

# Einzelhandels-/ Zentrenkonzept

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Sangerhausen (AUSLEGUNGSEXEMPLAR JUNI 2020)

---

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Sangerhausen  
Markt 7a  
06526 Sangerhausen

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: (0361) 77 80 660

Fax: (0361) 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ausgangssituation / Zielsetzung .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Sangerhausen .....</b>	<b>6</b>
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite .....	6
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite .....	9
<b>3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels .....</b>	<b>13</b>
<b>4. Standortrahmendaten Sangerhausen .....</b>	<b>21</b>
<b>5. Einzugsgebiet/Nachfragevolumen des Sangerhäuser Handels .....</b>	<b>27</b>
5.1. Regionale Wettbewerbssituation .....	27
5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial .....	30
5.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial .....	32
<b>6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Sangerhausen.....</b>	<b>34</b>
6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand .....	34
6.2. Räumliche Angebotsstruktur des Sangerhäuser Einzelhandels .....	36
6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung .....	39
6.3.1. Sortimentsstruktur Sangerhausen .....	39
6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich.....	40
6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich .....	41
6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich .....	43
6.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Sangerhausen.....	45
6.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung .....	45
6.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Sangerhausen .....	47
6.5. Bindungsintensität des Sangerhäuser Einzelhandels .....	51
6.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Sangerhäuser Einzelhandels .....	53
<b>7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Sangerhausen.....</b>	<b>54</b>
7.1. Nachfrageprognose .....	54
7.2. Entwicklungsrahmen des Sangerhäuser Einzelhandels .....	56
7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Sangerhausen .....	61
7.3.1. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept.....	61
7.3.2. Non-Food .....	65
7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts .....	68

<b>8. Zentrenkonzept der Stadt Sangerhausen .....</b>	<b>70</b>
8.1. Ziele des Zentrenkonzepts .....	70
8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen .....	71
8.3. Zentren-/ Standortkonzept Sangerhausen .....	77
8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	77
8.3.2. Zentrale Versorgungsbereiche.....	80
8.3.2.1. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt.....	80
8.3.2.2. Zentraler Versorgungsbereich Westsiedlung .....	87
8.3.2.3. Zentraler Versorgungsbereich Südwestsiedlung .....	90
8.3.3. Nahversorgungsstandorte.....	93
8.3.4. Sonderlagen.....	102
8.4. Sortimentskonzept Sangerhausen .....	106
8.4.1. Begriffsdefinition.....	106
8.4.2. „Sangerhäuser Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente .....	108
8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Sangerhausen.....	112
8.6. Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung .....	116
<b>9. Schlussbemerkung .....</b>	<b>119</b>

## 1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die BBE Handelsberatung hat von der Stadtverwaltung Sangerhausen den Auftrag zur **Erstellung einer Einzelhandelskonzeption** erhalten. Das Ziel dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – das ein städtebauliches Konzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB darstellt – ist die Erarbeitung einer fachlich determinierten Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Sangerhausen. Somit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf ausgerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen für die Einwohner der Stadt Sangerhausen und des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen nimmt der Einzelhandel in positiver und ggf. auch in negativer Hinsicht maßgeblichen Einfluss auf die **Entwicklungsperspektiven von Sangerhausen**, insbesondere auf den Innenstadtbereich. Der Einzelhandel der Stadt Sangerhausen ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Innenstadt, in Nahversorgungslagen und an dezentralen Standorten geprägt. In Folge weiterer städtebaulicher Entwicklungsprozesse – insbesondere auch auf Grund der demographischen Entwicklung – sind Veränderungen der Funktionen und Angebotsschwerpunkte von Einzelhandelsstandorten zu erwarten.

Folgende wesentliche **Ziele** gilt es, bei der zu erstellenden Einzelhandelskonzeption zu berücksichtigen:

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

Bei der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den derzeit erzielten Bindungsquoten des Sangerhäuser Einzelhandels. Perspektivisch soll in Sangerhausen ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes des Mittelzentrums Sangerhausen entspricht. Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** wird ermittelt, welche flächenseitigen Ansiedlungsspielräume im Sangerhäuser Einzelhandel noch gegeben sind, um eine Verbesserung sowohl gesamt- als auch der überörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen.

Im Rahmen der Bearbeitung wird der Fokus auf die Sangerhäuser Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstandorte gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche, aber auch Nahversorgungslagen und sog. Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen für Sangerhausen definiert (Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept). Diese sog. „Sangerhäuser Liste“ dient dann auch als Grundlage für weitere Entscheidungen in Bezug auf mögliche Ansiedlungsvorhaben.

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wird ermittelt, welche flächenseitigen Einschränkungen sich durch den wachsenden Marktanteil des **e-Commerce** auf den stationären Handel in der Innenstadt von Sangerhausen ergeben werden. In einer Prognoserechnung wird eruiert, mit welchen Flächenrückgän-

gen im stationären Handel in den nächsten zehn Jahren zu rechnen ist. Somit kann seitens der lokalen Akteure in Sangerhausen diskutiert werden, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um die prognostizierten Auswirkungen in der Innenstadt zu kompensieren bzw. zu minimieren.

Folgende Abbildung stellt den Prozess bzw. überblicksartig die **wesentlichen Bearbeitungsschritte** des Sangerhäuser Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes dar:

**Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Sangerhausen**

Angebotsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten</li> <li>▪ Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands</li> <li>▪ Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels</li> <li>▪ Analyse des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots</li> </ul>	Nov./Dez. 2018
Nachfrageanalyse	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abgrenzung des Einzugsgebietes</li> <li>▪ Berechnung des Nachfragepotenzials</li> <li>▪ Ermittlung der branchenspezifischen Zentralitäten</li> </ul>	Dez. 2018
Einzelhandelsentwicklungskonzept	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kaufkraftprognose für das Jahr 2027</li> <li>▪ Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des Einzelhandels</li> <li>▪ Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen</li> </ul>	Jul. 2019
Zentrenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausarbeitung Zentrenkonzept</li> <li>▪ Definition der einzelnen Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgungslagen, Sonderstandorte)</li> <li>▪ Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung</li> <li>▪ Erarbeitung der „Sangerhäuser Liste“</li> <li>▪ E-Impact-Check (Berechnung möglicher flächenseitiger Abschmelzungen im Sangerhäuser Innenstadthandel)</li> </ul>	Aug./Sept. 2019
Präsentation/ öffentliche Diskussion/ Überarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Präsentation des Konzeptes innerhalb der Verwaltung und politischer Entscheidungsgremien</li> <li>▪ Offenlegung des Konzeptes</li> <li>▪ Einarbeitung der eingegangenen Stellungnahmen in das Konzept</li> </ul>	Feb.-Jun. 2020

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Das folgende Konzept ist auf eine geordnete und wettbewerbsfähige Positionierung des Einzelhandels von Sangerhausen sowie eine aktive, städtebaulich verträgliche Investitionspolitik im Bereich des Handels ausgerichtet. Es dient dem Grundsatz der Sicherung einer nachhaltigen Stadtentwicklung auf Basis der ausgewiesenen landesplanerischen Funktion der Stadt Sangerhausen.

## 2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Sangerhausen

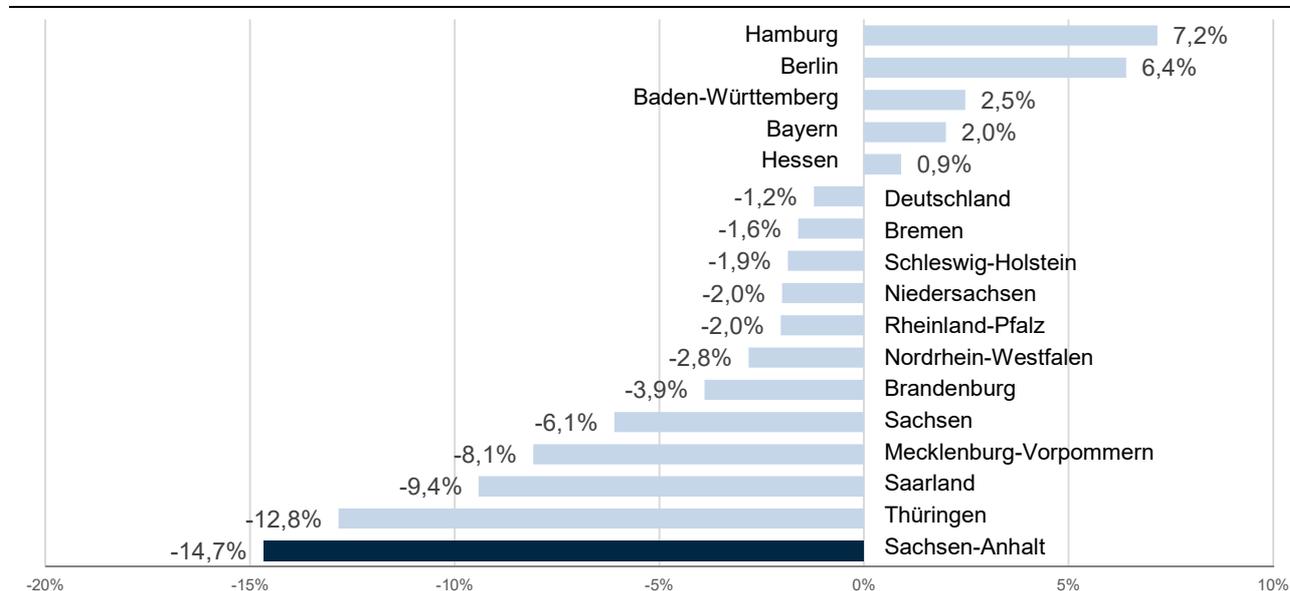
### 2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite

Der deutsche Einzelhandel wird maßgeblich von übergeordneten Entwicklungstrends beeinflusst. Die Nachfrageseite wird im Wesentlichen durch die **demographische Entwicklung** und die dem Einzelhandel zufließenden Kaufkraftvolumina bestimmt. Die Bevölkerung hat dabei in den letzten 10 Jahren in Deutschland nur geringfügig um 1,2 % zugenommen, wobei das Wachstum maßgeblich durch die Migration bedingt war.

Die Bevölkerungsentwicklung ist in der Vergangenheit räumlich differenziert verlaufen. Die höchsten Einwohnerrückgänge waren in Sachsen-Anhalt (-7,3 %), in Thüringen (-5,5 %), im Saarland (-3,9 %) und in Mecklenburg-Vorpommern (-3,3 %) zu beobachten; Bevölkerungszuwächse ergaben sich in Berlin (+6,2 %), in Bayern (+4,4 %), in Hamburg (+3,9 %) und in Hessen (+3,3 %).<sup>1</sup>

Die regionalen Unterschiede bleiben auch bei der **zukünftigen Bevölkerungsentwicklung** bestehen. Durch die innerdeutsche Wanderungsbewegung ist im Süden, in Großstädten und in Ballungsräumen in den nächsten rd. 20 Jahren mit einem Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht u.a. zu Lasten der östlichen, aber auch teilweise der westlichen Gebiete der Republik (z.B. des Saarlands, ländlicher Gebiete aller Bundesländer). Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer leicht sinkenden Einwohnerzahl zu rechnen, wobei auf Grund der regional unterschiedlich verlaufenden Entwicklung in allen ostdeutschen Flächenländern – so auch in Sachsen-Anhalt – ein weiterer Bevölkerungsrückgang zu erwarten ist.

**Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2019 bis 2040**



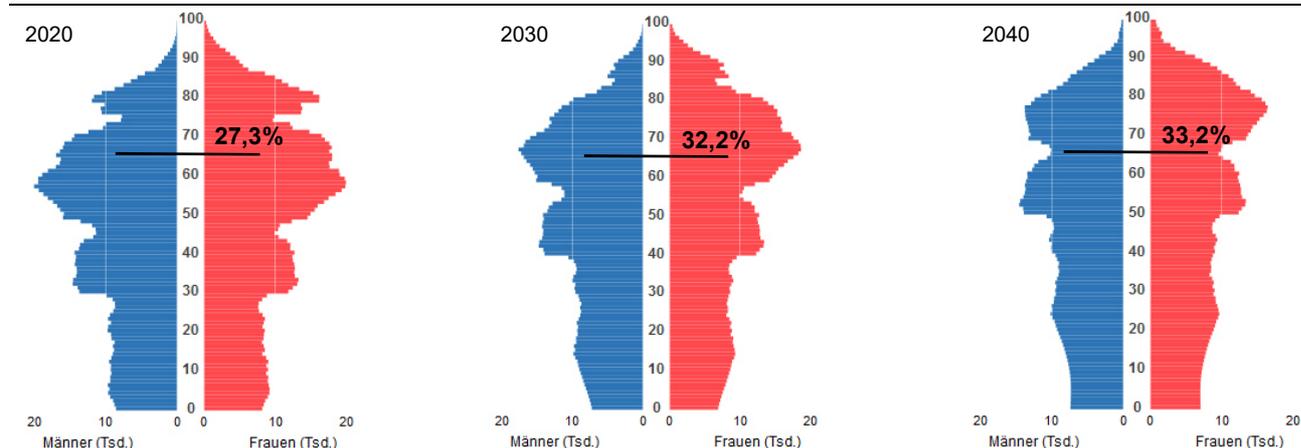
Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2018), Variante 2 (Moderate Entwicklung der Geburtenhäufigkeit, der Lebenserwartung und des Wanderungssaldos)

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. der Bevölkerungspyramide. Die Lebenserwartung steigt sowohl für Männer als auch für Frauen stetig an. Dieser Trend zeigt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung**, der sich bis zum Jahr 2040 weiter erhöhen wird und somit – auch bei einer wachsenden Geburtenrate in den letzten Jahren – eine (Über-)Alterung der Bevölkerung bewirkt. Im Jahr 2040 werden ca. 29 % der Einwohner in Deutschland älter als 65 Jahre sein.

1 Quelle: Statistisches Bundesamt, Bevölkerungsstand nach Bundesländern zum 31.12.2008/2018.

Dieser Trend wird verstärkt auch die Bevölkerungsstruktur in Sachsen-Anhalt betreffen, da das Durchschnittsalter bereits heute mit 47,6 Jahren über dem Bundesdurchschnitt von 44,4 Jahren liegt und Sachsen-Anhalt – gefolgt von Thüringen (47,1 Jahre) und Brandenburg (47,0 Jahre) – den höchsten Altersdurchschnitt in Deutschland ausweist.<sup>2</sup> Im Jahr 2040 wird circa ein Drittel der Bevölkerung älter als 65 Jahre sein.

**Abbildung 3: Altersaufbau Sachsen-Anhalt in den Jahren 2020 bis 2040**

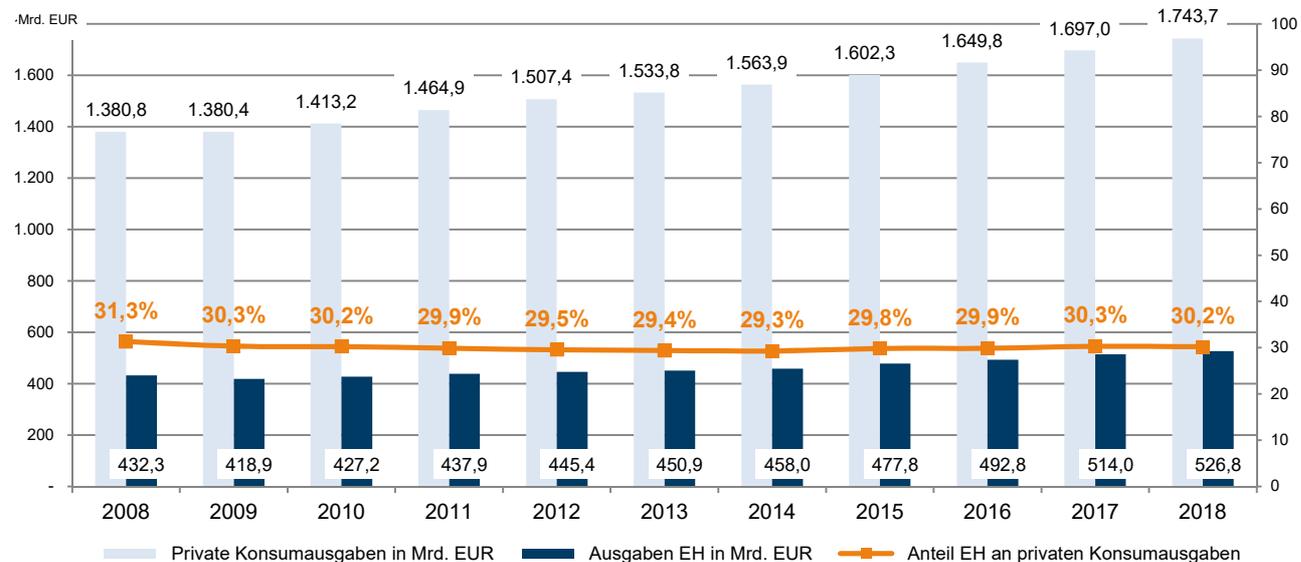


Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2

Mit der vorstehend beschriebenen Entwicklung gehen Folgen für den Einzelhandel einher, da das Nachfragenvolumen auf Grund der rückläufigen Konsumentenanzahl in Sachsen-Anhalt sinkt. Dies kann nur teilweise durch höhere Konsumausgaben – insbesondere der älteren Bevölkerung – ausgeglichen werden. Dies führt zur Notwendigkeit der Einzelhandelsbetriebe, sich an die veränderten Rahmenbedingungen anzupassen.

In den letzten Jahren ist in Deutschland ein leicht **sinkender Ausgabenanteil des Einzelhandels** am Gesamteinkommen zu beobachten. Obwohl das verfügbare Einkommen und die privaten Konsumausgaben – auch im Einzelhandel – in der Vergangenheit stetig gestiegen sind, hat der Anteil des Handels an den Konsumausgaben in der vergangenen Dekade um 1,1 %-Punkte abgenommen und lag im Jahr 2018 bei 30,2 %. Die Einzelhandelsausgaben sind jedoch seit dem Jahr 2008 um 21,9 % auf rd. 526,8 Mrd. EUR gestiegen.

**Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2008 bis 2018**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

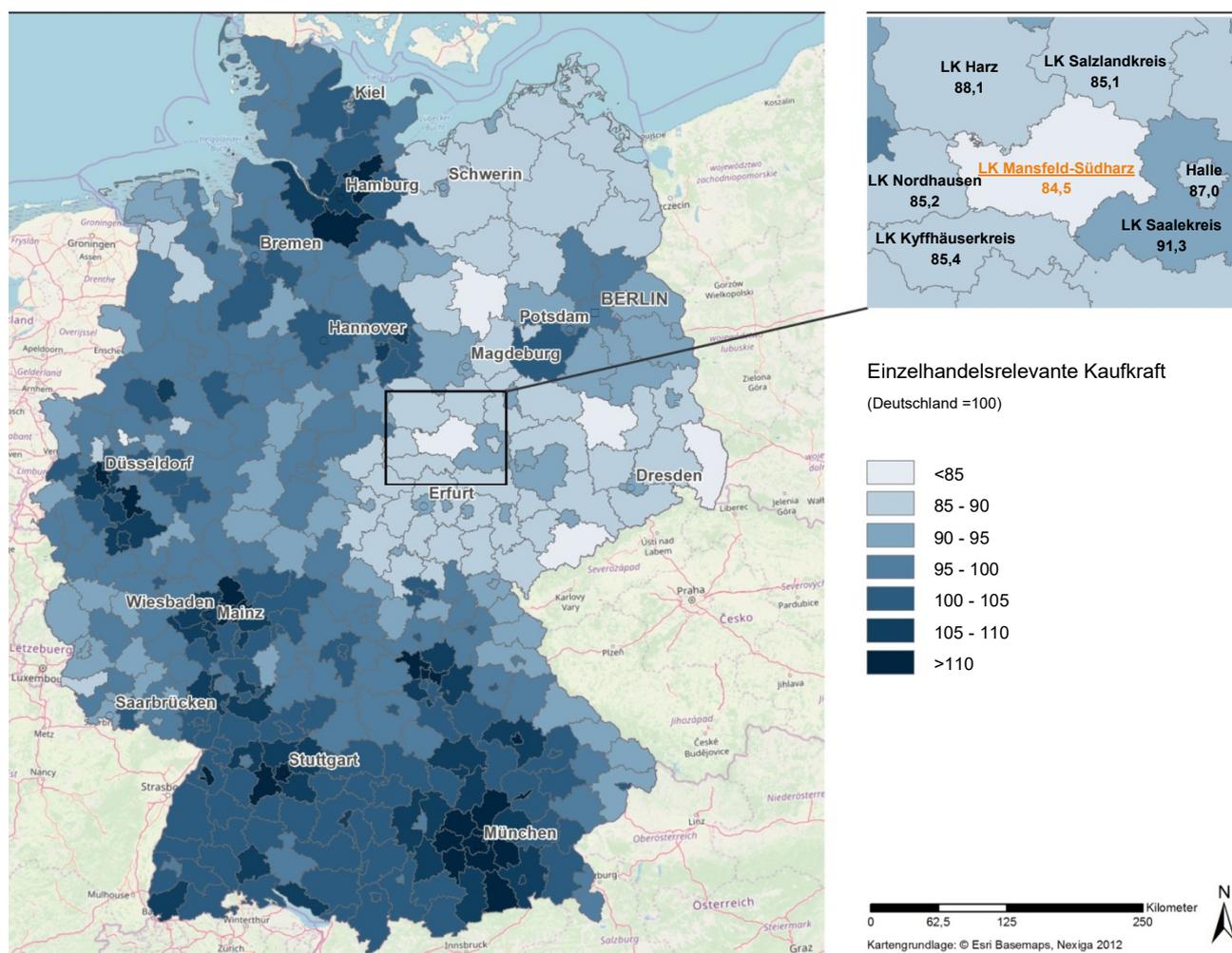
2 Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2017.

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

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

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2018 für die Bundesrepublik auf Landkreisebene dargestellt. Dabei gibt der Kaufkraftindex von 100 % den Bundesdurchschnitt an. Im Vergleich der einzelnen Landkreise wird deutlich, dass innerhalb von Deutschland deutliche regionale Disparitäten bestehen.

**Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2018**



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex<sup>3</sup> beträgt in Sachsen-Anhalt 88,3 %, so dass dem Handel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0 %) deutlich geringere Nachfragepotenziale zur Verfügung stehen. Dementsprechend bestehen für den Einzelhandel schlechtere Entwicklungschancen. Dies trifft auch für den Raum Sangerhausen zu, da die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Landkreis Mansfeld-Südharz und auch in umliegenden Landkreisen unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittswertes liegt.

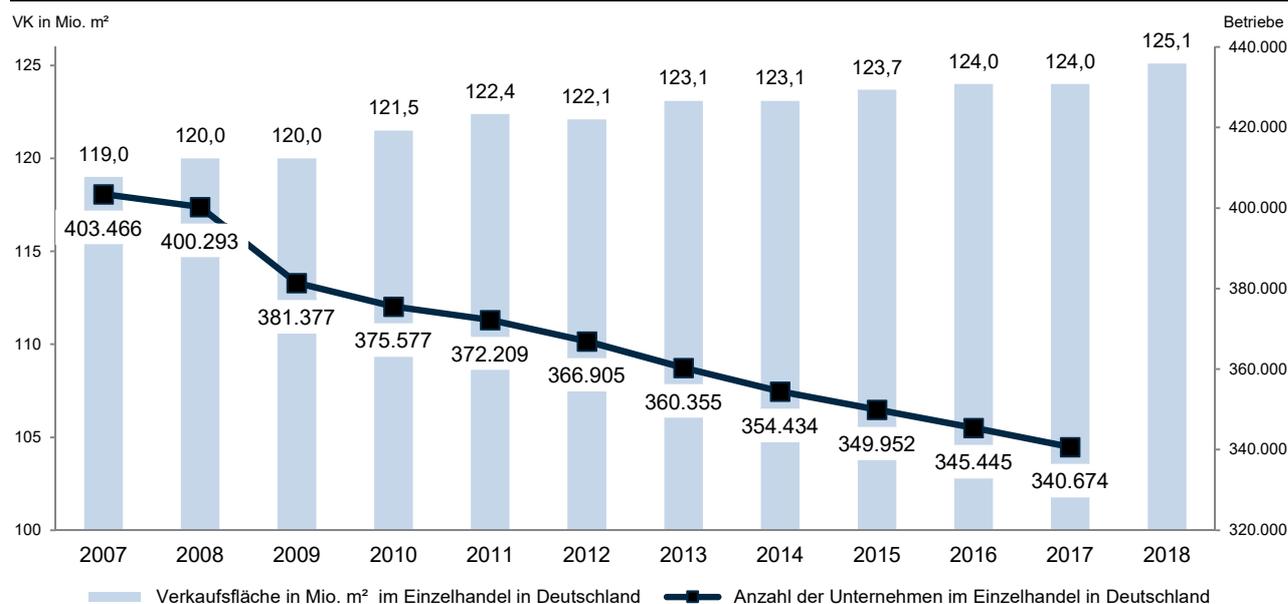
3 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2018.

## 2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite

Die Entwicklung im Einzelhandel ist in den letzten Jahren durch ein stetiges **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während der Flächenanstieg Anfang der 1990er Jahre vor allem durch den Flächenaufwuchs in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt war, ist der Zuwachs der letzten Jahre wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten, Non-Food-Fachmärkten und auch Shopping-Centern gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen dabei durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Verkaufsflächenzuwachs betrug in den letzten zehn Jahren ca. 6,1 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>4</sup>

Die Verkaufsflächenexpansion des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen Jahren größtenteils außerhalb der gewachsenen bzw. traditionellen Geschäftslagen. Insbesondere auf Grund des starken Wachstums von flächenintensiven Fachmärkten und Lebensmittelmärkten an dezentralen Standorten bzw. in Solitärlagen haben Innenstadt- und Nahversorgungslagen sowie Stadtteilzentren – gerade in kleineren Städten – Bedeutungsverluste hinnehmen müssen. Davon sind vor allem ostdeutsche Städte betroffen, die z.T. hohe Verkaufsflächenanteile in dezentralen bzw. an autokundenorientierten Standorten aufweisen.

**Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2007 bis 2018**



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2019

Die Anzahl der **Einzelhandelsunternehmen** ist in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig. Allein in dem Zeitraum zwischen 2007 und 2017 hat sich die Zahl der Einzelhandelsbetriebe deutschlandweit um knapp 16 % reduziert (vgl. Abb. 5). Als Konsequenz zu dem vorstehend dargestellten Verkaufsflächenwachstum ergeben sich daraus im Mittel größere Betriebseinheiten.

Die Folge des stetigen Flächenwachstums – dem ein nur leicht steigender Einzelhandelsumsatz gegenübersteht – wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**<sup>5</sup> deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen Jahren (seit 1995) um rd. 7 % vermindert und liegt derzeit bei rd. 3.620 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>6</sup> Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in vielen

4 Anmerkung: Der Verkaufsflächenzuwachs betrug allein im Lebensmittelhandel zwischen 2008 und 2018 rund 2,6 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Quelle: Statista Hamburg, Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2008 bis 2018 nach Betriebsformen.

5 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumeistung) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

6 Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m<sup>2</sup>. Dieser Wert hat sich im Jahr 2018 auf rd. 3.620 EUR/m<sup>2</sup> reduziert. Quelle: Statista Hamburg, Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland.

Betrieben nicht mehr vollumfänglich möglich. Dies trifft vor allem Anbieter an kostenintensiven Standorten und Betriebe mit einer unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit (sog. Grenzertragsbetriebe). Unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen werden folglich auch zukünftig aus dem Markt ausscheiden.

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

Der bereits seit längerem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel wird in der Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen** deutlich. Zu den Verlierern gehören insbesondere die traditionellen, meist inhabergeführten und nicht-filialisierten Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste. Einen Bedeutungszuwachs konnten andererseits filialisierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountorientierte Handelsunternehmen erzielen. Das Wachstum dieser discount- bzw. fachmarktorientierten Vertriebsformen hat sich jedoch in den letzten Jahren abgeschwächt. Wesentlich Marktanteilszuwächse sind im Versandhandel (inkl. Online-Handel) auszumachen, was auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen ist.

**Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2003 bis 2018**



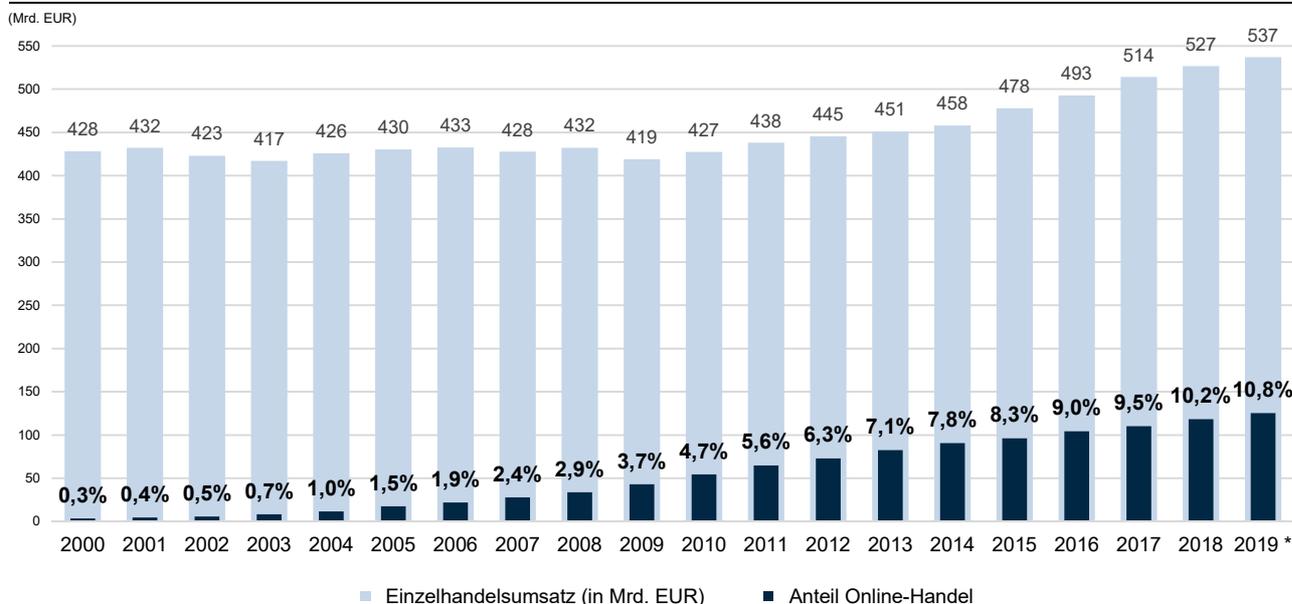
Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2019

Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel ferner durch einen fortschreitenden **Konzentrationsprozess** gekennzeichnet, da sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders stark ist dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Während im Zeitraum zwischen den Jahren 2008 bis 2018 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 21 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 30 % zurück.<sup>7</sup> Derzeit erzielen im Lebensmittelhandel weniger als 1 % der Unternehmen mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes. Der gleiche Trend ist im Non-Food-Handel zu beobachten, da lediglich zehn Handelsunternehmen über 80 % des Umsatzes in diesem Segment erbringen.

7 Quelle: Statista Hamburg, Lebensmittelhandel in Deutschland (Dossier).

Nachstehende Abbildung beschreibt den Anteil des **Online-Handels** am Einzelhandelsumsatz in den letzten Jahren. Die Umsatzanteile sind kontinuierlich gestiegen und lagen im Jahr 2018 bei knapp über 10 %. Für das Jahr 2019 wird ein weiterer Anstieg auf fast 11 % prognostiziert.

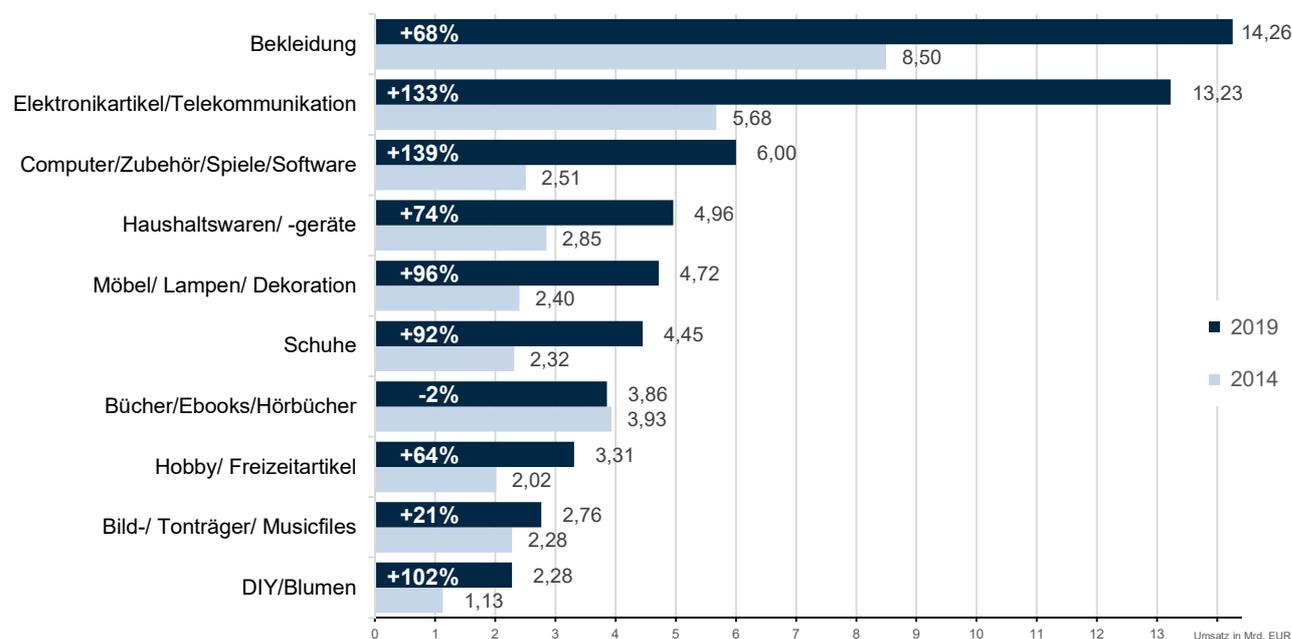
**Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2019**



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2019 (\* Prognose)

Für jede Warengruppe existiert ein **Online-Vertrieb**. Die höchsten Umsätze erzielen die Segmente Bekleidung und Elektronikartikel, gefolgt von Computern/Spielen, Haushaltswaren, der Einrichtungsbranche und der Schuhbranche. Die durchschnittlichen Steigerungsraten der letzten Jahre konnte jedoch nicht in allen Branchen erzielt werden, da bereits partiell Sättigungstendenzen erkennbar sind. So war beispielsweise in der Branche Bücher in den letzten Jahren bereits ein Umsatzrückgang zu verzeichnen.

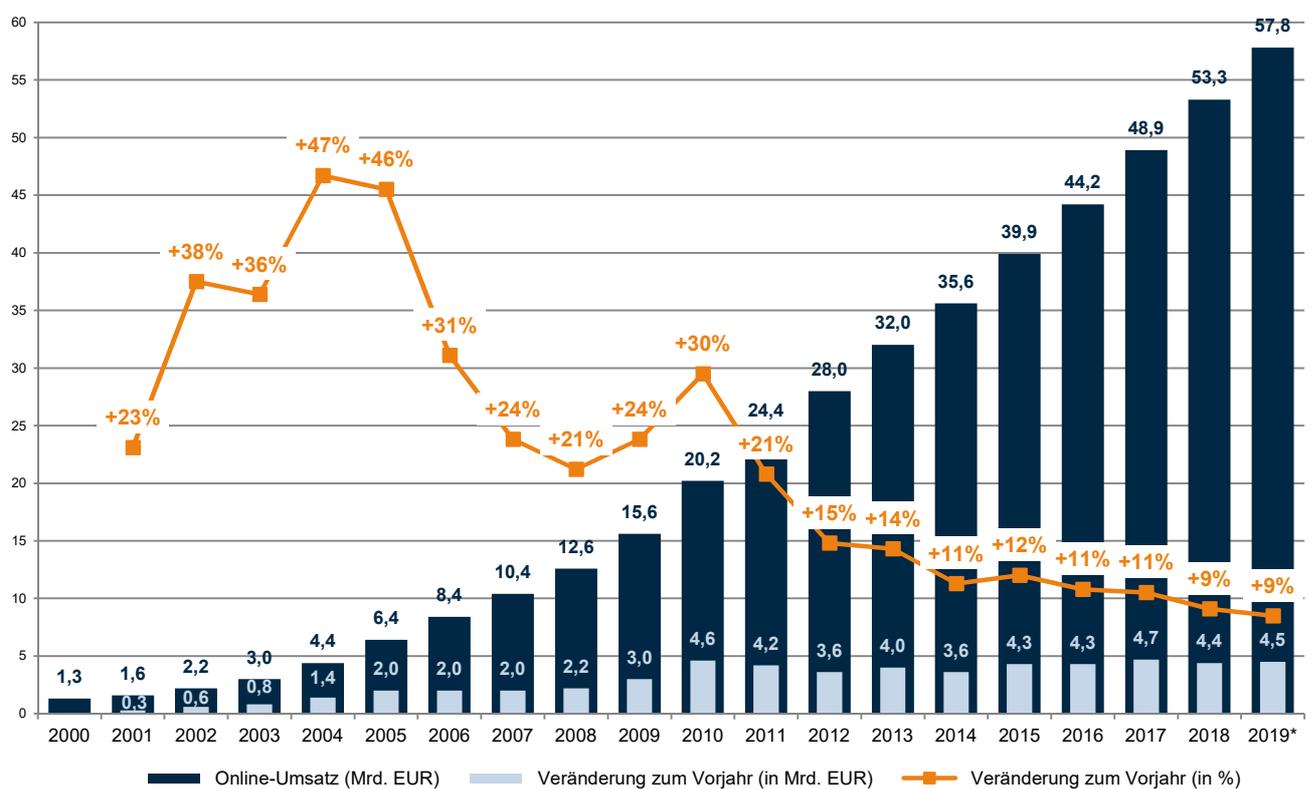
**Abbildung 8: Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2014-2019**



Quelle: Statista Hamburg/ Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die **Entwicklung des Online-Handels** zeigt beachtliche Steigerungsraten auf, die sich jedoch in den letzten Jahren abgeschwächt haben. So wird für das Jahr 2019 eine Steigerung von ca. 9 % erwartet, die deutlich unter der Performance der 2000er Jahre liegt. Der Umsatzzuwachs ist in den letzten Jahren relativ gleichbleibend und liegt zwischen 4 bis 5 Mrd. EUR p.a.

**Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2000-2019**



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2019 (\* Prognose)

Perspektivisch ist mit einem weiter steigenden Marktanteil des Online-Handels zu rechnen, wobei sich in den nächsten Jahren jedoch branchenspezifisch spürbare Marktsättigungen ergeben werden. So ist in den ehemaligen Wachstumsbranchen Technik/Elektro/Medien sowie Büchern von einer nachlassenden Dynamik auszugehen, während beispielsweise die Entwicklung in den modischen Sortimenten (Bekleidung, Schuhe, Accessoires, Lifestyle-Produkte) relativ stabil verlaufen wird.

Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem knapp über 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass in diesen periodisch nachgefragten Segmenten (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren) der Online-Handel zunehmend Marktanteile gewinnen wird.

### 3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels

Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die Ansiedlung bzw. auch Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben in Sangerhausen in Einklang mit städtebaulichen und raumordnerischen Vorstellungen zu bringen. Es bedarf allerdings eines konsequenten Einsatzes der Instrumente, um dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten rechtlich begründet begegnen zu können.

Zu den Vorschriften, mit denen die Steuerung des Einzelhandels möglich ist, zählen u.a.

- das Baugesetzbuch (BauGB),
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- der Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt und
- der Regionalplan Harz,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.<sup>8</sup>

Im Rahmen der Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nach folgenden Gebietskategorien zu unterscheiden:

#### 1. Einzelhandel in Gebieten mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit bestehenden Bebauungsplänen (§ 30 BauGB) kommt es auf deren konkrete Festsetzungen an. Werden in einzelnen Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete definiert, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der § 2 bis 9 BauNVO zwar in allen Arten von Baugebieten, jedoch teilweise unter Beachtung von Flächenoberbegrenzungen, zulässig.

##### ■ Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO)

In Kleinsiedlungsgebieten (WS) sind lediglich zur Versorgung des Gebiets dienende Läden zulässig. Solche Läden sind i.d.R. als „Nachbarschaftsläden“ zu bezeichnen, deren Größe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt.

##### ■ Reine Wohngebiete (§ 3 BauNVO)

In reinen Wohngebieten (WR) sind entsprechend der Zweckbestimmung gewerbliche Tätigkeiten, also auch Einzelhandel ausgeschlossen. Ausnahmsweise können gemäß § 3 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO jedoch Läden zugelassen werden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebietes dienen. Eine „Großflächigkeit“ eines Einzelhandelsgeschäftes ist auf alle Fälle ausgeschlossen.

##### ■ Allgemeine Wohngebiete (§ 4 BauNVO)

Durch die Festsetzung eines allgemeinen Wohngebietes (WA) in einem Bebauungsplan können gemäß § 4 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO solche Läden zugelassen werden, die der Versorgung des Gebiets dienen. Hierbei muss der Laden funktional in das Wohngebiet eingebunden sein und in einem erheblichen Umfang von Bewohnern der näheren Umgebung aufgesucht werden. Dies ist anhand objektiver Kriterien wie Größe, Beschaffenheit, wirtschaftlich tragfähige Ausnutzung, fußläufiger Einzugsbereich des Ladens, Verkehrsanbindung, Parkplätze und den sonstigen örtlichen Gegebenheiten abzuleiten.

##### ■ Dorfgebiete (§ 5 BauNVO)

In Dorfgebieten (MD) sind gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 5 BauNVO Einzelhandelsbetriebe allgemein zulässig, wobei der Gebietscharakter des Dorfgebiets gewisse Grenzen setzt. Generell unzulässig sind großflächige Einzelhandelsbetriebe bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

---

<sup>8</sup> Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

■ Mischgebiete (§ 6 BauNVO)

In Mischgebieten (MI) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 6 Abs. 2 Nr. 3 BauNVO zulässig, sofern diese Betriebe das Wohnen nicht wesentlich stören. Daher sind hier selbst großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig, wobei es bei einer Geschossfläche von über 1.200 m<sup>2</sup> darauf ankommt, ob die Regelvermutung von § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO widerlegt werden kann (vgl. auch Seite 18). Grundsätzlich muss der Gebietscharakter eines Mischgebietes gewahrt bleiben, d.h. es muss eine qualitative und quantitative Durchmischung von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe gewahrt bleiben.

■ Kerngebiete (§ 7 BauNVO)

In Kerngebieten (MK) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO grundsätzlich zulässig. Durch die Festsetzung eines Kerngebiets werden auch die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO geschaffen.

■ Gewerbe-/ Industriegebiete (§ 8/9 BauNVO)

Im Gewerbegebiet (GE) sind lt. § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO und im Industriegebiet (GI) lt. § 9 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO Gewerbebetriebe aller Art zulässig, wobei der Begriff des Gewerbebetriebes umfassend zu verstehen ist und auch Einzelhandelsbetriebe einschließt. In beiden Gebietstypen ist selbst ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb zulässig, wenn diesem die in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO beschriebenen Auswirkungen fehlen. Nach der Regelungssystematik des § 11 Abs. 3 Sätze 3/4 BauNVO muss für dieses Vorliegen jedoch eine Atypik nachgewiesen werden. Eine solche atypische Fallgestaltung kann sich insbesondere aus der Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und aus dem Warenangebot des Betriebs ableiten.

Bei der Festsetzung der vorstehend beschriebenen Baugebiete, insbesondere von Mischgebieten und Gewerbegebieten, ist eine Einschränkung bzw. auch ein völliger Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben möglich. Im Rahmen ihres planerischen Ermessens darf eine Gemeinde steuern, ob und in welchem Umfang sie Teile des Gemeindegebiets zur Unterbringung von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung stellt. Voraussetzung ist, dass städtebauliche Gründe gemäß § 1 Abs. 3 BauGB vorliegen, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben und die Abweichung von der typisierten Baugebietszusammensetzung nach der Baunutzungsverordnung rechtfertigen.<sup>9</sup>

**2. Einzelhandel im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)**

Sofern für ein Vorhabengrundstück kein rechtskräftiger Bebauungsplan (§ 30 BauGB) vorliegt und dieses nicht im sog. Außenbereich (§ 35 BauGB) liegt, richtet sich die Beurteilung der Zulässigkeit des Vorhabens nach § 34 BauGB (sog. unbeplanter Innenbereich).

Folglich ist im Sinne des § 34 Abs. 1 BauGB zunächst zu klären, ob sich das Vorhaben in die nähere Umgebung einfügt. Entspricht die nähere Umgebung nach der Art der baulichen Nutzung einem bestimmten Gebietstyp der BauNVO (§ 2 - 9), so richtet sich die Zulässigkeit eines Bauvorhabens allein nach den für diesen Gebietstyp zulässigen Arten der baulichen Nutzung (§ 34 Abs. 2 BauGB, vgl. vorstehende Ausführungen).

Ohne eine klare Zuordnung zu einem Gebietstyp der BauNVO ist das Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung entscheidend, maßgeblich sind dabei Art und Maß der baulichen Nutzung ebenso wie Bauweise und überbaute Grundstücksfläche. Die nähere Umgebung beschränkt sich dabei nicht nur auf die unmittelbaren bzw. optisch sichtbaren Nachbargrundstücke, sondern kann auch weiter entfernt liegende Grundstücke umfassen, auf die sich die Ausführung des Vorhabens in bodenrechtlicher Hinsicht auswirken kann.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> vgl. Urteil BVerwG [4 B 3.13] vom 30.05.2013.

<sup>10</sup> vgl. Urteil BVerwG [4 C 9/77] vom 26.05.1978.

Ein Vorhaben fügt sich ein, wenn es sich an den durch die umgebende Bebauung gebildeten Rahmen hält. Auch ein aus dem Rahmen fallendes Vorhaben (bspw. ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb) kann sich dennoch einfügen, wenn es im Verhältnis zu seiner näheren Umgebung weder bewältigungsbedürftige Spannungen erzeugt noch vorhandene Spannungen verstärkt.

Gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. So soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten in der Ansiedlungsgemeinde und auch in umliegenden Gemeinden sichergestellt werden, die bisher funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Schädliche Auswirkungen i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB hat ein Vorhaben, wenn es die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beachtlich beeinträchtigt bzw. stört.<sup>11</sup> Dies ist u.a. anzunehmen, wenn

- sein Warenangebot Sortimente umfasst, die zu der typischen Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches zählen bzw. wenn die Sortimente bereits von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat,<sup>12</sup>
- eine Unverhältnismäßigkeit der neu geplanten Verkaufsfläche im Vergleich zu der Bestandsfläche im betroffenen zentralen Versorgungsbereich besteht,
- eine Unvertretbarkeit des zu erwartenden Kaufkraftabflusses aus dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten ist,
- der betroffene zentrale Versorgungsbereich bereits Vorschädigungen bzw. deutliche Attraktivitätsmängel (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) besitzt und/oder
- schädliche städtebauliche Auswirkungen, wie z.B. der Leerstand von Geschäften, das Absinken des Versorgungsniveaus oder „Trading-Down-Tendenzen“ zu erwarten sind.

Soweit ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche erwarten lässt, ist es bauplanungsrechtlich unzulässig.

### 3. Einzelhandel im Außenbereich (§ 35 BauGB)

Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zulässig, da dieser Bereich i.d.R. einer Bebauung nicht zugänglich ist.

Neben der vorstehend beschriebenen Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in den einzelnen Gebietskategorien enthält der § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) eine Sonderregelung für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben. Danach sind die vorstehend genannten Betriebe nur in Kerngebieten und in für diese Betriebe ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

Die in § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO genannten landesplanerischen oder städtebaulichen Auswirkungen werden im Satz 2 beispielhaft konkretisiert. Demnach können solche Auswirkungen insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden oder auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt sein. Für die Anwendung von § 11 Abs. 3 BauNVO bedarf es nicht des konkreten Nachweises, dass Auswirkungen tatsächlich eintreten, sondern es genügt bereits die Möglichkeit des Eintretens solcher Auswirkungen.

11 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964.05] vom 11.12.2006, bestätigt durch Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.  
 12 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind die vorstehenden Auswirkungen in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet (Vermutungsregel). Das Kriterium der Großflächigkeit ist dabei von dem vorstehenden Tatbestandsmerkmal der Auswirkungen zu trennen. Die BauNVO unterwirft Einzelhandelsnutzungen nur dann dem Regelungssystem des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb<sup>13</sup> handelt. Beide Kriterien – das Merkmal der Großflächigkeit und das Überschreiten der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche – müssen erfüllt sein, damit ein Einzelhandelsvorhaben nur in einem Kern- oder Sondergebiet zulässig ist.

Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO gilt die – widerlegbare – Vermutung des vorstehenden Satzes 3 nicht, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche nicht vorliegen (Ausnahmeregel). Es werden dabei städtebauliche und betriebliche Besonderheiten benannt, die bei der Bewertung konkret zu berücksichtigen sind. Dazu zählen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs.

Eine solche atypische Fallgestaltung lässt sich u.a. aus städtebaulichen Besonderheiten ableiten, wenn beispielsweise

- im Einzugsbereich des geplanten Betriebes das entsprechende Warenangebot bisher nur unterdurchschnittlich ausgeprägt war und eine Unterversorgung bestand,
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und die bestehende Zentrenstruktur nicht stört<sup>14</sup> oder
- das Vorhaben auf Grund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Weiterhin können neben den vorstehend genannten städtebaulichen auch betriebliche Besonderheiten vorliegen, wie z.B.

- die Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche wesentlich unter 800 m<sup>2</sup> liegt,
- die Ausrichtung eines Betriebes auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe, Gartenbedarf),
- bei Betrieben mit einer überwiegenden gewerblichen Nutzung (z.B. Büromöbelhandel) oder
- bei Handwerksbetrieben bzw. Handelsbetrieben mit einem hohen Anteil an handwerklichen Dienstleistungen (z.B. Kfz-Teilehandel mit Werkstatt).

Eine vom Antragsteller nachzuweisende atypische Fallgestaltung liegt nur vor, wenn auf Grund der konkreten städtebaulichen Situation oder betrieblicher Besonderheiten das geplante Einzelhandelsvorhaben nicht zu der Art der Betriebe gehört, die von der Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO erfasst werden sollen.

Bei der kommunalen Bauleitplanung kommt den landesrechtlichen Rahmenvorgaben, d.h. den im **Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt** (LEP) formulierten Zielen eine wesentliche Bedeutung zu. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.<sup>15</sup>

Nachstehend werden die Ziele dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Sangerhausen relevant sind. Diese werden im Landesentwicklungsplan unter dem Punkt 2.3 beschrieben.

13 Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreiten.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

14 vgl. Urteil BVerwG [4 C 54.80] vom 03.02.1984.

15 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

- *Z 46: Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. Die Ausweisung von Sondergebieten für eine spezifische Form großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center - FOC), ist nur an integrierten Standorten in Zentralen Orten der oberen Stufe (Oberzentren) vorzusehen und darf die Attraktivität der Innenstädte nicht gefährden.*

In der Begründung dieses Ziels wird auf die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse verwiesen, wobei vor allem durch die standörtliche Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll. Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i.d.R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.<sup>16</sup>

Gemäß dem formulierten Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Sangerhausen grundsätzlich zulässig, da die Stadt als Mittelzentrum<sup>17</sup> ausgewiesen wird. Die Entwicklung eines FOC ist in Sangerhausen generell nicht möglich.

- *Z 47: Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.*

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren. Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsgroßprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht.

Mögliche Kenngrößen für die Bewertung des Kongruenzgebots können u.a. die Größe der Verkaufsflächen eines Einzelhandelsprojektes, die Differenzierung des Warensortiments, das zu erwartende betriebliche Einzugsgebiet des Vorhabens, die ansprechbare Kaufkraft im Einzugsgebiet und zu vermutende, vorhabenbedingte Veränderungen der Einzelhandelszentralitäten im Einzugsbereich sein.

- *Z 48: Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte*
  1. *dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,*
  2. *sind städtebaulich zu integrieren,*
  3. *dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,*
  4. *sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,*
  5. *dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.*

<sup>16</sup> Gemäß LEP Sachsen-Anhalt können abweichend vom Ziel 46, welches die Standortkonzentration des großflächigen Einzelhandels auf Ober- und Mittelzentren beschränkt, auch Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel, die ausschließlich der Grundversorgung dienen, auch in Grundzentren zugelassen werden. Damit soll die wohnortnahe Grundversorgung in ländlichen Räumen verbessert werden (vgl. auch Z 52).

<sup>17</sup> vgl. Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 37.

In vorstehendem Ziel werden die Ansiedlungsprämissen für Einzelhandel in Sondergebieten definiert. Neben dem bereits erörterten Kongruenzgebot (vgl. Z 47) sind Einzelhandelsgroßprojekte an städtebauliche integrierten Standorten zu entwickeln. Ein Standort ist insbesondere dann als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

- in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang befindet bzw. räumlich und funktional einem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- über einen den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden hohen Bevölkerungsanteil im fußläufigen Nahbereich verfügt,
- ein Teil eines planerischen Gesamtkonzepts ist (d.h. Lage in einem Stadtzentrum, Nebenzentrum oder Quartierzentrum),
- an das Fuß- und Radwegenetz der Gemeinde angebunden ist und
- über einen qualifizierten bzw. ortsüblichen ÖPNV-Anschluss verfügt.

Mit dem Integrationsgebot soll der Einzelhandel insbesondere an wohnortnahen bzw. zentralen Standorten entwickelt werden.

Des Weiteren dürfen Einzelhandelsgroßprojekte die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden (Beeinträchtungsverbot). Gegen das Beeinträchtungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen negativ tangiert werden. Diese negativen Effekte wären zu unterstellen, wenn infolge der Entwicklung eines Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Letztendlich dürfen durch die in Sondergebieten anzusiedelnden Einzelhandelsbetriebe keine unverträglichen Belastungen auf Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt hervorgerufen werden. Diese sind bspw. bei einem erhöhten An-/ Abreiseverkehr oder durch Anlieferverkehr zu erwarten.

- *Z 49: Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.*

Das vorstehende Ziel umfasst das bereits dargestellte Integrationsgebot und das Kongruenzgebot, wobei diese Maßgaben nicht nur für Neuansiedlungen, sondern ebenfalls für die Erweiterung von bestehenden Sondergebieten gelten. Insbesondere ist bei der Erweiterung von bestehenden Sondergebieten zu prüfen, inwieweit mit einer möglichen Verkaufsflächenerhöhung eine Ausweitung des betrieblichen Einzugsgebietes einhergeht und somit auch das Kongruenzgebot verletzt werden könnte.

- *Z 50: Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.*

Das bereits formulierte Beeinträchtungsverbot wird neben Neuansiedlungen auch auf Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten und für großflächige Einzelhandelsbetriebe ausgedehnt. Insbesondere bei Umstrukturierungen ist darauf abzustellen, dass dadurch keine negativen Beeinträchtigungen von bestehenden Einzelhandelsbetrieben in innerstädtischen Einkaufslagen einhergehen. Dabei sind insbesondere die sog. innenstadtrelevanten Sortimente zu beachten.

- *Z 51: Bei planerischen Standortentscheidungen zugunsten von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist auch die kumulative Wirkung mit bereits am Standort vorhandenen Einrichtungen hinsichtlich der Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstadtentwicklung in die Bewertung einzubeziehen.*

Seit Jahren zeichnet sich der Trend ab, dass Einzelhandelsbetriebe, die jeweils einzelnen betrachtet unter der Schwelle der Großflächigkeit liegen, sich gezielt in enger Nachbarschaft zueinander ansiedeln und eine

Einzelhandelsagglomeration bilden. Diese Ansammlungen können raumbedeutsame Auswirkungen auf die bestehenden, insbesondere auf die innerörtlichen Versorgungsstrukturen sowohl in der Standortgemeinde als auch in Nachbargemeinden entfalten, selbst wenn keine Großflächigkeit der einzelnen Betriebe besteht. Auf Grundlage der möglichen Wirkungen können diese Einzelhandelsagglomerationen das Ausmaß von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO erreichen und somit auch die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung gefährden. Aus diesem Grund sind diese Agglomerationen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln und stets in ihrer Summationswirkung am Standort zu betrachten.

Dem Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt ist der **Regionalplan Harz**<sup>18</sup> nachgelagert, in dem die räumliche und strukturelle Entwicklung der relevanten Planungsregion – ergänzend und regional ausformend zum Landesentwicklungsplan – dargestellt wird. Der Regionalplan stellt ein Bindeglied zwischen der landesweiten Planung und der Kommunalplanung dar.

Der Regionalplan wird aus dem Landesentwicklungsprogramm abgeleitet. Zur Vermeidung von Doppelregelungen zur Landesplanung hat die Planungsgemeinschaft Harz die maßgeblichen Ziele des Landesentwicklungsplans u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot, Integrationsgebot) übernommen und zusätzlich hierzu noch vier Grundsätze formuliert, die sich auf die Grundversorgung beziehen.

- *G 34: Die Bauleitplanung für strukturprägende Einzelhandelsbetriebe der Grundversorgung soll auf den Erhalt und, wenn möglich, auf die Stärkung:*
  - *der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB bzw. der Innenstädte/Ortskerne als Einzelhandelsstandorte,*
  - *der wohnortnahen Grundversorgung und*
  - *einer qualitativ hochwertigen Grundversorgung ausgerichtet sein.*

In diesem Grundsatz werden die Kommunen aufgefordert, die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche als Einzelhandelsstandorte zu erhalten und weiter stärken. Hierzu soll der zentrale Versorgungsbereich auf Grundlage eines kommunalen Einzelhandelskonzepts ausgewiesen und geschützt werden, um gerade die Innenentwicklung und die Urbanität zu stärken und die Grundversorgung in den zentralen Bereichen der Gemeinden auszubauen.

Nachgelagert zu den zentralen Versorgungsbereichen bzw. auch bei Nichtvorhandensein eines solchen Bereiches kann die Ansiedlung von Handelsbetrieben der Grundversorgung auch an sonstigen wohnsiedlungsintegrierten Standorten sinnvoll sein, sofern keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungs- oder auch in umliegenden Gemeinden zu erwarten sind.

