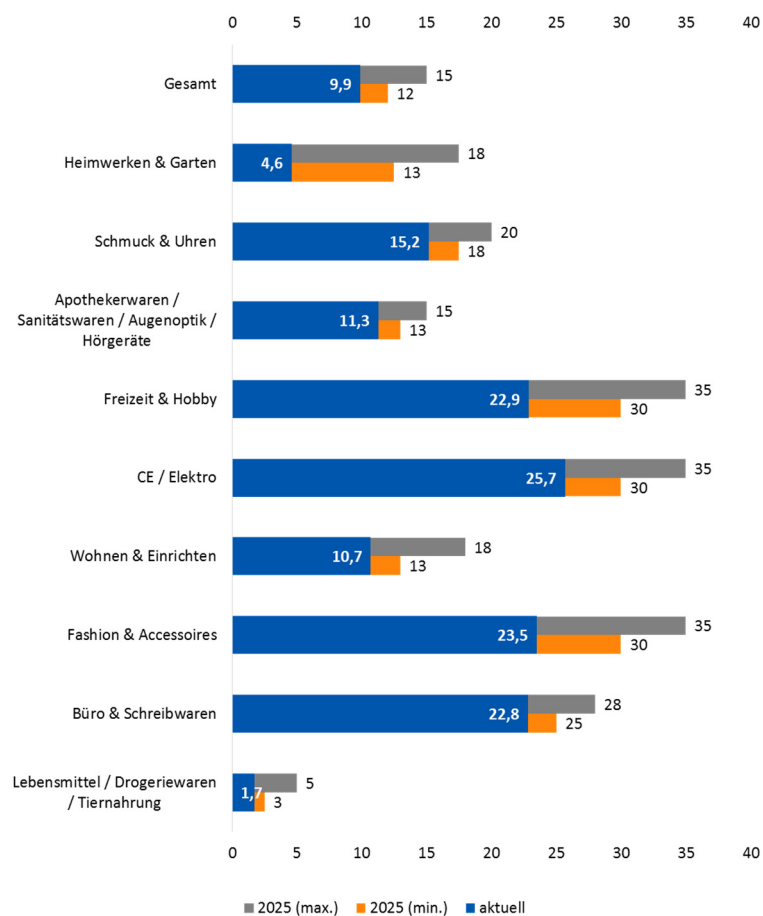
4.1.2 Internethandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2007 und 2016 nur ein leichtes Plus (ca. 11 %) verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Online-Handel) seinen Umsatz; der Online-Handel weist sogar eine Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

Kleinere mittelständische Unternehmen nutzen aufgrund kapital- und know-how-seitiger Engpässe diesen Vertriebskanal noch sehr wenig.

Abbildung 5: Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2025; Marktanteil in %



Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2019

4.1.3 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten haben sich in Deutschland discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %⁸. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 (2010) auf etwa 8.900 Geschäfte (2015)⁹.

Als **Standorte** für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v. a. im ländlichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten. So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

Quelle: GMA-Standortforschung 2019, ca.-Werte

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

4.2.1 Demografische Entwicklung

Gesellschaftliche und demografische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit. Genannt seien etwa die prognostizierte Schrumpfung der Bevölkerung durch das niedrige Geburtenniveau, die steigende Lebenserwartung (= demografische Alterung) oder die wachsende Zahl der Haushalte, begleitet von einer Verkleinerung der durchschnittlichen Haushaltsgröße.

⁸ Quelle: EHI Köln, Einzelhandelsdaten aktuell 2016.
⁹ ebd.

Des Weiteren lässt sich in vielen Regionen Deutschlands eine Land-Stadt-Migration feststellen. So verzeichnen Metropolregionen erhebliche Zuwanderungsgewinne, viele ländliche Räume hingegen Abwanderungsverluste. Ein weiterer Trend in diesem Kontext ist die Abwanderung aus den neuen in die alten Bundesländer. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹⁰.

4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an manchen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des „hybriden Verbrauchers“ herausgebildet.

Abbildung 6: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2019

Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Online-Handel begünstigt.

¹⁰

Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

4.2.3 Entwicklung der Motorisierung

Von Ende der 50er Jahre bis 2016 hat sich der Pkw-Bestand in Deutschland auf ca. 45,1 Mio. Pkw gesteigert¹¹. Der **Anstieg der Mobilität** ...

- /// ...löste eine Stadt-Umland-Wanderung aus, d.h. es entstanden stadtnahe Wohnstandorte, die ab einer gewissen Größe zur Entwicklung neuer Versorgungslagen führten. In den letzten Jahren sind Tendenzen einer **Reurbanisierung** zu erkennen, die jedoch sozial sowie demografisch sehr selektiv sind und den innerstädtischen Einzelhandel somit vor neue Herausforderungen stellen. Einzelhandelsketten konzentrieren sich heute z. T. wieder auf eine weitere Verdichtung ihrer Filialnetze, um die größeren Wegstrecken in ländlichen Gebieten zu kompensieren.
- /// ... ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- /// ... bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.
- /// Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser sowie Fachmarkttagglomerationen und Einkaufszentren.

4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demografischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- /// Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegentrend lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- /// Die große Bedeutung des Online-Handels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.¹²

¹¹ vgl. Kraftfahrt-Bundesamt, Stand: 1. Januar 2016

¹² So wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen. Auch am Schuheinzelhandel geht die Entwicklung nicht spurlos vorüber. So meldete u. a. die Schuhkette Görtz die Schließung mehrerer Filialen. Als Grund wurde explizit der ins Internet abwandernde Umsatz genannt.

- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen** (z. B. durch Spielhallen) und **Leerstandsbildung** auf.
- Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen¹³.

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanälen** bestimmt. Darüber hinaus wird der Einkauf von den Verbrauchern in Zukunft noch stärker unter dem Aspekt seines **Freizeit- und Erlebniswertes** beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesen Trends, zusammen mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen wie dem demografischen Wandel, durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

■ Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte

Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o.Ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club“), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect“, wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann. Damit auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen Online-Shops oder digitale Schaufenster einrichten können, wurde von einigen Städten Projekte unter dem Namen „Online-City“ oder „Digitale Einkaufsstadt“ ins Leben gerufen.

■ Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Punkt darstellen (z. B. McTrek). Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN

¹³ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

Verkaufsflächen wachsen moderat

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen, auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Online-Handels. Neue Verkaufsflächen werden sich zukünftig überwiegend außerhalb der Stadtzentren ansiedeln.

Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort

Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Dies gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.

Filialisierungswelle hält an

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

Lebensmittelhandel im Wandel

Der wachsende Ausbau des Convenience- und Gastronomie-Angebotes sowie neue Vertriebswege über Lieferdienste und Drive-Ins führen zu einer Erneuerung des klassischen Lebensmitteleinkaufs und fördern die Etablierung neuer Nischenanbieter (u. a. Kochhäuser). Auch in dieser Branche werden Omni-Channel-Konzepte eingesetzt. Neben dem Prinzip „Click&Collect“ können Lebensmittel online bestellt und mit einem Lieferdienst in einer bestimmten Zeitspanne nach Hause geliefert werden.

Fachmärkte und Discounter boomen

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

/// Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche), dann:
- liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

/// Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

5.2 Landes- und Regionalplanung

Im Weiteren sind insbesondere folgende Vorschriften zu beachten:

-  Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP) von 2013
-  Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien von 2010.

Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach ihrer Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, ab ca. 1.200 m² Geschossfläche¹⁴ in der Regel die Festsetzung eines Kern- oder Sondergebietes erforderlich.

Neben den Instrumenten der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch raumordnerische Maßgaben (vgl. LEP Sachsen, Abs. 2.3.2– Handel und Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien, Kap. 5.2. Handel & Dienstleistungen). Als wesentliche Prüfelemente der Landes- und Regionalplanung sind zu beachten:

Landesentwicklungsplan Sachsen 2013:

Konzentrations- bzw. Zentralitätsgebot

- Z 2.3.2.1 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichnenden großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Factory-Outlet-Centern ist nur in Oberzentren zulässig.
- Z 2.3.2.2 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.

Integrationsgebot

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

Kongruenzgebot

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

¹⁴ In Bezug auf die Verkaufsfläche ist der Beginn der Großflächigkeit gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts bei 800 m² Verkaufsfläche anzusetzen (vgl. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

Beeinträchtungsverbot

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

Darüber hinaus ist folgendes zu beachten¹⁵:

- G 2.3.2.6 Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.
- Z 2.3.2.7 Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gelten entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.

Der **Regionalplan Oberlausitz Niederschlesien** greift im Wesentlichen die Aussagen für die Orte höherer zentralörtlicher Einstufung auf und spezifiziert diese auf die Ober- und Mittelzentren im Planungsgebiet. Für die Grundzentren bzw. sonstige Orte werden keine vertiefenden Aussagen getroffen.

¹⁵ LEP Sachsen 2013.

II. Standort Bernsdorf, Angebots- und Nachfragesituation

1. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Bernsdorf

Die sächsische **Stadt Bernsdorf** mit rd. 6.500 Einwohnern¹⁶ liegt im Nordosten von Sachsen, in der Oberlausitz bzw. am nördlichen Rand des Landkreises Bautzen. Das Stadtgebiet grenzt im Norden bzw. Nordwesten an das Bundesland Brandenburg an. Gemäß Regionalplanung ist die Stadt von der Regionalplanung¹⁷ als Grundzentrum ausgewiesen. In diesem Zusammenhang wurde der Stadt ein Nahbereich zugewiesen, der die Gemeinde Schwepnitz umfasst¹⁸. Somit kommt der Stadt eine umfassende Versorgungsfunktion sowohl für ihre Wohnbevölkerung als auch die der Gemeinde Schwepnitz zu. Die nächstgelegenen Zentren höherer zentralörtlicher sind mit rd. 14 – 15 km Entfernung¹⁹ Einstufung sind das Mittelzentrum Kamenz und das Oberzentrum Hoyerswerda²⁰.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Bernsdorf für den Individualverkehr ist durch die Lage an der Bundesstraße B 97 als durchschnittlich einzustufen. Die nächstgelegene Autobahn A 13 (Dresden – Berlin) befindet sich mit der Anschlussstelle Ruhland in ca. 18 km Richtung Nordwesten. Die B 97 (Spremberg – Hoyerswerda – Bernsdorf – Dresden) verläuft direkt durch das Bernsdorfer Stadtgebiet und stellt die wichtigste Verbindung zum Umland dar. Mehrere kleinere Verkehrsachsen verbinden zudem die Kernstadt u.a. mit den umliegenden Ortsteilen.

Auch die innerörtliche Erschließung erfolgt vorwiegend durch die B97 (Dresdener Straße / Ernst-Thälmann-Straße) sowie zusätzlich durch die S 94a und die Straße des 8. Mai / Rathausallee. Mit dem ÖPNV ist Bernsdorf durch mehrere Buslinien der Regiobus Oberlausitz mbH zu erreichen.

Die **Siedlungsstruktur** von Bernsdorf ist als dispers zu beschreiben. Neben der Kernstadt Bernsdorf besteht die Stadt aus den vier Ortsteilen Zeißholz, Großgrabe, Straßgräbchen und Wiednitz, die sternförmig rund um die Kernstadt angeordnet sind. Die jüngsten Eingemeindungen fanden 2007 mit Straßgräbchen und 2012 mit Wiednitz statt. Den Bevölkerungsschwerpunkt mit ca. 4.600 Einwohnern stellt die Kernstadt Bernsdorf dar.

Das Stadtbild wird im Wesentlichen durch Wohnbebauung entlang der Dresdener Straße / Ernst-Thälmann-Straße / Hoyerswerdaer Straße geprägt. In diesem Zusammenhang ist im Norden der Kernstadt ein Wohngebiet mit freistehenden Ein- und Mehrfamilienhäusern etabliert; z. T. verdichteter Wohnungsbau befindet sich im südwestlichen Bereich. Perspektivisch beabsichtigt die Stadt darüber hinaus eine Ausweisung weiterer Wohnbaugebiete. Größere Gewerbebetriebe sind ebenfalls südwestlich der Kernstadt etabliert. Aus städtebaulicher Sicht verfügt die Stadt

¹⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand: 30.09.2018.

¹⁷ Quelle: Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien 2010.

¹⁸ Die Gemeinde Schwepnitz ist sowohl dem Nahbereich des Grundzentrums Bernsdorf als auch dem Nahbereich des Grundzentrums Königsbrück zugeordnet.

¹⁹ Entfernung in Straßenkilometer, Routenplaner google maps.

²⁰ Die Stadt Hoyerswerda ist Teil des Oberzentralen Städteverbundes Bautzen-Görlitz-Hoyerswerda.

über keinen historisch gewachsenen Stadtkern. Ein funktionales Stadtzentrum hat sich im Bereich Ernst-Thälmann-Straße / Rathausallee herauskristallisiert: hier sind u. a. mehrere z. T. großflächige Betriebe des Einzelhandels ansässig, deren Angebote durch diverse Dienstleistungen ergänzt werden. Das rd. 60 km² große Siedlungsgebiet ist im (nord-)östlichen Bereich vor allem durch Waldgebiete geprägt. Im westlichen Stadtgebiet finden sich zudem ausgedehnte landwirtschaftliche Nutzflächen.

Aktuell leben in Bernsdorf ca. 6.500 Einwohner²¹. Einwohnerschwerpunkt ist die Kernstadt Bernsdorf, auf die ca. 70 % der Bevölkerung entfällt (ca. 4.600 EW). Hiernach folgen, mit großem Abstand, die Ortsteile Wiednitz (ca. 860 EW) und Straßgräbchen (ca. 670 EW). Die übrigen Ortsteile weisen 150 bzw. 270 EW auf.²²

Tabelle 3: Einwohner nach Ortsteilen in Bernsdorf 2017

Ortsteil	Einwohner	Anteil in %
Kernstadt Bernsdorf	4.607	70
Großgrabe	270	4
Straßgräbchen	670	10
Wiednitz	860	13
Zeißholz	150	3
Stadt Bernsdorf gesamt	6.557	100

Quelle: Stadt Bernsdorf, Stand 01.12.2017; Einwohner am Hauptwohnsitz

GMA-Darstellung und Berechnung 2019, ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

Die **demografische Entwicklung** der Stadt verlief in den Jahren 2012 bis 2017 rückläufig (vgl. Tabelle 4). So sank die Bevölkerungszahl um ca. - 2,1 % (ca. - 143 Einwohner). Die Einwohnerentwicklung im Landkreis Bautzen lag im gleichen Zeitraum bei ca. -2,4 % und im Freistaat Sachsen bei ca. -0,8 %.²³

²¹ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand: 30.06.2018.

²² Quelle: Melderegister der Stadt Bernsdorf, Stand 01.12.2017.

²³ Quelle LK Bautzen und Freistaat Sachsen: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand jeweils 31.12., GMA-Berechnungen 2019.

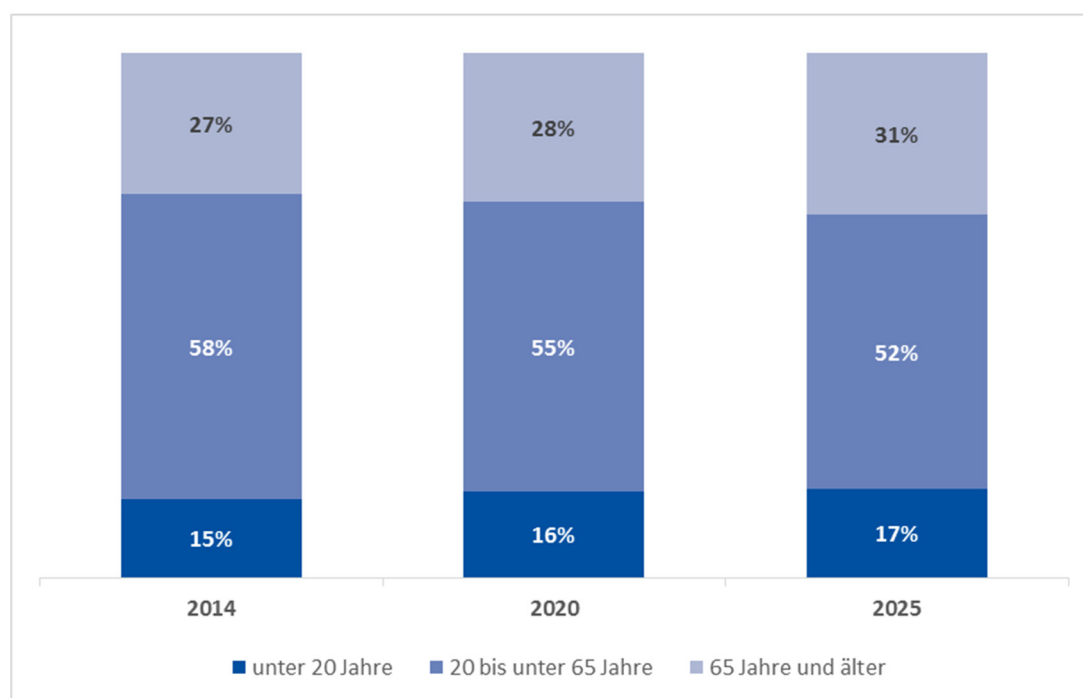
Tabelle 4: Einwohnerentwicklung in Bernsdorf 2012 – 2017

Jahr Ortsteil	Einwohner		Veränderung	
	01.12.2012	01.12.2017	absolut	in %
Kernstadt Bernsdorf	4.640	4.607	-33	-0,7
Großgrabe	280	270	-10	-3,6
Straßgräbchen	690	670	-20	-2,9
Wiednitz*	890	860	-30	-3,4
Zeißholz	200	150	-50	-25,0
Stadt Bernsdorf gesamt	6.700	6.557	-143	-2,1

* Eingemeindung 2012

Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Bernsdorf; GMA-Berechnungen 2019, ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

Gemäß der amtlichen Einwohnerprognose²⁴ ist zukünftig ein weiterer Einwohnerrückgang für Bernsdorf zu erwarten. Die perspektivische **Einwohnerentwicklung** wird absehbar auch mit einer Änderung der Struktur der Altersklassen einhergehen (demographischer Wandel; vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Bevölkerungsprognose für Bernsdorf 2014 - 2025

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose, Variante 2;

GMA-Darstellung 2019

²⁴ 6. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2015 bis 2030, Variante 2.

Dabei ist von einer leichten Verschiebung der Altersstruktur zu Gunsten der über 65-jährigen auszugehen: So nimmt der Anteil der über 65-jährigen an der Gesamtbevölkerung leicht von rd. 27 % im Jahr 2014 bis auf voraussichtlich ca. 31 % im Jahr 2025 zu. Auch der Anteil der unter 20-jährigen wird bis zum Jahr 2025 von rd. 15 % auf dann 17 % leicht ansteigen. Die größte Altersgruppe stellen mit einem Anteil von ca. 58 % an der Gesamteinwohnerschaft die 20- bis 65-jährigen bzw. die Personen im erwerbsfähigen Alter dar. Im Prognosezeitraum bis 2025 wird deren Anteil auf dann etwa 52 % sinken.

Derzeit sind in Bernsdorf etwa 1.947²⁵ **sozialversicherungspflichtige Beschäftigte** am Arbeitsort registriert, wobei den rd. 1.438²⁶ Einpendlern etwa 1.778²⁷ Auspendler gegenüberstehen. Somit ist ein negativer Pendlersaldo von rd. 340 Personen zu konstatieren. Die Arbeitslosenquote im gesamten Landkreis Bautzen liegt aktuell bei rd. 5,2 %²⁸.

Als **Wirtschaftsstandort** weist die Stadt eine gewisse Bedeutung auf: Firmen wie die O-I Glasspack GmbH & Co. KG, die Gießereimaschinenbau GmbH, die Paul Bauder GmbH, die Aluform System Technik GmbH, die Maurer SE und die TD Deutsche Klimakompressor GmbH im Bernsdorfer Ortsteil Straßgräbchen sowie weitere kleine und mittelständische Unternehmen prägen die Wirtschaftsstruktur der Stadt Bernsdorf²⁹. Die reichen Vorkommen von Glas-Sand und Braunkohle begünstigten die industrielle Entwicklung der Stadt. Durch die Neuansiedlung diverser Unternehmen konnten in den vergangenen Jahren zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen werden.

Die **Einzelhandelsstruktur** in Bernsdorf wird im Wesentlichen durch Lebensmittelmärkte an der Hauptverkehrsachse geprägt: Lidl (Rathausallee / Ernst-Thälmann-Straße) und Netto (Wittichenauer Straße, Verlagerung an die Dresdener Straße geplant). Der Lidl-Markt befindet sich dabei im Ortskern von Bernsdorf, der aufgrund weiterer ansässiger innenstadtprägender Betriebe und Sortimente eine wichtige Einzelhandelslage und seit 2010 das neue Stadtzentrum darstellt. Zudem finden sich vereinzelte Solitärbetriebe im Siedlungsgebiet.

²⁵ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 30.06.2017

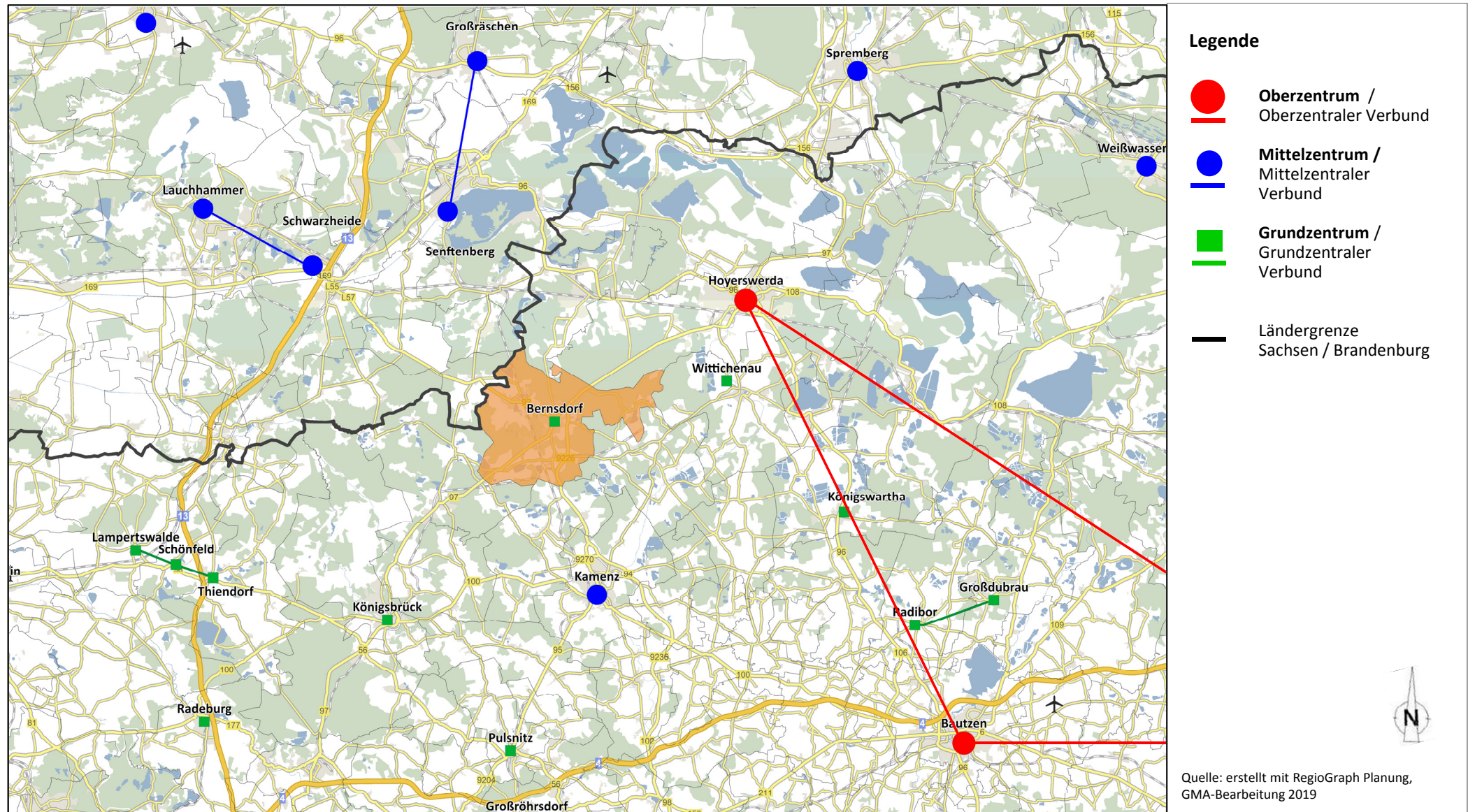
²⁶ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 30.06.2017

²⁷ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 30.06.2017

²⁸ Quelle: Agentur für Arbeit, Stand Dezember 2018

²⁹ vgl. Homepage der Stadt Bernsdorf, Zugriff am 08.01.2019.

Karte 1: Lage von Bernsdorf und zentralörtliche Struktur der Region



Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Bernsdorf

Bernsdorf	
Einwohner 2018 ³⁰	6.498
Bisherige Einwohnerentwicklung ³¹ 2012– 2017	In %
- Bernsdorf	- 2,1%
- Landkreis Bautzen	- 2,4%
- Sachsen	- 0,8%
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftniveau 2018 ³²	Bundesdurchschnitt = 100
- Bernsdorf	- unterdurchschnittlich (84,0)
- Landkreis Bautzen	- unterdurchschnittlich (88,8)
- Sachsen	- unterdurchschnittlich (89,2)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 2017 ³³	ca. 1.947
Pendlersaldo 2017 ³⁴	- 340
Arbeitslosenquote ³⁵	- 5,2 %

GMA-Zusammenstellung 2019

2. Angebotssituation

Die **Siedlungsstruktur** von Bernsdorf ist als dispers zu bezeichnen und größtenteils durch Wohnfunktionen geprägt. Die Versorgungseinrichtungen und der Einzelhandel befinden sich in der Kernstadt Bernsdorf (u. a. Lebensmittelmärkte). Die einzelnen Ortsteile sind rund um die Kernstadt angeordnet und zumeist durch mehrere Kilometer voneinander getrennt. In diesem Zusammenhang übernimmt die Kernstadt Bernsdorf wesentliche Versorgungsfunktionen auch für die Ortsteile, denn der Einzelhandelsschwerpunkt ist hier verortet.

In der „**Neuen Ortsmitte**“ bzw. dem neuen Stadtzentrum, im Kreuzungsbereich Ernst-Thälmann-Straße / Rathausallee (Am Ankerglasplatz), ist der Einzelhandelsschwerpunkt der Stadt gelagert. Hier sind mehrere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Lidl, AWG, Rossmann im Bau, etc.) und ergänzende Dienstleistungen verortet.

³⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand: 30.09.2018.

³¹ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand 30.06.2018 bzw. 31.12.2008.

³² Quelle: regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research.
Werte über 100,0 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau hin, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau.

³³ Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 30.06.2017

³⁴ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand 30.06.2018

³⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand Dezember 2018.

2.1 Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Bernsdorf

Im Sommer 2018 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Erfassung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Bernsdorf durchgeführt. Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Bernsdorf **insgesamt:**

- /// 40 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 8.415 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 24,0 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 18 Betriebe (= ca. 45 % aller Betriebe)³⁶
- /// ca. 3.880 m² VK (= ca. 46 % der Gesamtverkaufsfläche) ³⁷
- /// ca. 12,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 51 % des Gesamtumsatzes)³⁸

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 22 Betriebe (= ca. 55 % aller Betriebe)
- /// ca. 4.535 m² VK (= ca. 54 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 11,8 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 49 % des Gesamtumsatzes)

Der Angebotsschwerpunkt des Einzelhandels in Bernsdorf liegt unter rein quantitativen Gesichtspunkten betrachtet in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit ca. 3.470 m² VK hält einen Anteil von 41 % an der Gesamtverkaufsfläche. Im Segment Gesundheit und Körperpflege sind zwei Apotheken vorhanden, einen spezialisierten Drogeriewarenanbieter gib es aktuell nicht³⁹. Dieses nahversorgungsrelevante Sortiment wird derzeit im Wesentlichen als Randsortiment in den ansässigen Lebensmittelmärkten angeboten. Darüber hinaus existieren drei Blumenfachgeschäfte im kurzfristigen Bedarfsbereich.

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.035 m² (ca. 12 %) nehmen die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs eine weniger ausgeprägte Stellung ein.

Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs werden auf einer Fläche von ca. 3.415 m² angeboten; hier liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im Baumarkt- und Sonderpostenbereich (u. a. BHG, Pfennigpfeiffer, Wreesmann).

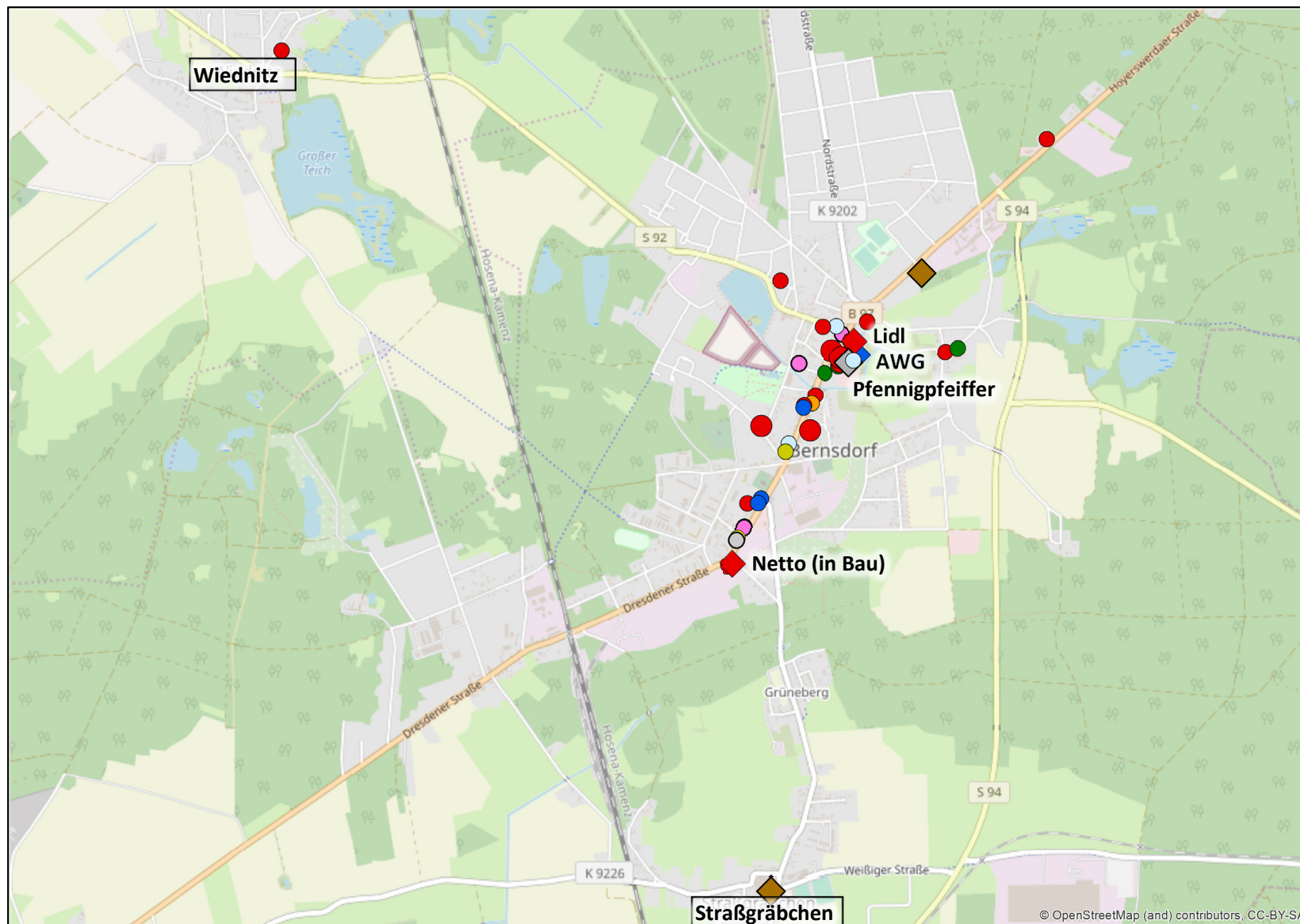
³⁶ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

³⁷ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

³⁸ Bereinigte Werte. Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

³⁹ Rossmann in Bau. Zum Zeitpunkt der Erhebungen kein Drogeriemarkt vorhanden.