Aktuell überwiegen discountorientierte Angebotsformen der Grundversorgung. Da gerade Lebensmitteldiscounts nur eine geringe Angebotsbreite und -tiefe aufweisen, soll im Rahmen der Bauleitplanung eine höherwertige Versorgung erreicht werden und die Duplizierung von Discountstrukturen der Grundversorgung vermieden werden.

- *G 35: Alternative Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der Grundversorgung in Teilräumen mit Angebots- und Erreichbarkeitsdefiziten sollen unterstützt werden.*

In kleineren Gemeinden reicht oft das Einwohner- und somit das Nachfragepotenzial nicht zum wirtschaftlichen Betrieb eines großformatigen Handelbetriebes der Grundversorgung aus. Daher sollen Kleinflächenkonzepte (bspw. Hofläden, Direkterzeuger, Multifunktionsgeschäfte, Bürger-/ Genossenschaftsläden) und mobile Anbieter der Grundversorgung unterstützt werden.

---

<sup>18</sup> vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Harz, Teilfortschreibung des Regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Harz (Sachlicher Teilplan „Zentralörtliche Gliederung“).

- *G 36: Bei Neuansiedlung oder Erweiterung strukturprägender Einzelhandelsbetriebe der Grundversorgung soll eine frühzeitige interkommunale Abstimmung unter Beteiligung der Träger der Regionalplanung und der fachlich zuständigen Verbände vorgenommen werden.*

Bei der Ansiedlung von strukturprägenden Handelsbetrieben der Grundversorgung – wobei dies auch Betriebe unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit oder Betriebe in Agglomerationen sein können – sind häufig überörtlich bedeutsame Auswirkungen die Folge. Um eine frühzeitige Erkennung von Projektvorhaben mit möglicherweise raumordnerischen Auswirkungen zu gewährleisten, werden die Gemeinden aufgefordert, Planungen von Betrieben der Grundversorgung möglichst frühzeitig untereinander abzustimmen. Dies führt einerseits zu einer Planungssicherheit für die jeweilige Gemeinde, aber auch für den Investor und Nachbarkommunen und somit zu einem breiten Konsens.

- *G 37: Zur Vermeidung städtebaulicher Missstände durch dauerhafte Aufgabe von Einzelhandelsmärkten soll die Gemeinde möglichst frühzeitig auf Regelungen zwischen den beteiligten Akteuren oder zum Rückbau hinwirken.*

Derzeit ist eine hohe Dynamik insbesondere bei der Ansiedlung von Lebensmittelmärkten zu beobachten, wobei bei einer Marktverlagerung und somit dauerhaften Aufgabe eines Handelsstandortes gerade an exponierten Stellen städtebauliche Missstände zum Tragen kommen. Deshalb sollen die Gemeinden möglichst frühzeitig qualifizierte Nachnutzungen anstreben bzw. oder auf dem Rückbau i.S.d. § 71 Abs.3 BauO LSA hinwirken.

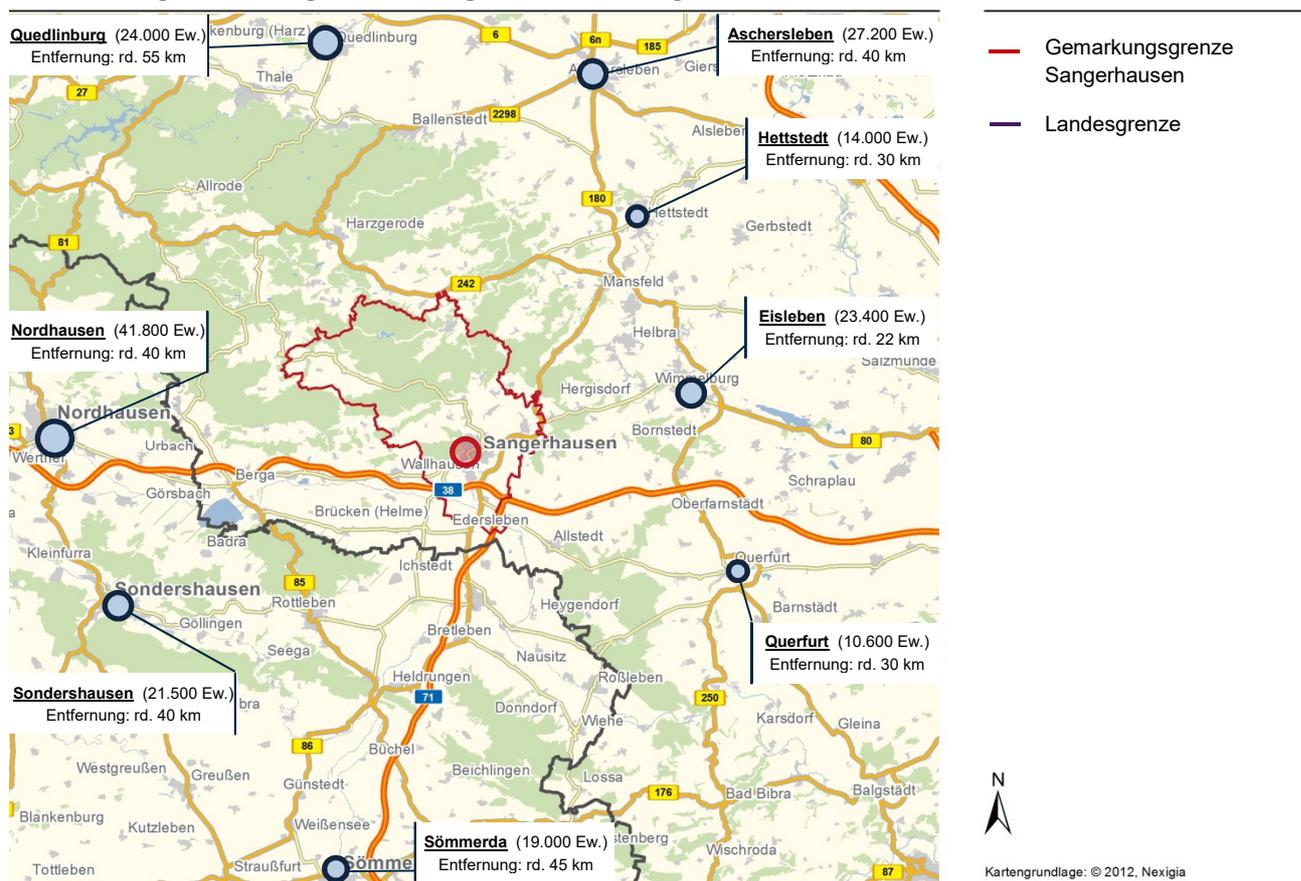
## 4. Standortrahmendaten Sangerhausen

Die Stadt Sangerhausen ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im südwestlichen Bereich des Landes Sachsen-Anhalt unweit der Landesgrenze zu Thüringen verortet. Die Stadt befindet sich im südlichen Teil des Landkreises Mansfeld-Südharz und fungiert als Sitz der Landkreisverwaltung. In näherer Umgebung von Sangerhausen liegen ausschließlich kleinere Orte, so dass sich die Stadt in einem ländlich geprägten Umfeld befindet.

Im regionalen Umland von Sangerhausen (ca. 26.300 Ew.) sind mit Quedlinburg, Aschersleben, Lutherstadt Eisleben, Nordhausen und Sondershausen vergleichbare Mittelstädte vorhanden, die naheliegenden Städte Hettstedt, Querfurt, Artern oder Bad Frankenhausen weisen eine deutlich geringere Einwohnerzahl auf.

Die naturräumliche Lage von Sangerhausen wird durch die südliche Randlage zum Harz geprägt, wobei die dezentralen Sangerhäuser Ortsteile mit Ausrichtung zum Harz bereits durch ein bewegtes topografisches Relief und durch gewisse Erreichbarkeithemmnisse zur Kernstadt gekennzeichnet sind. Südwestlich von Sangerhausen befindet sich das landschaftlich attraktive Kyffhäusergebirge.

**Karte 2: Lagebeziehungen von Sangerhausen im regionalen Kontext**



Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Sangerhausen erfolgt über die südlich der Kernstadt befindliche Autobahn A 38 (Göttingen-Leipzig), deren Trassierung durch das Sangerhäuser Gemarkungsgebiet verläuft und die mit zwei Anschlussstellen eine sehr gute Erreichbarkeit der Stadt bedingt. Südöstlich der Kernstadt beginnt am Dreieck „Südharz“ die Autobahn A 71, die über Erfurt nach Schweinfurt führt.

Die regionale Anbindung der Sangerhäuser Kernstadt wird u.a. durch die Landesstraße L 151 sichergestellt, die als östliche Ortsumgehungsstraße fungiert und eine leistungsfähige Verkehrsanbindung insbesondere in Richtung Norden darstellt. Aus der Kernstadt von Sangerhausen sind die dezentralen Ortsteile über ver-

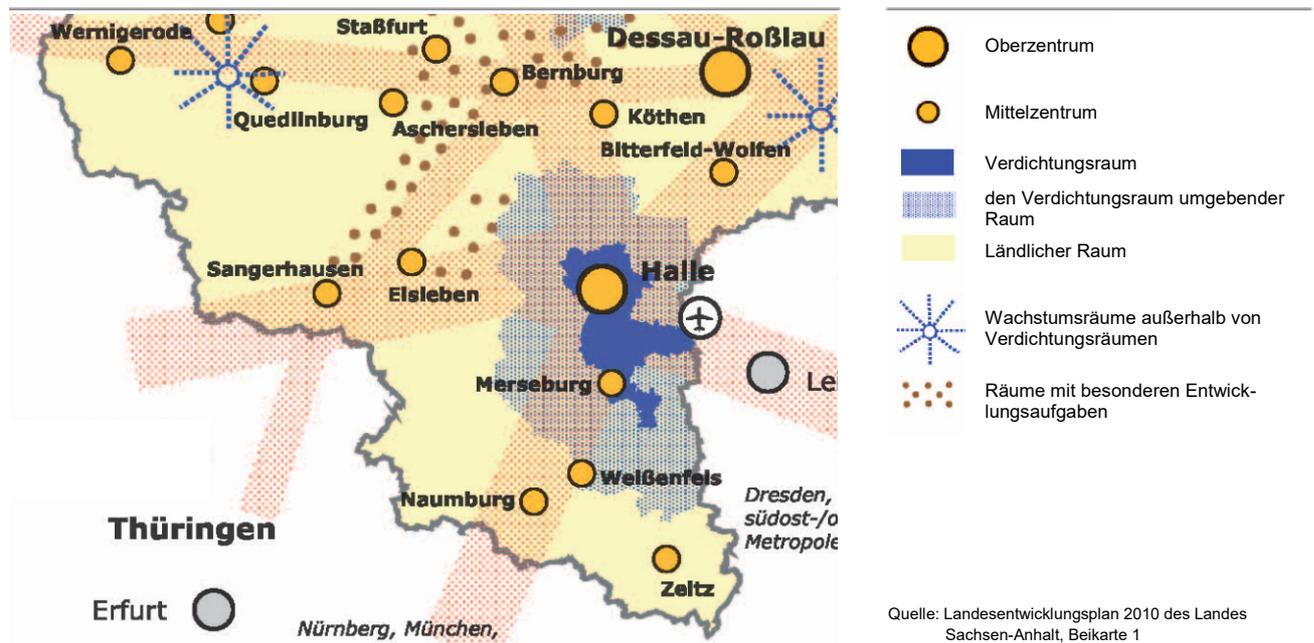
schiedene Landes- und Kreisstraßen anfahrbar, wobei die Stadt auch über die bestehenden Landesstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt ist. In Summe der bestehenden Verkehrswege – insbesondere jedoch durch den direkten Autobahnanschluss – ist eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt zu konstatieren.

Sangerhausen ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angebunden und besitzt Regionalbahnverbindungen in Richtung Magdeburg, Halle (Saale), Erfurt und Nordhausen. Der Bahnhof ist im nördlichen Teil der Sangerhäuser Kernstadt lokalisiert und ist fußläufig aus dem Zentrum erreichbar. Am Bahnhofsvorplatz befindet sich die zentrale Haltestelle des Busverkehrs (ZOB), so dass der Bahnhof den wichtigsten Umsteigepunkt des öffentlichen Personenverkehrs darstellt.

Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** erfolgt im Wesentlichen über zwei Stadtbuslinien, welche die kleinräumige Erreichbarkeit innerhalb der Kernstadt sicherstellen. Beide Linien verbinden in regelmäßiger Taktung die Innenstadt mit den umliegenden Wohn- und Gewerbegebieten, wobei sich der zentrale Umsteigepunkt auf dem Markt befindet. Eine dritte Stadtbuslinie verkehrt in unregelmäßigen Abständen und stellt eine Ergänzung des Linienangebots in den Morgen- und Mittagsstunden dar. Die Erreichbarkeit der dezentralen Sangerhäuser Ortsteile erfolgt über Regionalbuslinien, die auch verschiedene Haltestellen in der Kernstadt anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten sichern.

Die Stadt Sangerhausen wird laut dem rechtsverbindlichen Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt – neben den umliegenden Städten Quedlinburg, Aschersleben und Eisleben sowie Artern, Sondershausen und Nordhausen in Thüringen – landesplanerisch als **Mittelzentrum**<sup>19</sup> eingestuft. Das Mittelzentrum ist der im Zusammenhang bebaute Ortsteil als zentrales Siedlungsgebiet. Dieser Bereich umfasst gemäß der kartographischen Abgrenzung im Regionalplan Harz<sup>20</sup> die Kernstadt von Sangerhausen und direkt angrenzende Bereiche (vgl. Anlage 1).

**Karte 3: Raumstruktur Sachsen-Anhalt (Ausschnitt)**



Gemäß dem Landesentwicklungsplan sind Mittelzentren als Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich und für weitere private Dienstleistungen zu sichern und zu entwickeln. Die Mittelzentren stellen insbesondere unter dem Gesichtspunkt einer rückläufigen Ein-

19 vgl. Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 37.

20 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Harz, Teilfortschreibung des Regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Harz, Sachlicher Teilplan „Zentralörtliche Gliederung“, Beikarte 3.

wohnerentwicklung und der sich ändernden Altersstruktur im Land das Rückgrat für die Sicherung der öffentlichen Daseinsvorsorge für die Bevölkerung in allen Landesteilen dar. Sie tragen dabei u.a. auch zur Sicherung einer landesweit ausgeglichenen Ausstattung und Versorgung mit höherwertigen und spezialisierten Dienstleistungen sowie mit öffentlichen Verwaltungs-, Bildungs-, Gesundheits-, Sozial-, Kultur- und Sporteinrichtungen und hochwertigen Einkaufsmöglichkeiten bei.<sup>21</sup> Demnach hat Sangerhausen auch für seinen Verflechtungsbereich eine Versorgungsaufgabe im Bereich des Einzelhandels zu übernehmen.

Die Kreisstadt Sangerhausen ist mit knapp 26.300 Einwohnern vor Lutherstadt Eisleben (rd. 23.400 Ew.) und vor Hettstedt (rd. 14.000 Ew.) die größte Stadt im Landkreis Mansfeld-Südharz. Die **Bevölkerung** von Sangerhausen sank in den letzten zehn Jahren um -14,2 %, wobei der Rückgang geringfügig höher als im Mittel des Landkreises Mansfeld-Südharz (-12,2 %) ausfiel. In Relation zur landesweiten Bevölkerungsentwicklung (-7,3 %) ist in der gesamten Region ein höherer Bevölkerungsrückgang festzustellen.

**Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Sangerhausen im Vergleich**

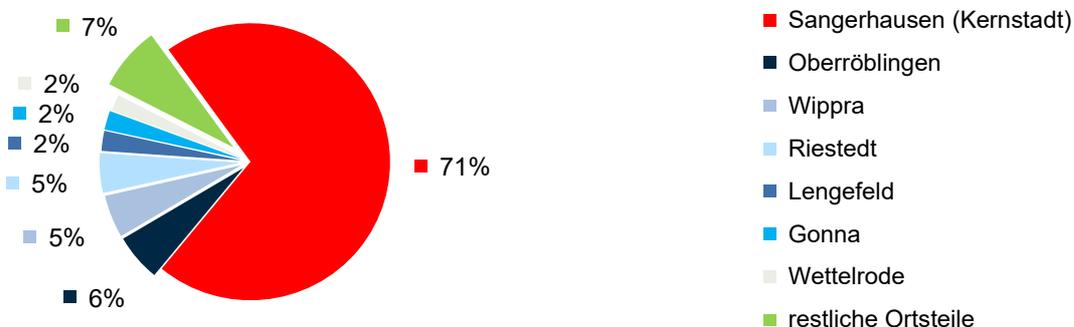
	Einwohner		Veränderung	Einwohner	Veränderung
	2008	2018	2008-2018	2028	2018-2028
	abs.	abs.	%	abs.	%
Sangerhausen	30.648	26.297	-14,2	23.020	-12,5
LK Mansfeld-Südharz	155.255	136.249	-12,2	118.348	-13,1
Sachsen-Anhalt	2.381.872	2.208.321	-7,3	2.028.357	-8,1

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung zum 31.12.2008/2018; 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose

Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl von Sangerhausen weiter rückläufig entwickeln. Auf Basis der **Bevölkerungsprognose** des Statistischen Landesamts wird die Einwohnerzahl in Sangerhausen in den nächsten zehn Jahren um -12,5 % auf ca. 23.000 Personen zurückgehen. Somit wird der Rückgang in etwa analog zur Entwicklung im Landkreis Mansfeld-Südharz erfolgen und im Vergleich zum Landesdurchschnitt höher ausfallen.

Die **Siedlungsstruktur** von Sangerhausen ist durch eine baulich größtenteils geschlossene Kernstadt gekennzeichnet, die mit ca. 19.800 Einwohnern den Bevölkerungsschwerpunkt darstellt. Neben der Kernstadt gehören 14 räumlich abgesetzte Ortsteile mit einem dörflich geprägten Siedlungscharakter zu Sangerhausen.

**Abbildung 10: Bevölkerungsverteilung Sangerhausen**



Quelle: Stadtverwaltung Sangerhausen, Einwohner zum 31.12.2016

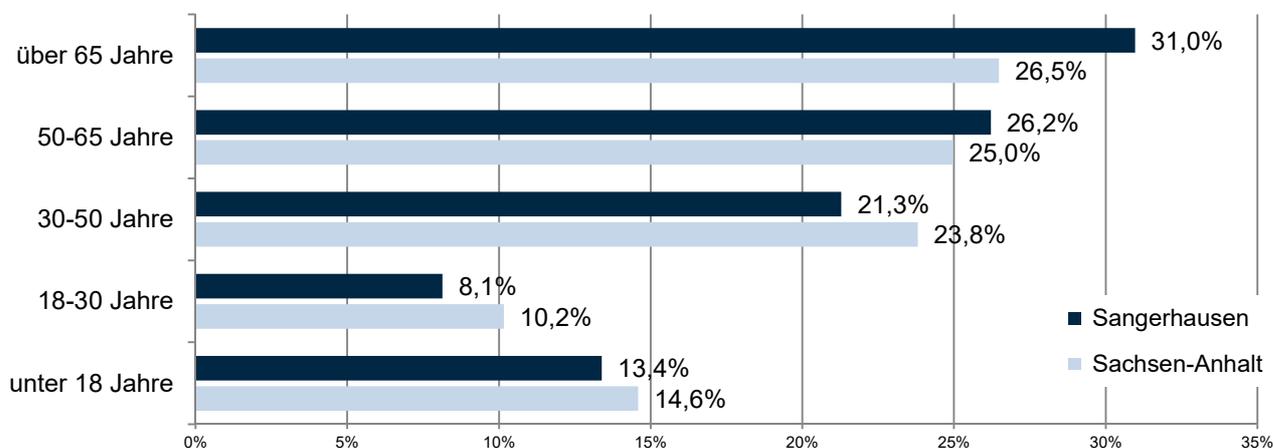
Anmerkung: Die Einwohnerzahl der Stadt Sangerhausen entspricht aus melderechtlichen Gründen nicht exakt den Angaben Statistischen Landesamts Sachsen-Anhalt.