Karte 2: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Bernsdorf



Legende

Größenklassen

- ◊ über 1.500 m² VK
- ◊ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Rossmann am Ankerglasplatz derzeit in Bau.

In den anderen Ortsteilen ist derzeit kein Einzelhandel verortet.



Kartengrundlage:
OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA;
GMA-Bearbeitung 2019

2.2 Nahversorgungssituation (Status-Quo-Situation)

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelbereich in Bernsdorf zeigt in rein quantitativer Hinsicht insgesamt eine für die Stadtgröße angemessene und gute Angebotssituation. Dies gilt für die Verkaufsflächendichte in Bernsdorf und die vorhandenen Wahlmöglichkeiten. Die größeren Lebensmittelmärkte von Lidl und Netto sind in der Ortsmitte bzw. im südwestlichen Teil der Kernstadt (Planstandort Netto) angesiedelt. Sie präsentieren sich als ansprechende, zeitgemäße Anbieter und übernehmen wesentliche Versorgungsfunktionen für ihr Umfeld und die gesamte Stadt. Im Stadtzentrum von Bernsdorf befindet sich darüber hinaus derzeit ein Rossmann-Drogeriemarkt in Bau. Die restlichen Ortsteile weisen keine ausreichende Tragfähigkeit für größere Lebensmittelanbieter auf.

3. Nachfragesituation

3.1 Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes

Die Abgrenzung des Marktgebietes stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und die damit zur Verfügung stehende Kaufkraft für den Standort Bernsdorf dar. Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

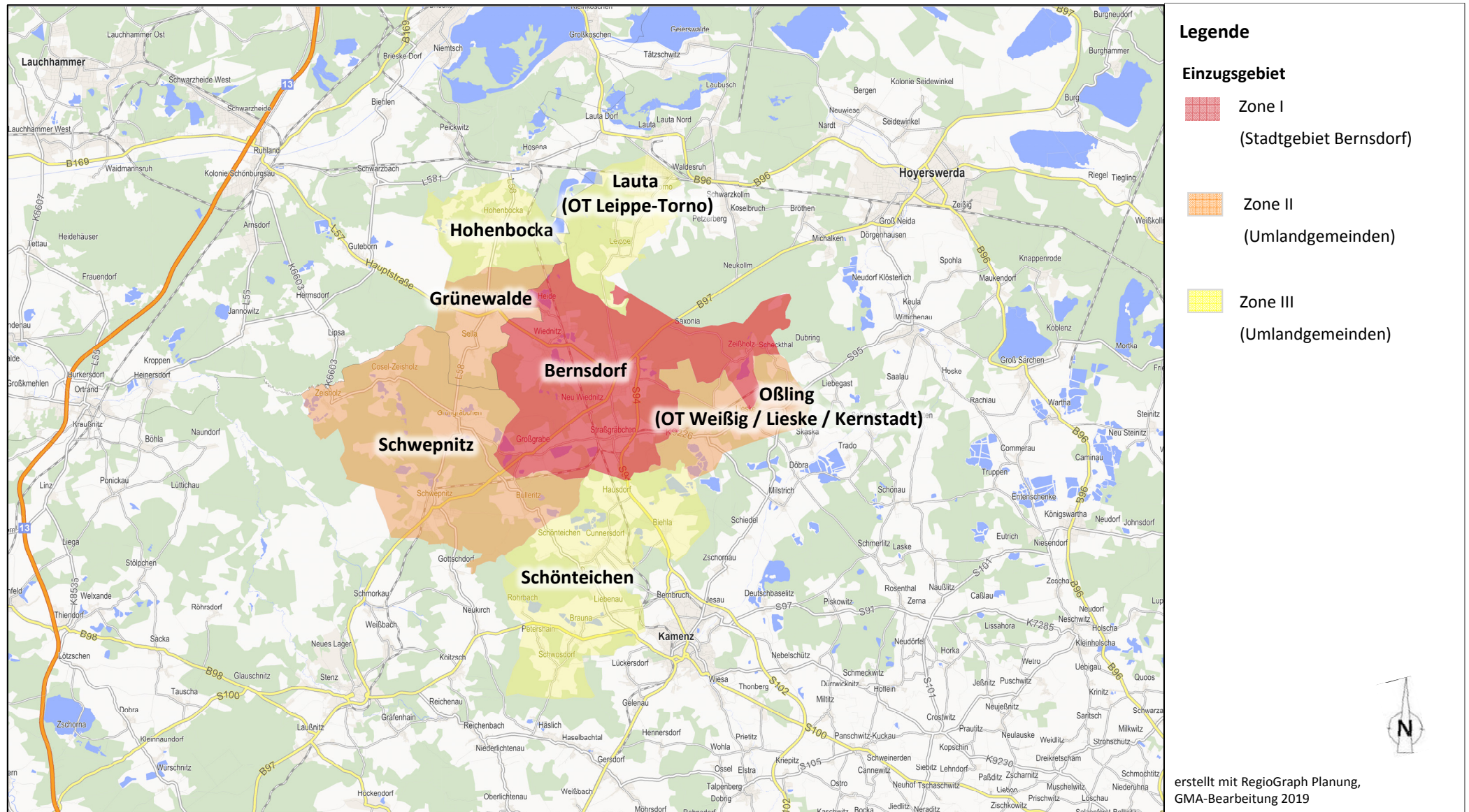
Bei der Abgrenzung des Marktgebietes wurden in erster Linie folgende Punkte berücksichtigt:

- /// Bestehende Angebote in Bernsdorf, Verkaufsfläche, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// Regionale Wettbewerbssituation (Lage zwischen u. a. Dresden, Kamenz, Hoyerswerda)
- /// Erreichbarkeit des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- /// Anziehungskraft des Makrostandorts Bernsdorf (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung usw.)
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)⁴⁰.

Vor dem Hintergrund der Angebotssituation in Bernsdorf, der regionalen Wettbewerbssituation sowie den geographischen Gegebenheiten ist davon auszugehen, dass sich die Versorgungsbedeutung im Kern (Zone I) auf das **Bernsdorfer Stadtgebiet** selbst erstreckt. Zone II umfasst darüber hinaus das **angrenzende Umland**.

⁴⁰ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf



Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel in Bernsdorf folgendes Marktgebiet abgrenzen (vgl. Karte 3)⁴¹:

Zone I	Stadt Bernsdorf (Oberlausitz)	ca. 6.500 Einwohner
Zone II	Schwepnitz, die Kernstadt Oßling und die Ortsteile Weißig / Lieske, Grünewald	ca. 5.840 Einwohner
Zone III	Ortsteil Schönteichen der Stadt Kamenz, Ortschaft Leippe-Torno der Stadt Lautau, Hohenbocka	ca. 4.370 Einwohner
Marktgebiet insgesamt		ca. 16.710 Einwohner.

Die Bedeutung des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf nimmt mit zunehmender Distanz ab. Das Marktgebiet des Bernsdorfer Einzelhandels wird stark durch die Einzugsgebiete der umliegenden Städte Kamenz und Hoyerswerda bzw. die jeweils verorteten Einzelhandelsstandorte dieser Städte begrenzt. Der abnehmenden Kunden- und Kaufkraftbindung an den Standort Bernsdorf bzw. einer abnehmenden Bedeutung des Standortes Bernsdorf wird im Rahmen der Zonierung des Einzugsgebietes Rechnung getragen.

Hier sind in Hoyerswerda u. a. das Lausitz-Center zu nennen sowie in Kamenz u. a. 2x Kaufland und mehrere Lebensmittelmärkte. Als bedeutende regionale Einzelhandelsmagneten sind diese als direkte Wettbewerbsstandorte im Hinblick auf die Einzugsgebietsabgrenzung und auch Marktdurchdringung für Bernsdorf zu werten.

Mit Blick auf die Zonierung des Einzugsgebietes stammen rd. 39 % der Einwohner aus der Stadt Bernsdorf selbst, während rd. 61 % der Einwohner im Einzugsgebiet aus dem Umland (Zonen II und III) stammen. In gewissem Umfang ist darüber hinaus auch mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes, v. a. durch Pendler auszugehen (Streuumsätze).

3.2 Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen der GMA liegt die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland **derzeit bei ca. € 6.035**.

⁴¹ Quelle Einwohnerzahlen: Bernsdorf / Schwepnitz / Schönteichen / Lautau: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand jeweils 30.06.2018; Teile der Gemeinde Oßling: Homepage der Stadt und GMA-Berechnungen, Grünewald und Hohenbocka, Amt für Statistik Berlin Brandenburg, Stand 30.06.2018. / Rundungsdifferenzen möglich.

Davon entfallen auf

■ Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.210 p. a.

■ Nichtlebensmittel ca. € 3.825 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Bernsdorf liegt dieser mit 84,0 unter dem bundesdeutschen Durchschnitt⁴². Auch die Orte in den Zonen II und III des Einzugsgebietes weisen unterdurchschnittliche Kaufkraftkoeffizienten zwischen 82,3 (Lauta) und 91,7 (Hohenbocka) auf. Im Vergleich zu den genannten Orten liegt der Kaufkraftkoeffizient von Bernsdorf im unteren Bereich.

Übersicht 2: Kaufkraftkoeffizienten im Vergleich: Bernsdorf und Umlandgemeinden

Gemeinde	Kaufkraftkoeffizient 2018
Bernsdorf	84,0
Schwepnitz	87,6
Wittichenau	86,5
Königsbrück	89,0
Lauta	82,3
Ruhland	95,6
Oßling	89,2

Quelle: MB Research

GMA-Zusammenstellung 2019

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für Bernsdorf ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 33,0 Mio. € (Stadtgebiet Bernsdorf); im gesamten **Marktgebiet von Bernsdorf** von

ca. 87,3 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für Bernsdorf und das zugewiesene Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle 5 dargestellt.

⁴² Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2018: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Bernsdorf in Mio. €

Bedarfsbereich	Branchen	Zone I	Zone II	Zone III	Einzugsgebiet insg.
		in Mio. €			
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	12,1	11,4	8,5	32,0
	Gesundheit, Körperpflege	2,5	2,3	1,7	6,5
	Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	1,1	1,0	0,8	2,9
	Bücher, Schreib- / Spielwaren	1,3	1,3	0,9	3,5
mittel- fristig	Bekleidung, Schuhe, Sport	4,0	3,8	2,8	10,6
	Elektrowaren, Medien, Foto	3,1	2,9	2,1	8,1
langfristig	Hausrat, Einrichtung, Möbel	3,4	3,2	2,4	9,0
	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2,8	2,7	2,0	7,5
	Optik / Uhren, Schmuck	0,8	0,8	0,6	2,2
	Sonstige Sortimente*	1,9	1,8	1,3	5,0
	Nichtlebensmittel insg.	20,9	19,8	14,6	55,3
Einzelhandel insg.		33,0	31,2	23,1	87,3

*sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

3.3 Kaufkraftbewegungen

Bei der Berechnung der Kaufkraftbewegungen wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Einzelhandel in Bernsdorf vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Einzelhandels in Bernsdorf mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung in Bernsdorf mit dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial in Bernsdorf lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln.

Für den Einzelhandel in Bernsdorf insgesamt stellt sich die Bilanz wie folgt dar (vgl. Abbildung 8)⁴³:

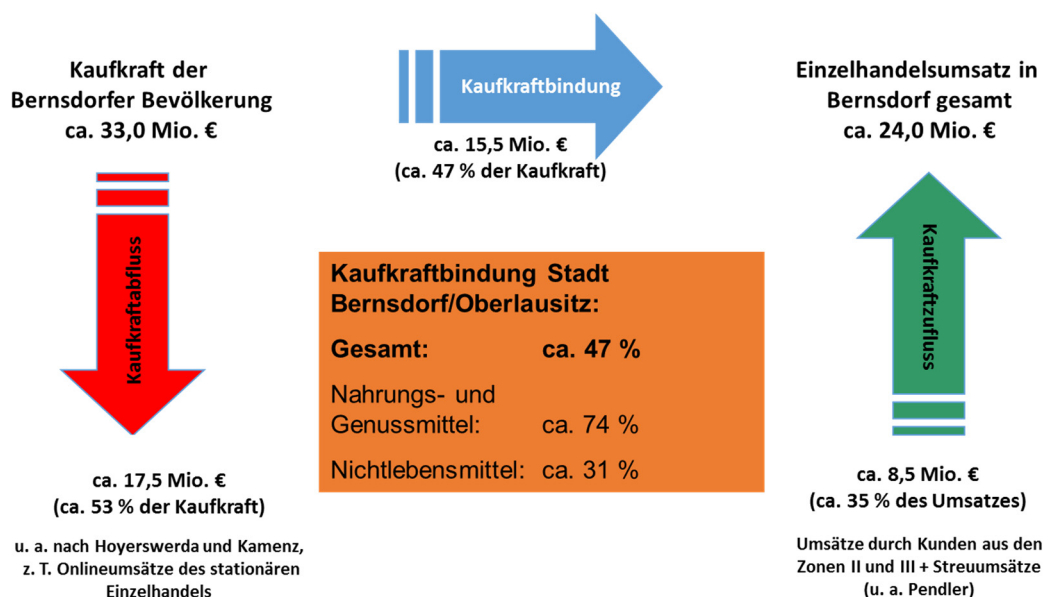
$$\begin{aligned}
 &\text{ca. 24,0 Mio. € Gesamtumsatz} \\
 - &\quad \text{ca. 8,5 Mio. €} \quad \text{Kaufkraftzufluss (Umsatz mit auswärtigen Kunden)} \\
 = &\quad \text{ca. 15,5 Mio. €} \quad \text{Umsatz der Wohnbevölkerung der Stadt Bernsdorf} \\
 &\text{ca. 15,5 Mio. € Umsatz Wohnbevölkerung : ca. 33,0 Mio. € Kaufkraft Wohnbevölkerung} \\
 &\quad = \text{ca. 47 \% Kaufkraftbindung.}
 \end{aligned}$$

⁴³ ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

Der Einzelhandel in Bernsdorf insgesamt bindet gegenwärtig nur rd. 47 % der vorhandenen Kaufkraft. Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen sortimentspezifisch jedoch zum Teil große Unterschiede. Die höchsten Kaufkraftbindungsquoten werden dabei im Nahrungs- und Genussmittelsektor (rd. 74 %), bei Sonstigen Sortimenten (65 %) und im Bereich Optik / Uhren / Schmuck (55 %) erreicht. Dagegen sind in den anderen Sortimentsbereichen deutlich niedrigere Bindungsquoten zu konstatieren (5 – 50 %).

In gewissem Umfang sind Kaufkraftzuflüsse v. a. aus den Zonen II und III des Einzugsgebietes zu konstatieren, woraus die grundsätzliche Versorgungsbedeutung von Bernsdorf für das ländlich geprägte Umfeld bzw. dem zugewiesenen Nahbereich deutlich wird. Magnetwirkung haben hier die z. T. großflächigen Leitbetriebe u. a. im Nahrungs- und Genussmittelbereich (Lidl und Netto) und im Bekleidungssortimente (AWG). Auch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (z. B. Berufspendler) tragen in geringem Umfang zum Umsatz des Bernsdorfer Einzelhandels bei.

Abbildung 8: Kaufkraftströme in Bernsdorf



GMA-Darstellung 2019

4. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

4.1 Ausstattungskennziffern

Die **vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern** ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Bernsdorf. Dieser Kennziffernvergleich kann aber lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die

Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt. Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

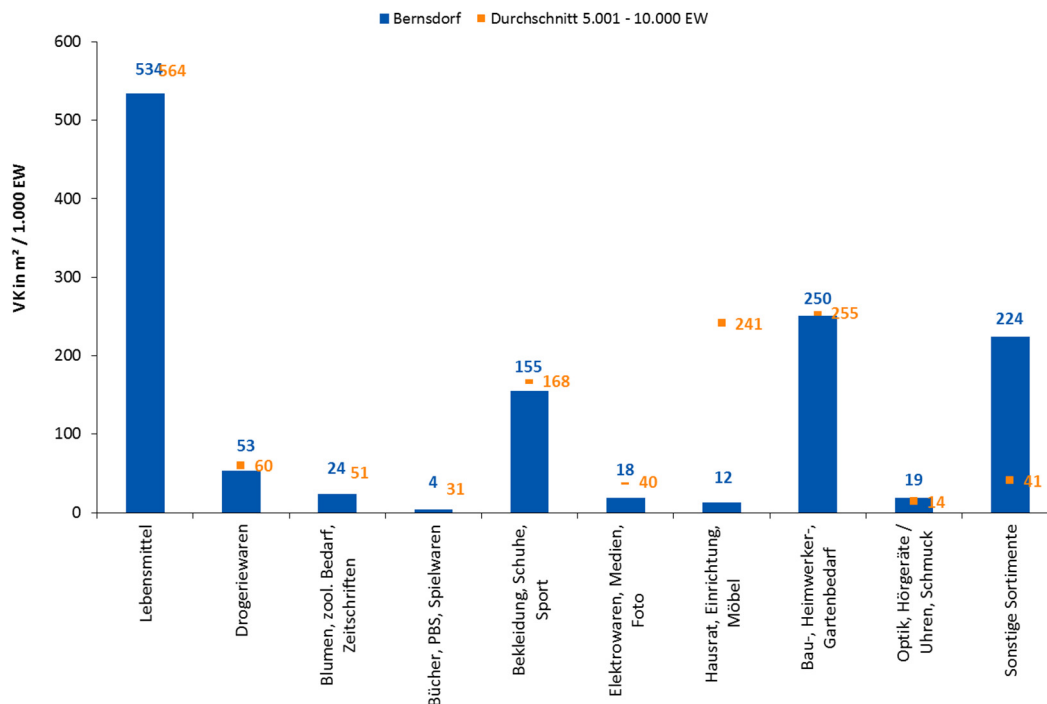
Die in Bernsdorf vorhandene Verkaufsfläche von ca. 8.415 m² entspricht einer **Verkaufsflächenausstattung** von ca. 1.295 m² je 1.000 Einwohner. Diese Kennziffer ist im Vergleich zur GMA-Kennziffer⁴⁴ für Städte zwischen 5.000 und 10.000 Einwohner als unterdurchschnittlich zu werten.⁴⁵ Vor dem Hintergrund bestehender Siedlungsstrukturen weist Bernsdorf allerdings ein, im Hinblick auf die Quantität, gutes Angebot auf.

Die **branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung** in Bernsdorf zeigt, dass im Vergleich zur GMA-Kennziffer in einigen Branchen größere Abweichungen in der Verkaufsflächenausstattung bestehen. Die in diesem Zusammenhang deutlichsten Abweichungen (absolut) zur GMA-Kennziffer bestehen in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf sowie sonstige Sortimente (vgl. Abbildung 9). Dies ist z. T. auf das Fehlen bzw. auch den Überhang von größeren Magnetanbietern in diesen Branchen zurückzuführen. So bestehen nur wenige flächenintensive Fachmarktkonzepte bei Hausrat / Einrichtung / Möbel. Auch in anderen Branchen (u. a. Blumen / zoologischer Bedarf und Bücher / Schreib- / Spielwaren) liegt die Kennziffer niedriger. Dagegen wird in der Warengruppe Sonstiger Einzelhandel ein deutlich überdurchschnittlicher Wert erreicht, was auf die größeren Anbieter dieser Branchen im Stadtgebiet zurückzuführen ist. So verfügt Bernsdorf u. a. über zwei Anbieter (Wreesmann, Pfennigpfeiffer) in diesem Bereich.

Auch in Bezug auf die **Betriebsausstattung je 1.000 Einwohner** liegt die Vergleichsgruppe deutscher Städte etwas höher (7,3), während der Wert für Bernsdorf bei 6,2 liegt. bei einer Detailbetrachtung ist hier im Bereich Lebensmittel allerdings ein überdurchschnittlicher Wert zu konstatieren.

⁴⁴ Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung 2009 wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

⁴⁵ Die durchschnittliche Verkaufsfläche in der Vergleichsgruppe insgesamt liegt bei ca. 1.465 m² VK / 1.000 Einwohner. / Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

Abbildung 9: Relative Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)

Quelle: GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2009“, Durchschnitt für Kommunen mit 5.001 – 10.000 Einwohnern.

Insgesamt verfügt Bernsdorf dennoch über eine relativ hohe Zahl kleinflächiger Betriebe, insbesondere in der Innenstadt von Bernsdorf. In diesem Zusammenhang weisen ca. 55 % der Unternehmen Betriebsgrößen von unter 50 m² VK auf. Die größere Anzahl von Kleinunternehmen ist von zwei Seiten zu betrachten: einerseits ist die große Anzahl problematisch, da die geführten Sortimente auf den kleineren Flächen meist nur ausschnittsweise präsentiert werden können und dadurch die Attraktivität für die Kunden begrenzt ist. Andererseits belegt der hohe Anteil an Kleinbetrieben die Bedeutung des kleinteiligen Fachhandels, der ausschlaggebend für die Individualität von Einkaufsorten und Innenstädten ist.

4.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität⁴⁶ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Bernsdorf (33,0 Mio. €) insgesamt weniger Umsätze (24,0 Mio. €) getätigt werden. Dies deutet per Saldo auf deutliche Kaufkraftabflüsse aus dem Bernsdorfer Gemeindegebiet hin. Für die Einzelhandelszentralität ergibt sich ein Wert von 72 bezogen auf den gesamten Einzelhandel:

⁴⁶ Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis aus dem in Bernsdorf getätigten Einzelhandelsumsatz und der dortigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft dar. Werte über 100 weisen dabei auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

- Im **Nahrungs- und Genussmittelsegment** wurde ein Zentralitätswert von 101 ermittelt. Dies ist für ein Grundzentrum unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen Struktur der Stadt Bernsdorf als gut zu bewerten und untermauert die Versorgungsfunktion des Grundzentrums.
- In den meisten Sortimenten des **Nichtlebensmittelsektors** werden nur vergleichsweise geringe Zentralitätswerte erreicht. Hierfür ist u. a. der Mangel an entsprechenden Angeboten verantwortlich.

In den **Branchen Bekleidung / Schuhe / Sport** und **Sonstiger Einzelhandel** sind dagegen vergleichsweise hohe Zentralitätswerte zu verzeichnen.
- Im nahversorgungsrelevanten **Drogeriesegment** wäre ein ähnlich hoher Wert der Zentralität wie im Nahrungs- und Genussmittelsegment wünschenswert, wenngleich die aktuelle Ausstattung mit zwei Apotheken und den Randsortimenten in den Lebensmittelmärkten die vorhandenen Potenziale allerdings bereits fast zur Hälfte abschöpft. Darüber hinaus befindet sich im Stadtzentrum derzeit ein Drogeriefachmarkt in Bau.

5. Haushalts- und Online-Befragungen in Bernsdorf

5.1 Aufgabenstellung

Zur Absicherung der Datengrundlage wurde im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bernsdorf eine Haushaltsbefragung durchgeführt. Die Befragungsergebnisse wurden u. a. zur Abgrenzung bzw. Überprüfung des Einzugsgebietes und zur Einschätzung des Einkaufsverhaltens herangezogen.

Um offene und spontane Aussagen der Interviewten zu erhalten, wurden als Befragungsverfahren Telefoninterviews als auch eine Onlinebefragung gewählt.

Die Befragung wurde als geschichtete Zufallsstichprobe konzipiert. Die räumliche Aufteilung der 568 Interviews erfolgte unter Schwerpunktsetzung der Befragung auf die Stadt Bernsdorf, sodass 443 Befragte aus dem Stadtgebiet Bernsdorf selbst stammen (Zone I) und 116 der Befragten aus dem weiteren Marktgebiet (Zonen II und III). Die Aufteilung der Befragten erfolgte allerdings nicht in Bezug auf die Altersstruktur. Demnach entspricht die Verteilung der Befragten nicht einer Gewichtung nach Altersgruppen der Bevölkerung. Die Telefoninterviews wurden im Januar 2019 von geschulten Befragern an allen Werktagen und samstags jeweils zwischen 08:00 und 20:00 Uhr durchgeführt. Von insgesamt 568 Interviews wurden 301 telefonisch geführt und 267 online ausgefüllt. Die Online-Umfrage konnte im Januar und Februar 2019 mittels eines QR-Codes auf dem Handy oder über einen Link auf der Homepage der Stadtverwaltung abgerufen werden. Insgesamt konnten alle 568 Interviews in die statistische Auswertung einbezogen werden.

Ab einer Größenordnung von 100 Befragten werden statistisch gesicherte Aussagen mit einer Abweichung von < 10 % vom erzielbaren Mittelwert erreicht. Somit sind mit den für Bernsdorf

avisierten 568 Interviews aussagekräftige Antworten und Bewertungen zu erzielen (Hauptgruppe der Befragung waren jene Personen, die bereits in Bernsdorf einkaufen).

Als Grundlage der Befragung diente ein mit der Stadtverwaltung abgestimmter Interviewbogen, der u. a. folgende Themenbereiche abdeckte:⁴⁷

/ Konsumentenverhalten, u. a.

- Einkaufshäufigkeit / Einkaufsfrequenz
- Verkehrsmittelwahl beim Einkauf
- bevorzugter Einkaufsort nach Warengruppen
- Wahrnehmung von Ergänzungsangeboten zum Einzelhandel / Aktivitäten-kopplung (Gastronomie)
- Angaben zum Einkauf nach Warengruppen im Internet.

/ Bewertung der Bernsdorfer Innenstadt als Einkaufsort, u. a.

- Qualität des Einzelhandelsangebotes
- Veränderungen des Einkaufsortes und Einzelhandelsangebotes in den vergangenen 5 Jahren
- fehlende Branchen, Angebote, Sortimente, Marken und Betriebstypen
- Verbesserungsvorschläge (städtebaulich, verkehrlich, absatzpolitisch)
- positive und negative Aspekte des Einzelhandelsstandortes Innenstadt Bernsdorf
- Angaben zum innerstädtischen Einzelhandel
- fehlendes Gastronomieangebot in Bernsdorf.

Die Befragten in Zone I und II wiesen folgende soziodemografische Merkmale auf:

/ Altersgruppe

- | | |
|------------------|-------|
| ▪ unter 18 Jahre | 2 % |
| ▪ bis 35 Jahre | 24 % |
| ▪ 36 – 45 Jahre | 23 % |
| ▪ 46 – 65 Jahre | 32 % |
| ▪ über 65 Jahre | 19 %. |

/ Geschlecht

- | | |
|------------|-------|
| ▪ männlich | 38 % |
| ▪ weiblich | 62 %. |

⁴⁷ Der Fragebogen ist im Anhang einsehbar.

5.2 Ergebnisse der Haushaltsbefragung in Bernsdorf

Im nachfolgenden Kapitel werden die wesentlichen Ergebnisse der Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in **Bernsdorf (Zone I, Stadtgebiet)** und dem **weiteren Marktgebiet (Zone II)** erläutert. Wesentliche Ergebnisse werden darüber hinaus in Diagrammen optisch veranschaulicht. Die Darstellung der Ergebnisse folgt der Fragenreihenfolge im Interviewbogen.

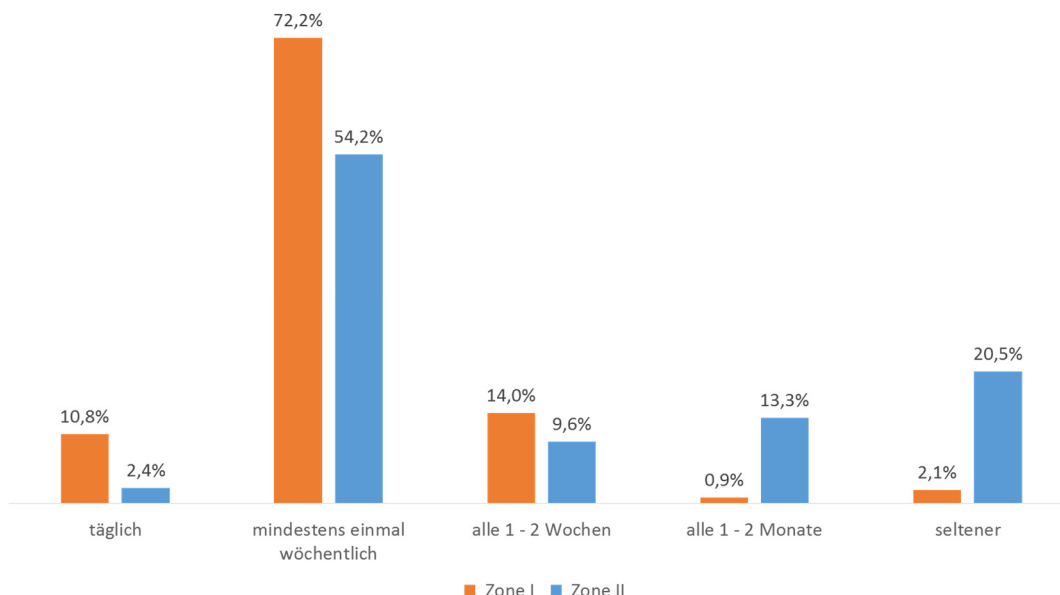
Die Altersgruppenverteilung der Befragungen ist unter soziodemografischen Aspekten repräsentativ hinsichtlich eines Bevölkerungsquerschnitts. Lediglich die unter 18-Jährigen sind mit nur 2 % in geringerem Umfang vertreten.

Um das Einkaufsverhalten in Bezug auf die Stadt Bernsdorf zu untersuchen, wurde die Grundgesamtheit vorab mittels einer Filterfrage um die nicht in Bernsdorf Einkaufenden bereinigt. Die Frage „Kaufen Sie gelegentlich im Stadtzentrum (Wanne II) von Bernsdorf ein?“ wurde von 39 Personen mit „nein“ beantwortet. Die Mehrheit dieser Befragten ist in Zone II wohnhaft und über 45 Jahre alt. Gründe gegen einen Einkauf in Bernsdorf sind v. a. auf eine andere Einkaufsorientierung (Einkaufsort) sowie die mangelnde Mobilität zurückzuführen.

Die prozentualen Angaben in den Zonen beziehen sich auf die jeweiligen Grundgesamtheiten dieser Zonen, nicht auf die Anzahl der Befragten insgesamt. Die prozentuale Gewichtung entspricht somit dem Anteil der Befragten aus der zugehörigen Zone.

Frage 1: „Wie häufig kaufen Sie im Bernsdorfer Stadtzentrum ein?“

Abbildung 10: Einkaufshäufigkeit in Bernsdorf (in %)



GMA-Haushaltsbefragung Januar/ Februar 2019; n Zone I = 435; n Zone II = 83

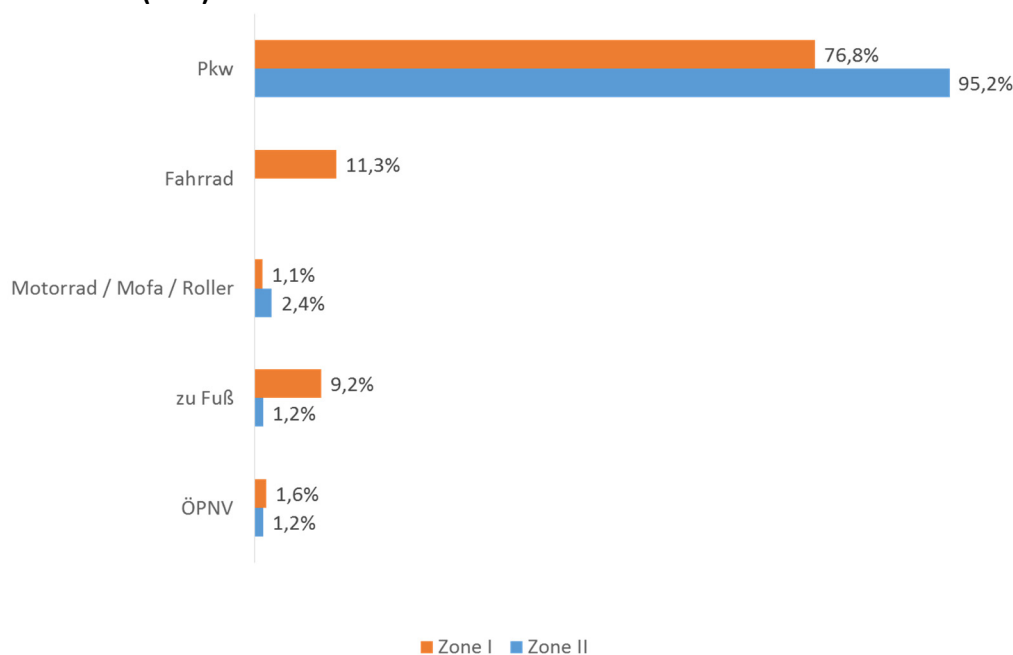
Die Intensität der Kundenbindung an den Einkaufsort Bernsdorf bzw. das Stadtzentrum kommt u. a. in der Einkaufshäufigkeit zum Ausdruck. Bezogen auf die interviewten Konsumenten ergibt sich dabei das in Abbildung 10 dargestellte Verteilungsmuster der Einkaufsfrequenzen.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Mehrheit mindestens einmal wöchentlich im Stadtzentrum einkauft, wobei hier v. a. die in Bernsdorf wohnhaften Personen anzusprechen sind (rd. 72%). Die Hälfte der Befragten von außerhalb (ca. 54 %) kauft ebenfalls nur einmal wöchentlich im Bernsdorfer Stadtzentrum ein. Dagegen kaufen rd. 20 % seltener als ein- bis zweimal im Monat Waren im Bernsdorfer Stadtzentrum.

Frage 2: „*Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten beim Besuch des Stadtzentrums von Bernsdorf?*“

Die Angaben zur Verkehrsmittelwahl geben Aufschluss über die Bedeutung einzelner Verkehrsträger und die daraus evtl. resultierenden infrastrukturellen Erfordernisse (z. B. Parkplatzangebot) am Einkaufsort bzw. dem Stadtzentrum Bernsdorf.

Abbildung 11: Bevorzugte Verkehrsmittel für den Besuch des Bernsdorfer Stadtzentrums (in %)



GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 435; n Zone II = 83

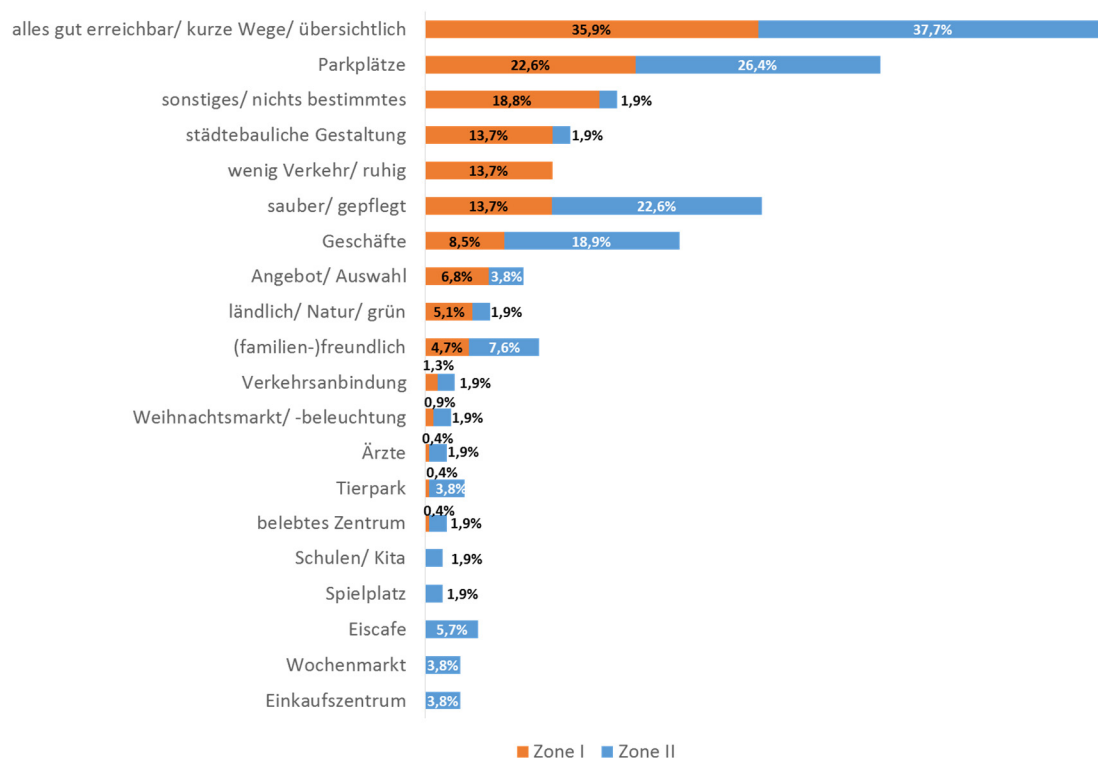
Im Ergebnis zeigt dies, dass ein Großteil der Befragten (rd. 95 %) mit dem Pkw zum Einkauf in das Bernsdorfer Stadtzentrum gelangt. Besonders die außerhalb von Bernsdorf Wohnhaften nutzen überwiegend das Auto (rd. 77 %). Der Anteil der Befragten, die zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad das Stadtzentrum aufsuchen, liegt bei den Einwohnern von Bernsdorf mit jeweils rd. 10 % auf einem eher niedrigen Niveau. Bei den Befragten aus dem Umland spielen diese Kategorien kaum eine bzw. keine Rolle.

Der ÖPNV besitzt demgegenüber ebenfalls eher eine untergeordnete Bedeutung für das Aufsuchen des Stadtzentrums. Der hohe Anteil des motorisierten Individualverkehrs rechtfertigt entsprechend die Relevanz eines angemessenen Parkplatzangebotes in Nahlage zur Bernsdorfer Hauptgeschäftslage.

Frage 3: „Wenn Sie das Stadtzentrum von Bernsdorf mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders positiv auf?“

Im Vergleich mit anderen Städten und Einkaufsdestinationen besitzt das Bernsdorfer Stadtzentrum aus Sicht der Konsumenten positive und negative Eigenschaften. Um diese herauszuarbeiten, wurde die entsprechende Frage offen formuliert, um ein möglichst breites Feld an Meinungen einzuholen. Von den Interviewten wurden dabei die in der nachfolgenden Abbildung dargestellten Aspekte als besonders positiv angegeben.

Abbildung 12: Positive Aspekte des Bernsdorfer Stadtzentrums (in %)



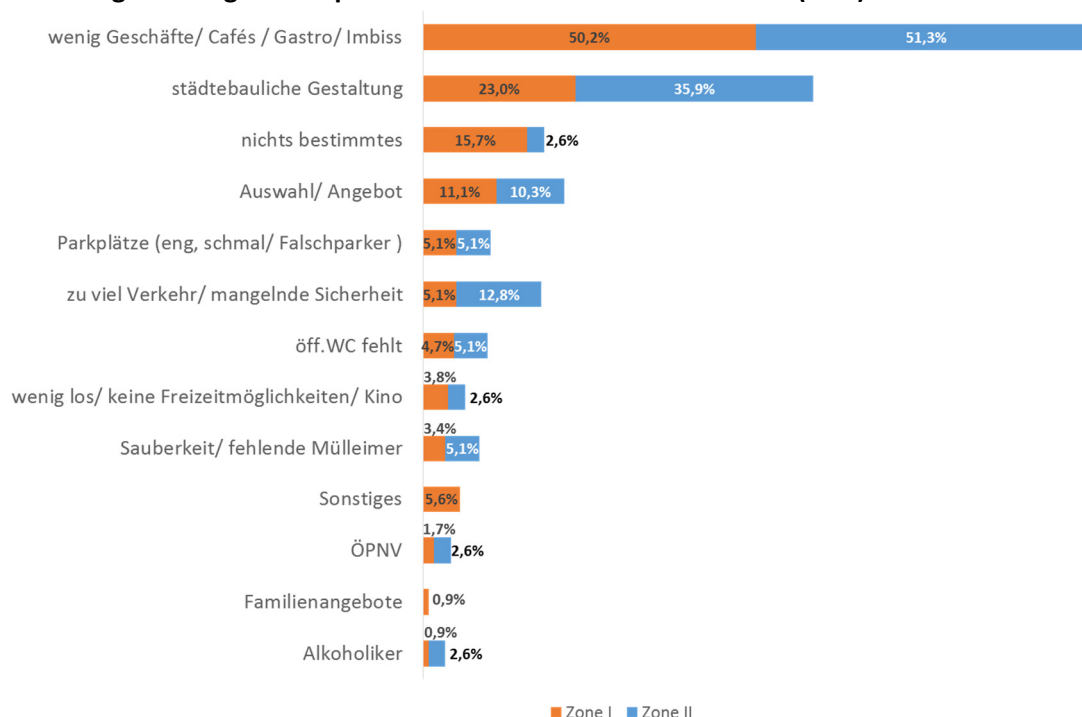
GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 234; n Zone II = 53, keine Angabe: 237, Mehrfachnennungen möglich (Antworten teilweise zusammengefasst; Einzelauflistung in Anhang 3)

Als besonders positiv in Bernsdorf wird die Parkplatzsituation im Stadtzentrum angesehen. Auch die gute Erreichbarkeit und die kurzen Wege werden positiv hervorgehoben. Ein sauberes und gepflegtes Stadtbild wird gleichfalls von den Befragten aufgeführt. Auffällig ist, dass sowohl die Befragten aus Bernsdorf als auch die Befragten aus dem Umland die Situation im Stadtzentrum ähnlich bewerten. Allerdings ist auch darauf hinzuweisen, dass ein Teil der Befragten keine Angaben zu positiven Aspekten in Bernsdorf machen konnte.

Frage 4: „Wenn Sie das Stadtzentrum von Bernsdorf mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders negativ auf?“

Als negativer Aspekt im Bernsdorfer Stadtzentrum kristallisiert sich mit großem Abstand die fehlende Anzahl von Geschäften heraus. Bemängelt wurde allerdings auch die Auswahl bzw. das Angebot und die Leerstände in der Innenstadt. Kritisiert wurden auch der Verkehr sowie z. T. die fehlenden öffentlichen WCs. Weiterhin wurden u. a. auch die Qualität der Parkplätze in der Innenstadt und das fehlende „richtige“ Zentrum genannt. Positiv anzumerken ist allerdings, dass fast die Hälfte der Angesprochenen keine Angaben zu negativen Aspekten machen konnte.

Abbildung 13: Negative Aspekte des Bernsdorfer Stadtzentrums (in %)



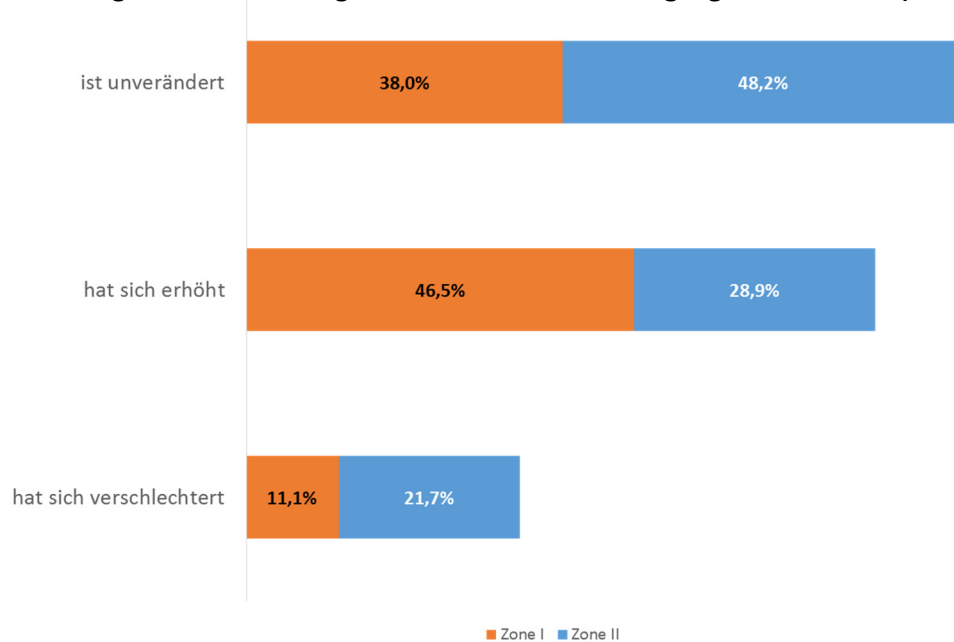
GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 235, n Zone II = 39 keine Angabe: 250, Mehrfachnennungen möglich (Antworten teilweise zusammengefasst; Einzelaufstellung in Anhang 3)

Frage 5: „Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Attraktivität von Bernsdorf in den letzten 5 Jahren verändert?“

Mit Frage 5 hatten die Befragten die Möglichkeit, sich zur Entwicklung der Attraktivität der Stadt Bernsdorf in den vergangenen 5 Jahren zu äußern. Hierzu wurden mehrere Antwortmöglichkeiten vorgegeben, um eine Vergleichbarkeit der Antworten herzustellen.

Die Befragungsergebnisse machen transparent, dass die Konsumenten der Stadt insgesamt eine überwiegend unveränderte Situation bescheinigen (vgl. Abbildung 14); wenngleich ein größerer Anteil der Befragten eine Erhöhung der Attraktivität konstatiert.

Ein Großteil der Befragten aus Bernsdorf selbst bewertet die Veränderung der letzten fünf Jahre positiv (ca. 46 – 47 %), dagegen hat sich für die Hälfte der Befragten von außerhalb die Attraktivität in den letzten fünf Jahren nicht verändert (rd. 48 %). Etwa 22 % der Befragten von außerhalb bewerten die heutige Attraktivität schlechter als vor fünf Jahren, aus Bernsdorf selbst bescheinigen dies lediglich rd. 11 %.

Abbildung 14: Veränderungen in Bernsdorf in den vergangenen 5 Jahren (in %)

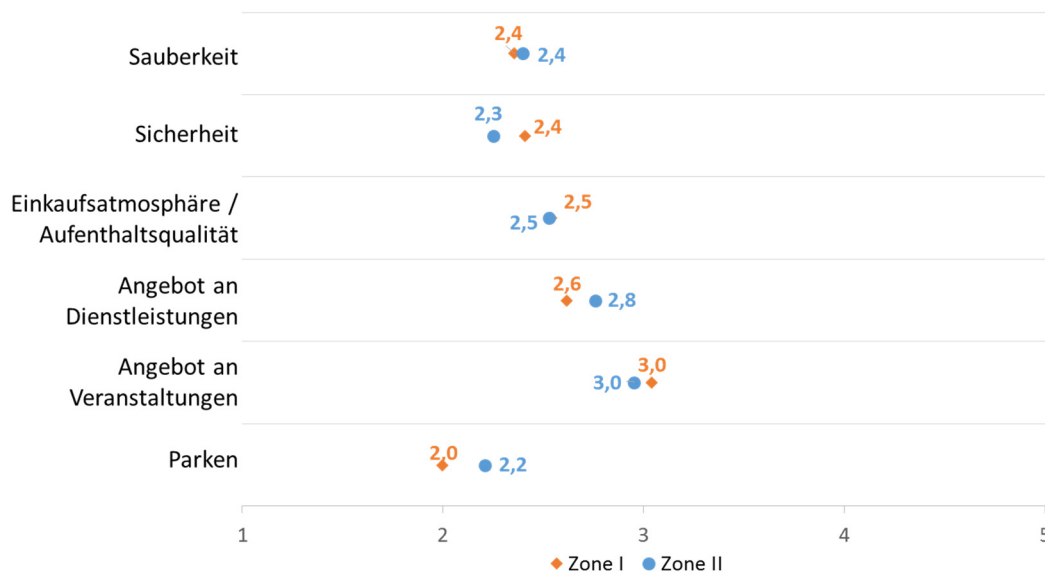
GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 432, n Zone II = 83, keine Angabe = 9

Frage 6: „Wie benoten Sie Bernsdorf in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?“

In Frage 6 stand die differenzierte Bewertung der Stadt Bernsdorf im Mittelpunkt. Die Befragten konnten zu folgenden Punkten ein Urteil abgeben:

- /// Sauberkeit
- /// Sicherheit
- /// Einkaufsatmosphäre / Aufenthaltsqualität
- /// Angebot an Dienstleistungen
- /// Angebot an Veranstaltungen
- /// Parken.

Die abgegebenen Bewertungen werden in Abbildung 15 als Durchschnittsnoten (1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft) zusammengefasst.

Abbildung 15: Beurteilung der Stadt Bernsdorf nach Schulnoten

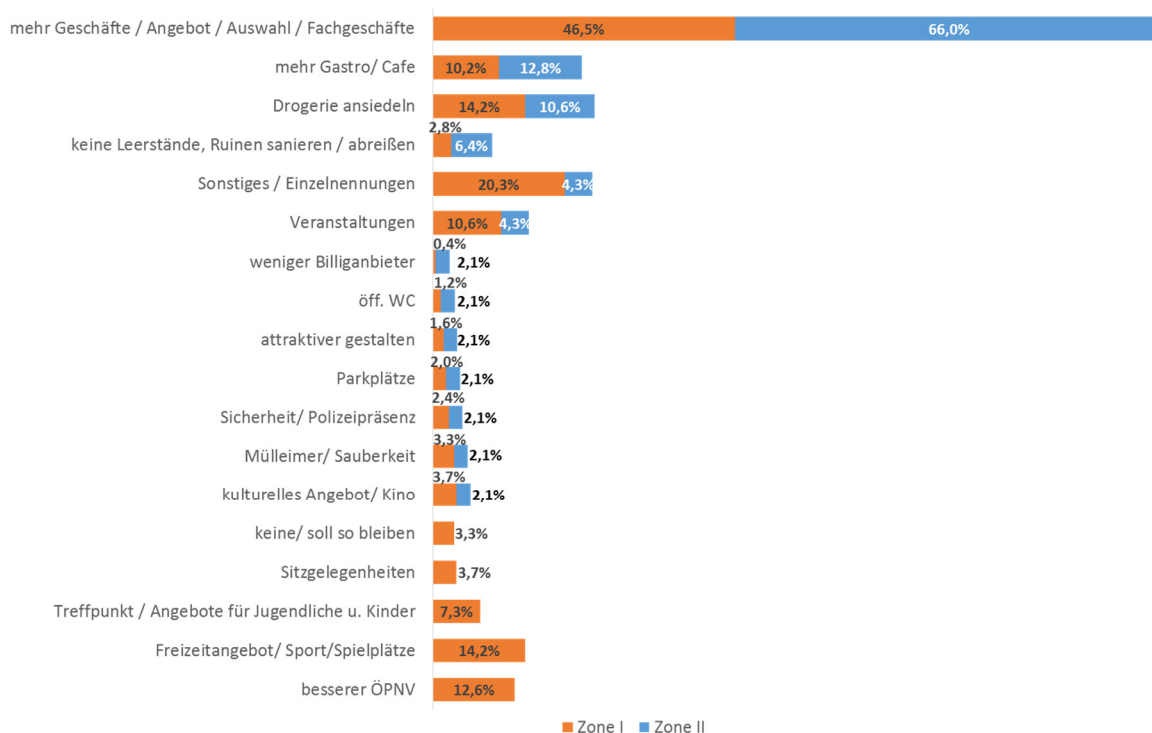
GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I zwischen 433 - 435. je nach Kategorie, n Zone II = 83, keine Angabe = 6

Die errechneten Durchschnittsnoten reichen von 2,0 bis 3,0 je Thematik und bewegen sich damit im Bereich „gut“ bis „befriedigend“. Die Mehrheit der Befragten bescheinigt allerdings ein hauptsächlich „gutes Bild“ von Bernsdorf. Die schlechteste Bewertung entfiel auf den Aspekt „Angebot an Veranstaltungen“. Dies bestätigen sowohl die Befragten aus Zone I als auch die Befragten aus Zone II. Alle anderen Punkte erhielten gute bis befriedigende Noten von 2,0 bis 2,8. Besonders die Befragten von außerhalb sehen Verbesserungsmöglichkeiten in den Bereichen „Angebot Dienstleistungen“ und „Einkaufsatmosphäre/Aufenthaltsqualität“, während die Befragten aus Bernsdorf besonders Wert auf den Ausbau der Sicherheit in der Innenstadt legt. Die besten Noten in beiden Zonen erhielt der Aspekt „Parken“.

Frage 7: „Welche Verbesserungen wünschen Sie sich für Bernsdorf?“

Mit Frage 7 bot sich den Befragten die Gelegenheit, Verbesserungsvorschläge bzw. Wünsche zur Attraktivierung Bernsdorfs zu äußern. Vor allem nachfolgende Aspekte wurden in diesem Zusammenhang angesprochen (vgl. Abbildung 16):

Eine große Bedeutung wurde seitens der Befragten der Ansiedlung von mehr Gastronomie sowie Geschäften und hier insbesondere eines Drogeriemarktes beigemessen (besonders die Befragten von außerhalb äußerten diesen Wunsch). Diese Aussagen decken sich teilweise mit Angaben zu den vorangegangenen Fragen. Weiterhin wünschen sich v. a. die Befragten aus Bernsdorf mehr Veranstaltungen, einen besseren ÖPNV sowie mehr Freizeitangebote und Aufenthaltsorte (u. a. Spielplätze, Treffpunkte für Jugendliche etc.).

Abbildung 16: Verbesserungen für Bernsdorf (in %)

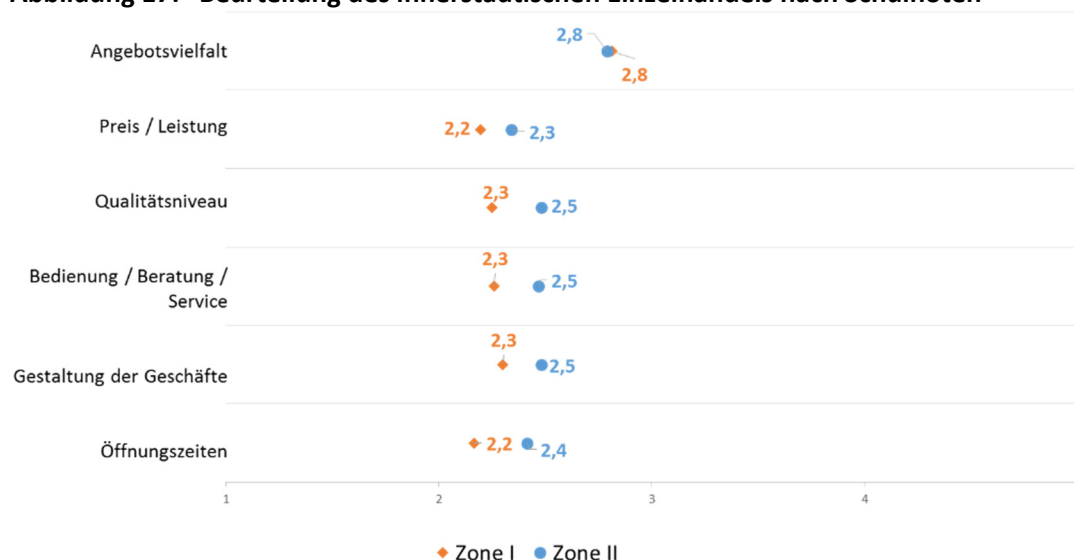
GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 246; n Zone II = 47, keine Angabe: 231;
 Mehrfachnennungen möglich (Antworten teilweise zusammengefasst; Einzelaufzählung in Anhang 3)

Frage 8: „Wie benoten Sie den innerstädtischen Einzelhandel in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?“

Mit Frage 8 sollte eine differenzierte Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten im Bernsdorfer Stadtzentrum vorgenommen werden. Die Befragten konnten zu folgenden Punkten eine Bewertung abgeben:

- /// Angebotsvielfalt
- /// Preis / Leistung
- /// Qualitätsniveau
- /// Bedienung / Beratung / Service
- /// Gestaltung der Geschäfte
- /// Öffnungszeiten.

Die Bewertungen werden in Abbildung 17 wiederum als Durchschnittsnoten (1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft) ausgewiesen.

Abbildung 17: Beurteilung des innerstädtischen Einzelhandels nach Schulnoten

GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I zwischen 433 – 435 je nach Kategorie, n Zone II 81 - 82 je nach Kategorie, keine Angabe = 7 – 9 je nach Kategorie

Die Durchschnittsnoten reichen von 2,0 bis 2,8 je Thematik und bewegen sich damit im Bereich „gut“ bis „befriedigend“. Die schlechtesten Bewertungen wurden für das Kriterium „Angebotsvielfalt“ mit 2,8 gegeben. Dies bestätigt wiederum die Ergebnisse aus den vorherigen Fragen. Sowohl die Befragten aus Bernsdorf als auch die Befragten aus dem Umland sehen die Angebotsvielfalt am kritischsten. Auch die Tendenzen in den anderen abgefragten Kriterien decken sich mit den bereits vorliegenden Ergebnissen.

Die besten Noten erhielten hier die Aspekte „Preis / Leistung“ und „Öffnungszeiten“. In der Gesamtbetrachtung wird aber auch deutlich, dass weder sehr positive noch sehr negative Bewertungen abgegeben wurden.

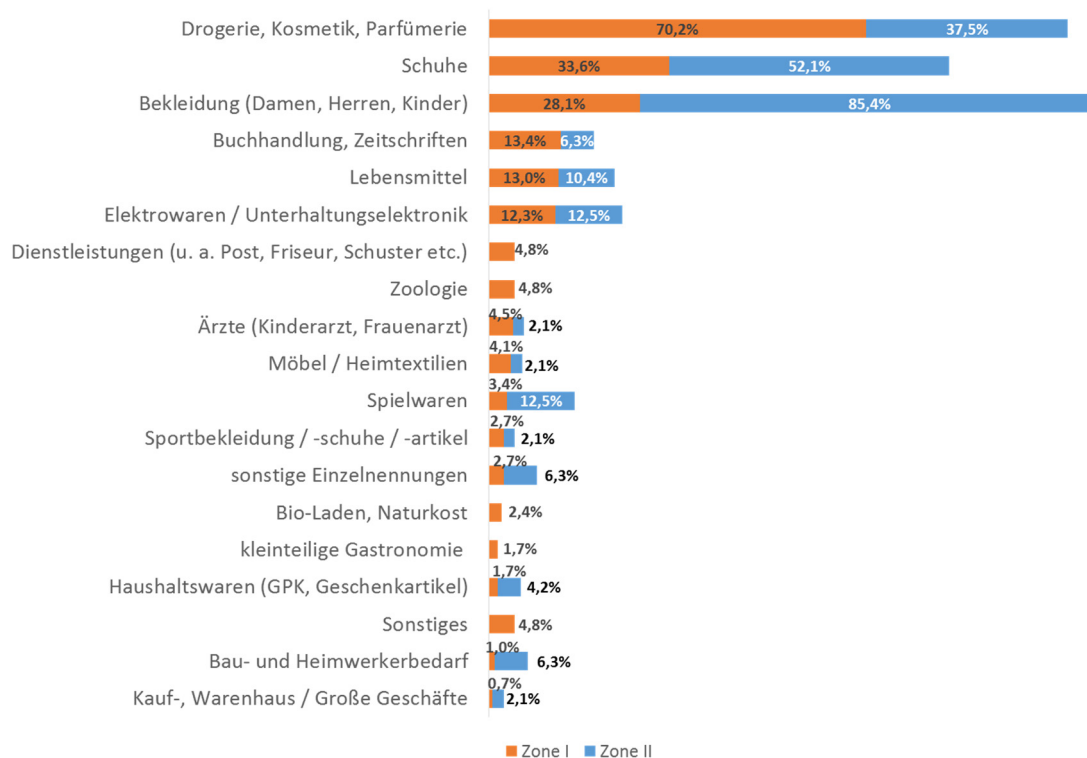
Frage 9: „Welche Angebote / Branchen vermissen Sie in Bernsdorf?“

Von den befragten Personen wurden zahlreiche Anregungen und Ergänzungswünsche zur Angebotssituation des Einzelhandels im Bernsdorfer Stadtzentrum geäußert (vgl. Abbildung 18). Demnach wäre v. a. im Sortimentsbereich Drogerie / Kosmetik / Parfümerie eine Ausweitung des Angebotes wünschenswert. Von den Befragten aus Zone I wünschen sich ca. 71 % ein Drogerie- bzw. Kosmetikgeschäft. Zudem wurde von den Befragten ein Ausbau in den Branchen Bekleidung und Schuhe angesprochen, wobei v. a. die Befragten aus Zone II mehrheitlich diese Branchen vermissen. Auch in anderen Sortimentsbereichen wünschen sich die Befragten einen Ausbau des Angebotes.

Zu berücksichtigen ist auch, dass lediglich die Hälfte der Befragten Angaben zu Angeboten, die sie in Bernsdorf vermissen, machen konnte.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die vorher dargelegten Ergebnisse auch vor dem Hintergrund der Angebote in den umliegenden größeren Städten (u. a. Hoyerswerda, Kamenz) und dem Onlinehandel zu interpretieren sind.

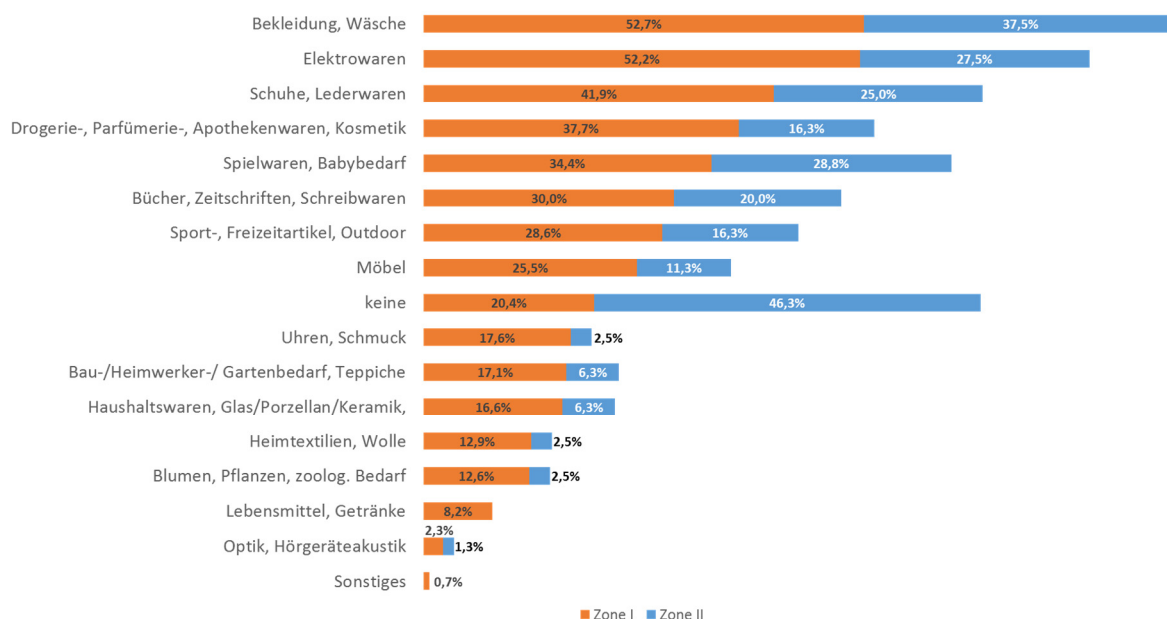
Abbildung 18: Angebotsdefizite in Bernsdorf (in %)



GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 292, n Zone II = 48, keine Angabe = 184;
 Mehrfachnennungen möglich (Antworten teilweise zusammengefasst, Einzelaufstellung in Anhang 3)

Frage 10: „Welche Produkte/ Sortimente haben Sie in den letzten 12 Monaten im Internet gekauft?“

Die Angaben zum Einkauf bestimmter Waren und Produkte im Internet gibt u. a. Aufschluss darüber, was nach Ansicht der Befragten bzw. Kunden in Bernsdorf im Einzelhandelsbereich fehlt (Angebot). Die Angaben der Interviewten stimmen zum Teil mit den Angaben in Frage 9 (Angebotsdefizite in Bernsdorf) überein.

Abbildung 19: Einkäufe im Internet (in %)

GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 427, n Zone II = 80, keine Angabe 17, Mehrfachnennungen möglich

Die Befragten gaben an, in den letzten 12 Monaten v. a. Bekleidung / Wäsche, Elektrowaren, und Schuhe / Lederwaren und Drogerieartikel sowie Spielwaren und Babybedarf im Internet gekauft zu haben. Besonders im Bereich Bekleidung gaben durchweg alle Befragten an diese Artikel im Internet zu kaufen. Es ist allerdings auch anzumerken, dass ein Viertel der Befragten angab, in den letzten 12 Monaten keine Produkte im Internet gekauft zu haben. Diese Befragten griffen z. T. auf die lokalen Angebote in Bernsdorf zurück.