Die einwohnerstärksten Ortsteile sind Oberröblingen (ca. 1.540 Ew.), Wippra (ca. 1.400 Ew.) und Riestedt (ca. 1.290 Ew.). Die restlichen Ortsteile verfügen über eine Einwohnerzahl von jeweils unter 1.000 Personen. Die Einwohnerzahlen der einzelnen Ortsteile liegen zwar relativ niedrig, erreichen jedoch in der Gesamtheit mit rd. 29 % einen hohen Bevölkerungsanteil.

Die durchschnittliche **Haushaltsgröße** beträgt in Sangerhausen ca. 1,9 Personen pro Haushalt und liegt somit im Rahmen des Landesdurchschnittes von Sachsen-Anhalt (1,9 Personen pro Haushalt).<sup>22</sup> Dieser Wert deutet auf eine überwiegende Anzahl von 2-Personen-Haushalten hin.

In Bezug auf die **Altersstruktur** ist der hohe Anteil der älteren Bevölkerung (über 65 Jahre) auffällig, der mit 31 % der gesamtstädtischen Bevölkerung deutlich über dem landesweiten Durchschnitt liegt. Diese Tendenz zeigt sich auch bei den 50 bis 65-Jährigen und weist somit auf eine Überalterung der Sangerhäuser Bevölkerung hin. Dementsprechend fällt der Anteil der jüngeren Einwohner im Landesvergleich geringer aus.

**Abbildung 11: Altersstruktur Sangerhausen im Landesvergleich**



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2018

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem positiven Pendlersaldo von ca. 1.740 Personen besitzt Sangerhausen deutlich mehr Ein- als Auspendler. Auf Grund der positiven Arbeitsplatzzentralität – die in den letzten 10 Jahren stabil ausfällt – sind somit zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten.

**Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Sangerhausen**

	2008	2018
Einpendler / Auspendler	6.034 / 4.291 Personen	6.023 / 4.280 Personen
Pendlersaldo (abs.)	+1.743 Personen	+1.743 Personen

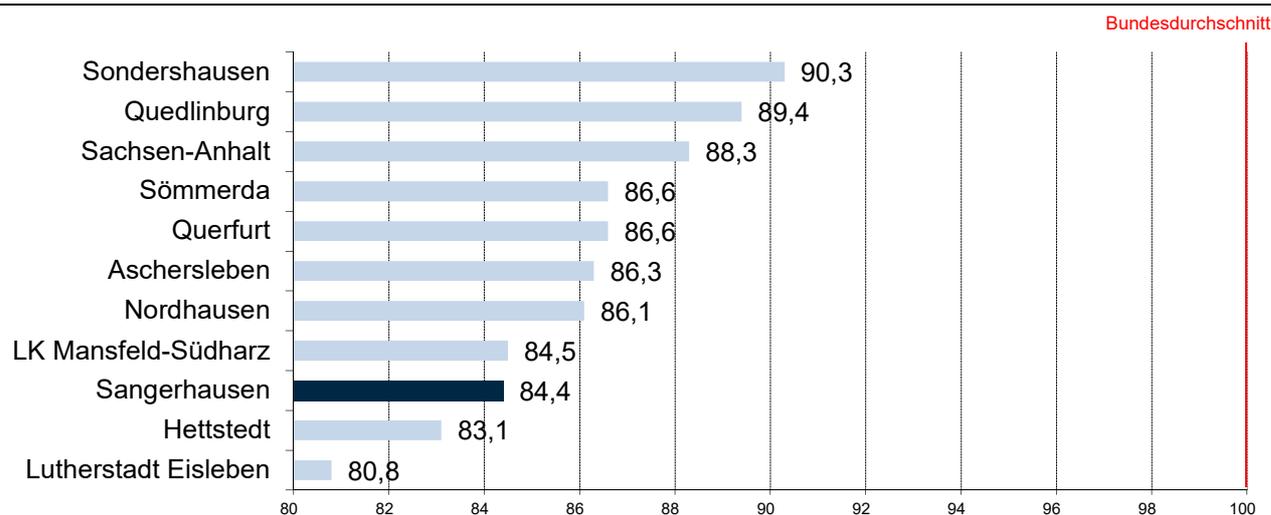
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2008/2018

Bei dem vorstehenden Pendlersaldo fällt auf, dass Sangerhausen – im Vergleich zu seiner Einwohnerzahl – ein hohes Arbeitsplatzangebot vorhält, was sich in der Einpendlerzahl von ca. 6.000 Personen widerspiegelt. Hierbei ist insbesondere auf die Arbeitsplätze im produzierenden bzw. verarbeitenden Gewerbe, aber auch im Einzelhandel zu verweisen, wobei die Unternehmensstruktur meist durch mittelständische Industrie- und Dienstleistungsbetriebe geprägt ist.

22 MB-Research Nürnberg, Soziodemographische Marktdaten 2018.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe der Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug von einzelhandelsfremden Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Onlinehandel) am Wohnort verfügbar ist.

**Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2018

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Sangerhausen (84,4) ist mit dem Durchschnittswert des Landkreises Mansfeld-Südharz (84,5) vergleichbar, wobei die Region im Landesvergleich (88,3) nur über eine unterdurchschnittliche Kaufkraft verfügt. Im nationalen Vergleich weist Sangerhausen – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine geringere Kaufkraft aus, die deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Sangerhausen und auch im umliegenden Landkreis ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Der **Tourismus** stellt für den Einzelhandel eine wichtige Determinante dar, da hieraus Umsatzpotenziale für den lokalen Handel resultieren können.<sup>23</sup> Im Jahr 2018 konnte Sangerhausen knapp über 38.000 Gästeübernachtungen aufweisen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei knapp 2 Tagen, was überwiegend auf Kurzzeitbesuche hindeutet.

**Tabelle 3: Tourismusaufkommen in Sangerhausen**

	2008	2018	Veränderung
	abs.	abs.	%
Gästeübernachtungen	45.726	38.116	17
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2,2 Tage	1,8 Tage	-18

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Tourismus - Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, Dezember 2012/2018

Die Zahl der Gästeankünfte und auch die Gästeübernachtungen sind in Sangerhausen in den letzten zehn Jahren gesunken, ferner hat sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Sangerhausen auf unter 2 Tage reduziert.

<sup>23</sup> Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 15 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. Im Durchschnitt geben Touristen in dem Reisegebiet Harz/Harzvorland 13,80 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei 3,60 EUR auf den Lebensmitteleinzelhandel und 10,20 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.  
 Quelle: dwif Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland.

Grundsätzlich liegen die absoluten Touristenzahlen auf einem verhältnismäßig niedrigen Niveau, so dass der Tourismus als Umsatzquelle für den Sangerhäuser Einzelhandel keine wesentliche Bedeutung besitzt. Die jährlichen Potenziale sind auf ca. 0,5 Mio. EUR<sup>24</sup> zu schätzen und nehmen nur einen geringen zusätzlichen Teil in Bezug auf das gesamtstädtische Nachfragepotenzial (vgl. folgende Tabelle 5) ein.

Die Region Mansfeld-Südharz weist strukturelle Schwächen in Bezug auf die Wirtschaftskraft und auch das Arbeitsplatzangebot<sup>25</sup> auf, was insbesondere auf den Niedergang des Bergbaus in den 1990er Jahren im Mansfelder Land zurückzuführen ist. Für den Arbeitsamtsbezirk Mansfeld-Südharz stellt sich daher eine im Vergleich zum Landesmittel schlechtere Beschäftigungssituation dar. Die **Arbeitslosenquote** lag im Dezember 2018 mit 10,0 % deutlich über dem Bundesdurchschnitt (4,9 %) und auch über dem Durchschnittswert des Landes Sachsen-Anhalt (7,3 %), wobei sich die Arbeitslosenquote in der Region in den letzten Jahren bereits sukzessive verringert hat.

---

24 Bei 38.116 Gästeübernachtungen ergibt sich ein Nachfragepotenzial von ca. 0,53 Mio. EUR p.a., welches von dem örtlichen Einzelhandel gebunden werden kann. Hiervon entfallen 0,14 Mio. EUR auf den Lebensmittelhandel und 0,39 Mio. EUR auf den sonstigen Einzelhandel.

25 Dies wird beispielsweise auch in dem Pendlersaldo des Landkreises Mansfeld-Südharz deutlich, der mit -8.470 Personen eine hohe Auspendlerquote ausweist.

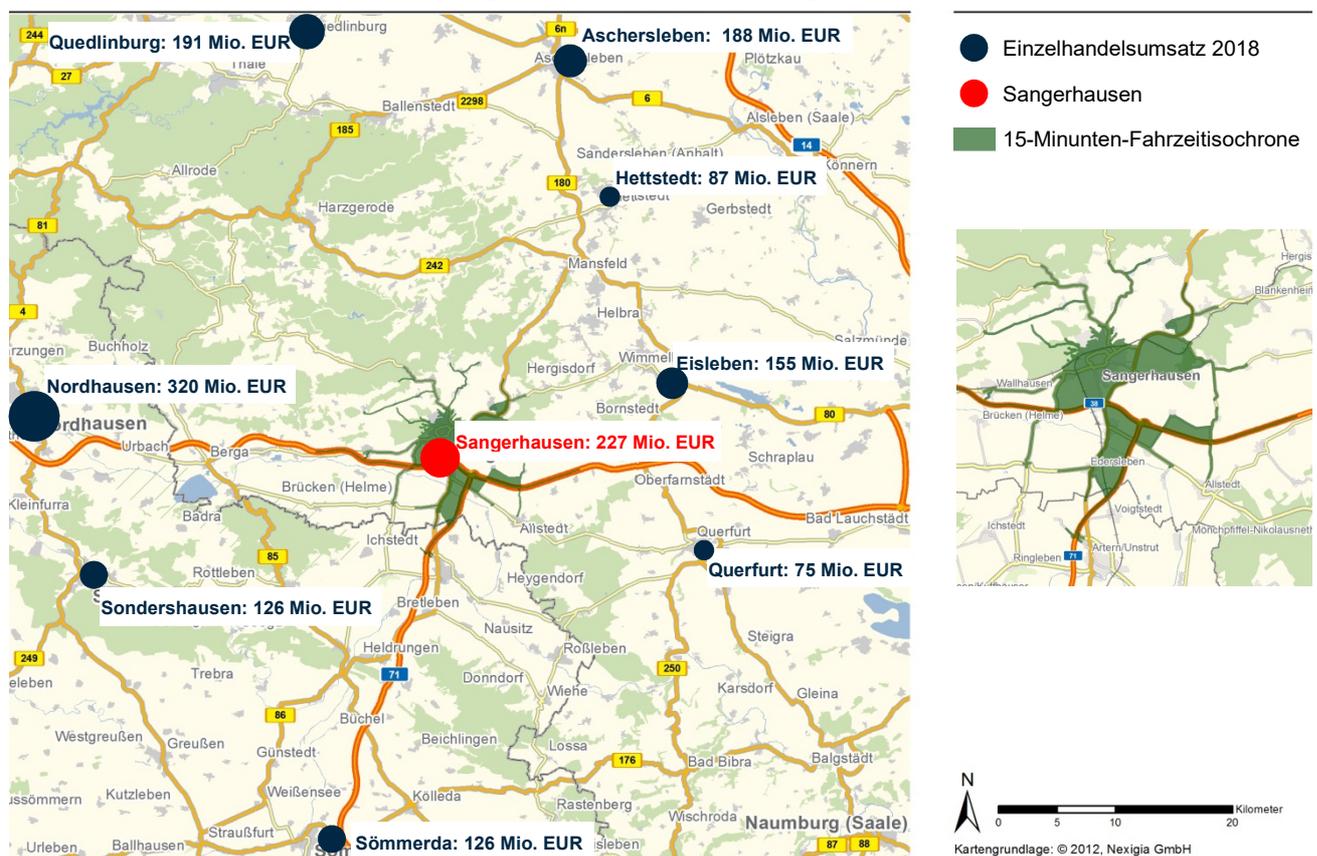
## 5. Einzugsgebiet/Nachfragevolumen des Sangerhäuser Handels

### 5.1. Regionale Wettbewerbssituation

Als Einzugsgebiet einer Stadt oder eines Einzelhandelsstandortes wird ein räumlich abgegrenzter geographischer Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu diesem Standort auszugehen, da sich Verbraucher meist polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Handelsstandorte aufsuchen.

Von besonderer Bedeutung für die **Abgrenzung des Einzugsgebietes** ist neben der Erreichbarkeit (Fahrzeit) vor allem die regionale Konkurrenzsituation zu sehen. Dabei limitieren insbesondere umliegende größere Städte das Einzugsgebiet von Sangerhausen und stehen im Wettbewerb mit der Stadt.

**Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Sangerhausen inkl. Einzelhandelsumsätze**



Das überörtliche Marktgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels wird ferner durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) eingeschränkt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsstandorten mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die relevante Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogerie-/ Pharmaziewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der relativ hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz (i.d.R. bis zu 5 Minuten) deutlich ab. Die Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf von Waren des mittel- oder langfristigen Bedarfs liegt höher. Prinzipiell kann eine durch-

schnittliche Fahrzeit von ca. 15 Minuten (vgl. Karte 4) veranschlagt werden. Zur Deckung der Nachfrage von langlebigen Gütern (v.a. Möbel/Einrichtungsbedarf) werden auch deutlich höhere Fahrzeiten in Kauf genommen.

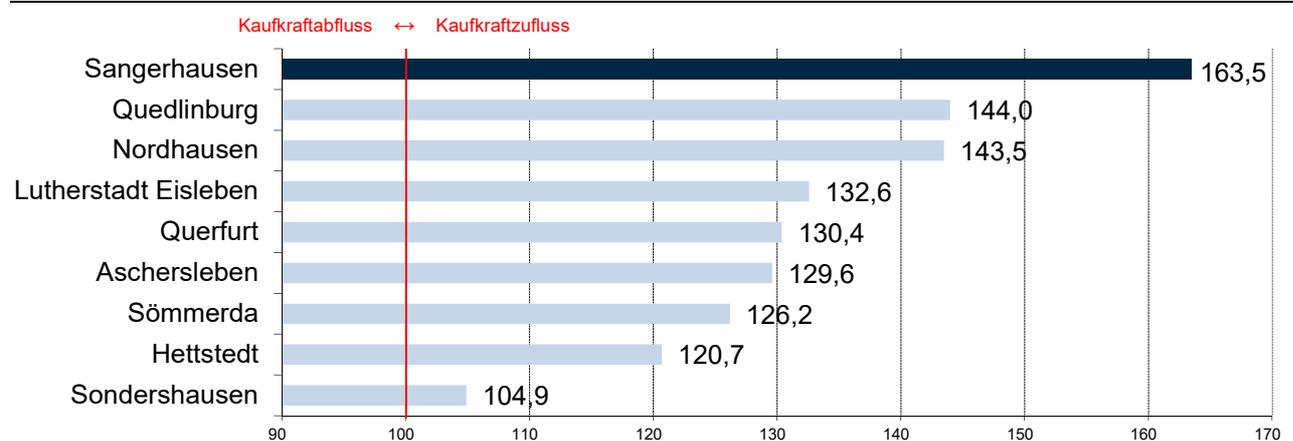
Als regionale **Wettbewerbsorte** sind vor allem die größeren Städte in der umliegenden Region wie Quedlinburg, Aschersleben, Lutherstadt Eisleben, Sömmerda, Sonderhausen und Nordhausen einzustufen. Diese Städte verfügen über ein flächenseitig attraktives Handelsangebot<sup>26</sup> und strahlen auch auf die Bewohner im weiteren Umfeld von Sangerhausen aus.

Im näheren Umfeld von Sangerhausen sind keine prägenden Handelsstandorte mit einer überdurchschnittlichen hohen Strahlkraft vorhanden. Die kleineren Städte wie Hettstedt, Mansfeld, Querfurt, Artern oder Bad Frankenhausen verfügen zum Teil nur über ein eingeschränktes Angebot, das zum größten Teil auf die Grundversorgung der lokalen Bevölkerung ausgerichtet ist. Eine maßgebliche Ausstrahlung des Handelsangebots auf die Konsumenten in Sangerhausen ist nicht möglich.

Als überregionaler Wettbewerbsort ist Halle (Saale) zu sehen, wobei diese Großstadt bezüglich ihres vollumfassenden und leistungsfähigen Einzelhandelsangebots auch Konsumentenzuflüsse aus Sangerhausen auslöst. Hierbei werden jedoch i.d.R. lediglich spezielle Versorgungsfahrten, insbesondere zu größeren Einzelhandelsmagneten getätigt.

Die vorstehend eingefügte Karte verdeutlicht die generierten Umsätze<sup>27</sup> in den größeren Städten im regionalen Umfeld von Sangerhausen. Die Umsatzwerte stellen jedoch lediglich einen absoluten Wert dar. Deshalb wird zusätzlich die **Einzelhandelszentralität**<sup>28</sup> untersucht, welche die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen Bevölkerung bzw. deren einzelhandelsrelevanter Kaufkraft darstellt. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.<sup>29</sup>

**Abbildung 13: Einzelhandelszentralität ausgewählter Orte im regionalen Umfeld von Sangerhausen**



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2018

26 Die Leistungsfähigkeit dieser Städte wird u.a. in der Flächenausstattung deutlich. So verfügt bspw. Aschersleben über eine Verkaufsflächendichte von 2,1 m<sup>2</sup> VK/Ew., Lutherstadt Eisleben von 2,3 m<sup>2</sup>/VK/m<sup>2</sup>, Sondershausen von 2,2 m<sup>2</sup> VK/Ew., Nordhausen von 2,9 m<sup>2</sup> VK/Ew. oder Sömmerda von 3,5 m<sup>2</sup> VK/Ew.  
Quelle: Auswertung publizierter Einzelhandelskonzepte und eigene BBE-Erhebung im Rahmen von Marktuntersuchungen.

27 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsätze 2018.

28 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis der örtlichen Umsatzkennziffer zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex. In der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind dabei auch die Ausgabevolumina für den E-Commerce enthalten.

29 Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.

Die Zentralitätskennziffer von Sangerhausen stellt mit fast 164 einen Spitzenwert dar und weist auf einen hohen Umsatzfluss aus dem räumlichen Umfeld der Stadt hin.<sup>30</sup> Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels positiv einzuschätzen, da per Saldo Kaufkraft nach Sangerhausen fließt. Folglich kann der lokale Einzelhandel die Bevölkerung von Sangerhausen und auch die Bewohner aus dem Umland umfänglich versorgen, wobei sich in der ausgewiesenen Zentralität auch die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Sangerhausen für den ausgewiesenen Verflechtungsbereich widerspiegelt.

---

<sup>30</sup> Anmerkung: Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

## 5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial

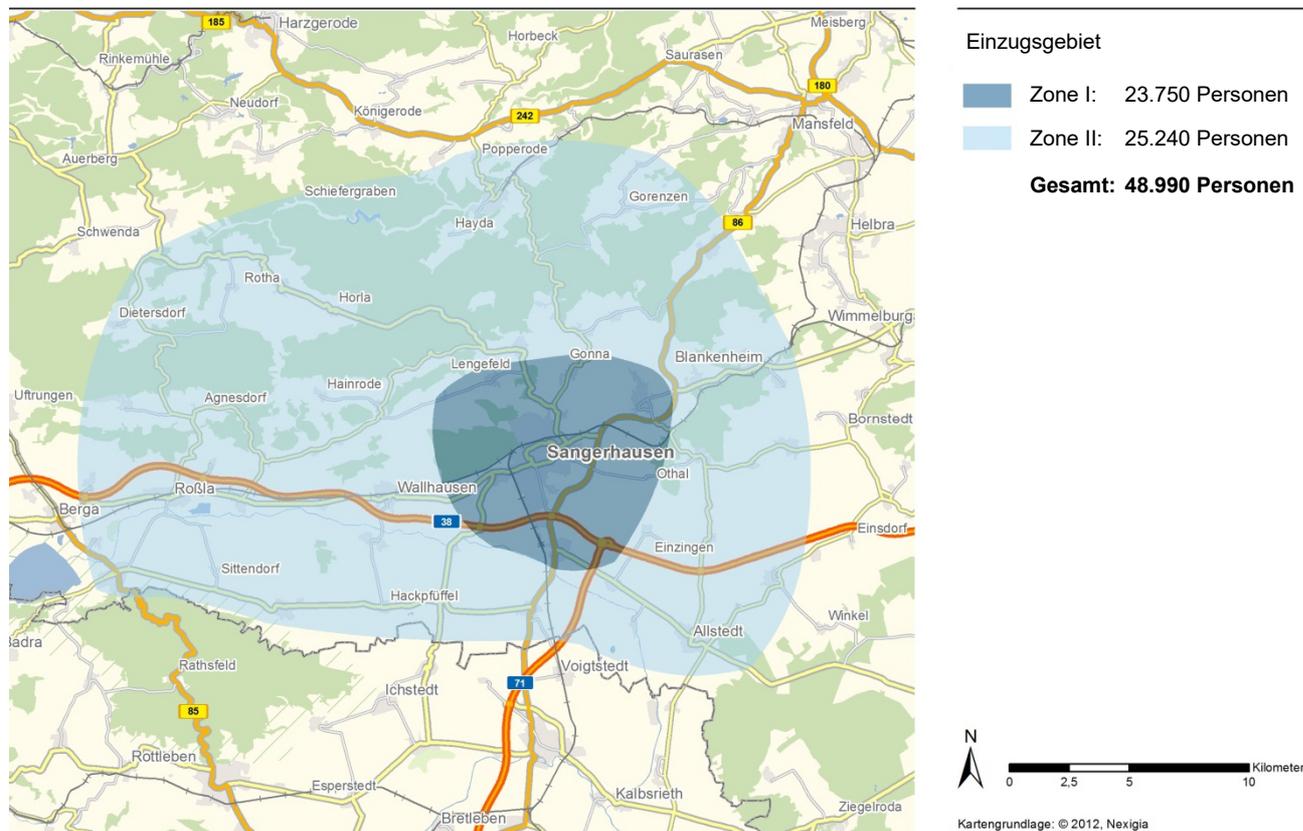
Die **Definition des Einzugsgebietes** des Sangerhäuser Einzelhandels bildet die Voraussetzung für die Ermittlung des Nachfragepotenzials. Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt auf Basis eines Gravitationsmodells, welches die Umlandausstrahlung von Städten auf Grundlage unterstellter Wechselwirkungen von Einzelhandelsattraktivität, jeweiliger örtlicher Bevölkerungszahl und räumlicher Entfernung zwischen Wettbewerbsstandorten bestimmt.<sup>31</sup>

Zur Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets von Sangerhausen sind zudem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen von Sangerhausen (Fahrzeitradius) und die Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf,
- die zentralörtliche bzw. die Verwaltungsfunktion von Sangerhausen,
- die Verkehrsanbindung, topografische Besonderheiten bzw. infrastrukturelle Barrieren,
- die regionale Einzelhandelssituation bzw. die Attraktivität regional relevanter Einkaufsziele im Umfeld von Sangerhausen (vgl. Punkt 5.1) und
- das Sangerhäuser Einzelhandelsangebot und die Marktreichweiten von lokalen Einzelhandelsmagneten.

Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehend dargelegten Kriterien wird das **Einzugsgebiet** des Sangerhäuser Einzelhandels hinsichtlich der Intensität der Kundenbindung zoniert.

**Karte 5: Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels**



31 vgl. Huff-Modell ("Defining and Estimating a Trading Area").

Das Naheinzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels umfasst neben der Stadt selbst die umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Gebiete, aus denen Sangerhausen zügig angefahren werden kann.<sup>32</sup> Der Nahbereich (Zone I) erstreckt sich im Wesentlichen über die Kernstadt und die direkt angrenzenden Ortsteile mit ca. 23.700 Personen.

Innerhalb des überörtlichen Einzugsgebietes (Zone II) liegen die restlichen dezentralen Sangerhäuser Ortsteile und neben zahlreichen kleinen Gemeinden mit Allstedt (ca. 7.700 Ew.) und Kelbra (ca. 3.400 Ew.) auch zwei größere Orte. In dem Einzugsgebiet der Zone II leben ca. 25.200 Einwohner.

In Summe kann der lokale Einzelhandel in Sangerhausen auf ein **Konsumentenpotenzial** von insgesamt ca. 49.000 Personen zurückgreifen. Hierbei leben ca. 26.300 Personen in Sangerhausen, die Einwohnerzahl im überörtlichen Einzugsgebiet liegt bei ca. 22.700 Personen.

**Tabelle 4: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels**

	Einwohner
Sangerhausen	26.300
Überörtliches Einzugsgebiet	22.690
<b>Gesamt</b>	<b>48.990</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung zum 31.12.2018

Auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs und der auch in Zukunft differenziert verlaufenden Einzelhandelsentwicklung von Städten stellt das ermittelte Konsumentenpotenzial keinen statischen Wert dar. Somit ist das vorstehend abgegrenzte Einzugsgebiet als modellhafte Abbildung eines Teilraumes zu sehen, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der Stadt Sangerhausen stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen jedoch in der Natur der Sache.

Das aufgezeigte Einzugsgebiet der Stadt Sangerhausen endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Die umliegenden Gebiete sind jedoch nicht zum Marktgebiet von Sangerhausen zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits verstärkte Einflüsse von Konkurrenzstädten (vgl. Karte 4) zu beobachten sind.

Für den Sangerhäuser Einzelhandel ist jedoch mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (d.h. diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Diese Erlöse ergeben sich vor allem durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes, wobei diese Streuumsätze aus keinen dauerhaften oder ausgeprägten Einkaufsbeziehungen resultieren. Diese Zuflüsse können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden und ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen von Touristen (vgl. Tab. 3), von Besuchern der Stadt (bspw. Behördengänge [Landratsamt]), aus dem Pendlerverkehr (vgl. Tab. 2) oder von Zufallskunden. Im Fazit kann somit der lokale Einzelhandel – neben den Verbrauchern in seinem Einzugsgebiet – auf weitere Nachfragepotenziale zurückgreifen.

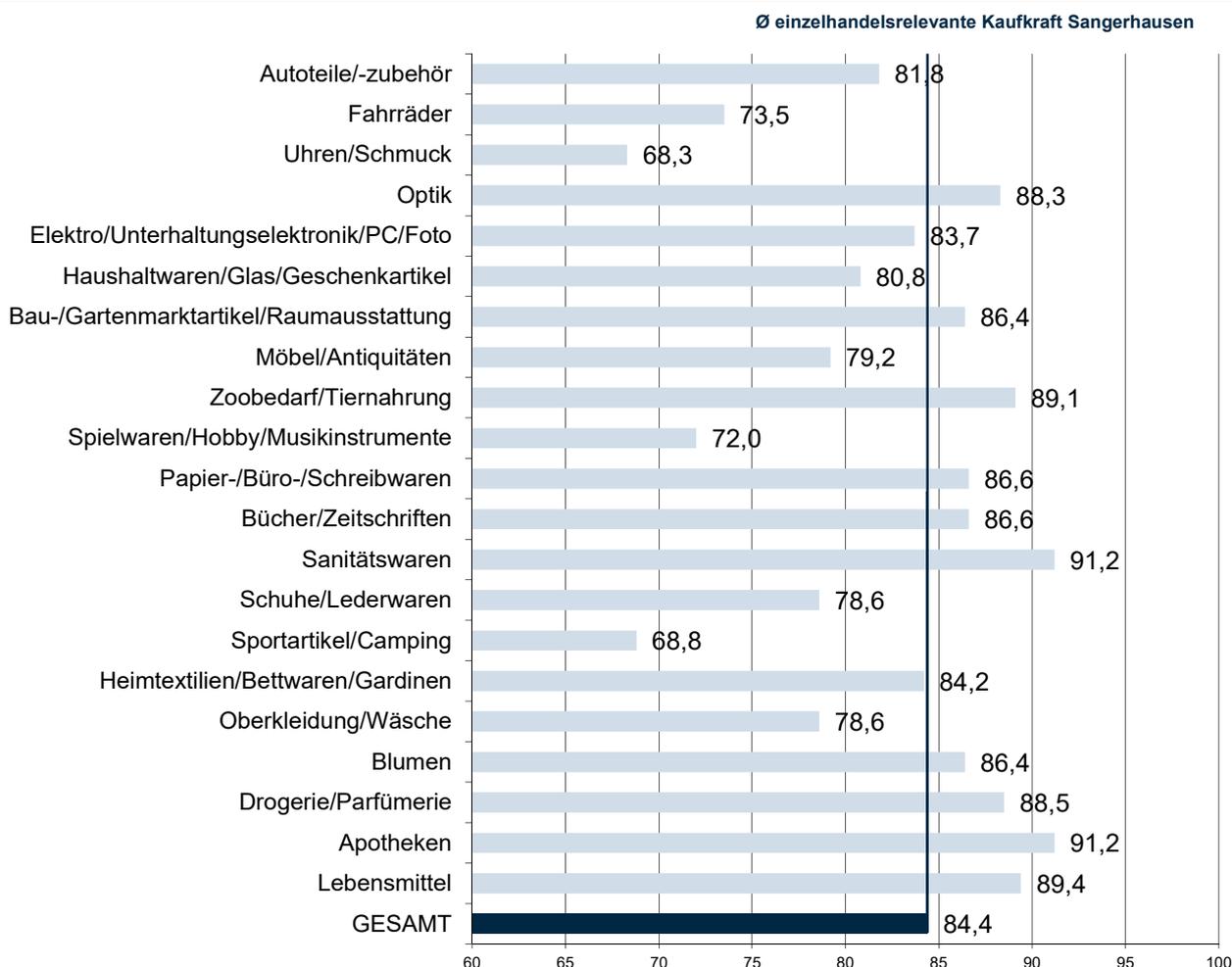
32 Das Einzugsgebiet von Sangerhausen entspricht im Wesentlichen dem regionalplanerisch abgegrenzten mittelzentralen Funktionsraum (vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Harz, Teilfortschreibung des Regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Harz (Sachlicher Teilplan „Zentralörtliche Gliederung“), Anlage 3), wengleich in den Randbereichen des Einzugsgebiets naturgemäß geringe Überschneidung zu anderen Mittelzentren bestehen können.

### 5.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandels assortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabe volumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche<sup>33</sup> ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**<sup>34</sup> an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 12). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.<sup>35</sup>

**Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Stadt Sangerhausen**



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

33 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2018 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung.

34 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern.

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

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in Sangerhausen bzw. in den einzelnen Orten in dem überörtlichen Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das nachfolgende einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für das Marktgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels errechnet.<sup>36</sup>

**Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet von Sangerhausen**

		Marktpotenzial		
		Sangerhausen	Einzugsgebiet	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
1	Lebensmittel	56,17	48,24	104,41
2	Apotheken	13,74	11,30	25,04
3	Drogerie/Parfümerie	8,10	6,81	14,91
4	Blumen	1,45	1,37	2,82
<b>Summe kurzfristiger Bedarf</b>		<b>79,46</b>	<b>67,72</b>	<b>147,18</b>
5	Oberkleidung/Wäsche	11,12	9,36	20,48
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	1,06	0,90	1,96
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	1,94	1,70	3,64
8	Schuhe/Lederwaren	2,50	2,13	4,63
9	Sanitätswaren	2,40	1,97	4,37
10	Bücher/Zeitschriften	2,25	1,91	4,16
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	2,03	1,72	3,75
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	1,82	1,56	3,38
13	Zoobedarf/Tiernahrung	1,31	1,13	2,44
<b>Summe mittelfristiger Bedarf</b>		<b>26,43</b>	<b>22,38</b>	<b>48,81</b>
14	Möbel/Antiquitäten	8,48	7,08	15,56
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	9,95	9,34	19,29
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	2,36	2,02	4,38
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	11,45	9,62	21,07
18	Optik	1,28	1,07	2,35
19	Uhren/Schmuck	1,31	1,09	2,40
20	Fahrräder	1,14	1,19	2,33
21	Autoteile/-zubehör/-reifen	1,05	0,94	1,99
<b>Summe langfristiger Bedarf</b>		<b>37,02</b>	<b>32,35</b>	<b>69,37</b>
<b>Gesamtes Marktpotenzial</b>		<b>142,91</b>	<b>122,45</b>	<b>265,36</b>

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln / MB-Research Nürnberg  
Berechnung: BBE Handelsberatung

<sup>36</sup> Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet:  
Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer.  
Die vorstehenden Volumina stellen aggregierte Werte der einzelnen Orte im Einzugsgebiet dar.

## 6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Sangerhausen

### 6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsflächen im November 2018 im Rahmen einer Vollerhebung in Sangerhausen aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet (vgl. auch Methodik in Anlage 2). Nach der Aufnahme der aktiven Verkaufsflächen erfolgte die Auswertung der primärstatistischen Daten nach räumlichen und sachlichen Kriterien.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung war in Sangerhausen (inkl. Ortsteile) ein Bestand von ca. 230 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 84.500 m<sup>2</sup>. Folgende Tabelle stellt überblicksartig die Entwicklung der letzten Jahre dar.

**Tabelle 6: Betriebe und Verkaufsflächen in Sangerhausen im Zeitvergleich**

Jahr	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte <sup>37</sup>
	m <sup>2</sup>	abs.	m <sup>2</sup> /Betrieb	m <sup>2</sup> /Einwohner
2009	74.930			2,5
2012	80.950			2,7
2016	81.990			3,0
2018	84.460	231	~370	3,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen (November 2018) auf Basis der Erhebung Einzelhandelsatlas 2016 der IHK Halle-Dessau/ IHK-Handelsatlas für den IHK-Bezirk Halle-Dessau des jeweiligen Jahres

In Sangerhausen ist in den vergangenen Jahren – wie im deutschlandweiten Trend (vgl. Abb. 5) – ein Anstieg der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten. Die Flächenausweitung von ca. 13 % seit dem Jahr 2009 lag über der bundesweiten Steigerungsrate, so dass für Sangerhausen eine vergleichsweise hohe Dynamik zu beobachten ist.

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** hat sich in Sangerhausen in den letzten Jahren auf rd. 3,2 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner erhöht. Die Ausweitung der Flächendichte ist jedoch nicht nur auf einen Anstieg der gesamtstädtischen Verkaufsfläche zurückzuführen, sondern auch auf die rückläufige Bevölkerung in der letzten Dekade (vgl. Tab. 1). Somit errechnet sich zwangsläufig eine höhere Flächendichte.

Die Verkaufsflächenausstattung von Sangerhausen liegt – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – deutlich über dem bundesdeutschen Ausstattungswert von rd. 1,5 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner. Grundsätzlich ist zu beobachten, dass Mittelstädte wie Sangerhausen i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte aufweisen, da solche Städte (meist Mittelzentren) auch Versorgungsfunktionen für ihren umliegenden Raum übernehmen und somit meist höhere Flächenangebote vorhalten müssen.

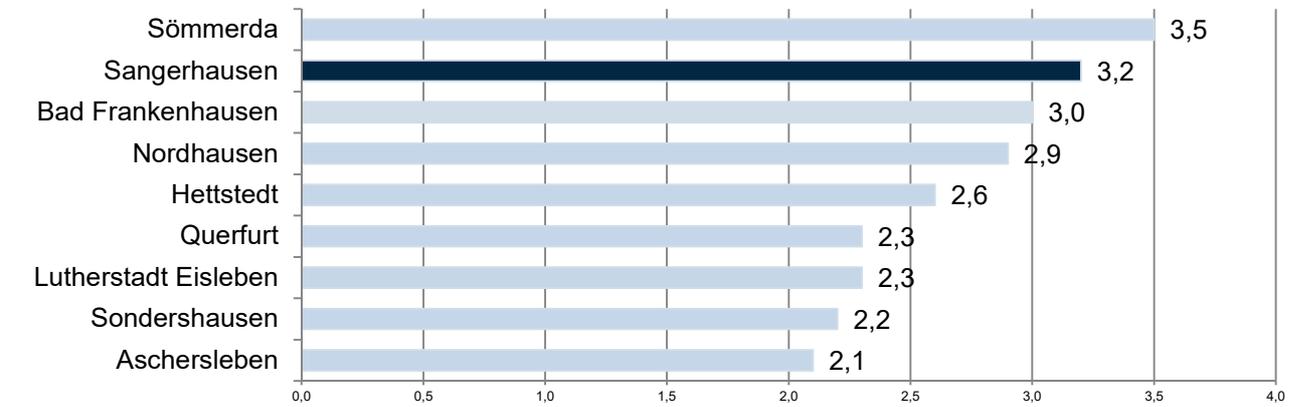
Im Vergleich zu anderen Städten<sup>38</sup> im regionalen Umfeld erreicht die Stadt Sangerhausen mit ca. 3,2 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner einen hohen Verkaufsflächen-Ausstattungsgrad. Bei der Betrachtung der Verkaufsflächendichte muss jedoch beachtet werden, dass alle erhobenen Bestandsdaten in der Erhebungseinheit Sangerhausen zusammengefasst werden. Eventuelle rechnerische Defizite in einer Branche können also

<sup>37</sup> Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region. Bei der Berechnung dieser Kennziffer wurde der Bevölkerungsbestand des jeweiligen Jahres zugrunde gelegt.

<sup>38</sup> Die vorstehend ausgewählten Kennziffern der Verkaufsflächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht direkt miteinander vergleichbar, da die Städte über jeweils unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen und zudem die jeweiligen Erhebung zeitlich versetzt liegen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung in anderen Städten dargestellt werden.

durch andere Branchen wieder ausgeglichen werden. Folgende Abbildung stellt diese Kennzahl im Vergleich zu ausgewählten Städten in der umliegenden Region dar.