Frage 11: „An welchen Standorten / Orten kaufen Sie die folgenden Warengruppen am häufigsten ein?“

Die Analyse der Antwortmuster in Frage 11 ermöglicht eine differenzierte Betrachtung der Einkaufsorientierung nach Warengruppen. Die Auswertung erfolgt dabei getrennt nach⁴⁸

- /// Lebensmittel, Drogeriewaren
- /// Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf
- /// Bücher, Schreibwaren, Zeitschriften
- /// Spielwaren, Babybedarf
- /// Schuhe, Lederwaren
- /// Sport- / Freizeitartikel
- /// Haushalt, Glas, Porzellan
- /// Elektrowaren, Foto

⁴⁸ Die Auswertungsdiagramme zu Frage 11 sind dem Konzept als Anhang 2 beigelegt.

- /// Optik, Hörgeräte
- /// Uhren / Schmuck
- /// Möbel.
- /// Die Einkaufsorientierung im Bereich **Lebensmittel und Drogeriewaren** bzw. den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist auf das Stadtgebiet von Bernsdorf ausgerichtet, insbesondere bei den Befragten aus Zone I. Bei der Versorgung mit Lebensmitteln nimmt das Bernsdorfer Stadtzentrum mit etwa 80 % einen übergeordneten Wert für die Bernsdorfer Einwohner (Zone I) ein. Von den Befragten aus Zone II nutzen immerhin knapp 60 % die Stadt Bernsdorf für ihre Lebensmitteleinkäufe. Im Bereich **Drogeriewaren** ist ein Drittel der Befragten insgesamt auf Bernsdorf ausgerichtet, während annähernd die Hälfte (rd. 46 %) der Befragten aus Bernsdorf und von außerhalb ihren Bedarf an Drogeriewaren in Hoyerswerda decken. Dies verdeutlicht, dass in Bernsdorf nur ein begrenztes Angebot an Drogeriewaren vorhanden ist und die Einkäufe daher in den umliegenden Orten (oder online) getätigt werden.
- /// Im Bereich **Blumen, Pflanzen und zoologischer Bedarf** ist die Einkaufsorientierung der Befragten aus Zone I mit knapp zwei Dritteln (ca. 65 %) ebenfalls stark auf Bernsdorf ausgerichtet. Von den Befragten aus Zone II nutzen hingegen nur etwa 40 % die Stadt Bernsdorf zum Kauf von Blumen, Pflanzen und zoologischem Bedarf.
- /// Im Bereich **Bücher und Schreibwaren** nimmt Bernsdorf bei den Befragten einen durchschnittlichen Stellenwert ein. Dies zeigt sich sowohl bei den Befragten aus Zone I als auch bei den Befragten aus Zone II. In dieser Branche wird aber auch die zunehmende Bedeutung des Internet- und Versandhandels deutlich. Bereits 22 % aller Befragten bestellen Produkte aus diesem Bereich bereits online.
- /// In der Branche **Spielwaren und Babybedarf** sehen fast 31 % der Befragten zunächst keinen Bedarf. Der Großteil der Befragten, die Bedarf an Spielwaren haben, deckt diesen in Hoyerswerda oder online. Dies gilt sowohl für die Befragten aus Bernsdorf (Zone I) als auch für die Befragten von außerhalb (Zone II).
- /// In der für Innenstädte attraktivitätsbestimmenden Warengruppe **Bekleidung und Wäsche** tätigt die Mehrheit der Befragten, über alle Altersgruppen hinweg, ihre Einkäufe in Hoyerswerda. Insbesondere die Befragten aus Zone II nutzen die Einkaufsmöglichkeiten in der Großen Kreisstadt (u. a. Lausitz Center). Dies zeugt von einer niedrigen Kundenbindung an diese Standortlage und einem fehlenden Angebot in dieser Branche. Lediglich ca. 16 % der Befragten kaufen in Bernsdorf Bekleidung und Wäsche ein. Im Vergleich dazu kauft allerdings auch ein gewisser Anteil der Interviewten Bekleidung im Internet und über den Versandhandel. Als weitere Standorte werden neben Hoyerswerda u. a. auch Dresden und Kamenz als Einkaufsdestination für Bekleidung genannt. Für die ebenfalls zur Attraktivität beitragenden Branche **Schuhe und Lederwaren** ist eine starke Kundenbindung nach Hoyerswerda zu konstatieren: die deutliche

Mehrheit der Befragten kauft die Waren dort. Auch in dieser Branche wird die zunehmende Bedeutung des Internet- und Versandhandels deutlich, da fast ein Viertel (rd. 25 %) der Interviewten Waren dort kauft. Auf Bernsdorf selbst entfällt lediglich ein Anteil von etwa 5 %, der die Waren aus dieser Branche dort kauft.

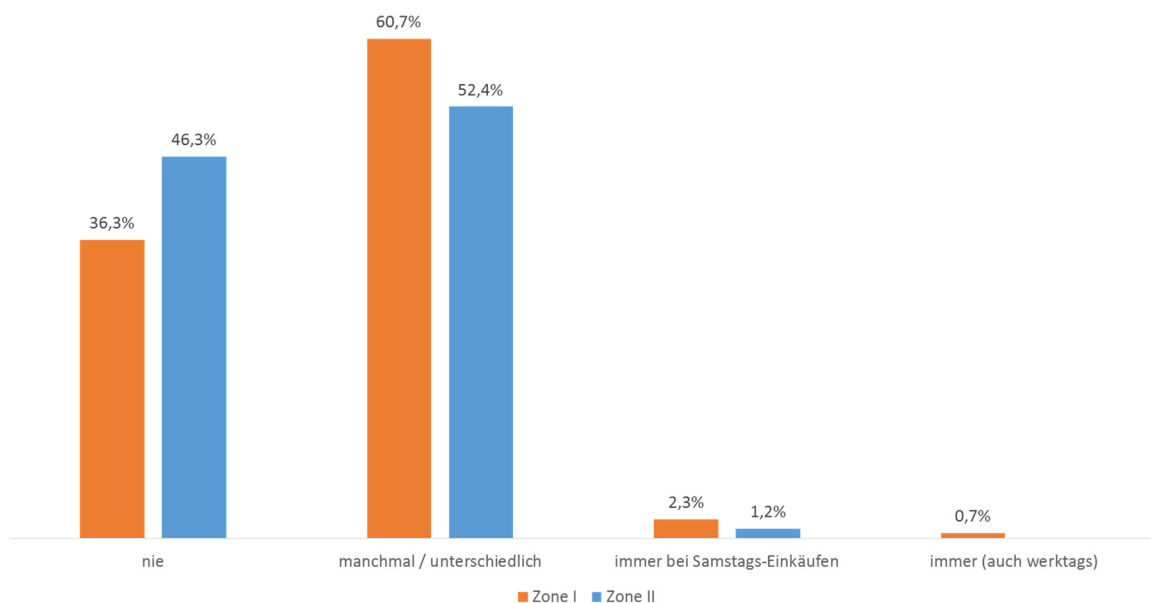
- Der Großteil der Befragten gab an, Waren im Bereich **Sport- und Freizeitartikel** in Hoyerswerda zu kaufen. Demgegenüber kauft ein eher geringer Anteil der Interviewten ihre Ware in Bernsdorf. Ein etwas höherer Anteil kauft Sport- und Freizeitartikel in Dresden. Etwa ein Viertel der Befragten aus Zone I kauft entsprechende Artikel im Internet / Versandhandel, wohingegen die Interviewten aus Zone II eher in Hoyerswerda einkaufen.
- Für die Branche **Elektrowaren und Foto** gab die Mehrheit an, Artikel dieser Sortimentsgruppe in Hoyerswerda zu kaufen, hier besonders die Interviewten aus Zone II. Bereits etwa 31 % aller Befragten kauft diese Produkte im Online- / Versandhandel. Lediglich ein geringer Anteil von ca. 7 % der Befragten kauft die Waren in Bernsdorf ein. Dies deutet u. a. auf ein eher geringes Angebot in dieser Branche hin. Als weitere Einkaufsdestination wurde u. a. Dresden genannt.
- Im Bereich **Optik** verfügt Bernsdorf über eine durchschnittliche Kundenbindung. Auch in diesem Bereich ist eine starke Kundenbindung nach Hoyerswerda zu konstatieren. Ein hoher Anteil gab an, keinen Bedarf an optischen Produkten zu haben.
- In der Branche **Uhren und Schmuck** kauft lediglich ein geringer Anteil der Befragten ihre Waren in Bernsdorf. Hoyerswerda nimmt hier wiederum eine zentrale Funktion ein, da nahezu die Hälfte der Befragten ihren Bedarf an Uhren und Schmuck in Hoyerswerda deckt. Auch der Online- / Versandhandel wird von nahezu 21 % aller Befragten zum Einkauf von Waren aus dieser Branche genutzt.
- Im Bereich **Haushalt, Glas, Porzellan** kaufen rd. 23 % der Befragten in Bernsdorf ein (Befragte aus Zone I). Mehr als 60 % der Befragten aus Zone II kauft Waren aus diesem Bereich in Hoyerswerda, aber auch etwa ein Drittel der Befragten aus Zone I. Auch in Dresden und Kamenz werden diese Waren gekauft, wenn auch in geringerem Umfang (Zone I: 15 %; Zone II: 6 %).
- Die Einkaufsorientierung im Bereich **Möbel** ist stark auf das Stadtgebiet Hoyerswerda und Dresden ausgerichtet. Insbesondere die Befragten aus Zone II decken ihren Bedarf im benachbarten Hoyerswerda.

Grundsätzlich ist zu konstatieren, dass die Interviewten von außerhalb ihre mittel- und langfristigen Bedarfe mehrheitlich in Hoyerswerda decken. Die Befragten aus Zone I zeigen eher Tendenzen in Richtung Internet- / Versandhandel.

Frage 12: „Wie häufig nutzen Sie bei Einkäufen in Bernsdorf das Gastronomieangebot?“

Die Analyse der Antworten hinsichtlich der Verbindung von Einkäufen und Gastronomieangeboten in Bernsdorf ermöglicht u. a. Aussagen zur Kopplung der Angebote und zur Attraktivität des Gastronomieangebotes.

Abbildung 20: Kopplung von Gastronomie und Einkauf (in %)



GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 430, n Zone II = 82, keine Angabe = 12

Die deutliche Mehrheit der Befragten nutzt gelegentlich das Gastronomieangebot im Zusammenhang mit ihrem Einkauf. Mehr als ein Drittel aller Befragten gab an, nie gastronomische Angebote bei Einkäufen in Bernsdorf zu nutzen. Lediglich vereinzelte Personen gaben an, gastronomische Betriebe immer während eines Einkaufes aufzusuchen. Dies zeugt insgesamt von einem mangelnden Angebot im Gastronomiebereich in Bernsdorf.

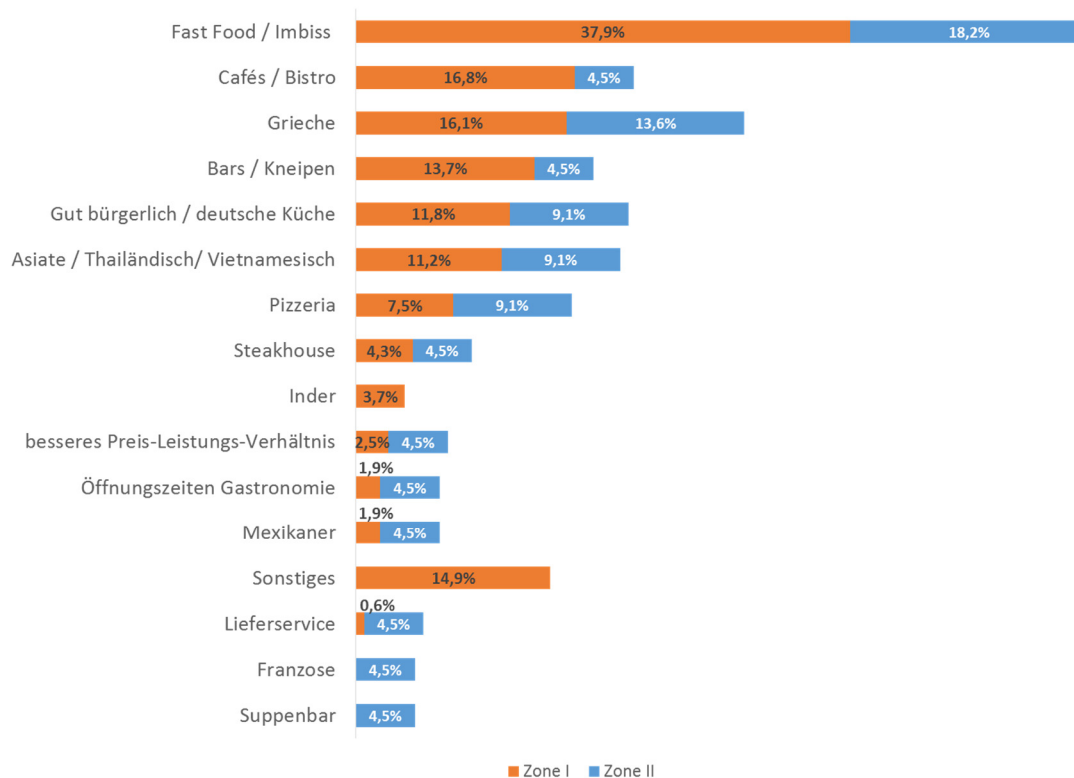
Frage 13: „Welche gastronomischen Angebote vermissen Sie in Bernsdorf?“

Bei dieser Frage hatten die Interviewten die Möglichkeit, Anregungen zur Angebotslücken anzubringen bzw. welche gastronomischen Angebote in Bernsdorf ihrer Meinung nach fehlten (vgl. Abbildung 21).

Von den befragten Personen wurden verschiedene Anregungen und Ergänzungswünsche zur gastronomischen Angebotssituation in Bernsdorf geäußert. Demnach wünscht sich ein Großteil der Befragten v. a. ein Fastfood-Restaurant (z. B. Burger King) oder einen Imbiss. Besonders Befragte aus Bernsdorf (Zone I) sagten aus, dass auch kleine Cafés, Bistros, Bars und Kneipen wünschenswert wären. Auch in anderen, eher exotischen, kulinarischen Bereichen konstatieren die Kunden die Notwendigkeit eines Ausbaus.

In einer Gesamtbetrachtung ist festzuhalten, dass diverse Verbesserungswünsche vorgetragen wurden. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass eine hohe Anzahl an Befragten keine Aussage hinsichtlich eines fehlenden Angebotes machen konnte, was durchaus auf eine Grundzufriedenheit im gastronomischen Bereich zurückzuführen ist.

Abbildung 21: Angebotslücken in der Gastronomie (in %)



GMA-Haushaltsbefragung Januar/Februar 2019; n Zone I = 161, n Zone II = 22, keine Angabe = 342 (Antworten teilweise zusammengefasst; Einzelaufstellung in Anhang 3)

III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf

1. Bevölkerungsprognose und Kaufkraftentwicklung

Für den Zeitraum zwischen 2012 und 2017 war wie in Kapitel II.1. dargestellt, für die Stadt Bernsdorf ein Bevölkerungsrückgang von rd. 2 % zu konstatieren. Gemäß der 6. Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes Sachsen ist für den Zeitraum bis 2025 von einem weiteren Bevölkerungsrückgang auszugehen. Die Vorausberechnung geht bis zum Prognosejahr 2025 für Bernsdorf von einem Bevölkerungsstand von ca. 6.200 Einwohnern aus.⁴⁹

In Bezug auf die Prognose der Kaufkraftentwicklung ist anzumerken, dass es durch den Onlinehandel bzw. dessen Entwicklung keine Korrelation zwischen Pro-Kopf-Ausgaben und Verkaufsflächenentwicklung gibt. Daher können aus der Prognose der zu erwartenden Kaufkraft keine konkreten Rückschlüsse für eventuelle Potenziale oder Verkaufsflächenbedarfe abgeleitet werden. In diesem Zusammenhang wird auf eine Prognose der Kaufkraft in Bezug auf die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf verzichtet.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in Bernsdorf konnte aufgezeigt werden, dass geringfügig Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohnerprognose für die Stadt Bernsdorf die in nachfolgender Übersicht 3 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

⁴⁹ Vgl. 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen, Variante 2 – Die Bevölkerungszahl der Stadt Bernsdorf liegt bereits heute unter dem gemäß Variante 1 für 2025 angenommenen Wert.

Übersicht 3: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	- quantitativ insgesamt leicht überdurchschnittliche Ausstattung, allerdings mit räumlichen Versorgungslücken in den Ortsteilen - Angebot im Lebensmitteleinzelhandel im Wesentlichen durch Lebensmitteldiscounter im Bernsdorfer Stadtgebiet gestellt; discountlastige Anbieterstruktur, wenngleich Netto als Softdiscounter ein tieferes Sortiment anbietet	Sicherung der bestehenden Märkte
Gesundheit, Körperpflege	- unterdurchschnittliche Ausstattung in Bernsdorf insgesamt; Angebot wird in Apotheken und in Form von Randsortimenten in den Lebensmittelmärkten vorgehalten - kein Drogeriefachmarkt vorhanden	Nachholbedarf seit Wegfall von Schlecker, ein Rossmann-Drogeriemarkt befindet sich derzeit in Bau
Blumen, zool. Bedarf	- quantitative Ausstattung angemessen - bei Schnittblumen / Zimmerpflanzen zwei Fachgeschäfte in der Innenstadt vorhanden, auch als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten; darüber hinaus ist eine Gärtnerei angesiedelt - bei zoologischen Bedarf derzeit kein Anbieter im Stadtgebiet vorhanden Angebot, konzentriert sich im Schwerpunkt auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte (nur Heimtierfutter)	grundsätzlich noch Ansiedlungspotenziale gegeben, Realisierungschancen für Fachmarktkonzepte gering, eher Ausbau als Randsortiment bestehender Anbieter oder Fachgeschäft am Standort Bernsdorf
Bücher, Schreib- und Spielwaren	- quantitativ derzeit stark unterdurchschnittliche Ausstattung, keine Spezialanbieter vorhanden, lediglich vereinzelt als Randsortiment angeboten - im Spielwarenbereich kein adäquates Angebot vorhanden; lediglich ein Spezialgeschäft und als Randsortimente in Fachmärkten	Ausbau des Angebotes bei Büchern und Schreibwaren grundsätzlich darstellbar, etwa in der Ortsmitte (z. B. Wiederbelebung von Leerständen) Ansiedlung eines Spielwarenanbieters wünschenswert aber geringe Nachfrage und Marktpotenzial

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Bekleidung, Schuhe, Sport	- quantitativ leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung - im Bekleidungssegment lediglich ein Fachmarktkonzept (AWG) und ein Hutgeschäft ansässig; kein kleinteiliger Fachgeschäftsbesatz mit „durchschnittlichen Angeboten“ vorzufinden - bei Schuh- und Lederwaren ein Fachgeschäft vorhanden	Sicherung und Stärkung des Angebotes in der Ortsmitte wenn- gleich ein Ausbau des Angebotes aufgrund des geringen Marktpotenzials nicht gegeben ist, keine weitere Ansiedlung in dezentralen Standortlagen
Elektrowaren, Medien, Foto	- deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung - lediglich drei kleinteilige Spezialanbieter im Gemeindege- biet vorhanden; Kaufkraftabfluss ins Umland (u. a. Ka- menz, Hoyerswerda)	grundsätzlich noch gewisses Ansiedlungspotenzial gegeben, jedoch kein akuter Handlungsbedarf, da Realisierungschancen fraglich
Hausrat, Einrichtung, Möbel	quantitativ stark unterdurchschnittliche Ausstattung, le- diglich ein Fachgeschäft im Bereich GPK (Glas, Porzellan, Keramik) ansässig	Im Möbelbereich kaum Ansiedlungspotenzial, evtl. als Fachge- schäft Realisierungschancen für filialisierte Konzepte (z.B. Nanu Nana) aufgrund geringer Einwohnerpotenziale nicht realistisch
Bau-, Heimwerker-, Gartenbe- darf	quantitativ angemessenes Angebot, zwei Fachmarktkon- zepte bzw. -anbieter vorhanden, wenngleich diese mehr dem Baustoffbereich zuzuordnen sind	Kein akuter Handlungsbedarf
Optik, Uhren / Schmuck	- quantitativ angemessenes Angebot, zwei Fachgeschäfte im Optik- und Hörakustikbereich - ein Schmuckanbieter in der Stadt vorhanden	kein akuter Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	- leicht überdurchschnittliche Ausstattung im Stadtgebiet, zwei Fachmarktkonzepte aus dem Sonderpostenbereich etabliert - ein Fachgeschäft für Sport & Fahrräder vorhanden	kein akuter Handlungsbedarf

GMA-Empfehlungen 2019

Fazit: Für die bestehende Einzelhandelsstruktur sollte das Hauptaugenmerk auf der Bestandssicherung liegen.

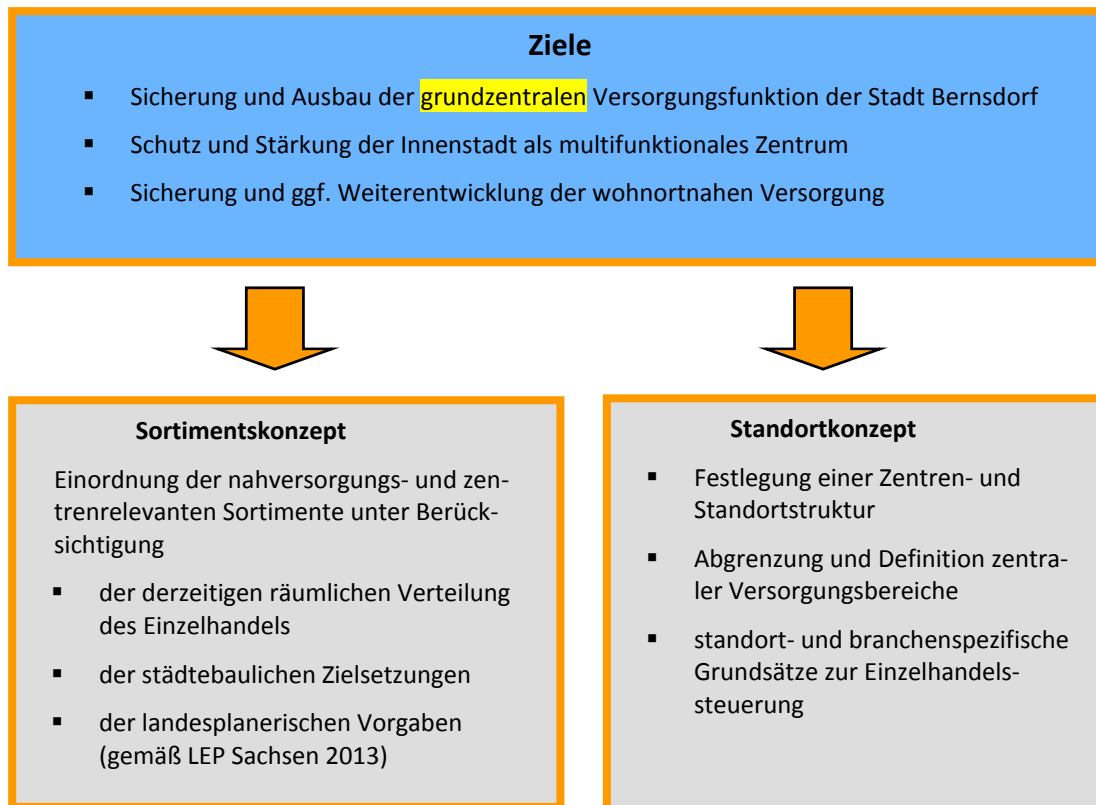
IV. Einzelhandelskonzept Bernsdorf

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bernsdorf ist die Verabschiedung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu empfehlen. Dieses ist künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren:

- /// Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Bernsdorf**
- /// Sicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Bernsdorf**
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- /// Schutz und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs als dominierende Einkaufslage**
 - Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit
- /// Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs**
 - Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstruktur durch Erhalt und Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels zur qualifizierten, gesamtstädtischen Grundversorgung
 - ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels des kurzfristigen Bedarfs (u. a. Drogeriewaren).

Abbildung 22: Ziele eines Einzelhandelskonzeptes

GMA-Darstellung 2019

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 22):

- / **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- / **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.
- / **Nahversorgungskonzept:** Die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung erfolgt entsprechend der städtebaulichen Ziele und Bedarfsspielräume in den einzelnen Ortsteilen.
- / **Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung:** Konkrete räumliche und Sortimentsbezogene Vorgaben dienen der Steuerung von Einzelhandelsvorhaben, wobei der Fokus auf großflächigen Betrieben liegt.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich ihres Angebotscharakters, ihrer Attraktivität und der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen (= zentrenrelevante Sortimente) und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können (= nicht zentrenrelevante Sortimente).

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit ist Sortimentsleitbild ein Baustein des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Bernsdorf zukünftig gesteuert werden kann.

2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

- /// Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** solche Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für den zentralen Versorgungsbereich auszugehen ist, wenn diese außerhalb des Zentrums angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- /// Wichtige Funktionen erfüllen zudem **Sortimente**, die vorwiegend der **Nahversorgung** der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zur Zentrenbildung beitragen. Dies sind v. a. **Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel**. Dabei han-

delt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Diese sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.

- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar. Sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien:

- Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- Flächenbedarf
- Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Bernsdorf
- räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung des zentralen Versorgungsbereichs beitragen
- für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- Bestandteil des innerörtlichen Branchenmixes sind
- Synergien zu anderen Sortimenten in aufweisen (z. B. Schuhe zu Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

- die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- /// hohe Flächenansprüche bestehen
- /// die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- /// eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- /// keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- /// sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt:

Übersicht 4: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	Städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

GMA-Darstellung 2019

Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transportierbarkeit**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrenauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.

Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität für Ortskerne**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.

Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Ortsmitte / eines zentralen Versorgungsbereichs bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Zentrensor-timenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.

Als sechstes Bewertungskriterium sind die gemeindeentwicklungspolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Bernsdorf bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

2.3 Bernsdorfer Sortimentsliste

Die **Bernsdorfer Sortimentsliste** (vgl. Übersicht 5) stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Bernsdorf dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung auch an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Bernsdorf sowie an den städtebaulichen Zielsetzungen orientiert. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Bernsdorfer Sortimentsliste herausgenommen werden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist – im Gegensatz zu den aufgeführten zentrenrelevanten Sortimenten – nicht abschließend, d. h. um weitere Sorti-

mente ergänzbar. Zu beachten ist hierbei jedoch, dass großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie z. B. Möbel oder Baumärkte meist auch zentrenrelevante Sortimente als Untersortimente führen. Diese bleiben dann weiterhin den Regelungen nach deren Zentrenrelevanz unterworfen.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- die **positive Festsetzung**: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- die **negative Festsetzung**: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Bernsdorf zukünftig gesteuert werden kann. Die Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und somit ortsspezifisch.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung von konkreten örtlichen Gegebenheiten in Bernsdorf den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Übersicht 5).

Mit Blick auf den in Bernsdorf **aktuell vorhandenen Angebotsbestand** zeigen sich Differenzen hinsichtlich der Einteilung der Sortimente. So sind einige Sortimente, u. a. Schreib- und Spielwaren, Schuhe, Elektrokleingeräte sowie Haus- und Heimtextilien, zwar als zentrenrelevante Sortimente eingestuft, jedoch zum heutigen Zeitpunkt überwiegend noch nicht im Zentrum vorhanden. Diese Sortimente wurden im Sinne einer städtebaulichen Zielsetzung den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet, da sie wesentliche Magnetfunktionen für die Ortsmitte übernehmen können.

Übersicht 5: Bernsdorfer Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
Nahversorgungsrelevante Sortimente /// Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke), Reformwaren /// Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika /// Arzneimittel und apothekenübliche Waren /// Schnittblumen /// Zeitungen, Zeitschriften	/// Tiere, Tiernahrung, Zooartikel (großvolumig) /// Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel, Pflanzgefäße /// Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher), Gartenbedarf /// Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge /// Sanitärartikel, Fliesen /// Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel) /// Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) /// Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper /// Elektroinstallationsbedarf /// Antennen / Satellitenanlagen /// Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten /// Büromaschinen, Büroorganisationsmittel /// Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen /// Campingartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) /// Sportgroßgeräte, Jagd- und Angelbedarf /// Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse /// Kfz-Zubehör, Motorradzubehör /// Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds*** /// Büromaschinen (gewerbliche Ausrichtung) /// Elektrogroßgeräte (weiße Ware) /// Fahrräder, Fahrradzubehör
Zentrenrelevante Sortimente /// Tiere, Tiernahrung, Zooartikel (kleinvolumig) /// Bekleidung, Wäsche /// Schuhe, Lederwaren /// Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf /// Spielwaren und Bastelartikel /// Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren /// Baby-, Kinderartikel /// Sportartikel, Sportkleingeräte /// Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe) /// Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken /// Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel /// Kunst, Bilder, Briefmarken, Münzen, Antiquitäten /// Uhren, Schmuck /// Foto- und Videoartikel /// Optische Erzeugnisse /// Musikinstrumente /// Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- / Bildträger /// Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)** /// Computer, -teile, Peripherie, Software /// Kinderwagen	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

** weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

*** kein Einzelhandel im engeren Sinne

GMA-Übersicht 2019

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Nachfolgend werden die bestehenden Einkaufslagen in Bernsdorf in eine Zentren- und Standortstruktur eingeordnet sowie zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

3.1 Begriff „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:⁵⁰

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

⁵⁰ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Die Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen im Flächennutzungsplan gem. § 5 Abs. 2 BauGB ist seit 2013 möglich.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als **unbestimmter Rechtsbegriff** eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW⁵¹ im Jahr 2006 verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht⁵² (BVerwG) bestätigt wurden.

Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus:

„.....sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zu-kommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“ BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Stadtzentrum), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

⁵¹ vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

⁵² vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

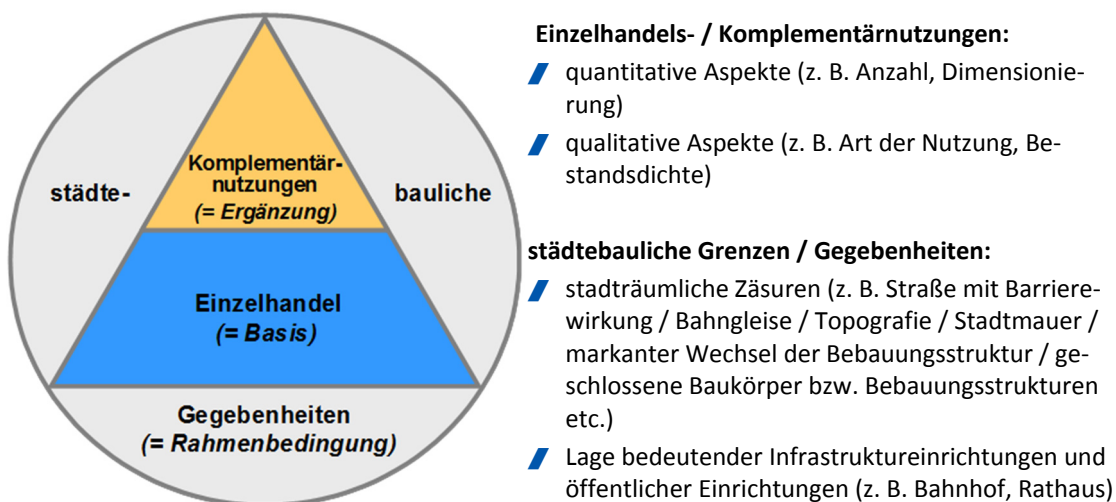
Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandels- und Zentrenkonzepte)
- nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.⁵³

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁵⁴ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁵⁵

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereich



GMA-Darstellung 2019

3.2 Zentren- und Standortstruktur in Bernsdorf

Die räumliche Abgrenzung des **zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum in Bernsdorf** sowie die Festlegung der Zentrenstruktur (vgl. Abbildung 24) erfolgen auf Grundlage der durchgeführten Bestandsaufnahme der Einzelhandelsnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzungen basieren auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) sowie

⁵³ D. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁵⁴ Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁵⁵ D. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

den stadtplanerischen Vorstellungen und sind weitgehend parzellenscharf, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit zu gewährleisten. In Einzelfällen wird von der Parzellengrenze abgewichen, z. B. bei tiefen Wohngrundstücken oder wenn sich die baulichen Strukturen vor Ort nicht mit den Parzellenstrukturen decken. Karte 4 stellt die Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet im Überblick dar.

- Der zentrale Versorgungsbereich „Stadtzentrum Bernsdorf“ i. S. des BauGB in der Stadt Bernsdorf umfasst im Wesentlichen den Bereich Ernst-Thälmann-Straße / Rathausallee sowie die angrenzenden Bereiche, bis in die Straße des 8. Mai (vgl. Karten 4 und 5).

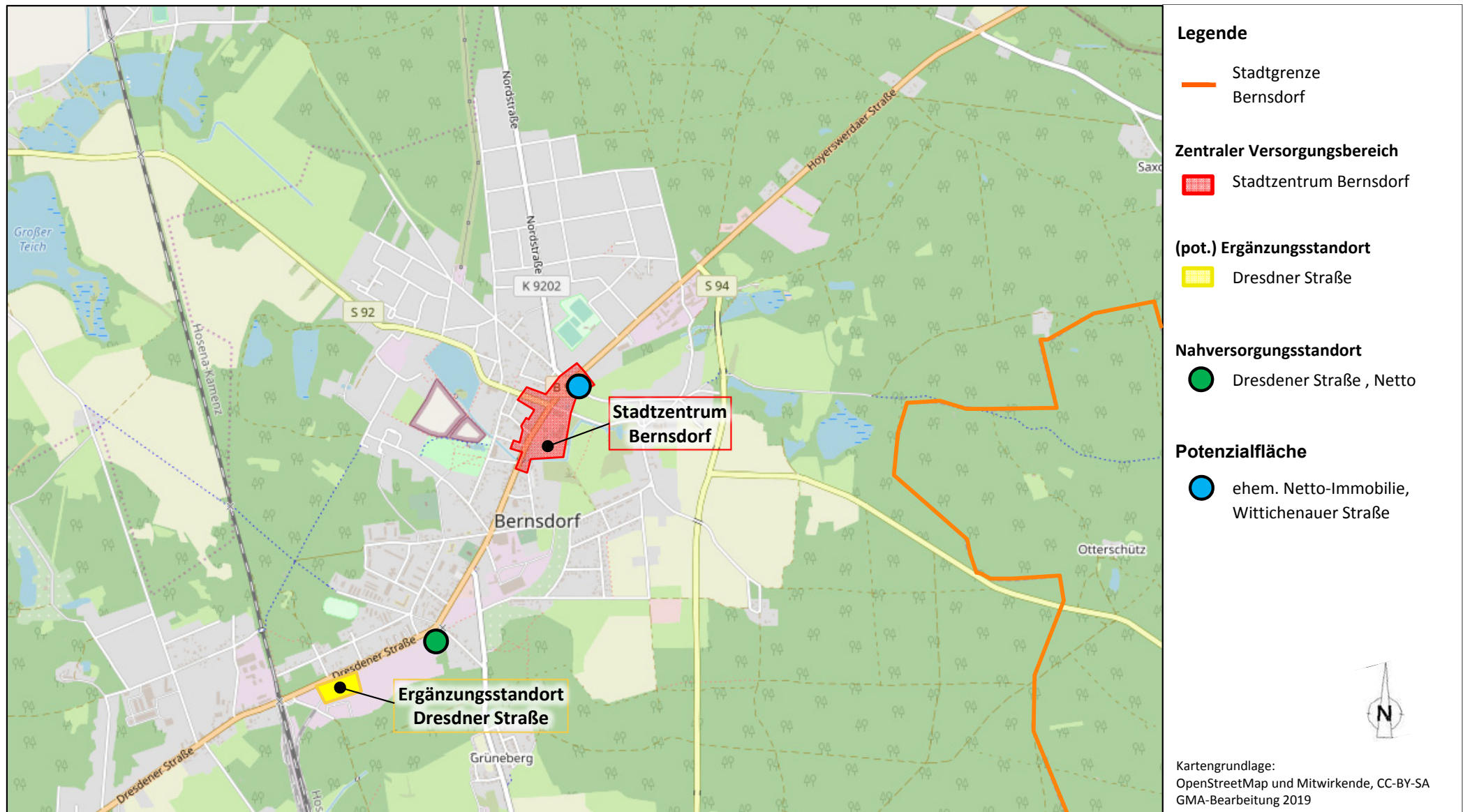
Abbildung 24: Zentrenstruktur Bernsdorf

Kategorie Zentrenstruktur	Hauptzentrum	Nahversorgungsstandorte	Ergänzungsstandorte
Zuweisung in Bernsdorf	Stadtzentrum Bernsdorf	Netto, Dresdner Straße	Potenzialstandort Dresdner Straße
Erläuterungen	Zentraler Versorgungsbereich gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO	wohnnah, fußläufig erreichbare Standorte der Nahversorgung	autokundenorientierter Standort des i. W. großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

GMA-Darstellung 2019

- Nahversorgungsstandorte (NVS)** dienen der funktionalen Ergänzung der Nahversorgungsstruktur, wenn sie nachweislich der Verbesserung der verbraucher- oder wohnortnahen Versorgung dienen. Diese Standorte resp. Lagen unterliegen zwar nicht dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche, übernehmen aber eine für die verbrauchernahe Grundversorgung der Stadt wesentliche Versorgungsfunktion. Die Nahversorgungsstandorte sollen städtebaulich integriert sein. Für Bernsdorf ist derzeit ein Nahversorgungsstandort zu identifizieren.

Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Bernsdorf



- Bei den (potenziellen) **Ergänzungsstandorten** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels handelt es sich um autokundenorientierte Standorte, welche aktuell oder perspektivisch aus überwiegend großflächigen Betrieben des Fachmarktsektors bestehen. Aufgrund der nicht oder nur teilweise integrierten Lage, des begrenzten Warenspektrums und der in der Regel fehlenden Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Die Ergänzungsstandorte sollen als vorrangige Standorte für die Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen. Aktuell ist in Bernsdorf ein Areal an der Dresdener Straße (östlich der Bahngleise) als (potenzieller) **Ergänzungsstandort** zu identifizieren, da hierfür städtebauliche Überlegungen zur Entwicklung eines „Handels- und Dienstleistungsstandortes“ diskutiert werden.
- Darüber hinaus sind Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet verteilt, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Sonderstandorte einzustufen sind. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Streu- bzw. Nebenlagen**. Dazu zählen:
 - **sonstige siedlungsräumlich integrierte Standorte**⁵⁶
 - **dezentrale Bereiche** (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete).

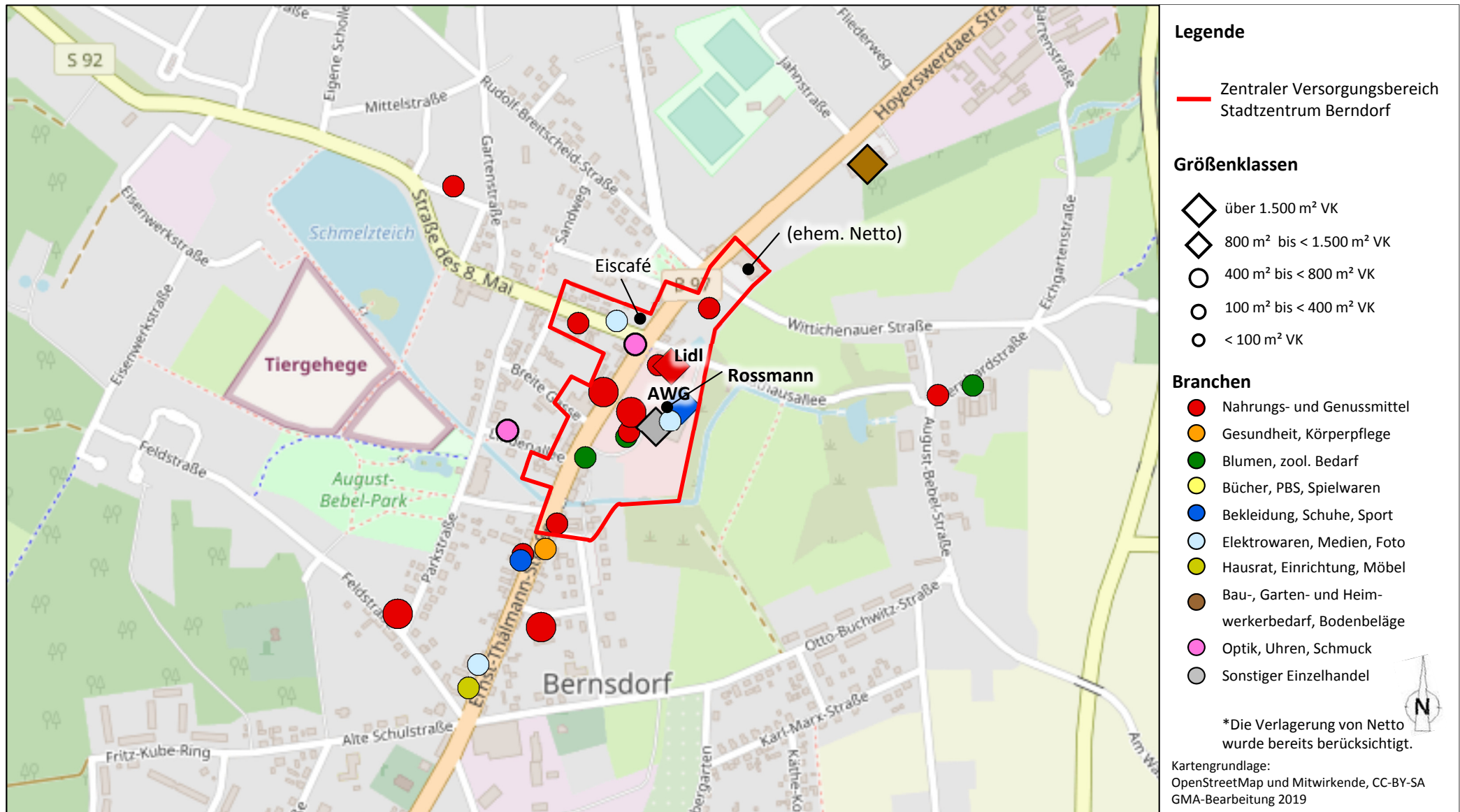
3.3 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtzentrum Bernsdorf

Räumliche Situation

- Der **innerstädtische zentrale Versorgungsbereich von Bernsdorf** ist im Wesentlichen im Kreuzungsbereich Ernst-Thälmann-Straße / Am Ankergalsplatz / Straße des 8. Mai in der Kernstadt Bernsdorf gelegen und reicht von der Wittichenauer Straße (inkl. ehem. Netto-Standort) im Nordosten bis zur Straße Neuer Markt im Südwesten.
- Die **Hauptgeschäftslage** stellt die **Ernst-Thälmann-Straße** als zentrale Achse des zentralen Versorgungsbereichs dar.
- Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtzentrum Bernsdorf orientiert sich an den **tatsächlichen örtlichen Verhältnissen**, welche im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung sowie der Vor-Ort-Besichtigung durch die GMA erfasst wurden. Die Zentrenabgrenzung erfolgte überwiegend parzellenscharf, jedoch nicht grundstücksgenau.

⁵⁶ Z. B. wohnortnahe Lagen, die einen direkten räumlichen Bezug zu Wohngebieten haben bzw. unmittelbar daran angrenzen.

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Bernsdorf



Ausstattung

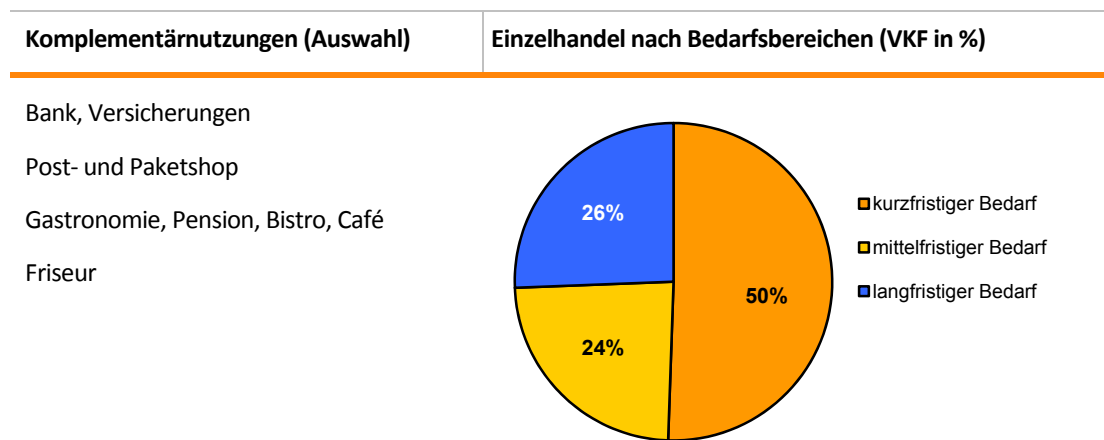
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	Betriebe	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	9	56	1.635	44
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	***	***	130	3 – 4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	12	100	3
Bücher, Schreib- / Spielwaren	***	***	***	***
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	6	875	24
Elektrowaren, Medien, Foto	2	12	65	2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	***	***	***	***
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	***	***	15	< 1
Optik / Uhren, Schmuck	1	6	60	< 1
sonstige Sortimente*	1	6	805	22
Nichtlebensmittel insg.	6	44	2.030	56
Einzelhandel insgesamt	16	100	3.690	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe > 800 m² aufgeteilt

*** Branche nur als Randsortiment anderer Betriebe im Stadtzentrum verortet (z. T. < 5 m²)
In Bau befindlicher Drogeriemarkt noch nicht berücksichtigt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2018/2019, ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

/// größer 1.500 m²	---
/// 800 bis unter 1.500 m²	Lidl, AWG, Pfennigpfeiffer
/// 400 bis unter 800 m²	--- (Drogeriemarkt in Bau)
/// bis unter 400 m²	Fristo Getränkemarkt, Lebensmittelspezialgeschäft, Lebensmittelhandwerk

Angebotssituation

- Das **Stadtzentrum Bernsdorf** stellt mit insgesamt 16 Einzelhandelsbetrieben und rd. 3.690 m² Verkaufsfläche⁵⁷ die wichtigste Standortlage im Stadtgebiet dar, sowohl betriebsbezogen als auch verkaufsflächenseitig.
- Das **innerstädtische Einzelhandelsangebot** umfasst Waren aller Bedarfsbereiche, wobei der kurzfristige Bedarfsbereich dominiert. Die Betriebe weisen dabei eine überwiegend kleinteilige Geschäftsstruktur mit zahlreichen inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt zwar bei rd. 230 m² VK (Mittelwert), allerdings wird dies durch lediglich drei Betriebe bestimmt. Der Median liegt dagegen bei ca. 40 m² VK⁵⁸.
- Der **Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkt** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt im Lebensmittelbereich (9 Betriebe; 1.635 m² VK). Die anderen vorhandenen Branchen werden weitestgehend durch Einzelbetriebe vertreten. Dennoch weist das Stadtzentrum von Bernsdorf in den innerstädtischen Leitsortimenten (u. a. Bekleidung) die größten Verkaufsflächenanteile im Stadtgebiet auf.
- Neben dem **Einzelhandelsangebot** verfügt das Stadtzentrum von Bernsdorf auch über ein vielfältiges Dienstleistungsangebot (u. a. Bank, Versicherungen, Friseur, Eiscafé). Darüber hinaus sind weitere innenstadtprägende Nutzungen aus dem Gastronomiebereich ansässig.

Städtebauliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtzentrum kann im Wesentlichen in zwei Bereiche gegliedert werden:

- Die Betriebe westlich der Ernst-Thälmann-Straße, im Bereich **Am Ankerglasplatz**, weisen Eigenschaften einer **Fachmarkttagglomeration** auf. Die ansässigen Betriebe sind in vier größeren Immobilien untergebracht und nahezu allesamt um einen größeren gemeinsam genutzten Parkplatz angeordnet. Hier sind auch die Magnetbetriebe des Stadtzentrums verortet: Lidl, AWG, Pfennigpfeiffer. Das Areal ist mit Grünzügen und vereinzelt Bäumen gestaltet. Unmittelbar am Standort ist eine ÖPNV-Haltstelle eingerichtet. Richtung Norden, entlang der Ernst-Thälmann-Straße / Hoyerswerdaer Straße, sind zudem eine Tankstelle und die ehemalige Immobilie eines Netto-Marktes verortet.
- Entlang der Ernst-Thälmann-Straße Richtung Südwesten ist westlich der Straße sowie ab der Lindenallee beidseitig weitestgehend **kleinteilige Straßenrandbebauung** aus mehrgeschossigen Einzelgebäuden vorhanden. Im Einzelhandelsbereich weist die Straße teilweise lückenhaften **kleinteiligen Einzelhandels- und Komplementärbesatz** in den Erdgeschosslagen auf.

⁵⁷ In Bau befindlicher Drogeriemarkt hier noch nicht berücksichtigt.

⁵⁸ Die Hälfte der Betriebe ist somit größer als 40 m² VK und die andere Hälfte kleiner als 40 m² VK.

Foto 1: Areal am Ankerglasplatz



Foto 2: Ernst-Thälmann-Straße, Blick Richtung Norden



Foto 3: Ernst-Thälmann-Straße, Blick Richtung Südwesten



Foto 4: Blick in das Stadtzentrum



GMA-Aufnahmen 2019

Leerstandssituation

- /// Leerstände und sanierungsbedürftige Gebäude in der Ernst-Thälmannstraße (z. B. HsNr. 19), aber in der Hauptgeschäftslage weitestgehend städtebaulich attraktive Lage
- /// zunehmend Leerstände in der Ernst-Thälmann-Straße Richtung Südwesten (Randbereiche Stadtzentrum)

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Stärkung der Multifunktionalität des Bernsdorfer Stadtzentrums, Forcierung einer integrativen Stadtentwicklung (Wohnen, Leben, Einkaufen, Erleben).
 - /// Erhalt und Ergänzung des Einzelhandelsangebotes, Priorisierung beim Ausbau von zentrenrelevanten Sortimenten zur qualitativen Aufwertung des Innenstadtangebotes
 - /// Weiterentwicklung und Aufwertung (baulich, sortimentsseitig, qualitativ) der bestehenden Ladenlokale und Inwertsetzung von bisher mindergenutzten Immobilien oder Grundstücken mit Bezug zur Hauptgeschäftslage
 - /// Beseitigung von Leerständen, ggf. Zwischennutzung anregen
 - /// Ansiedlung frequenzbringender ergänzender Dienstleistungen (z. B. Eiscafé, Imbiss, Friseur in der Hauptgeschäftslage)
-

3.4 Sonstige Standortlagen in Bernsdorf

3.4.1 Ergänzungsstandorte

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) wird ergänzend zum Hauptzentrum Stadtzentrum eine **Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben** (nicht großflächig) angestrebt. Daher wird zusätzlich ein (potenzieller) Ergänzungsstandort ausgewiesen, der im Sinne einer „Arbeitsteilung“ das Zentrum im Idealfall funktional ergänzt. Durch die nur teilweise integrierte Lage und der stark gewerblichen Prägung des Umfeldes ist dieser Standort nicht als zentraler Versorgungsbereich zu definieren. Da sich der (pot.) Ergänzungsstandort aufgrund der verkehrlich günstigen Lage grundsätzlich für Betriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment eignet, soll dieser daher zukünftig als vorrangiger Standort für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht innenstadt-/zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich einnehmen.

Derzeit ist im Bernsdorfer Stadtgebiet ein (pot.) **Ergänzungsstandort** auszuweisen:

Dresdner Straße (östlich der Bahngleise).

Bei dem Standortbereich **Dresdner Straße** handelt es sich um ein derzeit noch nicht durch Einzelhandel geprägtes Areal. Aufgrund der Flächenanforderungen moderner Fachmärkte bietet dieses Areal allerdings die einzige potenziell realisierbare Fläche, um die Einzelhandelsstruktur bzw. den Einzelhandelsbesatz in Bernsdorf zu stärken resp. weiter auszubauen und moderne Fachmärkte anzusiedeln.

Mit der Ausweisung des (pot.) Ergänzungsstandortes wird als städtebauliche Zielstellung der Erhalt und Ausbau der Versorgungsfunktion von Bernsdorf verfolgt. Durch die Ausweisung des Ergänzungsstandortes soll eine attraktive und zukunftssichere Versorgung für die Kernstadt und das Umland sichergestellt werden

3.4.2 Nahversorgungsstandorte

Darüber hinaus ist in Bernsdorf ein **Nahversorgungsstandort** zu identifizieren. Dieser hat besondere Relevanz für die wohngebietsnahe Versorgung auch nicht mobiler Bevölkerungsgruppen, gleichwohl ist sein Angebotsspektrum begrenzt und verfügt nicht über die erforderliche Breite und Multifunktionalität, um ihn als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen. Auch sein fußläufiges Einzugsgebiet ist zu klein bzw. weist nicht das erforderliche Bevölkerungsaufkommen auf. Dessen ungeachtet gilt es, diese Einkaufslage zu erhalten und ein angemessenes Versorgungsniveau für die im Umfeld lebende Bevölkerung zu bewahren.

Der **Nahversorgungsstandort** ist (vgl. Karte 4)⁵⁹:

- /// **Dresdner Straße** (Netto im Bau).

4. Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind **standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben** erforderlich.⁶⁰ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren muss. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Bernsdorf branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

4.1 Steuerungsregeln des Einzelhandels innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtzentrum Bernsdorf

Für den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum gelten **keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen mit Verkaufsflächen <800 m²**⁶¹. Das heißt, dass Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie soll nicht Teil der Bernsdorfer Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollen Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben (u. a. Drogeriemarkt⁶²).

⁵⁹ Die Benennung der aktuellen Betreiber der Lebensmittelmärkte dient lediglich der besseren Einordnung ins Stadtgefüge. Die Ausweisung der Nahversorgungsstandorte bezieht sich auf die jeweiligen Standortlagen und ist betreiberunabhängig. Räumlich umfassen die Standorte jeweils im Kern die jeweiligen Immobilien der Lebensmittelmärkte inkl. der in unmittelbaren Zusammenhang stehenden weiteren Einzelhandelsnutzungen bzw. Komplementäre.

⁶⁰ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁶¹ Zur Sicherung der Grundversorgung sind im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum auch großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig.

⁶² Ein Rossmann-Drogeriemarkt ist derzeit in Bau.

Betriebe mit Verkaufsflächen > 800 m² sind in Grundzentren generell nicht zulässig. Ausnahme bilden nahversorgungsrelevante Betriebe zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung (vgl. LEP Sachsen 2013, Z 2.3.2.2).

4.2 Steuerungsregeln des Einzelhandels außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

4.2.1 Nahversorgungsstandorte

Nahversorgungsstandorte⁶³ ergänzen das Nahversorgungsnetz und dienen der wohnortnahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs. Als Nahversorgungsstandorte werden raumbedeutende Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment definiert, die sich in integrierter Lage in einem unmittelbar vorhandenen Wohnumfeld befinden und demzufolge auch vorrangig der Nahversorgung der dort ansässigen Bevölkerung dienen.

Bestehende baurechtlich genehmigte Lebensmittelmärkte genießen in der aktuellen Dimensionierung Bestandsschutz. Aufgrund der aktuell zu geringen Ausstattung mit ergänzenden Angeboten hinsichtlich des Einzelhandels oder an Dienstleistungen haben Nahversorgungsstandorte nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches.

Die Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment an **bestehenden Nahversorgungsstandorten** ist nur vor dem Hintergrund zulässig, wenn auch weiterhin die wohnortnahe Grundversorgung gesichert bzw. gestärkt wird. Bis zur Grenze der Großflächigkeit (max. 800 m² VK) kann dies für Lebensmittelmärkte regelmäßig unterstellt werden. Bei Flächengrößen oberhalb von 800 m² VK ist eine Ansiedlung oder Erweiterung nur in integrierten Lagen und hier nur in ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Demnach sind diese Betriebe in Bernsdorf nur im zVb Stadtzentrum zu entwickeln.

Potenzielle sowie neue Nahversorgungsstandorte müssen diese Grundregeln zu Nahversorgungsstandorten ebenfalls erfüllen. Bei einer Verlagerung eines Nahversorgungsstandortes ist das Hauptaugenmerk auf die verbesserte wohnortnahe Grundversorgung zu lenken (also mehr Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet von ca. 500 - 800 m). Voraussetzung zur Verlagerung ist es, dass der Altstandort nachweisbar nicht für gleichgelagerte Angebote im Lebensmittelbereich wiedergenutzt wird (Nah- und Grundversorgung).

Betriebe mit **zentrenrelevantem Einzelhandel** bzw. Betriebe der Nahversorgung, die nicht als Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel führen, sind ab einer Verkaufsfläche von 50 m² an Nahversorgungsstandorten auszuschließen, da diese Betriebe dann als strukturprägend zu werten sind (= Kleinflächenregelung).

⁶³ Die ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte sind in Kapitel IV. 3.4.2 definiert.

4.2.2 (pot.) Ergänzungsstandorte

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten soll im Sinne einer Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen – ergänzend zum Hauptzentrum – die **Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (nicht großflächig)** angestrebt werden. Zusätzlich zum zentralen Versorgungsbereich dient daher der (pot.) Ergänzungsstandort Dresdner Straße der Ansiedlung und Erweiterung von nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben, der den zentralen Versorgungsbereich im Sinne einer „Arbeitsteilung“ funktional ergänzt. **Die Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente über den bisherigen Bestand hinaus ist zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches und Nahversorgungsstandortes an diesem Standort planungsrechtlich nicht zu genehmigen.** Vorhandene Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nach Möglichkeit in den zentralen Versorgungsbereich zu verlagern.

4.2.3 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)

Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind und nicht die Versorgungsbedeutung von Nahversorgungsstandorten aufweisen. Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen sowie Streulagen des Einzelhandels. Die Ansiedlung von **zentrenrelevantem Einzelhandel unter 50 m² Verkaufsfläche** ist möglich, da hier in der Regel keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen (=Kleinflächenregelung).

Die Ansiedlung von kleinteiligen **nahversorgungsrelevanten** Einzelhandelsbetrieben sollte hier auch im Sinne einer Quartiersversorgung möglich sein, wenn keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte vorliegen. Dies bezieht sich in erster Linie auf kleinteilige Angebote wie „Tante-Emma-Läden“, Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. Hier wird eine grundsätzliche **Zulässigkeit von max. 400 m² Verkaufsfläche** als sinnvoll erachtet. Auf dieser Fläche lassen sich kleinere „Quartiersversorger“ mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment für die unmittelbare fußläufige Nahversorgung realisieren, die nicht über den Nahbereich hinaus wirken oder die negative Auswirkungen auf andere Nahversorgungsanbieter erwarten lassen. Insbesondere für die Nahversorgung in bisher unterversorgten Stadtgebieten oder in den Ortsteilen dient diese Regelung einer Verbesserung, sofern der nächste zentrale Versorgungsbereich oder der nächste Nahversorgungsstandort sich in einer Entfernung von mehr als 800 m befindet⁶⁴.

⁶⁴ Der fußläufige Nahversorgungsradius wurde für Bernsdorf mit 500 m – 800 m angesetzt. Bei einer Distanz zum nächsten Nahversorger von mind. 800 m ist davon auszugehen, dass der Überschneidungsbereich der jeweiligen 500 m Radien nur gering ist.

4.2.4 Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Diese Lagen sollen – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen.

Darüber hinaus sind im Bernsdorfer Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist.

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sog. **Annexhandel**) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist,
- /// und das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die Handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Bernsdorf (Vogtland) zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁶⁵

⁶⁵ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

4.2.5 Randsortimentsregelung

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten wird eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten getroffen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, wird bei Ansiedlungen / Erweiterungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen getroffen. **Bei Einzelhandelsbetrieben** mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) wird eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁶⁶ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, d. h. maximal 80 m² VK für Randsortimente festgesetzt.

4.3 Fazit zu den Steuerungsregeln

Abbildung 25 stellt die Steuerungsregeln nach Standortkategorien differenziert dar. Grundsätzlich ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ein informelles Konzept, welches bestehendes Baurecht nicht ersetzt. Es ist darauf hinzuweisen, dass auch großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum Bernsdorf zulässig sind, sofern keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind oder sie eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁶⁷ Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungrelevanten Sortimenten dienen.

Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzaufdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV-Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu verhindern, sollten zudem bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne auch als Teilgebiete überplant werden.

⁶⁶ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

⁶⁷ Vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

Abbildung 25: Übersicht Regeln zur Steuerung des Einzelhandels in Bernsdorf

Vorhaben / Ansiedlungswunsch							
Ansiedlung in ... mit ... Größenordnung		Hauptzentrum	(pot.) Ergänzungsstandorte	Nahversorgungstandorte	sonstige Lagen		
		Stadtzentrum			siedlungsräumlich integrierte Lagen	Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen	
zentren- bzw. nahversorgungsrelevant	Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment*	> 800 m² Verkaufsfläche	ⓘ	⚡	⚡	⚡	⚡
		50 – 799 m² Verkaufsfläche	✓	⚡	ⓘ	ⓘ	⚡
	Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment	> 800 m² Verkaufsfläche	⚡	⚡	⚡	⚡	⚡
		400 – 799 m² Verkaufsfläche	✓	⚡	⚡	⚡	⚡
		50 – 399 m² Verkaufsfläche	✓	⚡	⚡	⚡	⚡
	nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	> 800 m² Verkaufsfläche	⚡	⚡	⚡	⚡	⚡
50 – 799 m² Verkaufsfläche		✓	✓	✓	✓	✓	
nicht zentrenrelevant							

Zulässigkeit

Die Steuerungsregeln beziehen sich auf die Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben. Maßgeblich für die Zuordnung des Betriebes zu den zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist der Sortimentsschwerpunkt des Betriebes, wobei die Zuordnung gem. der Bernsdorfer Sortimentsliste zu erfolgen hat (vgl. Kapitel IV. 2.3, Übersicht 5).

Teil B: Potenzialanalyse

„Handels- und Dienstleistungsstandort Dresdener Straße“

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Bernsdorf beabsichtigt zur Stärkung und Ausbau der Einzelhandelsstruktur die Ausweisung eines (pot.) Ergänzungsstandortes⁶⁸ mit Entwicklung als „Handels- und Dienstleistungsstandort Dresdener Straße“ an der Dresdener Straße im südwestlichen Stadtgebiet. Dieser Standort soll für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen bzw. zur Verdichtung des Angebotes zur Verfügung stehen.

Bei dem Standortbereich Dresdner Straße handelt es sich um ein derzeit unbeplantes Areal. Aufgrund der Flächenanforderungen moderner Fachmärkte könnte dieses Areal die Möglichkeit bieten, um größere Betriebsformen des Einzelhandels anzusiedeln.

Mit der Entwicklung dieses Standortes als Handels- und Dienstleistungsstandort könnte die Versorgungsfunktion von Bernsdorf gestärkt werden. Aufgrund der Lage an der Dresdener Straße (B 97) ist der Standort auch aus den Bernsdorfer Ortsteilen gut und schnell zu erreichen.

Die Fa. halsdorfer + ingenieure projekt gmbh plant in diesem Zusammenhang am Standort die Etablierung eines Fachmarktzentrums. Ein Sortimentskonzept bzw. genaue Planungen zur Entwicklung des Standortes oder potenziellen Mietern besteht derzeit noch nicht. Mit vorliegender Potenzial- und Verträglichkeitsanalyse soll untersucht werden, in welchem Rahmen noch ungebundene Kaufkraft in Bernsdorf und dem Einzugsgebiet zur Verfügung steht bzw. derzeit abfließende Kaufkraft durch Ansiedlung attraktiver Anbieter gebunden werden kann und welche Sortimente am Standort vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umfeld (u. a. Hoyerswerda, Kamenz) Marktchancen aufweisen.

Für den Standort liegt derzeit kein Bebauungsplan vor, jedoch ist für die Etablierung eines Fachmarktzentrums die Aufstellung eines Bebauungsplanes erforderlich. Vor diesem Hintergrund hat eine Beurteilung der Zulässigkeit des Vorhabens auf Basis des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erfolgen. Im Rahmen der Prüfung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO sind auch die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen sowie des gültigen Regionalplanes einzubeziehen. Vor dem Hintergrund der kurz skizzierten Aufgabenstellung werden in vorliegender Untersuchung insbesondere folgende Aspekte behandelt:

- Relevante Rechtsvorschriften zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen in Sachsen und Bernsdorf
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Bernsdorf und des Mikrostandortes „Dresdener Straße“

⁶⁸ vgl. Teil A: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bernsdorf.

- /// Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebietes und Berechnung des darin vorhandenen Kaufkraftpotenzials
- /// Berechnung der Kaufkraftbindungsquoten
- /// Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale
- /// Analyse der möglichen raumordnerischen, städtebaulichen und wettbewerblichen Auswirkungen des Projektes
- /// Prüfung der Kompatibilität mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung (Raumordnerische Zulässigkeit).

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

2.1 BauNVO

Zur Bewertung des Vorhabens an der Dresdener Straße ist unter den angegebenen Rahmenbedingungen **§ 11 Abs. 3 BauNVO** heranzuziehen. Dieser lautet in seiner aktuellen Fassung von 2013 wie folgt:⁶⁹

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen i. S. des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen i. S. des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen i. S. des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

⁶⁹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. Januar 1990, die durch Artikel 2 des Gesetzes vom 11. Juni 2013 geändert worden ist.

2.2 Landes- und Regionalplanung

Neben den Instrumentarien der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch **landes- und regionalplanerische Regelungen**. Demnach gelten **für großflächige Einzelhandelsvorhaben** und Fachmarktzentren die wesentlichen Maßgaben des LEP Sachsen 2013 (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsgebot) und des Regionalen Entwicklungsplanes Oberlausitz-Niederschlesien 2010 (vgl. Teil A, Kapitel I.5.2):

Konzentrationsgebot: Die Stadt Bernsdorf ist gemäß Regionalplanung als Grundzentrum ausgewiesen. Demnach sind „Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen [...] zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs [...] zulässig.“ (vgl. LEP Sachsen 2013; Z 2.3.2.2)

Integrationsgebot: Betriebe mit überwiegend innenstadt- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten bzw. bei einer VK mit > 800 m² mit innenstadt- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten sind diese nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In Städten mit zentralen Versorgungsbereichen, sind diese Vorhaben nur in diesen Bereichen zulässig (vgl. LEP Sachsen 2013; Z 2.3.2.3). Demnach sind Betriebe mit überwiegend innenstadt-bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zunächst nur im zVb Stadtzentrum von Bernsdorf zulässig.

Kongruenzgebot: „Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.“ (vgl. LEP Sachsen 2013; Z 2.3.2.4) Demnach darf der Einzugsbereich des Planvorhabens das Stadtgebiet von Bernsdorf sowie den der Stadt regionalplanerisch zugewiesenen Nahbereich (Gemeinde Schwepnitz) nicht wesentlich überschreiten.

Beeinträchtigerungsverbot: Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch ihre Folgewirkungen substantielle Beeinträchtigungen auf das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungsbereiches oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte mit sich bringen (vgl. LEP Sachsen 2013; Z 2.3.2.5).

Darüber hinaus gelten „Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 [...] entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.“ (Agglomerationsregelung vgl. LEP Sachsen 2013; Z 2.3.2.7)

3. Einzelhandelskonzept der Stadt Bernsdorf

Bei der Beurteilung von Einzelhandelsprojekten sind auch die Aussagen städtischer Einzelhandels- und Zentrenkonzepte zu berücksichtigen. Die Stadt Bernsdorf erhält ein solches Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit vorliegendem Entwurf (vgl. Teil A), sofern dieses durch einen Beschluss des Stadtrates auch seine Bestätigung erhält. Dieses weist als zentralen Versorgungsbereich das Stadtzentrum Bernsdorf aus (vgl. Teil A, Kapitel IV.3.3). Darüber hinaus werden mit der Bernsdorfer Sortimentsliste (vgl. Teil A, Kapitel IV.2.3) zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente definiert. Der Planstandort an der Dresdener Straße ist in diesem Zusammenhang nicht im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum Bernsdorf verortet. Bei dem Standort handelt es sich gem. Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes um die Standortlage des (pot.) Ergänzungsstandortes.

Auf Basis dessen und im Hinblick auf die Raumordnung sind in dem geplanten Fachmarktzentrum zunächst nur **nicht-zentrenrelevante Sortimente** mit einer Verkaufsfläche < 800 m² zulässig (vgl. Teil A, Kapitel IV.4.2).

4. Projektstandort „Dresdener Straße“

Der Planstandort des „Handels- und Dienstleistungsstandortes Dresdener Straße“ ist im südwestlichen Stadtgebiet von Bernsdorf, südlich der Dresdener Straße verortet (B 97). Die Entfernung zum zVb Stadtzentrum Bernsdorf beträgt ca. 2 km. Bei dem Standortareal handelt es sich um den gemäß Entwurf des EHK Bernsdorf ausgewiesenen (pot.) Ergänzungsstandort an der Dresdener Straße. Das Grundstück ist derzeit ungenutzt bzw. ist es eine Grün- und Brachfläche westlich angrenzend an das Gelände der Fa. Aluform System GmbH & Co. KG.

Das **Standortumfeld** ist durch Gewerbe- und Wohnnutzungen geprägt: Unmittelbar östlich sind eine alte Villa sowie – wie bereits beschrieben – das weitläufige Areal der Fa. Aluform System GmbH & Co. KG verortet, deren Werksgelände sich bis südlich des Planstandortes erstreckt. Westlich sind vereinzelt Wohngebäude und der Busbahnhof Bernsdorf verortet. In Nord-Süd-Richtung verläuft hier auch die Bahntrasse, deren Züge früher die Verbindung nach Brandenburg (Norden) und Kamenz (Süden) herstellten. Im Norden, nördlich der Dresdener Straße, befindet sich ein weitläufiges Waldgebiet, welches mit einzelnen Privatgrundstücken und Wohnhäusern durchsetzt ist.

Das **weitere Standortumfeld** ist Richtung Norden und Süden durch dichte Waldgebiete geprägt; Richtung Osten und Westen setzt sich entlang der Dresdener Straße Bebauung mit diversen Nutzungen fort. Der Bereich nordwestlich des Standortes (nördlich der Dresdener Straße) ist von teils

verdichteten Wohnbereichen geprägt. Weiter nach Westen, jenseits der Bahngleise, ist der Ortsteil Neu Wiednitz gelegen. Hier ist unmittelbar westlich der Bahntrasse ein kleines Gewerbegebiet vorhanden, in dessen Umfeld Wohnnutzungen vorhanden sind.

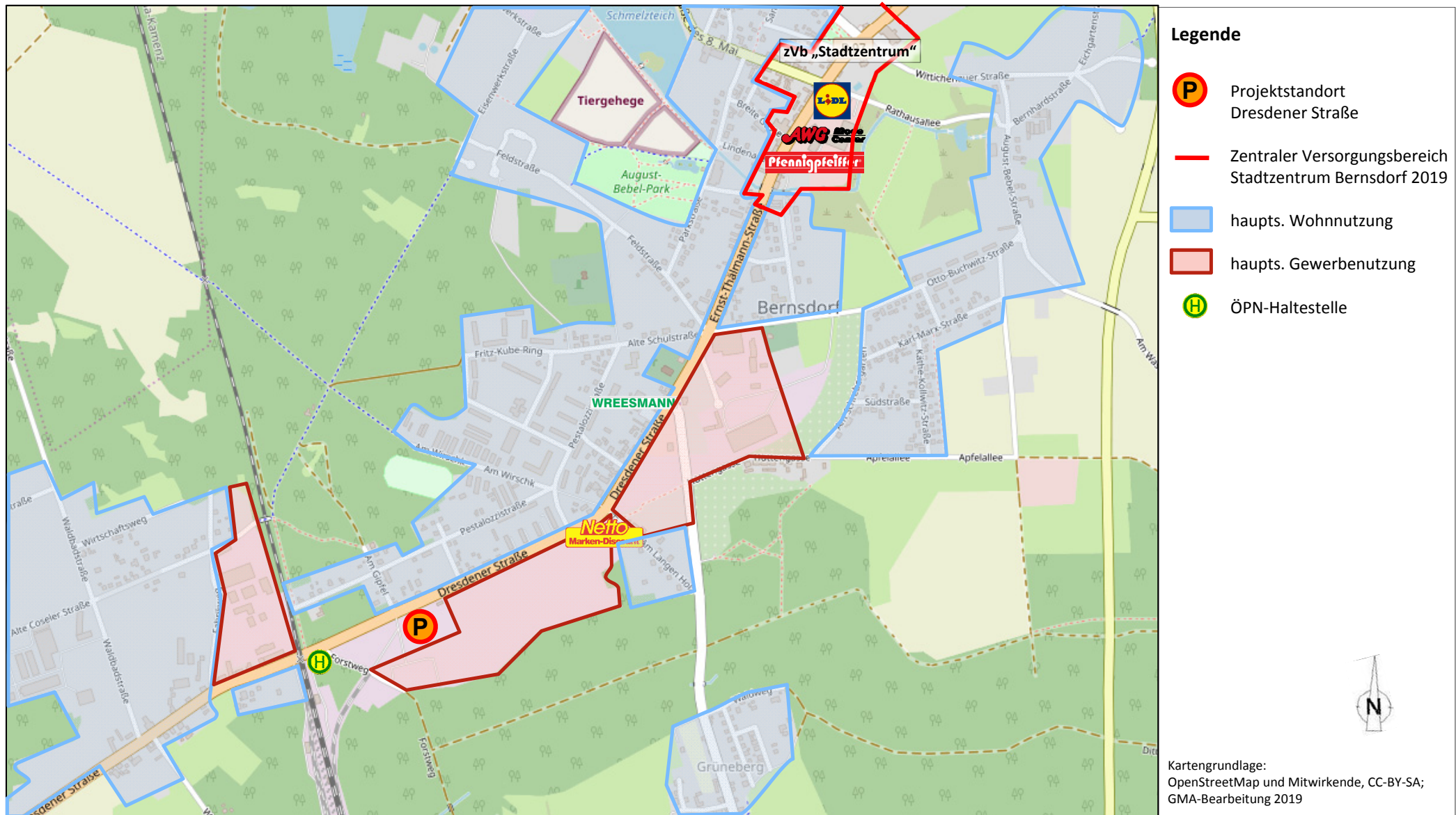
Die **verkehrliche Erreichbarkeit** bzw. **ÖPNV-Erreichbarkeit** des Standortes ist durch die Lage an der Hauptverkehrsachse Dresdener Straße (B 97) als gut zu bezeichnen. Ein ÖPNV-Anschluss ist unmittelbar am Projektstandort vorhanden (Busbahnhof Bernsdorf). Darüber hinaus ist der Planstandort auch an das Fuß- und Radwegenetz der Stadt Bernsdorf gut angebunden. Beiderseits der Dresdener Straße befindet sich ein Gehweg, südlich der Dresdener Straße ist ein kombinierter Rad- und Fußweg, der direkt am Planstandort entlang führt, gestaltet. Lediglich die Überquerung der Dresdener Straße auf Höhe des Planstandortes erscheint problematisch. Hier besteht derzeit keine gesicherte Überquerungsmöglichkeit aus den nördlich der Dresdener Straße gelegenen Bereichen.

Zusammengefasst kann der Standort städtebaulich wie folgt bewertet werden:

- Der Projektstandort befindet sich im südwestlichen Bereich in der Kernstadt von Bernsdorf, nahe dem Ortsteil Neu Wiednitz. In der Kernstadt von Bernsdorf befindet sich mit 4.600 Einwohnern auch der Einwohnerschwerpunkt.
- Der Projektstandort ist verkehrlich sehr gut an die Dresdener Straße angebunden, die als Ein- und Ausfallstraße nach und aus Bernsdorf fungiert.

Insgesamt befindet sich der Planstandort nicht im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum der Stadt Bernsdorf, aufgrund der v. a. Richtung Osten und Westen angrenzenden Nutzungen kann der Standort allerdings als siedlungsstrukturell integriert eingestuft werden. Ferner verfügt der Standort über eine Anbindung an den ÖPNV (Busbahnhof). Somit ist der Standort auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen im Rahmen der örtlichen Gegebenheiten gut erreichbar.

Karte 6: Mikrostandort „Dresdener Straße“ in Bernsdorf



5. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

5.1 Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Planvorhaben des Fachmarktzentrums am Standort Dresdener Straße stellt die wichtigste Voraussetzung für die Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft dar. Als Einzugsgebiet wird dabei in Anbetracht der inhaltlichen Zielsetzungen vorliegender Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen voraussichtlich eine regelmäßige Orientierung der Verbraucher auf das Planareal gegeben sein wird.

Die konkrete Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgte unter Zugrundelegung folgender Kriterien:

- Planvorhaben und Sortimente am Standort
- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Lage im Verkehrsnetz / infrastrukturelle Anbindung des Standortes
- Lage des Standortes im Stadtgebiet
- Ergebnisse aus anderen Untersuchungen in Bernsdorf und der Region
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (empirische Erfahrungswerte).

Da es sich bei dem Planvorhaben um ein Fachmarktzentrum bzw. eine Agglomeration handelt, kann, auch wenn grundsätzlich verschiedene Sortimente untersucht werden, für die Sortimente ein einheitliches Einzugsgebiet unterstellt werden. Den unterschiedlichen Reichweiten der verschiedenen Sortimente sowie grundsätzlich abnehmender Kundenorientierung mit steigender räumlicher Entfernung sowie der vorhandenen Wettbewerbssituation wird durch die Zonierung des Einzugsgebiets Rechnung getragen.

Auf Basis dessen, kann für das Planvorhaben das gesamtstädtische, im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes beschriebene Einzugsgebiet angenommen werden (vgl. Karten 3 und 7).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich folgendes Einzugsgebiet abgrenzen (vgl. Karten 3 und 7):

Zonen	Einwohner	Anteil
Zone I: Stadt Bernsdorf	ca. 6.500	39
Zone II: Gemeinde Schwepnitz, Kernstadt Oßling und Ortsteile Weißig / Lieske, Grünewalde	ca. 5.840	35
Zone III: Ortsteil Schönteichen der Stadt Kamenz, Ortschaft Leippe-Torno der Stadt Lauta, Hohenbocka	ca. 4.370	26
Zonen I – III: insgesamt	ca. 16.710	100

Quelle: Quelle Einwohnerzahlen: Bernsdorf / Schwepnitz / Schönteichen / Lauta: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand jeweils 30.06.2018; Teile der Gemeinde Oßling: Homepage der Stadt und GMA-Berechnungen, Grünewald und Hohenbocka, Amt für Statistik Berlin Brandenburg, Stand 30.06.2018. / Rundungsdifferenzen möglich.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Planareals an der Dresdener Straße werden auch Kundenbeziehungen zu Personen bestehen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets wohnen. Hierbei wird es sich v. a. um Pendler handeln. Darüber hinaus spielen auch Kundenzuführungs- bzw. Agglomerationseffekte der im geplanten Fachmarktzentrum ansässigen Betriebe insgesamt eine Rolle. Solche Kaufkraftzuflüsse werden im Rahmen der Untersuchung als „Streuumsätze“ berücksichtigt.

5.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

Die Berechnung der erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte.

Die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) liegt nach eigenen Berechnungen bei ca. 6.035 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland. Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 2.210 € p. a., auf den gesamten Nichtlebensmittelsektor ca. 3.825 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Der Kaufkraftkoeffizient im Einzugsgebiet bewegt sich zwischen 82,3 (Lauta) und 91,7 (Hohenbocka) und damit unterhalb des bundesdeutschen Durchschnitts (= 100,0⁷⁰).

⁷⁰

Quelle: MB Research 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein Über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Waren des täglichen Bedarfs (Grundbedürfnisse) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

Unter Berücksichtigung der o. g. Kaufkraftwerte sowie dem Einwohnerpotenzial ergeben sich folgende sortimentsspezifische Kaufkraftvolumina (vgl. Tabellen 5 und 6) im Einzugsgebiet des geplanten Fachmarktzentrums⁷¹:

Tabelle 6: Sortimentsspezifische Kaufkraft im Einzugsgebiet des geplanten Fachmarktzentrums in Bernsdorf in Mio. €

Bedarfsbereich	Branchen	Zone I	Zone II	Zone III	Einzugsgebiet insg.
		in Mio. €			
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	12,1	11,4	8,5	32,0
	Gesundheit, Körperpflege	2,5	2,3	1,7	6,5
	Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	1,1	1,0	0,8	2,9
	Bücher, Schreib- / Spielwaren	1,3	1,3	0,9	3,5
mittelfristig	Bekleidung, Schuhe, Sport	4,0	3,8	2,8	10,6
	Elektrowaren, Medien, Foto	3,1	2,9	2,1	8,1
langfristig	Hausrat, Einrichtung, Möbel	3,4	3,2	2,4	9,0
	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2,8	2,7	2,0	7,5
	Optik / Uhren, Schmuck	0,8	0,8	0,6	2,2
	Sonstige Sortimente*	1,9	1,8	1,3	5,0
	Nichtlebensmittel insg.	20,9	19,8	14,6	55,3
Einzelhandel insg.		33,0	31,2	23,1	87,3

*sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

6. Kaufkraftbindung und Verkaufsflächenpotenziale

6.1 Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet

Zur Abschätzung möglicher Verkaufsflächenpotenziale wird zunächst die im Einzugsgebiet verfügbare Kaufkraft dem in Bernsdorf generierten Umsatz gegenüber gestellt, um eine Kaufkraftbindungsquote des in Bernsdorf verorteten Einzelhandels abzuleiten. Anhand von Kaufkraftbindungsquoten ist erkennbar, welcher Anteil der Kaufkraft tatsächlich in Bernsdorf umgesetzt wird und welcher Anteil an Standorte außerhalb abfließt bzw. nicht gebunden wird. Dieser Kaufkraftanteil steht noch zur Verfügung und kann z. T. durch ein entsprechendes Angebot im Einzugsgebiet gebunden werden. Je niedriger die Kaufkraftbindungsquote, desto mehr Kaufkraft fließt aus dem Einzugsgebiet ab. Nachfolgende Tabelle stellt die branchenbezogene Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet dar (vgl. Tabellen 7 und 8):

⁷¹ Gemäß des Entwurfes des EHK der Stadt Bernsdorf sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur nicht-zentrenrelevante Sortimente < 800 m² VK zulässig. Vgl. Sortimentsliste der Stadt Bernsdorf.

Tabelle 7: Kaufkraftbindung in der Stadt Bernsdorf

Branche	Umsätze im Bestand	Kaufkraft in Mio. €	KK-Bindung in %	Umsatz aus Zone I
Nahrungs- und Genussmittel	12,2	12,1	74	9,0
Gesundheit, Körperpflege	1,4	2,5	31	0,8
Blumen, zool. Bedarf	0,6	1,1	35	0,4
Bücher, Schreib- / Spielwaren	0,1	1,3	5	0,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	4,2	4,0	50	2,0
Elektrowaren, Medien, Foto	0,7	3,1	15	0,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0,3	3,4	6	0,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1,6	2,8	35	1,0
Optik / Uhren, Schmuck	0,8	0,8	55	0,4
Sonstige Sortimente	2,2	1,9	65	1,2
Einzelhandel Insgesamt	24,0	33,0	47	15,5

GMA-Berechnungen 2019

Derzeit werden rd. 47 % bzw. 15,5 Mio. € der projektrelevanten Kaufkraft in Bernsdorf auch in der Stadt Bernsdorf gebunden (vgl. Entwurf EHK Bernsdorf).

Bezogen auf die Zonen II und III liegt die Kaufkraftbindung mit rd. 16 % deutlich geringer. Der Umsatzzufluss in die Stadt Bernsdorf liegt hier bei ca. 8,5 Mio. € (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Kaufkraftbindungen bzw. -zuflüsse aus Zone II und III

Branche	Umsätze im Bestand	Kaufkraft in Mio. €	KK-Bindung in %	Umsatz aus Zone II - III
Nahrungs- und Genussmittel	12,2	19,9	16	3,2
Gesundheit, Körperpflege	1,4	4,0	15	0,6
Blumen, zool. Bedarf	0,6	1,8	10	0,2
Bücher, Schreib- / Spielwaren	0,1	2,2	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	4,2	6,6	34	2,2
Elektrowaren, Medien, Foto	0,7	5,0	5	0,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0,3	5,6	1	0,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1,6	4,7	15	0,7
Optik / Uhren, Schmuck	0,8	1,4	25	0,4
Sonstige Sortimente	2,2	3,1	30	0,9
Einzelhandel Insgesamt	24,0	54,3	16	8,5

GMA-Berechnungen 2019

Über alle Zonen hinweg wird derzeit mit dem aktuellen Einzelhandelsangebot eine Kaufkraftbindung von rd. 36 % erreicht.

6.2 Verkaufsflächenpotenziale und Entwicklungsansätze

Bei einer Gegenüberstellung der im Einzugsgebiet des Projektvorhabens vorhandenen Kaufkraft mit den derzeit in Bernsdorf getätigten Umsätzen ist zu erkennen, dass rein rechnerisch, je nach Branche, vereinzelt noch nicht gebundene Kaufkraft zur Verfügung steht. Diese könnte durch ein entsprechendes Angebot gebunden werden. Dadurch sollte jedoch nicht pauschal auf zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale geschlussfolgert werden. Hier sind der Branchen- und Betriebstypenmix mit den aktuellen Entwicklungen am Markt sowie im Verbraucherverhalten abzugleichen und die raumordnerischen Belange und Vorgaben zu beachten.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum Bernsdorf und des Nahversorgungsstandortes ist die Ansiedlung von zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht zulässig. In nachfolgender Tabelle wird zudem verdeutlicht, dass diese Sortimente auch kaum Verkaufsflächenpotenziale in Bernsdorf besitzen (vgl. Übersicht 6).

Für die zulässigen Sortimente besteht rein rechnerisch noch Potenzial für kleinere Fachmarktkonzepte⁷² mit einer Verkaufsfläche von deutlich unter 800 m²:

Im Bereich **Hausrat / Einrichtung / Möbel** sind rein rechnerisch⁷³ Verkaufsflächen zwischen 400 m² und 799 m² möglich. Dies ist jedoch auch abhängig vom Betreiber und dem Teilsortiment (u. a. Haushaltswaren, Möbel, Heimtextilien, etc.), wobei hier auch zu beachten ist, welche Sortimente gemäß Entwurf des EHK Bernsdorf zulässig sind (vgl. zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente), z. B.:

/// Möbel (inkl. Küchen)	FP ⁷⁴ 1.500 – 2.500 €/m ²	ca. 700 – 799 m ² VK
/// Küchen	FP 2.000 – 2.500 €/m ²	ca. 450 – 500 m ² VK
/// Matratzen / Bettwaren	FP ca. 2.000 €/m ²	ca. 600 m ² VK
/// Lampen / Leuchten / Elektroinstallationsbedarf	FP 2.000 – 2.500 €/m ²	ca. 450 – 500 m ² VK.

⁷² Die dargestellten Verkaufsflächenpotenziale beziehen sich jeweils auf die Möglichkeit der Realisierung max. eines Betriebes je Sortimentsbereich Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau-/ Heimwerker- und Gartenbedarf sowie Sonstige Sortimente.

⁷³ Unter Berücksichtigung landes- und regionalplanerischer Vorgaben.

⁷⁴ FP = Flächenproduktivität.

Übersicht 6: Steigerung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet der Stadt Bernsdorf (Zone I – III)

Branche	KK-Bindung Zone I	KK-Bindung Zone II - III	pot. KK-Bindung Zone I	pot. KK-Bindung Zone II - III	Zusätzliches Umsatzpoten- zial gesamt in Mio. €	FP ⁷⁵ - Durchschnitt	VK-Potenzial (ca.-Werte)
Nahrungs- und Genussmittel	74	16	77	20	1,2	4.000 – 4.200	300
Gesundheit, Körperpflege	31	15	60	25	1,1	5.000 – 7.000	200
Blumen, zool. Bedarf	35	10	50	10	0,2	3.000 – 3.500	60
Bücher, Schreib- / Spielwaren	5	-	55	15	1,0	*4.000 – 7.000	150
Bekleidung, Schuhe, Sport	50	34	60	40	0,8	*2.500 – 4.000	**200 – 300
Elektrowaren ⁷⁶ , Medien, Foto	15	5	35	5	0,6	5.000 – 6.000	*100
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6	1	25	10	1,2	*1.000 – 3.000	***400 – 799
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	35	15	45	20	0,5	1.000 – 2.000	**250 – 500
Optik / Uhren, Schmuck	55	25	60	30	0,1	5.000 – 7.000	20
Sonstige Sortimente	65	30	70	45	0,6	*1.500 – 3.000	**200 - 300
Einzelhandel Insgesamt	47	16	59	22	7,4	---	---

 am Planstandort zulässig

 am Planstandort nicht zulässig

 am Planstandort teilweise zulässig

* differenziert je nach Teilsortiment, Betreiber und Betriebstyp,

** bei Fachgeschäften liegt die Verkaufsflächenproduktivität höher als bei Fachmarktkonzepten, entsprechend geringer fällt die pot. Verkaufsfläche aus

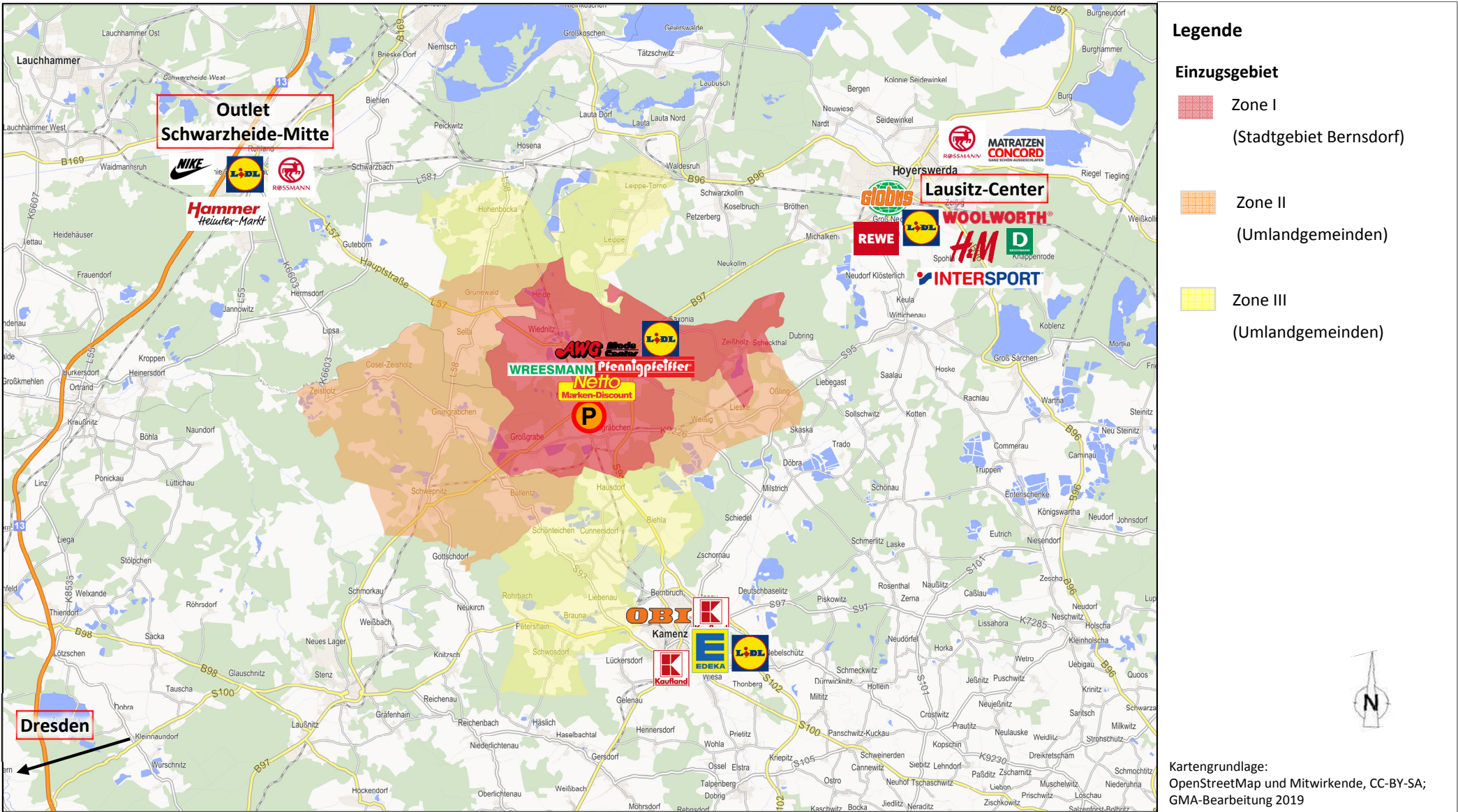
*** vgl. Bernsdorfer Sortimentsliste; je nach Teilsortiment zulässig bzw. nicht zulässig

Quelle: GMA-Berechnung 2019

⁷⁵ FP -Flächenproduktivität. Stark abhängig von Betreiber und Betriebstyp.

⁷⁶ Fachgeschäft für Elektrogroßgeräte zulässig.

Karte 7: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet (Auswahl)



In der Branche **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** ist eine Verkaufsfläche von rd. 250 – 500 m² realisierbar, wenngleich auch hier sortimentsabhängige Unterschiede bestehen, z. B.:

/// Baumarkt / Baustoffe	FP 1.000 – 2.000 €/m ²	ca. 250 – 500 m ² VK
/// Gartenmarkt	FP 1.200 – 1.500 €/m ²	ca. 300 – 400 m ² VK
/// Teppiche / Bodenbeläge	FP ca. 1.500 €/m ²	ca. 300 m ² VK.

Bei **Sonstigen Sortimenten** bestehen Verkaufsflächenpotenziale von rd. 300 m² VK, je nach Sortiment, z. B.:

/// Sportgeräte / Campingartikel / Fahrräder	FP 2.500 – 3.000 €/m ²	ca. 200 m ² VK
/// Autozubehör	FP ca. 3.000 €/m ²	ca. 200 m ² VK
/// Sonstiges	FP 1.500 – 3.000 €/m ²	ca. 200 – 300 m ² VK.

Ergänzend zu diesen Branchen ist die Ansiedlung diverser Dienstleister (z. B. Reinigung, Reisebüro), Betriebe mit Freizeitorientierung (z. B. Fahrradverleih) oder auch Gastronomiebetriebe zu avisieren, um einen attraktiven Handels- und Dienstleistungsstandort als Ergänzung zum Stadtzentrum zu etablieren.

7. Auswirkungen des Vorhabens

Aufgrund der am Standort zulässigen nicht-zentrenrelevanten Sortimente und der möglichen Verkaufsflächengrößen wird für den Standort Dresdener Straße nicht angenommen, dass er Auswirkungen i. S. eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes entfalten wird, zumal diese Sortimente in Bernsdorf, v. a. im zVb Stadtzentrum, und im Einzugsgebiet des Planvorhabens derzeit nicht bzw. nur rudimentär als Randsortiment oder als Spezialbetrieb vorhanden sind.

Somit wird das in Bernsdorf vorhandene Angebot durch die geplante Etablierung des „Handels- und Dienstleistungsstandortes Dresdener Straße“ mit dem geplanten Fachmarktzentrum mit den zulässigen Sortimenten weiter ausgebaut und i. S. einer Funktionsteilung mit dem zVb Stadtzentrum Bernsdorf gestärkt.

Aufgrund des geringen Angebotes in diesen Sortimentsbereichen in Bernsdorf und dem Einzugsgebiet ist nicht von reellen Umsatzumverteilungen auszugehen. Vielmehr kann derzeit abfließende Kaufkraft in mit dem Planvorhaben in Bernsdorf gebunden werden.

8. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Beurteilung der Auswirkungen

Zur Beurteilung **eventueller Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen** infolge des Planvorhabens sind die Umsatzumverteilungen und Auswirkungen zu betrachten, die das Vorhaben bei bestehenden Anbietern in städtebaulich schützenswerten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche) auslösen wird. Hierbei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass – wie bereits beschrieben – die vorangegangenen genannten zulässigen nicht-zentrenrelevanten Sortimente derzeit nicht oder nur rudimentär im zVb Stadtzentrum der Stadt Bernsdorf⁷⁷ oder in anderen Versorgungslagen im Einzugsgebiet verortet sind. Demnach sind keine nachhaltig negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen durch das Planvorhaben im zulässig-möglichen Umfang auf Bernsdorf oder andere Orte im Einzugsgebiet zu erwarten. Vielmehr wird das Angebot vor Ort gestärkt.

9. Raumordnerische Zulässigkeit

Für die raumordnerische Beurteilung der geplanten Etablierung des „Handels- und Dienstleistungsstandortes Dresdener Straße“ bzw. des geplanten Fachmarktzentrums in Bernsdorf sind die Ziele und Grundsätze des LEP Sachsen und des Regionalplanes Oberlausitz-Niederschlesien heranzuziehen. Deren Ziele und Grundsätze sind wie folgt zu bewerten:

- Die Stadt Bernsdorf ist als Grundzentrum ausgewiesen. Demnach sind hier großflächige Betriebe zur Sicherung des kurzfristigen Bedarfs zulässig (**Konzentrationsgebot**). In den anderen Bedarfsbereichen sind lediglich Verkaufsflächen < 800 m² zulässig.
- Gemäß LEP Sachsen 2013 sind Betriebe mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten bzw. mit einer Verkaufsfläche über 800 m² in Städten mit Einzelhandels- und Zentrenkonzepten nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (**Integrationsgebot**). Der Planstandort ist nicht im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum der Stadt Bernsdorf gelegen. Demnach ist, vor dem Hintergrund des Entwurfs des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bernsdorf, am Planstandort die Etablierung von Betrieben mit hauptsächlich nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit einer VK < 800 m² zulässig.
- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens entspricht in seiner Ausdehnung max. dem Marktgebiet der Stadt Bernsdorf und ist abhängig von den letztendlich etablierten Betrieben und Verkaufsflächengrößen. Aufgrund der Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Hoyerswerda, Kamenz, Dresden) und der am Standort zulässigen Sortimente ist allerdings davon auszugehen, dass das Marktgebiet tendenziell kleiner ausfallen wird und somit auch den Vorgaben der Landesplanung entspricht (**Konzentrationsgebot**).

⁷⁷ vgl. Entwurf des EHK Bernsdorf bzw. Teil A.

- Aufgrund der Zulässigkeit von Betrieben mit Verkaufsflächen von $< 800 \text{ m}^2$ ist nicht von Auswirkungen i. S. großflächiger Einzelhandelsbetriebe auszugehen (**Beeinträchtigungsverbot**). Im Hinblick auf die Zulässigkeit lediglich im Wesentlichen nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist auch nicht von Auswirkungen i. S. der Agglomerationsregelung auszugehen (vgl. LEP Sachsen 2013).

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Bernsdorf und zentralörtliche Struktur in der Region	26
Karte 2: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Bernsdorf	29
Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Bernsdorf	31
Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Bernsdorf	69
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Bernsdorf	71
Karte 6: Mikrostandort „Dresdener Straße“ in Bernsdorf	87
Karte 7: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet	94
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	13
Tabelle 3: Einwohner nach Ortsteilen in Bernsdorf 2017	23
Tabelle 4: Einwohnerentwicklung in Bernsdorf 2012 – 2017	24
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Bernsdorf in Mio. €	34
Tabelle 6: Sortimentsspezifische Kaufkraft im Einzugsgebiet des geplanten Fachmarktzentrums in Bernsdorf in Mio. €	90
Tabelle 7: Kaufkraftbindung in der Stadt Bernsdorf	91
Tabelle 8: Kaufkraftbindungen bzw. -zuflüsse aus Zone II und III	91
Übersichten	
Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Bernsdorf	27
Übersicht 2: Kaufkraftkoeffizienten im Vergleich: Bernsdorf und Umlandgemeinden	33
Übersicht 3: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	55
Übersicht 4: Kriterien der Zentrenrelevanz	61
Übersicht 5: Bernsdorfer Sortimentsliste	64
Übersicht 6: Steigerung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet der Stadt Bernsdorf (Zone I – III)	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	7
Abbildung 2:	Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 3:	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	10
Abbildung 4:	Trends im Einzelhandel 2012 - 2016	11
Abbildung 5:	Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2025; Marktanteil in %	12
Abbildung 6:	Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	14
Abbildung 7:	Bevölkerungsprognose für Bernsdorf 2014 - 2025	24
Abbildung 8:	Kaufkraftströme in Bernsdorf	35
Abbildung 9:	Relative Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)	37
Abbildung 10:	Einkaufshäufigkeit in Bernsdorf (in %)	40
Abbildung 11:	Bevorzugte Verkehrsmittel für den Besuch des Bernsdorfer Stadtzentrums (in %)	41
Abbildung 12:	Positive Aspekte des Bernsdorfer Stadtzentrums (in %)	42
Abbildung 13:	Negative Aspekte des Bernsdorfer Stadtzentrums (in %)	43
Abbildung 14:	Veränderungen in Bernsdorf in den vergangenen 5 Jahren (in %)	44
Abbildung 15:	Beurteilung der Stadt Bernsdorf nach Schulnoten	45
Abbildung 16:	Verbesserungen für Bernsdorf (in %)	46
Abbildung 17:	Beurteilung des innerstädtischen Einzelhandels nach Schulnoten	47
Abbildung 18:	Angebotsdefizite in Bernsdorf (in %)	48
Abbildung 19:	Einkäufe im Internet (in %)	49
Abbildung 20:	Kopplung von Gastronomie und Einkauf (in %)	52
Abbildung 21:	Angebotslücken in der Gastronomie (in %)	53
Abbildung 22:	Ziele eines Einzelhandelskonzeptes	58
Abbildung 23:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereich	67
Abbildung 24:	Zentrenstruktur Bernsdorf	68
Abbildung 25:	Übersicht Regeln zur Steuerung des Einzelhandels in Bernsdorf	81
Anhang 1:	Fragebogen der Haushaltsbefragung in Bernsdorf (telefonisch und online)	
Anhang 2:	Auswertung Frage 11	
Anhang 3:	Auswertung offene Fragen 3, 4, 7, 9, 13	

Anhang 1:

Fragebogen der Haushaltsbefragung in Bernsdorf (telefonisch und online)

Bürgerbefragung zum Einzelhandel in Bernsdorf

Willkommenstext (Interviewername, Auftraggeber, Inhalt und Länge der Umfrage)

Datenschutzhinweis

0. Kaufen Sie gelegentlich im Stadtzentrum (Wanne II) von Bernsdorf ein?	☐ ja ☐ nein Warum? (Grund notieren und weiter mit Persönliche Angaben)																																										
1. Wie häufig kaufen Sie im Stadtzentrum von Bernsdorf ein? (Antwortvorgaben bitte nicht vorlesen)	☐ täglich ☐ mindestens einmal wöchentlich ☐ alle 1 – 2 Wochen ☐ alle 1 – 2 Monate ☐ seltener																																										
2. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten beim Besuch des Stadtzentrums von Bernsdorf?	☐ Pkw ☐ Motorrad / Mofa / Roller ☐ ÖPNV ☐ Fahrrad ☐ zu Fuß																																										
3. Wenn Sie das Zentrum von Bernsdorf mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders positiv auf? (Stichpunktartig erfassen)																																											
4. Wenn Sie Zentrum von Bernsdorf mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders negativ auf? (Stichpunktartig erfassen)																																											
5. Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Attraktivität von Bernsdorf in den letzten 3 - 5 Jahren verändert?	☐ hat sich erhöht ☐ ist unverändert ☐ hat sich verschlechtert ☐ weiß nicht																																										
6. Wie benoten Sie Bernsdorf in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten? 1 = sehr gut 4 = ausreichend 2 = gut 5 = mangelhaft 3 = befriedigend 0 = weiß nicht	<table><tr><td>Sauberkeit</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Sicherheit</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Einkaufsatmosphäre/Aufenthaltsqual.</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Angebot an Dienstleistungen</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Angebot an Veranstaltungen</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Parken</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr></table>	Sauberkeit	1	2	3	4	5	0	Sicherheit	1	2	3	4	5	0	Einkaufsatmosphäre/Aufenthaltsqual.	1	2	3	4	5	0	Angebot an Dienstleistungen	1	2	3	4	5	0	Angebot an Veranstaltungen	1	2	3	4	5	0	Parken	1	2	3	4	5	0
Sauberkeit	1	2	3	4	5	0																																					
Sicherheit	1	2	3	4	5	0																																					
Einkaufsatmosphäre/Aufenthaltsqual.	1	2	3	4	5	0																																					
Angebot an Dienstleistungen	1	2	3	4	5	0																																					
Angebot an Veranstaltungen	1	2	3	4	5	0																																					
Parken	1	2	3	4	5	0																																					
7. Welche Verbesserungen wünschen Sie sich für Bernsdorf? (Stichpunktartig erfassen)																																											
8. Wie benoten Sie den innerstädtischen Einzelhandel in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten? 1 = sehr gut 4 = ausreichend 2 = gut 5 = mangelhaft 3 = befriedigend 0 = weiß nicht	<table><tr><td>Angebotsvielfalt</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Preis / Leistung</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Qualitätsniveau</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Bedienung / Beratung / Service</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Gestaltung der Geschäfte</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr><tr><td>Öffnungszeiten</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td></tr></table>	Angebotsvielfalt	1	2	3	4	5	0	Preis / Leistung	1	2	3	4	5	0	Qualitätsniveau	1	2	3	4	5	0	Bedienung / Beratung / Service	1	2	3	4	5	0	Gestaltung der Geschäfte	1	2	3	4	5	0	Öffnungszeiten	1	2	3	4	5	0
Angebotsvielfalt	1	2	3	4	5	0																																					
Preis / Leistung	1	2	3	4	5	0																																					
Qualitätsniveau	1	2	3	4	5	0																																					
Bedienung / Beratung / Service	1	2	3	4	5	0																																					
Gestaltung der Geschäfte	1	2	3	4	5	0																																					
Öffnungszeiten	1	2	3	4	5	0																																					
9. Welche Angebote / Branchen vermissen Sie in Bernsdorf? (Stichpunktartig erfassen)																																											

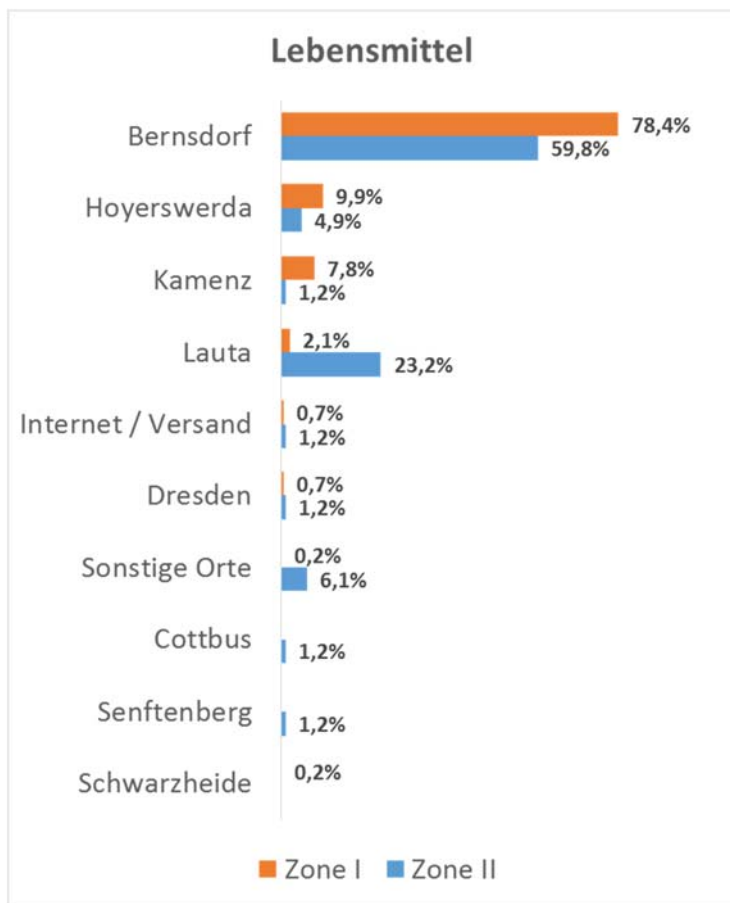
Anhang 1:

Fragebogen der Haushaltsbefragung in Bernsdorf (telefonisch und online)

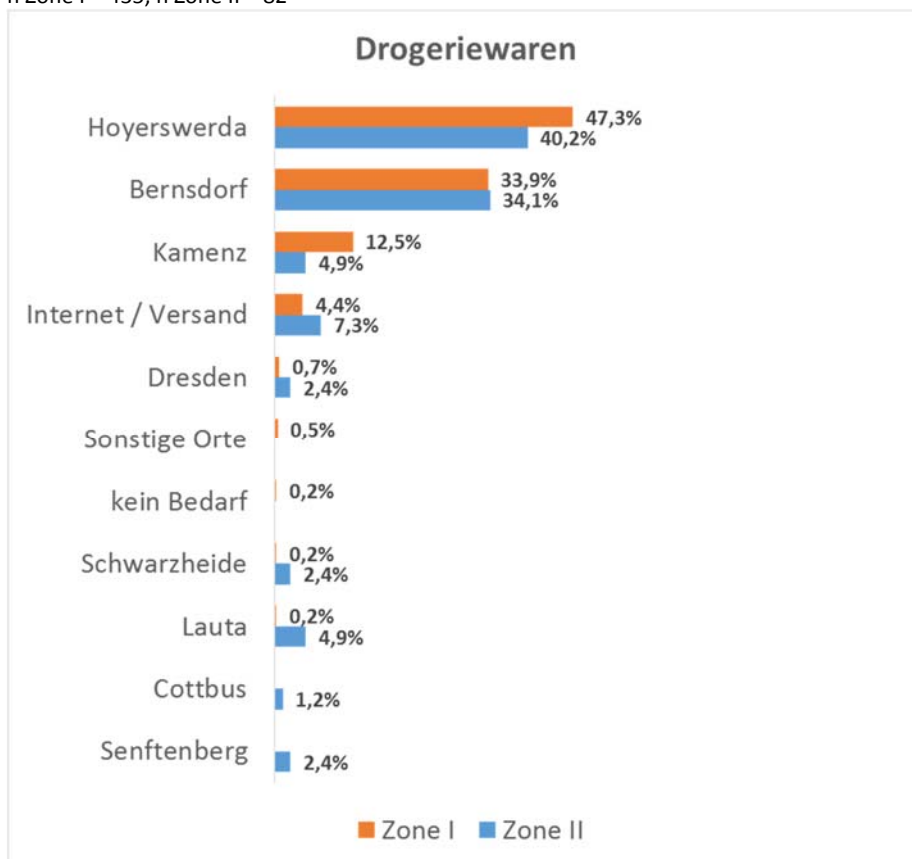
10. Welche Produkte / Sortimente haben Sie in den letzten 12 Monaten im Internet gekauft? (Antwortvorgaben bitte nicht vorlesen. Mehrfachnennungen möglich)	<table border="0"> <tr> <td>☐ keine</td> <td>☐ Elektrowaren</td> </tr> <tr> <td>☐ Lebensmittel, Getränke</td> <td>☐ Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel</td> </tr> <tr> <td>☐ Drogerie-, Parfümerie-, Apothekenwaren, Kosmetik</td> <td>☐ Möbel</td> </tr> <tr> <td>☐ Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf</td> <td>☐ Heimtextilien, Wolle</td> </tr> <tr> <td>☐ Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren</td> <td>☐ Bau-/Heimwerker-/ Gartenbedarf, Teppiche</td> </tr> <tr> <td>☐ Spielwaren, Babybedarf</td> <td>☐ Optik, Hörgeräteakustik</td> </tr> <tr> <td>☐ Bekleidung, Wäsche</td> <td>☐ Uhren, Schmuck</td> </tr> <tr> <td>☐ Schuhe, Lederwaren</td> <td>☐ Sonstige:</td> </tr> <tr> <td>☐ Sport-, Freizeitartikel, Outdoor</td> <td></td> </tr> </table>	☐ keine	☐ Elektrowaren	☐ Lebensmittel, Getränke	☐ Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel	☐ Drogerie-, Parfümerie-, Apothekenwaren, Kosmetik	☐ Möbel	☐ Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	☐ Heimtextilien, Wolle	☐ Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	☐ Bau-/Heimwerker-/ Gartenbedarf, Teppiche	☐ Spielwaren, Babybedarf	☐ Optik, Hörgeräteakustik	☐ Bekleidung, Wäsche	☐ Uhren, Schmuck	☐ Schuhe, Lederwaren	☐ Sonstige:	☐ Sport-, Freizeitartikel, Outdoor																																																																																															
☐ keine	☐ Elektrowaren																																																																																																																
☐ Lebensmittel, Getränke	☐ Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel																																																																																																																
☐ Drogerie-, Parfümerie-, Apothekenwaren, Kosmetik	☐ Möbel																																																																																																																
☐ Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	☐ Heimtextilien, Wolle																																																																																																																
☐ Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	☐ Bau-/Heimwerker-/ Gartenbedarf, Teppiche																																																																																																																
☐ Spielwaren, Babybedarf	☐ Optik, Hörgeräteakustik																																																																																																																
☐ Bekleidung, Wäsche	☐ Uhren, Schmuck																																																																																																																
☐ Schuhe, Lederwaren	☐ Sonstige:																																																																																																																
☐ Sport-, Freizeitartikel, Outdoor																																																																																																																	
11. An welchen Standorten / Orten kaufen Sie die folgenden Warengruppen am häufigsten ein? (Je Warengruppe nur einen Ort ankreuzen)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sortiment / Einkaufsort</th> <th>Bernsdorf</th> <th>Hoyerswerda</th> <th>Kamenz</th> <th>Dresden</th> <th>Sonstiger Ort (Ort erfassen)</th> <th>Internet/Versand</th> <th>kein Bedarf</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Lebensmittel</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Drogeriewaren</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bücher, Schreibwaren, Zeitschriften</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Spielwaren, Babybedarf</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bekleidung, Wäsche</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Schuhe, Lederwaren</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Sport-/ Freizeitartikel</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Haushalt, Glas, Porzellan</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Elektrowaren, Foto</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Optik, Hörgeräte</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Uhren / Schmuck</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Möbel</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> </tbody> </table>	Sortiment / Einkaufsort	Bernsdorf	Hoyerswerda	Kamenz	Dresden	Sonstiger Ort (Ort erfassen)	Internet/Versand	kein Bedarf	Lebensmittel	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Drogeriewaren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Bücher, Schreibwaren, Zeitschriften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Spielwaren, Babybedarf	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Bekleidung, Wäsche	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Schuhe, Lederwaren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sport-/ Freizeitartikel	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Haushalt, Glas, Porzellan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Elektrowaren, Foto	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Optik, Hörgeräte	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Uhren / Schmuck	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Möbel	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sortiment / Einkaufsort	Bernsdorf	Hoyerswerda	Kamenz	Dresden	Sonstiger Ort (Ort erfassen)	Internet/Versand	kein Bedarf																																																																																																										
Lebensmittel	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Drogeriewaren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Bücher, Schreibwaren, Zeitschriften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Spielwaren, Babybedarf	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Bekleidung, Wäsche	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Schuhe, Lederwaren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Sport-/ Freizeitartikel	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Haushalt, Glas, Porzellan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Elektrowaren, Foto	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Optik, Hörgeräte	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Uhren / Schmuck	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
Möbel	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																																																																																																										
12. Wie häufig nutzen Sie bei Einkäufen in Bernsdorf das Gastronomieangebot?	☐ nie ☐ manchmal / unterschiedlich ☐ immer bei Samstags-Einkäufen ☐ immer (auch werktags)																																																																																																																
13. Welche gastronomischen Angebote vermissen Sie in der Bernsdorf? (Stichpunktartig erfassen)																																																																																																																	

Persönliche Angaben

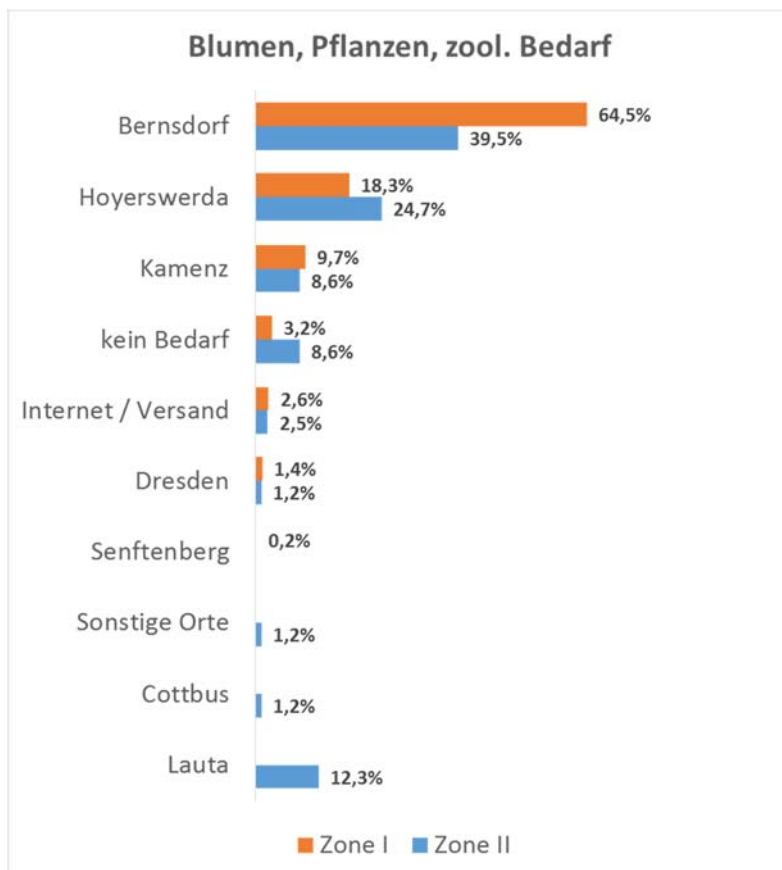
14. Geschlecht des Befragten:	☐ männlich ☐ weiblich						
15. Welcher Altersgruppe gehören Sie an?	<table border="0"> <tr> <td>☐ Unter 6 Jahre</td> <td>☐ 6 bis 18 Jahre</td> </tr> <tr> <td>☐ 19 - 35 Jahre</td> <td>☐ 36 – 45 Jahre</td> </tr> <tr> <td>☐ 46 – 65 Jahre</td> <td>☐ über 65 Jahre</td> </tr> </table>	☐ Unter 6 Jahre	☐ 6 bis 18 Jahre	☐ 19 - 35 Jahre	☐ 36 – 45 Jahre	☐ 46 – 65 Jahre	☐ über 65 Jahre
☐ Unter 6 Jahre	☐ 6 bis 18 Jahre						
☐ 19 - 35 Jahre	☐ 36 – 45 Jahre						
☐ 46 – 65 Jahre	☐ über 65 Jahre						
16. Wo wohnen Sie?	☐ Bernsdorf, Kernstadt ☐ Bernsdorf Ortsteil:..... ☐ sonstiger Wohnort:						



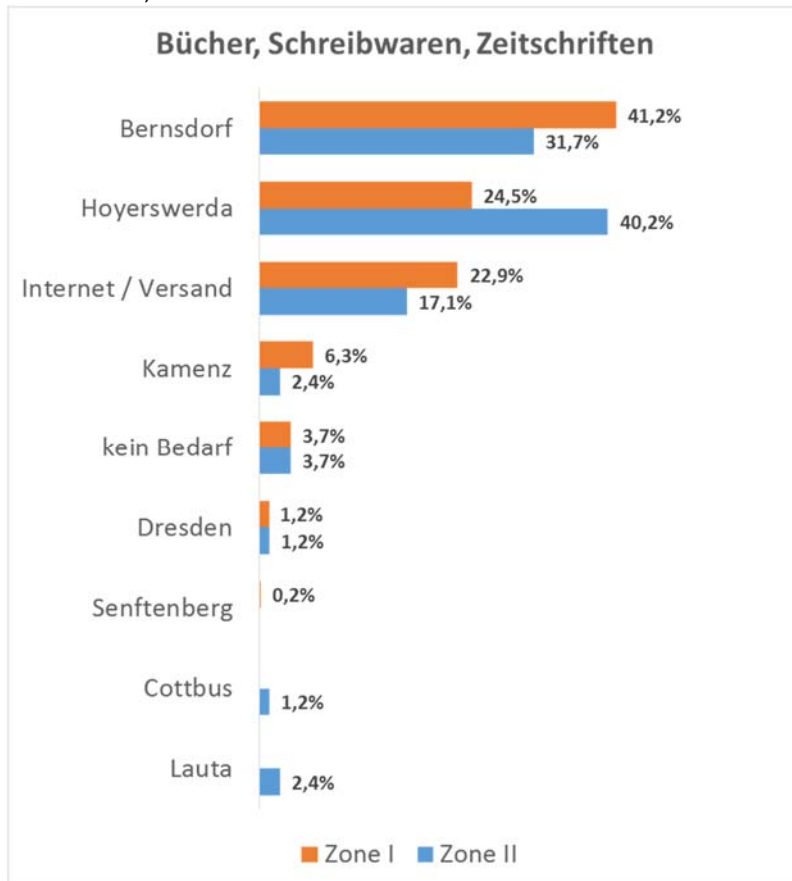
n Zone I = 435, n Zone II = 82



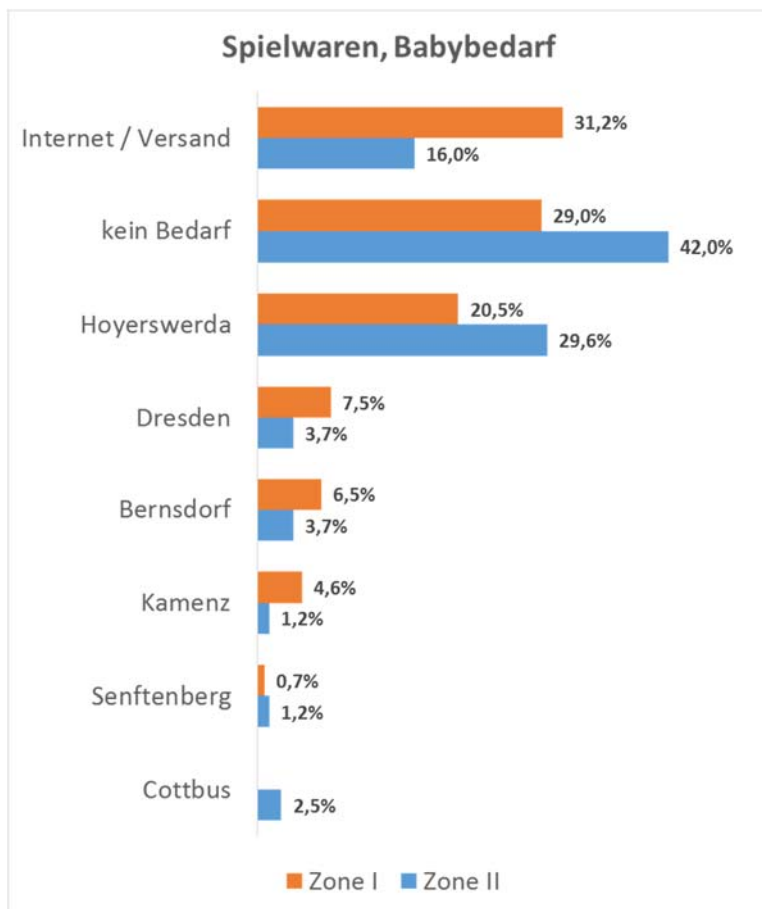
n Zone I = 433, n Zone II = 82



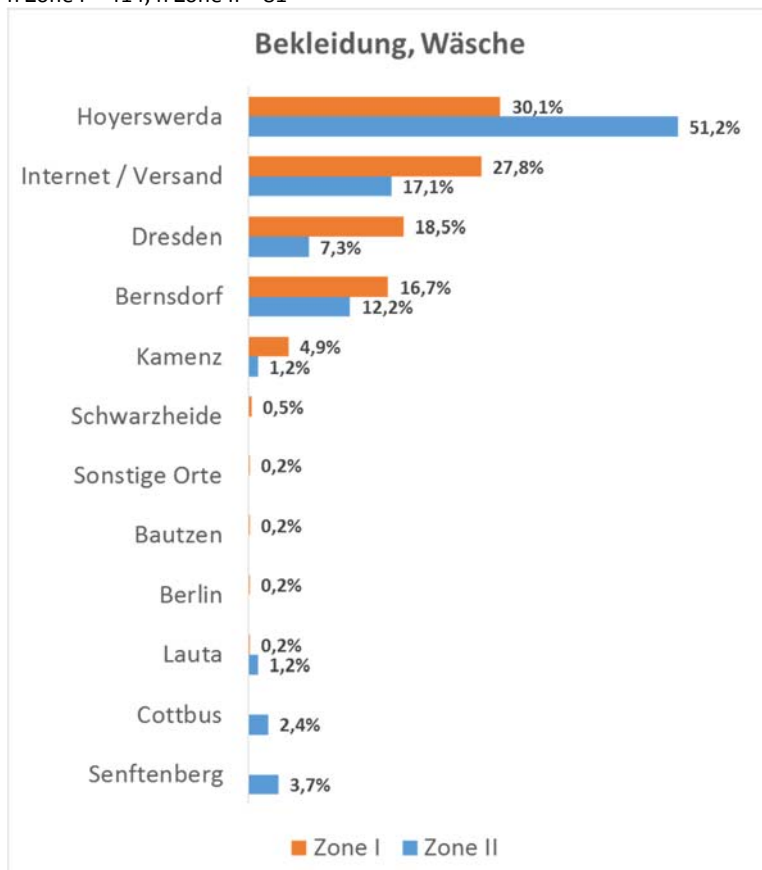
n Zone I = 431, n Zone II = 81



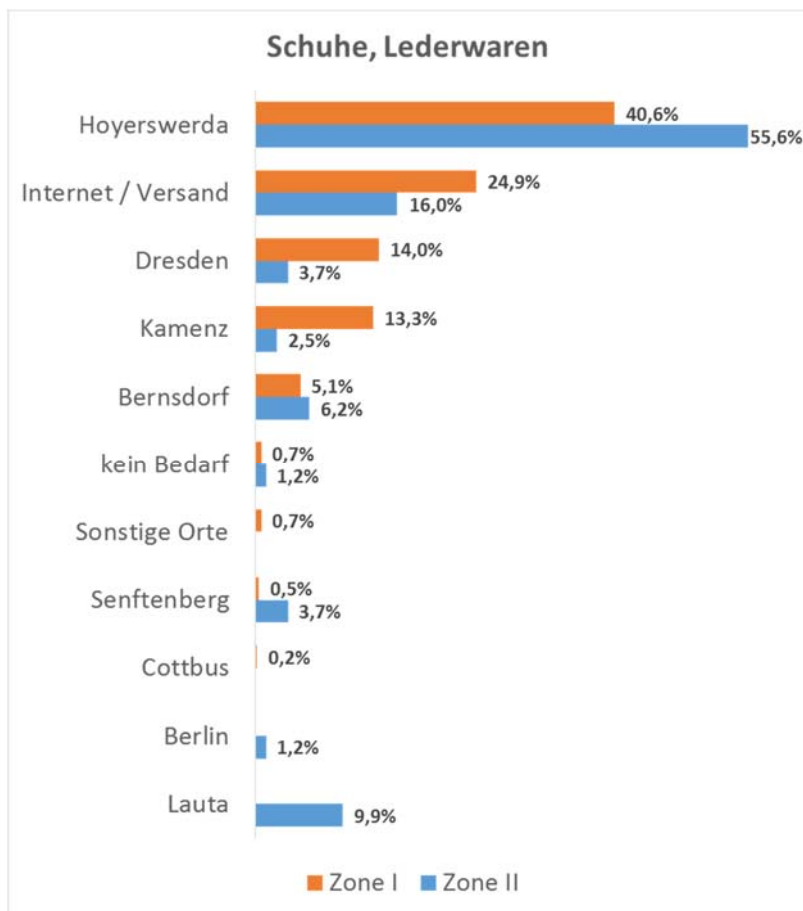
n Zone I = 432, n Zone II = 82



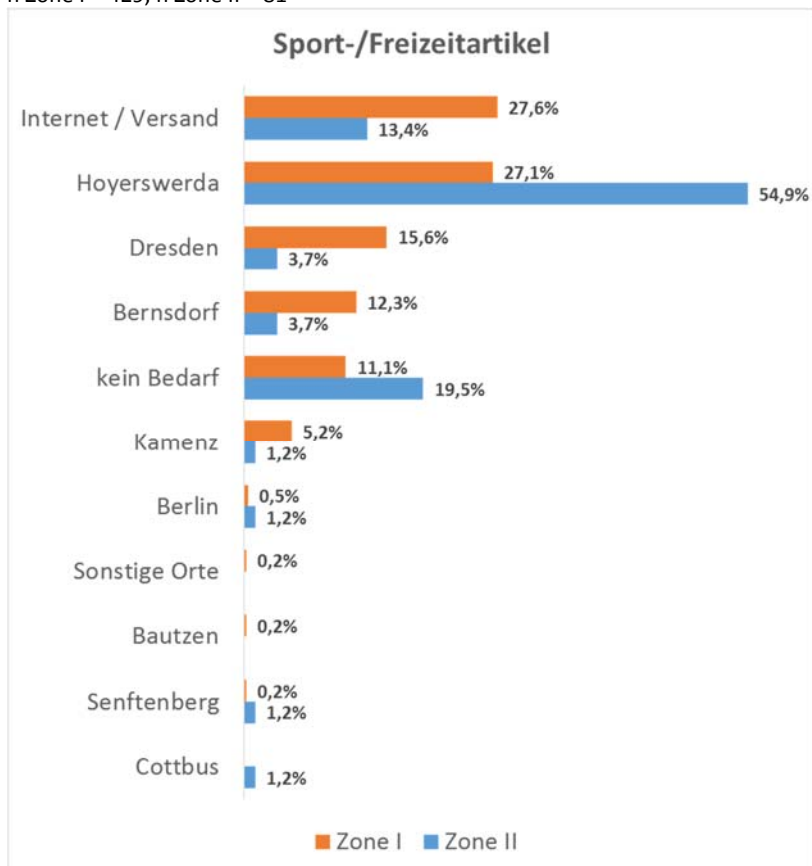
n Zone I = 414, n Zone II = 81



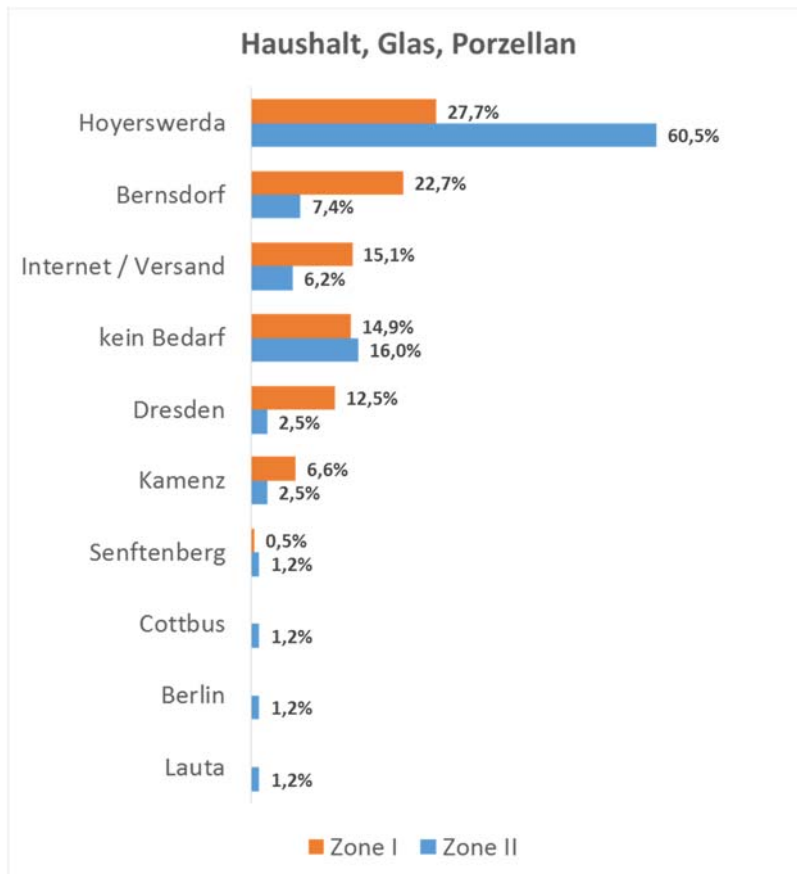
n Zone I = 432, n Zone II = 82



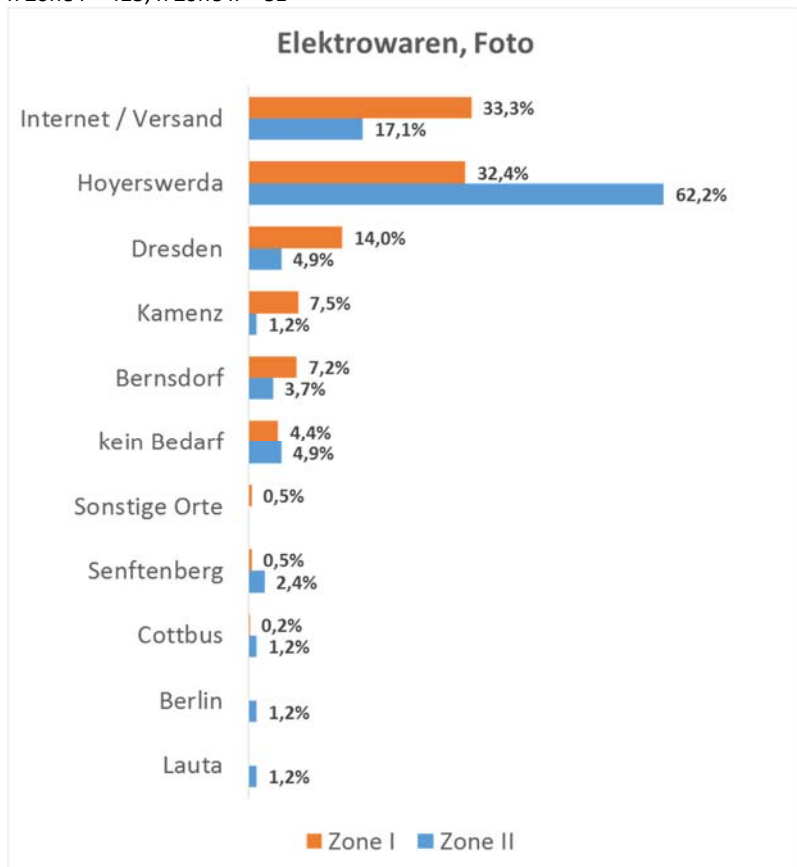
n Zone I = 429, n Zone II = 81



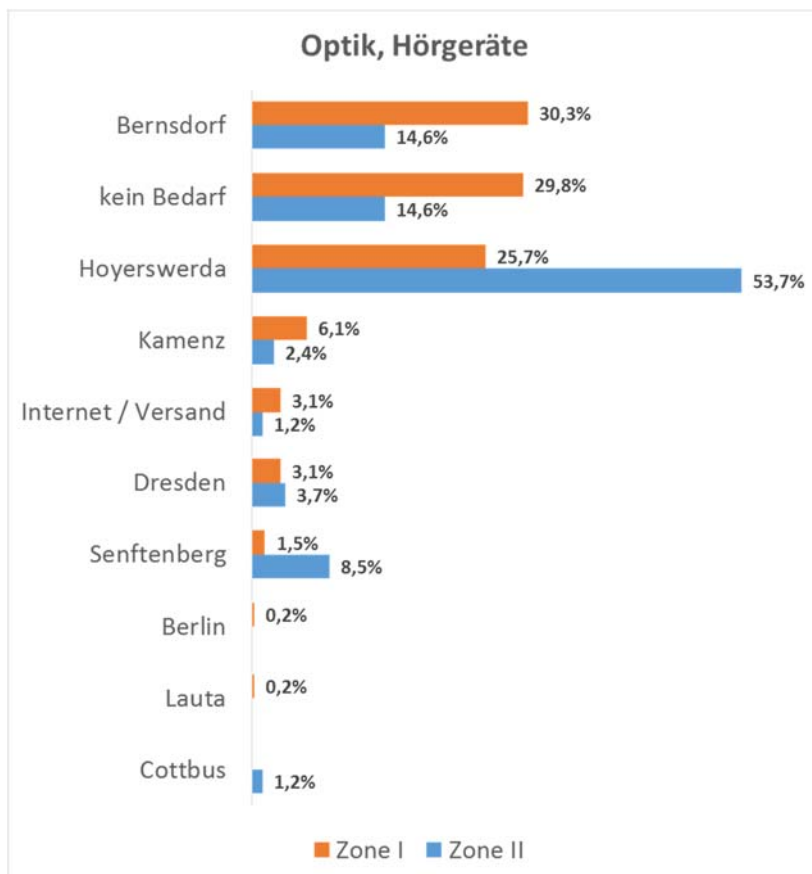
n Zone I = 424, n Zone II = 82



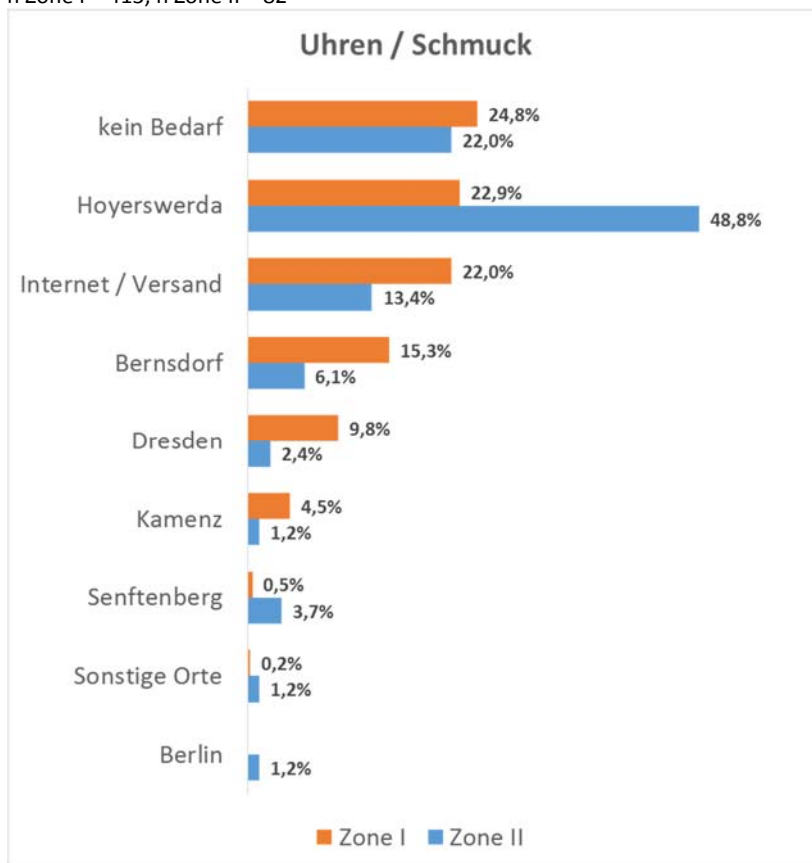
n Zone I = 423, n Zone II = 81



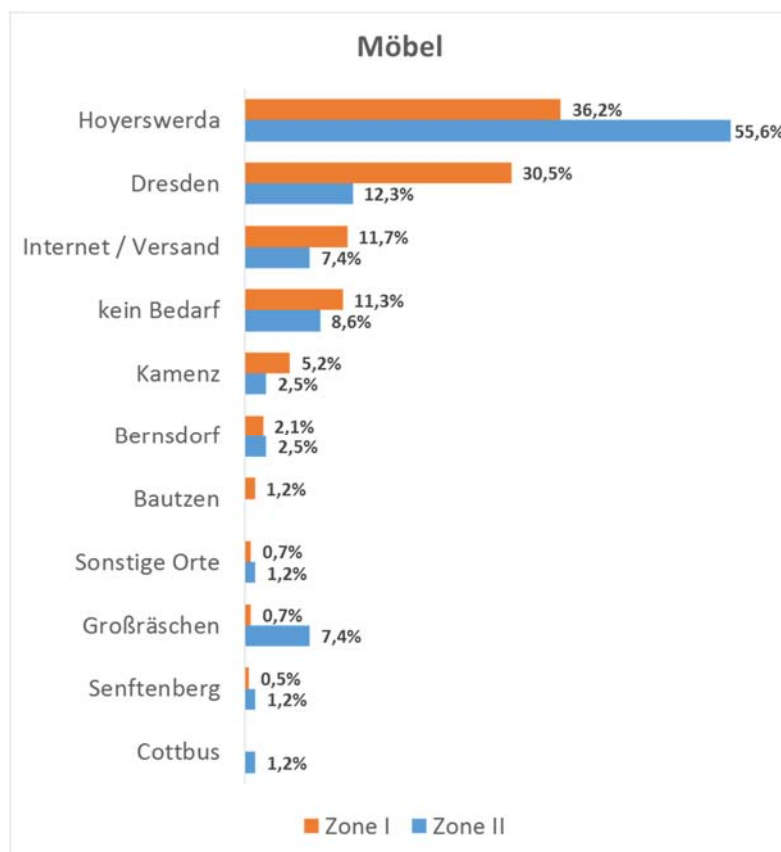
n Zone I = 429, n Zone II = 82



n Zone I = 413, n Zone II = 82

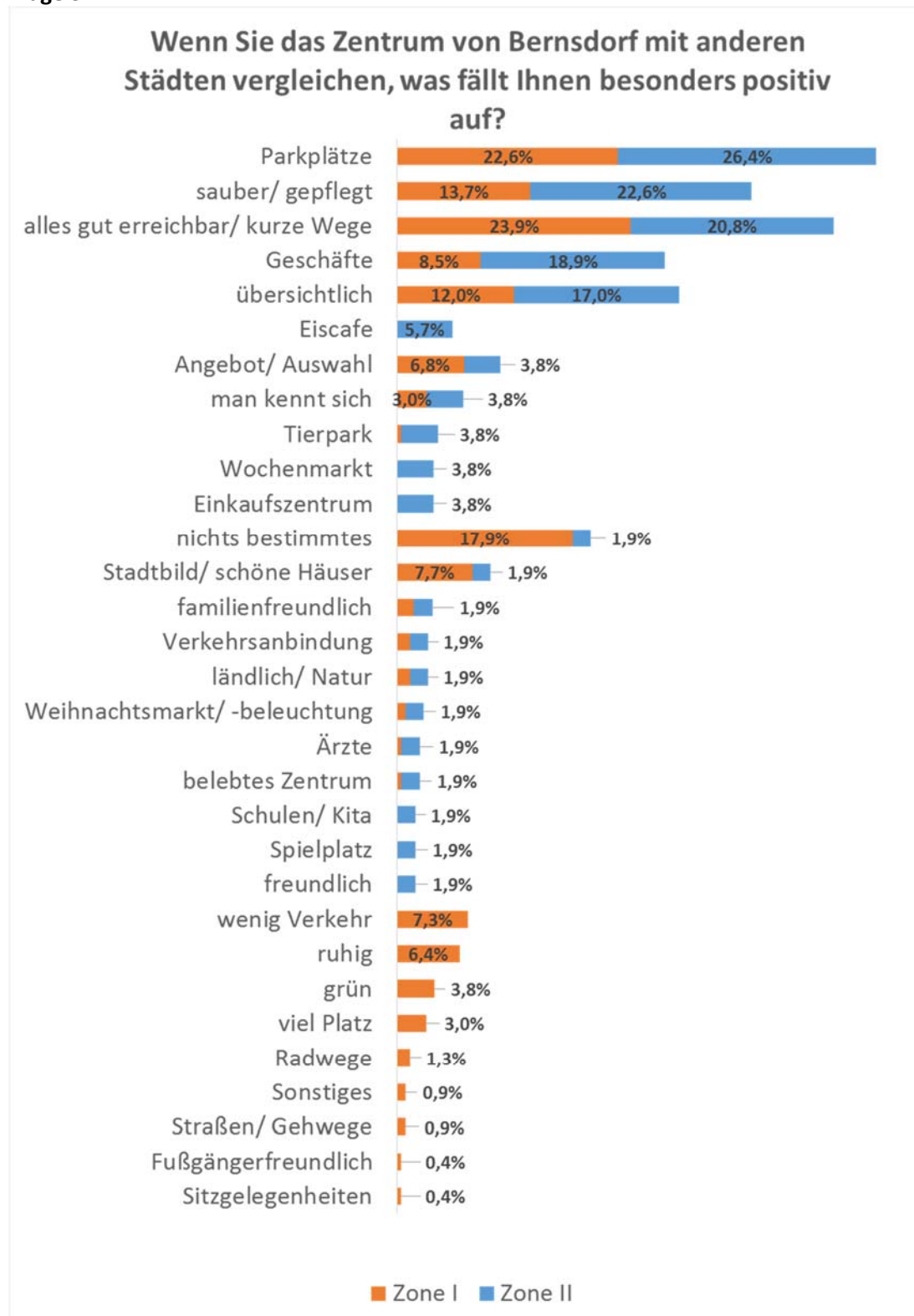


n Zone I = 419, n Zone II = 82



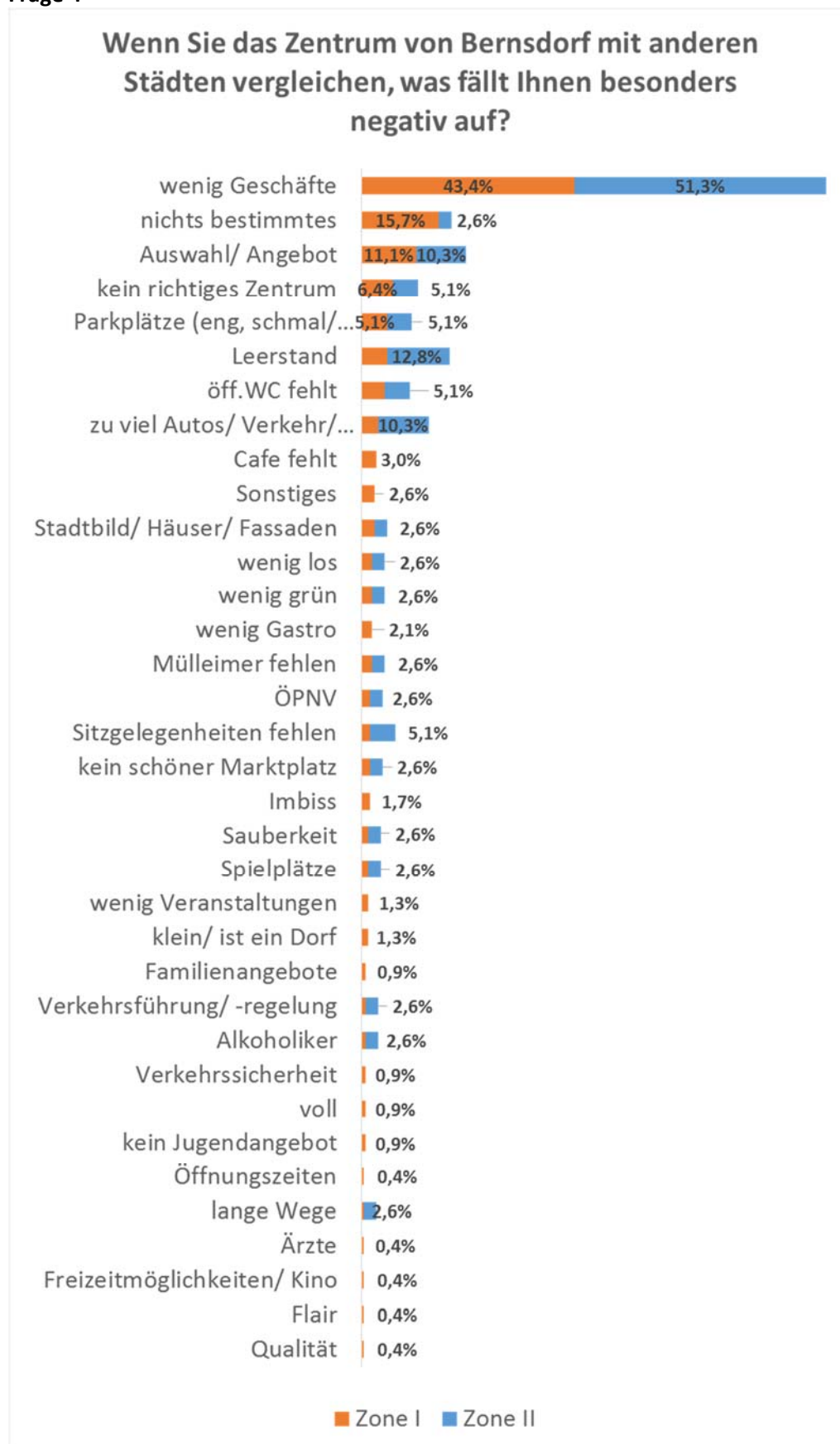
n Zone I = 426, n Zone II = 81

Frage 3



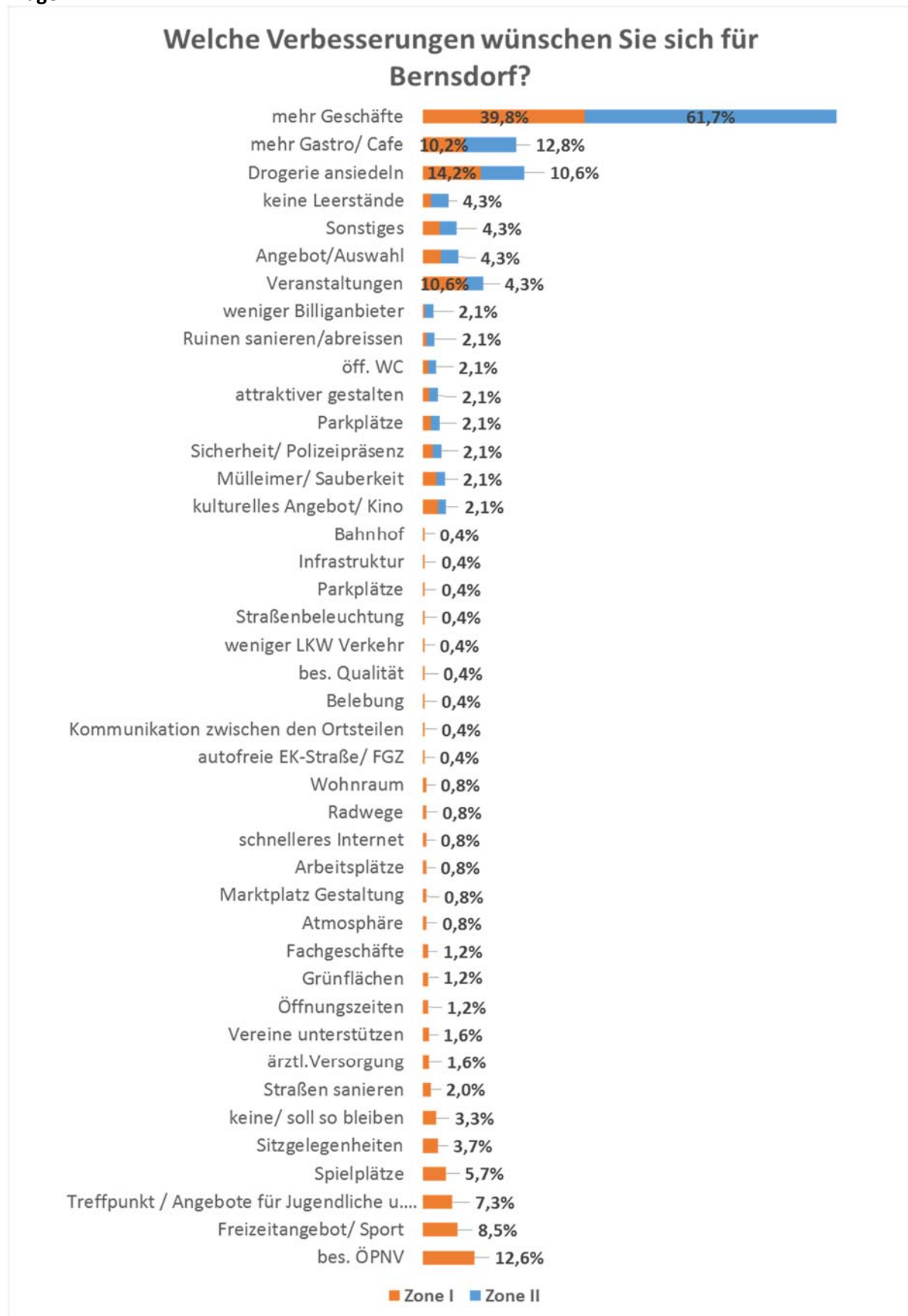
Anmerkung: die aufgrund der Übersichtlichkeit nicht dargestellten Prozentwerte bewegen sich zwischen 0,4% - 1,7%

Frage 4



Anmerkung: die aufgrund der Übersichtlichkeit nicht dargestellten Prozentwerte bewegen sich zwischen 0,4% - 1,7%

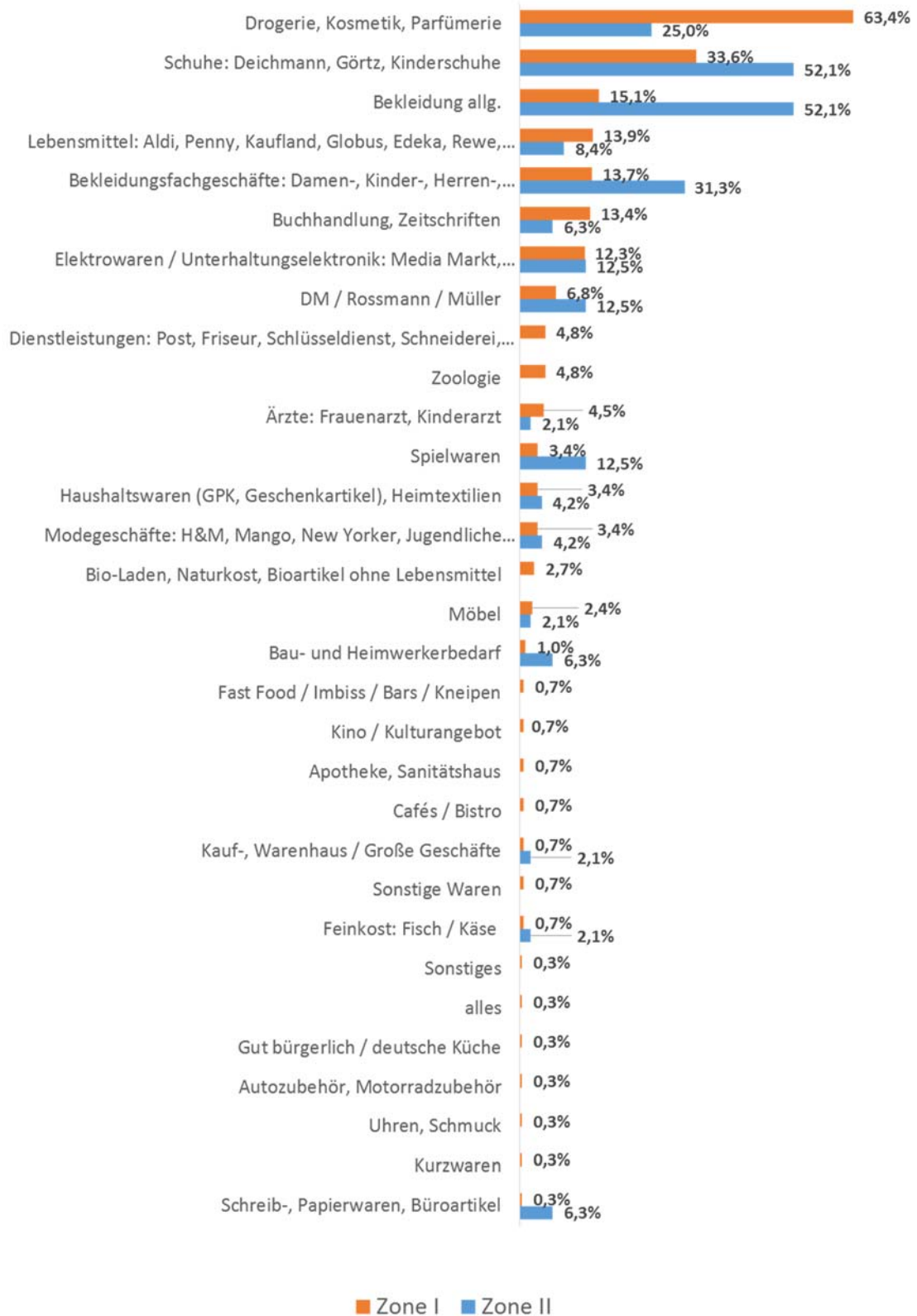
Frage 7



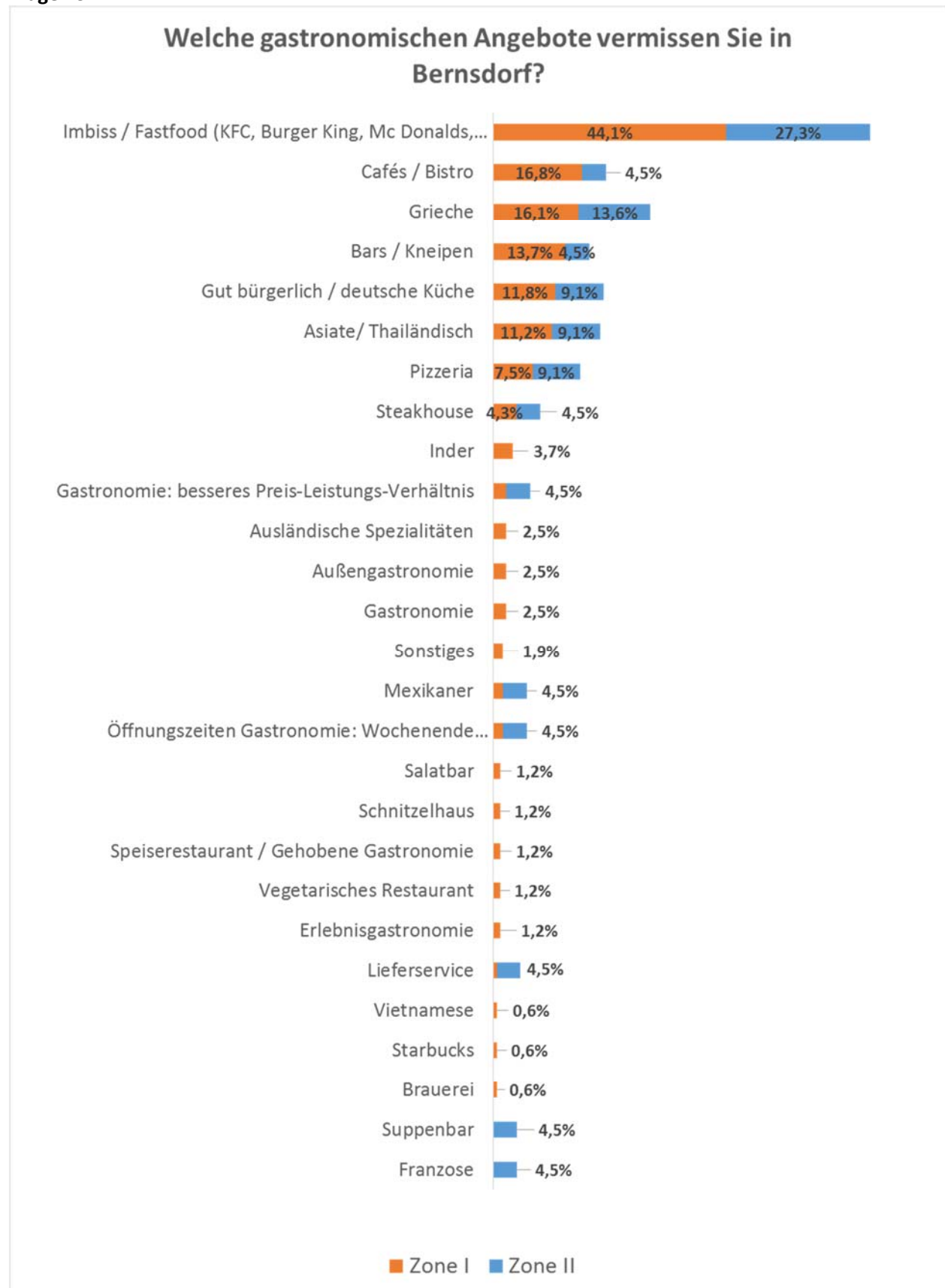
Anmerkung: die aufgrund der Übersichtlichkeit nicht dargestellten Prozentwerte bewegen sich zwischen 0,4% - 3,7%

Frage 9

Welche Angebote / Branchen vermissen Sie in Bernsdorf?



Frage 13



Anmerkung: die aufgrund der Übersichtlichkeit nicht dargestellten Prozentwerte bewegen sich zwischen 1,9% - 2,5%