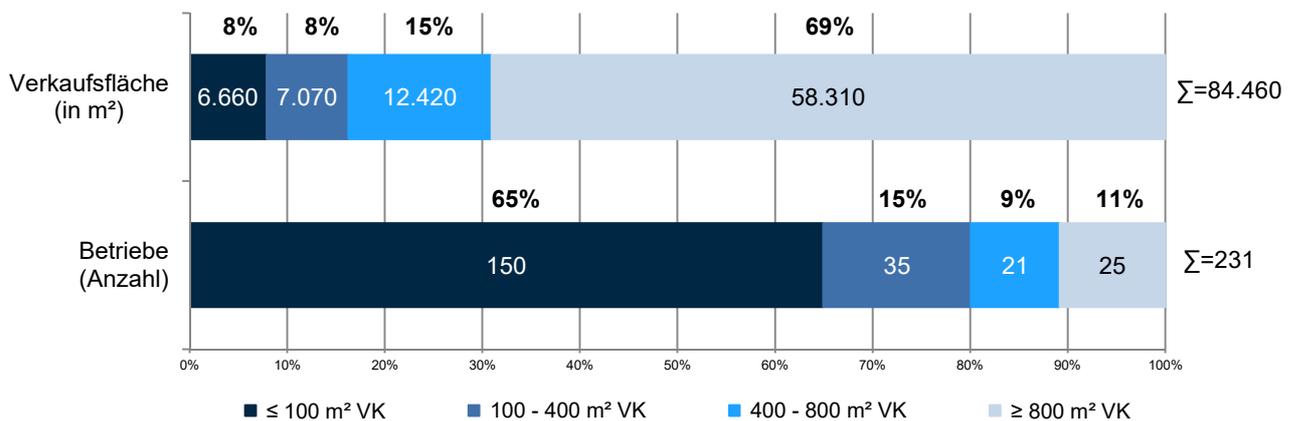
**Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m<sup>2</sup> Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte**



Quelle: Auswertung publizierter Einzelhandelskonzepte (Aschersleben) / IHK-Handelsatlas 2017 (Lutherstadt Eisleben, Hettstedt) / BBE Handelsberatung, eigene Erhebung im Rahmen von Marktuntersuchungen (Sömmerda, Bad Frankenhausen, Nordhausen, Querfurt, Sondershausen)

Die **Größenstruktur des Einzelhandels** bzw. der einzelnen Ladengeschäfte ist aus Verbrauchersicht ein wichtiger Indikator der Leistungsfähigkeit und der Anziehungskraft des Einzelhandels. Gerade großformatige Geschäfte können durch eine hohe Sortimentsbreite und -tiefe mehr Kunden binden als kleinere Handelsbetriebe und besitzen aus Kundensicht eine höhere Attraktivität. In Bezug auf die Gliederung des Sangerhäuser Einzelhandelsbesatzes nach Größenklassen ergibt sich nachfolgendes Bild:

**Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Sangerhäuser Einzelhandels**



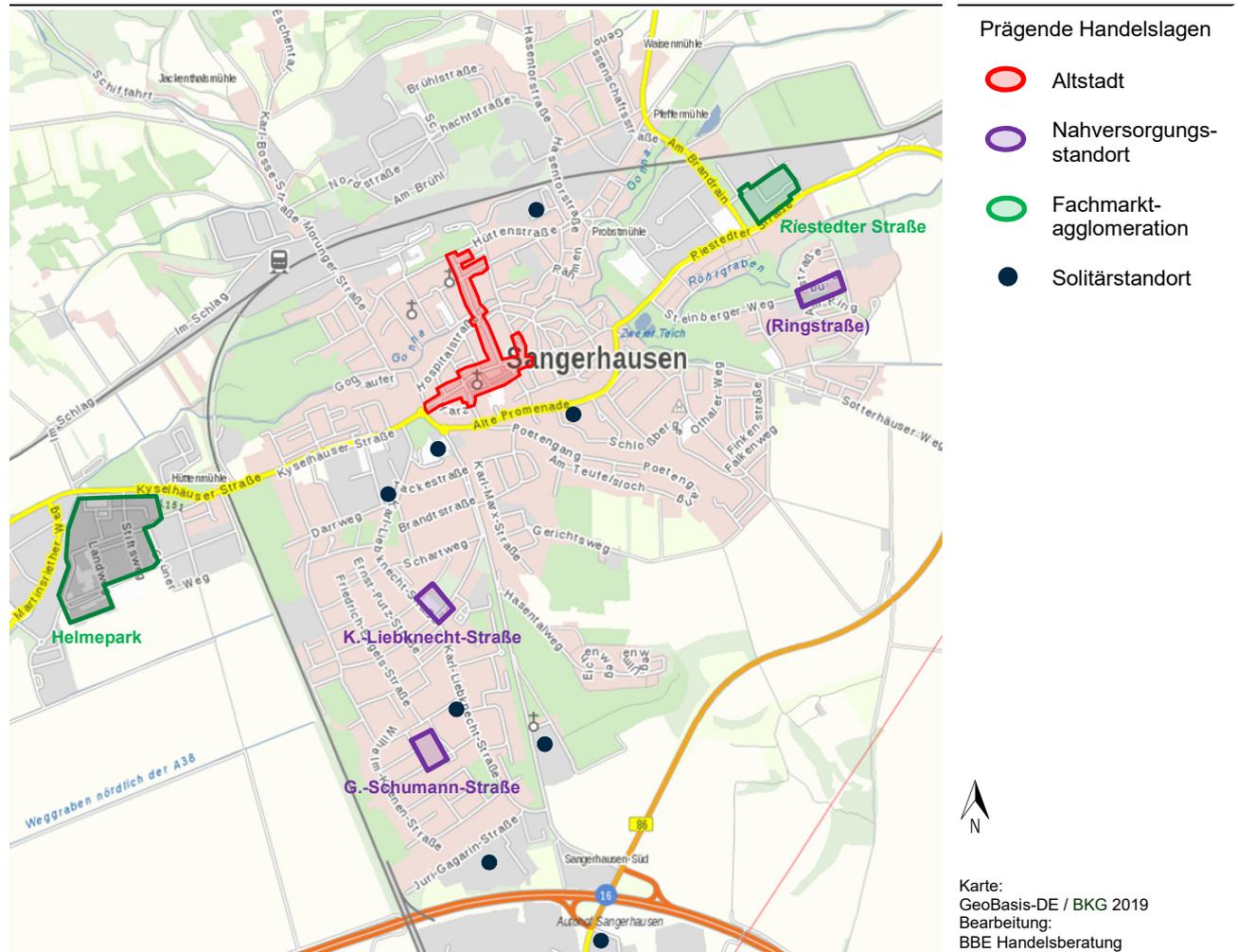
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2018

Die Verkaufsflächenstruktur in Sangerhausen ist überwiegend durch kleinformative Einzelhandelsgeschäfte geprägt, da 65 % und somit der Großteil der 231 Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m<sup>2</sup> aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur ca. 44 m<sup>2</sup> je Ladenlokal. Demgegenüber besitzen die großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m<sup>2</sup>), die an der Gesamtzahl der Betriebe einen Anteil von lediglich 20 % haben, mit einer Verkaufsfläche von rd. 70.730 m<sup>2</sup> einen Anteil von 84 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

## 6.2. Räumliche Angebotsstruktur des Sangerhäuser Einzelhandels

Bei der Analyse der **räumlichen Verteilung** des Sangerhäuser Einzelhandelsangebots wird innerhalb der Kernstadt eine Untergliederung nach dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich, bestehenden Solitärstandorten und Fachmarkttagglomerationen<sup>39</sup> vorgenommen. Folgende Karte skizziert die prägenden Einzelhandelsstandorte in der Sangerhäuser Kernstadt.

**Karte 6: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in der Sangerhäuser Kernstadt**



Den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort stellt die Sangerhäuser **Altstadt** dar, da hier mit über 90 Geschäften ca. 41 % der gesamtstädtischen Betriebe verortet sind. Die Verkaufsfläche umfasst knapp 8.900 m<sup>2</sup> und nimmt einen Anteil an der gesamtstädtischen Fläche von lediglich rd. 10 % ein. Der Großteil der Handelsbetriebe befindet sich in der innerstädtischen Hauptgeschäftslage, die straßenbegleitend entlang der Kyllischen Straße über die Göpenstraße in die Bahnhofstraße verläuft.

Der innerstädtische Einzelhandel ist auf sog. zentrenrelevante Sortimente, vorwiegend aus den modischen Branchen fokussiert. Größere Magnetbetriebe sind Müller Drogerie, Modehaus Bianca, Mister & Lady Jeans, Rieker, Intersport Liebig oder Hess Spielwaren, wobei auch diverse großformatige discountorientierte Betriebe (u.a. Mac Geiz, NKD, Cupido) vorhanden sind. Die durchschnittliche Betriebsgröße je Ladeneinheit liegt

39 vgl. Definition in Anlage 3.

mit ca. 90 m<sup>2</sup>/Geschäft – im gesamtstädtischen Vergleich – auf einem niedrigen Niveau, was auf die meist kleinformatischen innerstädtischen Bebauungsstrukturen zurückzuführen ist.

In Sangerhausen sind in der hochverdichteten Großwohnsiedlung im südwestlichen Kernstadtbereich zwei **Nahversorgungsstandorte** vorhanden. Das Nahversorgungszentrum Karl-Liebknecht-Straße befindet sich an dem genannten Straßenzug im Kreuzungsbereich der Straße der Volkssolidarität und kann auf ca. 2.700 m<sup>2</sup> ein attraktives und kompetentes Nahversorgungsangebot präsentieren. Dieses wird durch einen REWE- und einen Rossmann-Markt geprägt, der Textilfachmarkt KIK arrondiert dieses Angebot.

In der Georg-Schuhmann-Straße wurde ein weiterer komplexer Nahversorgungsstandort identifiziert, der mit ca. 1.600 m<sup>2</sup> ein flächenseitig geringeres Angebot vorhält. Da sich hier in der Vergangenheit bereits verschiedene Betriebe abgesiedelt haben, wird der Bestand durch die beiden Magnetanbieter NP-Discount und Tedi geprägt. Dieser Standort – geprägt durch die zentrale Lage innerhalb der Südwestsiedlung – ist für einen Großteil der Einwohner dieser Großwohnsiedlung fußläufig sehr gut erreichbar und übernimmt eine wichtige Grundversorgungsfunktion.

In der Großwohnsiedlung Othal war an der Ringstraße vormals ein weiteres Nahversorgungszentrum vorhanden, wobei der Magnetbetrieb NP-Discount (zur Edeka-Gruppe) nach der Ansiedlung des Edeka-Marktes an der naheliegenden Riestedter Straße geschlossen wurde. Die Einzelhandelsstrukturen sind an diesem Standort nach dem Rückzug von NP-Discount komplett abgeschmolzen.<sup>40</sup>

Der Großteil der Verkaufsfläche wurde in Sangerhausen an zwei dezentralen **Fachmarktlagen** entwickelt. Im westlichen Kernstadtgebiet befindet sich in städtebaulicher Randlage der Helmepark mit fast 33.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Das Angebot ist durch zahlreiche großformatige Fachmärkte geprägt, die diffus in einer weitläufigen Agglomeration angesiedelt wurden. In Bezug auf die Sortimentsstruktur wird ein breit gefächertes Angebot gezeigt, das durch die Einrichtungsbranche, die Lebensmittelbranche, durch modische Sortimente und die Elektrobranche geprägt ist.

An der Riestedter Straße ist an einem weiteren autokundenorientierten Standort eine flächenseitig kleinere Fachmarkttagglomeration vorhanden, die eine Verkaufsfläche von ca. 11.500 m<sup>2</sup> beherbergt. Neben einem Baumarkt (OBI) und einem Lebensmitteldiscounter (Penny) wurde dieser Standortbereich im Jahr 2016 um einen Edeka-Markt und einen Aldi-Markt nochmals erweitert.

Folgende Übersicht stellt zusammenfassend den strukturprägenden Sangerhäuser Einzelhandelsbesatz nach Versorgungslagen dar.

**Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte in Sangerhausen nach Standortkategorien**

Versorgungslagen	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m <sup>2</sup>	%	abs.	%	m <sup>2</sup> /Betrieb
Altstadt	8.850	10	94	41	~90
Nahversorgungsstandorte	4.380	5	11	5	~400
Fachmarkttagglomerationen	44.340	53	41	18	~1.080
Solitärstandorte	20.890	25	22	9	~950
Streulagen	3.660	4	35	15	~100
Ortsteile	2.340	3	28	12	~80
<b>Gesamt</b>	<b>84.460</b>	<b>100</b>	<b>231</b>	<b>100</b>	<b>~370</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2018

<sup>40</sup> In diesem Standortbereich war an der Steinberger Straße vormals auch ein Extra-Lebensmittelmarkt mit ca. 1.100 m<sup>2</sup> vorhanden, der sich jedoch bereits vor Jahren abgesiedelt hat. Die Fläche des Extra-Marktes steht aktuell leer.

In Sangerhausen sind verschiedene prägende **Solitärstandorte**<sup>41</sup> vorhanden. Hierbei handelt es sich um Standorte, die überwiegend mit Lebensmittelmärkten (Norma [Alte Promenade, Am Mittelfeld], Kaufland [Schützenplatz], Lidl [Weinbergstraße], Netto [Walter-Rathenau-Straße, Wilhelm-Koenen-Straße] jeweils zzgl. Komplementäre) belegt sind. Ferner befinden sich zwei weitere Standorte an der Juri-Gagarin-Straße (REPO, Fahrradcenter Sangerhausen) und „Vor der Blauen Hütte“ (Panorama Möbel, Netto).

Der vorstehend kurz skizzierte Einzelhandelsbestand wird durch verschiedene, meist kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte in kernstädtischen **Streulagen**<sup>42</sup> arrondiert. Eine flächenseitige Verdichtung von Handelsbetrieben existiert dabei nicht. Die Geschäfte sind meist in Wohnlagen verortet und auf die Versorgung der umliegenden Bevölkerung ausgerichtet oder befinden sich auch an dezentralen Standorten. Größere Anbieter sind bspw. ATU (Am Brandrain), Getränkewelt (Handelsweg), Raab Karcher (Hasentorstraße), Gartenmöbel Bosse (Kyselhäuser Straße) oder Handwerkerbedarf Börsch (Steinberger Weg).

In den einzelnen peripheren **Ortsteilen** ist jeweils ein flächenseitig geringer Einzelhandelsbestand vorhanden, wobei bereits über 70 % von der Gesamtverkaufsfläche durch zwei Lebensmittelmärkte in Wippra und in Oberröblingen und einen Küchen-/ Elektrogeräteanbieter in Riestedt gebunden werden. Das verbleibende Angebot ist maßgeblich auf die Nahversorgung der jeweiligen Ortsteile ausgerichtet und wird durch den Lebensmittelhandel, vor allem durch kleinere Lebensmittelgeschäfte und Nahrungsmittelhandwerker geprägt.

Im Fazit der vorstehenden Standortbewertung ist aus städtebaulicher Sicht zu konstatieren, dass in Bezug auf die Verteilung des Handelsbesatzes das Angebot in dezentralen Fachmarktlagen eindeutig dominiert. Der Besatz in diesen Lagen wird auch zum großen Teil durch Betriebe mit sog. zentrenrelevanten Sortimenten geprägt, so dass dem innerstädtischen Handel ein deutliches Angebot mit diesen Sortimentsgruppen gegenüber steht. In Folge ergeben sich eingeschränkte Weiterentwicklungsmöglichkeiten des innerstädtischen Sangerhäuser Einzelhandels; dies betrifft ebenso die bestehenden Nahversorgungszentren.

---

41 Hierzu zählen Einzelhandelslagen, die mit ein bzw. maximal zwei Handelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche von über 400 m<sup>2</sup> belegt sind.

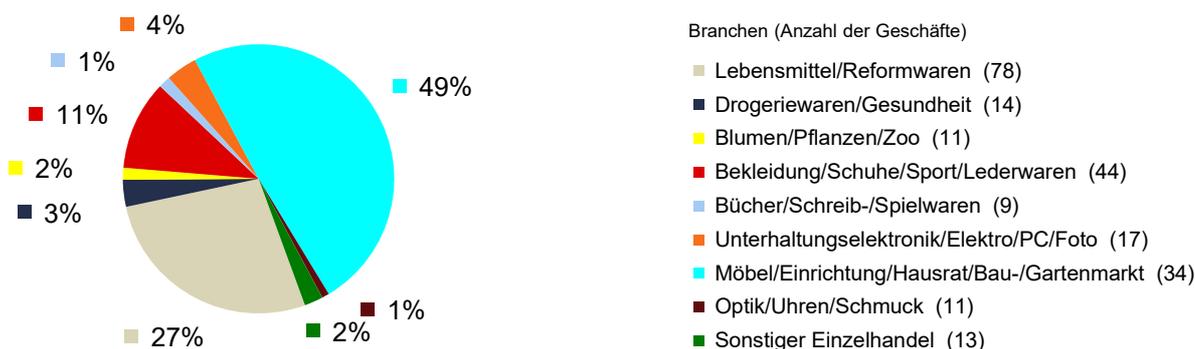
42 Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

## 6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

### 6.3.1. Sortimentsstruktur Sangerhausen

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Sangerhausen (rd. 84.460 m<sup>2</sup> VK) werden die einzelnen Betriebsstätten nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.<sup>43</sup> Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** stellt sich in Sangerhausen aktuell wie folgt dar:

**Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur Sangerhausen**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2018

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 41.500 m<sup>2</sup>) wird in Sangerhausen durch die **Einrichtungsbranche** eingenommen, in der neben den drei Möbelanbietern (Panorama Möbel, Möbel Boss, Wesa Küchenwelt) auch zwei Bau- und Gartenmärkte (OBI, Hagebau), ein Einrichtungsfachmarkt (Hammer) und der REPO-Markt subsumiert werden. Da es sich bei den Betrieben dieser Branche um meist größere, fachmarkttypische Ladeneinheiten handelt, weist diese Branche üblicherweise einen verhältnismäßig hohen Flächenanteil auf.

Einen weiteren Angebotsschwerpunkt bildet mit knapp 23.000 m<sup>2</sup> und der größten Anzahl der Betriebe die **Lebensmittelbranche**. Einerseits wird diese Branche durch die 16 großformatigen Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind auch zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Nahrungsmittelhandwerker) vorhanden. Die beiden genannten Branchen nehmen bereits einen Flächenanteil von ca. 76 % der gesamtstädtischen Flächenausstattung ein, so dass die hohe Verkaufsflächendichte in Sangerhausen (3,2 m<sup>2</sup> VK/Ew.) maßgeblich von diesen beiden Branchen (2,4 m<sup>2</sup> VK/Ew.) getragen wird.

Weiterhin stellt die **Modebranche**, die als innerstädtische Leitbranche fungiert und wesentlich die Attraktivität einer Stadt mit prägt, mit einer Fläche von rd. 9.100 m<sup>2</sup> einen wichtigen flächenseitigen Angebotsbaustein für Sangerhausen dar. Die Modebranche weist mit den beiden vorstehend genannten Branchen mit die höchste Anzahl an Geschäften auf.

Die restlichen Branchen nehmen geringere Flächenanteile ein, stellen jedoch zur Abrundung bzw. für einen gesamtstädtischen Angebotsmix einen wichtigen Faktor dar. Insbesondere ist die Existenz von leistungsfähigen Betrieben in den Branchen Elektrowaren/Unterhaltungselektronik und Drogeriewaren hervorzuheben.

Zusammenfassend ist die Sortimentszusammensetzung des Sangerhäuser Einzelhandels im interkommunalen Vergleich<sup>44</sup> eine übliche, da i.d.R. die beiden flächenintensiven Sortimente der Einrichtungs- und der Lebensmittelbranche – gefolgt von den modischen Sortimenten – grundsätzlich die höchsten Flächenanteile in ähnlich großen Städten einnehmen.

<sup>43</sup> Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt grundsätzlich nach seiner Hauptwarengruppe. Die in zahlreichen Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich i.d.R. dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch in Folge bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 20) berücksichtigt.

<sup>44</sup> Eine direkte Vergleichbarkeit von Einzelhandelsstrukturen von Städten ist grundsätzlich nicht möglich, da diese über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen, Einzugsgebiete etc. verfügen.

### 6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich

Zur besseren Strukturierung der Flächen werden die einzelnen Branchen in Bedarfsbereiche (nach der Häufigkeit der Nachfrage, vgl. Anlage 2) unterteilt und einer kurzen Analyse unterzogen.

**Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich**

	Verkaufs- fläche m <sup>2</sup>	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m <sup>2</sup> /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m <sup>2</sup> /Einwohner
Lebensmittel	22.970	78	~290	0,87
Apotheken	520	10	~50	0,02
Drogerie/Parfümerie	2.220	4	~560	0,09
Blumen	360	8	~40	0,01
<b>Gesamt</b>	<b>26.070</b>	<b>100</b>	<b>~260</b>	<b>0,99</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2018

In Sangerhausen ist im **Lebensmitteleinzelhandel** aktuell eine Verkaufsfläche von fast 23.000 m<sup>2</sup> vorhanden. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt im interkommunalen Vergleich mit knapp 0,9 m<sup>2</sup> pro Einwohner sehr hoch<sup>45</sup>, so dass ein ausreichendes flächenseitiges Angebot vorhanden ist. Somit kann Sangerhausen auch ein attraktives Angebot für die Bewohner in seinen Verflechtungsbereich darstellen.

Die aktuelle Angebotsstruktur weist eine für die Stadtgröße ausgewogene Mischung aus den Betriebstypen Verbrauchermarkt, Supermarkt und Discounter (vgl. Betriebstypendefinition in Anlage 4) auf. Ergänzt werden diese Anbieter durch kleinstrukturierte Lebensmittelanbieter (v.a. Bäcker/Fleischer), SB-Geschäfte und Getränkemärkte.

In Sangerhausen sind zehn **Apotheken** mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 500 m<sup>2</sup> vorhanden. Die Darstellung der einzelnen Apotheken ist unter qualitativen Gesichtspunkten durchgängig als sehr gut zu bewerten. Auf Basis der lokalen Einwohnerzahl errechnet sich eine sog. Apothekendichte von ca. 38 Apotheken je 100.000 Einwohner. Der Sangerhäuser Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 24 Apotheken/ 100.000 Ew.) und zum Landesdurchschnitt (rd. 26 Apotheken/100.000 Ew.)<sup>46</sup> einen überdurchschnittlichen Ausstattungsgrad dar, so dass eine optimale Versorgung der Bevölkerung möglich ist. Auf der anderen Seite deutet dieser Ausstattungsgrad jedoch auch auf einen verstärkten örtlichen Wettbewerb hin.

In der Branche **Drogerie-/ Parfümeriewaren** sind mit der innerstädtischen Müller Drogerie, die ein vollumfängliches Drogeriewarenangebot offeriert und den beiden Anbietern Rossmann und dm alle in der Region aktiven Marktteilnehmer in Sangerhausen vertreten. In der Innenstadt ist ferner eine Fachparfümerie adressiert, die im Bereich der Depotkosmetik ein attraktives Parfümerieangebot im gehobenen und spezialisierten Bereich offeriert. Neben dem Angebot in den drei Drogeriemärkten wird die Nachfrage nach Drogerieartikeln auch partiell von Anbietern des Lebensmittelhandels<sup>47</sup> gedeckt.

In Sangerhausen existiert im Sortimentsbereich **Blumen** ein umfängliches Angebot, das sich auf diverse Blumengeschäfte im gesamten Stadtgebiet verteilt. Das Gesamtangebot ist insbesondere auf Grund der meist leistungsstarken Floristikfachgeschäfte als gut einzustufen.

45 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

46 Quelle: ABDA, Die Apotheke 2018, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2017 (Apotheken je 100.000 Einwohner).

47 Alle Lebensmittelmärkte in Sangerhausen führen im Randsortiment Drogeriewaren. Das flächenseitig größte Angebot ist in den beiden Verbrauchermärkten von Kaufland und Edeka (E-Center) vorzufinden.

### 6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die Einzelhandelsausstattung im Segment des mittelfristigen Bedarfsbereichs in Sangerhausen und die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte je Branche.

**Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich**

	Verkaufs- fläche m <sup>2</sup>	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m <sup>2</sup> /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m <sup>2</sup> /Einwohner
Oberkleidung/Wäsche	7.070	33	~210	0,27
Heimtextilien/Kurzwaren	130	3	~40	<0,01
Sportartikel/Camping	580	2	~290	0,02
Schuhe/Lederwaren	1.310	6	~220	0,05
Sanitätswaren	130	4	~30	<0,01
Bücher/Zeitschriften	100	2	~50	<0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	790	5	~160	0,03
Spielwaren	310	2	~160	0,01
Zoobedarf	840	3	~280	0,03
<b>Gesamt</b>	<b>11.260</b>	<b>60</b>	<b>~190</b>	<b>0,43</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2018

Das Angebot an **Bekleidung** stellt hinsichtlich seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar, wobei unter dem Blickwinkel der aktuellen Flächenausstattung von rd. 0,27 m<sup>2</sup> Textilverkaufsfläche je Einwohner ein flächenseitig attraktiver Angebotsbestand vorhanden ist.<sup>48</sup>

In Sangerhausen führen derzeit 33 Geschäfte auf rd. 7.100 m<sup>2</sup> VK dieses Sortiment. Die Textilgeschäfte sind größtenteils in der Sangerhäuser Altstadt verortet, wenngleich die hier befindlichen 24 Anbieter mit ca. 3.020 m<sup>2</sup> lediglich einen Anteil von 43 % der gesamtstädtischen Textilverkaufsfläche einnehmen. Die flächenseitig größten Anbieter (AWG, Müller & Monroe, KIK, Takko) sind dezentral im Helmpark verortet.

Das innerstädtische Angebot ist vorwiegend durch inhabergeführte Modegeschäfte gekennzeichnet, die auf Grund ihrer meist höherwertigen Ausstattung sowie Spezialisierung einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für die Sangerhäuser Altstadt darstellen. Aus gutachterlicher Sicht sind in der Innenstadt verschiedene, überdurchschnittlich attraktive Anbieter<sup>49</sup> mit einer äußerst ansprechenden Warenpräsentation vorhanden, so dass dieser Branche eine wichtige Magnetfunktion für die Einkaufsinnenstadt zukommt. Mit den Anbietern Mister & Lady Jeans, NKD, Ernstings Family und Mode Express No. 1 sind auch vier Filialisten angesiedelt.

In der Branche **Heimtextilien** sind drei kleinformatige Anbieter vorhanden. Diese Warengruppen werden jedoch vor allem im Randsortiment des Hammer-Einrichtungsfachmarktes mit geführt.

In der **Sportbranche** (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) ist in der Innenstadt mit Intersport ein ansprechender Fachmarkt angesiedelt. Es wird auf über 500 m<sup>2</sup> ein umfängliches Angebot mit einer attrakti-

48 Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von rd. 0,27 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner ist aus gutachterlicher Sichtweise im interkommunalen Vergleich als üblich einzustufen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt in diesem Segment in vergleichbaren Städten bei ca. 0,20 bis 0,30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner.

Quelle: Verkaufsflächenerhebungen der BBE Handelsberatung in Städten mit 20.000 bis 40.000 Einwohnern. Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

49 Beispielhaft sind hier die Firmen Bianca, Birendy, MS-Mode, geblendet, Hosen-Zentrale, Check-in-Store oder EB-Design zu nennen.

ven Auswahlbreite gezeigt. Ein spezialisierter Anbieter (Fachgeschäft für Angelbedarf) rundet das Angebot ab. In Bezug auf das betrachtete Marktgebiet wären weitere, spezialisierte Anbieter wünschenswert.

Im Sortiment **Schuhe/Lederwaren** gibt es in Sangerhausen sechs Anbieter mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.300 m<sup>2</sup>. Neben dem kundenattraktiven Angebot im Helmepark, das durch die Schuhfachmärkte Deichmann und Mayer's Markenschuhe mit ca. 840 m<sup>2</sup> geprägt ist, sind in der Sangerhäuser Altstadt drei weitere Schuh- und ein Lederwarenanbieter vorhanden. Die Fläche der innerstädtischen Anbieter macht jedoch nur ca. 35 % der gesamtstädtischen Schuhverkaufsfläche aus, so dass der flächenseitige Angebotsschwerpunkt – wie auch in der Textilbranche – an einem dezentralen Angebotsstandort liegt.

Der **Sanitätsfachhandel** (u.a. Sanitätswaren, Hörgeräte) wird in Sangerhausen von vier Anbietern vertreten, die für die Stadtgröße ein gutes Angebot präsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen. Diese kleine, jedoch qualitativ gut ausgeprägte Branche spiegelt auch die demographische Entwicklung von Sangerhausen bzw. insbesondere den hohen Anteil älterer Bürger wider (vgl. Abb. 11).

In der Branche **Bücher** ist eine kleinere innerstädtische Buchhandlung vorhanden. Dieses Angebot ist als zufriedenstellend zu bewerten, wobei langfristig eine höhere Sortimentstiefe wünschenswert wäre. Für diese Branche stellt jedoch der Online-Handel eine deutliche Konkurrenz dar, so dass die Entwicklungschancen als eingeschränkt zu bewerten sind.

In der Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** sind verschiedene kleinformatische Betriebe in Sangerhausen vorzufinden, wobei der Bürofachmarkt im Helmepark mit fast 700 m<sup>2</sup> der flächenseitig größte und kompetenteste Anbieter in Sangerhausen ist. Das Sortiment wird weiterhin in sog. Multisortimentsmärkten (bspw. Pfennigpfeiffer, Tedi, Mäc Geiz) geführt.

Das Angebot in der **Spielwarenbranche** wird derzeit durch ein attraktives innerstädtisches Fachgeschäft geprägt, das dieses Marktsegment zum großen Teil abdeckt. Das eingeschränkte Angebot von lediglich einem Anbieter reflektiert u.a. den geringen Anteil der jüngeren Bevölkerung in Sangerhausen (vgl. Abb. 11) und die daraus folgende geringe sortimentspezifische Kaufkraft in dieser Branche (vgl. Abb. 14). Weiterhin werden Spielwaren im Randsortiment von größeren Anbietern mitgeführt.

In der **Zoobranche** ist im Helmepark mit Zoo & Co ein attraktiver Fachmarkt angesiedelt, der neben zwei kleineren Spezialgeschäften die Nachfrage vor Ort binden kann. Das Teilsegment Tiernahrung wird auch von branchenfremden Anbietern offeriert. So führen insbesondere die Lebensmittelmärkte in Sangerhausen diese Warengruppe.

### 6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich

Das Einzelhandelsangebot im Segment des langfristigen Bedarfsbereiches stellt sich für die Stadt Sangerhausen wie folgt dar:

**Tabelle 10: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich**

	Verkaufs- fläche m <sup>2</sup>	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m <sup>2</sup> /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m <sup>2</sup> /Einwohner
Möbel/Antiquitäten	18.290	8	~2.290	0,69
Baumarkt/Raumausstattung	20.460	18	~1.140	0,78
Hausrat/Glas/Geschenkartikel	2.720	8	~340	0,10
Elektro/Unterhaltungselektronik	3.160	17	~190	0,12
Optik	490	6	~80	0,02
Uhren/Schmuck	240	5	~50	0,01
Fahrräder	1.300	5	~260	0,05
Autoteile/-zubehör	470	4	~120	0,02
<b>Gesamt</b>	<b>47.130</b>	<b>71</b>	<b>~660</b>	<b>1,79</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2018

In Sangerhausen gibt es u.a. ein mittelständisches Möbelhaus (Panorama Möbel), einen Möbelmitnahmemarkt (Boss), einen Möbelfachmarkt (Dänisches Bettenlager) und einen Küchenmarkt (Wesa Küchenwelt). Dieses Angebot wird durch vereinzelte Fachanbieter ergänzt, so dass in der **Möbelbranche** – für die Stadtgröße – mit einer Flächendichte von fast 0,7 m<sup>2</sup> VK/Ew. ein attraktives Angebot besteht. Ferner ist mit REPO ein weiterer Möbelanbieter in einem ausschließlich discountorientierten Segment vorhanden.

In der Branche **Bau-/Gartenmarktartikel und Raumausstattung** besteht ebenfalls ein flächenseitig umfangreiches Angebot. Mit OBI und Hagebau sowie Hammer sind drei großflächige und leistungsfähige Märkte vorhanden, die funktionsgerecht in autokundenorientierten Lagen des Kernstadtgebietes adressiert sind. In den beiden Baumärkten wird neben verschiedenen Randsortimenten auch ein attraktives Gartenmarktsortiment gezeigt, so dass sich das Angebot auch in diesem Segment flächenseitig und qualitativ attraktiv darstellt.

Neben den genannten strukturprägenden Betrieben sind in dieser Branche weitere flächenseitig kleinere Märkte bzw. Spezialanbieter vorhanden. In Summe wird ein sehr gut strukturiertes Angebot präsentiert, was sich auch in der hohen Verkaufsflächendichte von fast 0,8 m<sup>2</sup> je Einwohner zeigt.

Das Sortiment **Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Hausratartikel** wird vor allem von sog. Non-Food-Discountern geführt (Pfennigpfeiffer, Tedi, Mäc Geiz, Cupido), die ein Multisortiment im unteren Preisbereich anbieten. Diese Betriebe haben i.d.R. einen Sortimentsschwerpunkt bei Haushaltwaren (inkl. Deko-Gegenstände, Geschenkartikel), wobei verschiedene Warengruppen in einer teilweise wechselnden Zusammenstellung geführt werden. Es wird eine hohe Auswahlbreite über zahlreiche Sortimente hinweg gezeigt, wenngleich ein Multisortimentsmarkt gleichzeitig nur eine eingeschränkte Sortimentstiefe besitzt. Mit vier Non-Food-Discountern ist für die Stadtgröße ein breites Angebot vorhanden. Neben den beschriebenen Märkten sind vereinzelte weitere Fachgeschäfte vorhanden.

Die Branche **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC** wird durch die beiden Elektrofachmärkte Medi Max und Euronics geprägt, die dezentral im Helmepark verortet sind. Beide Märkte führen ein attraktives Vollsortiment und stellen einen wichtigen gesamtstädtischen Angebotsmagneten dar; insbesondere üben

diese Betriebe mit ca. 1.400 m<sup>2</sup> bzw. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auch eine hohe Strahlkraft auf Konsumenten im überörtlichen Einzugsgebiet aus. Neben diesen Anbietern sind verschiedene kleinformatische Betriebe, meist Telefonshops vorhanden.

In der umsatzseitig relativ kleinen Branche **Optik** und **Uhren/Schmuck** ist mit elf Anbietern eine hohe Auswahlvielfalt vorzufinden, wobei sich alle Geschäfte sehr gut präsentieren. Der Schwerpunkt beider Branchen liegt in der Sangerhäuser Altstadt, da hier – mit Ausnahme eines Optikers – alle Betriebe angesiedelt sind. Die Durchschnittsgröße der Ladenlokale ist gerade im Segment Uhren/Schmuck mit ca. 50 m<sup>2</sup> je Geschäft relativ niedrig, da die Branche einen geringen spezifischen Flächenbedarf aufweist.

Die **Fahrradbranche** wird durch fünf mittelständische Anbieter vertreten, wobei mit den beiden Fachmärkten Fahrradcenter Sachsenring (Helmepark) und Fahrradcenter Sangerhausen (Juri-Gagarin-Straße) zwei attraktive Konzepte auf ca. 500 m<sup>2</sup> bzw. 600 m<sup>2</sup> vorhanden sind. Dieses Angebot wird durch drei kleinere serviceorientierte Betriebe ergänzt, so dass sowohl für Konsumenten aus Sangerhausen als auch aus dem überörtlichen Einzugsgebiet eine ansprechende Auswahlvielfalt besteht.

In der Branche **Kfz-Zubehör** ist mit ATU auf über 300 m<sup>2</sup> ein kompetenter und attraktiver Fachmarktanbieter vorhanden, der in einer autokundenorientierten Lage den Großteil der Nachfrage binden kann. Weitere kleinere Fachanbieter runden dieses Angebot ab, wobei dieses Sortiment auch teilweise in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt wird.

## 6.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Sangerhausen

### 6.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Sangerhausen ist in der Lebensmittelbranche eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 22.970 m<sup>2</sup> vorhanden, wodurch sich auf Basis der Bevölkerungszahl eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von rd. 0,87 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner errechnet. Aus gutachterlicher Sicht wird somit ein hoher Versorgungsgrad erreicht.<sup>50</sup> Dieser Wert deutet auf eine sehr gut ausgeprägte Versorgungslage bzw. ein ausreichendes flächenseitiges Angebot hin, wobei die Stadt Sangerhausen auch eine partielle Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich übernimmt, so dass ein höheres lokales Angebot die Folge ist.

Um einen vergleichbaren Überblick über die größeren bzw. für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Sangerhausen ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Verbrauchermärkte, Supermärkte, Discounter – vgl. Definition in Anlage 4) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet.

Folgende Tabelle beschreibt die Dichtewerte für Sangerhausen in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

**Tabelle 11: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Sangerhausen**

	Region/ Anbieter	Anzahl	Vk.Fl.	Vk.Fl. je	Vk.Fl. je	DICHTE- INDEX
		Märkte	Gesamt	Objekt	Einwohner	
		abs.	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup> /Markt	m <sup>2</sup> /Einwohner	
<b>Discounter</b>	Vergleich Deutschland	16.162	12.600.000	~780	0,152	100
	Sangerhausen (NP-Discount [3x], Netto [3x], Norma [2x], Aldi [2x], Lidl, Penny)	12	9.830	~820	<b>0,374</b>	<b>246</b>
<b>Supermarkt</b>	Vergleich Deutschland	10.895	11.200.000	~1.030	0,135	100
	Sangerhausen (Edeka, REWE)	2	3.150	~1.570	<b>0,120</b>	<b>89</b>
<b>Verbraucher- markt / SBW</b>	Vergleich Deutschland	1.990	9.800.000	~4.920	0,118	100
	Sangerhausen (Kaufland, E-Center)	2	6.840	~3.420	<b>0,260</b>	<b>220</b>
<b>Gesamt</b>	Vergleich Deutschland	29.047	33.600.000	~1.160	0,405	100
	<b>Sangerhausen</b>	<b>16</b>	<b>19.820</b>	<b>~1.240</b>	<b>0,754</b>	<b>186</b>

Quelle: Daten EHI Retail Institute Köln 2017, Definition Betriebstypen: Supermarkt 800 - 2.500 m<sup>2</sup>, Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>, SB-Warenhaus (SBW) ab 5.000 m<sup>2</sup>, Discounter entsprechend Angebotsstrategie  
 Einwohner Deutschland: 83.019.213 Personen / Sangerhausen: 26.297 Personen.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von ca. 0,75 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Sangerhausen<sup>51</sup> im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,40 m<sup>2</sup>/Ew.) ein deutlich überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 186). Dieser resultiert aus dem flä-

50 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner.

51 Die Siedlungsstruktur der Stadt Sangerhausen stellt sich im Bundesvergleich als üblich dar, d.h. es ist keine atypische Versorgungssituation vorhanden, die auf eine deutlich veränderte Angebotsstruktur schließen lässt.

chenseitig hohen Angebot, wobei Sangerhausen als mittelzentraler Ort auch eine Versorgungsfunktion für seine Umlandgemeinden mit übernimmt. Somit relativiert sich das erhöhte Flächenangebot, da in verschiedenen kleineren Orten im Umfeld bzw. im Verflechtungsbereich von Sangerhausen kein größerer Lebensmittelmarkt besteht, so dass für die hier lebende Bevölkerung keine adäquate Versorgung vorhanden ist. Dennoch wird – auch unter Berücksichtigung von umliegenden Gemeinden – ein hoher Ausstattungsgrad erreicht, der auf ein gewisses Überangebot schließen lässt.

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus in Sangerhausen im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten einen hohen Ausstattungsgrad erzielt (Dichteindex = 220). Dies ist auf die Existenz von zwei Verbrauchermärkten sowie die für diese Betriebsform notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen.

Im Gegensatz zu dem Betriebstyp Verbrauchermarkt liegt der Dichteindex bei Supermärkten (89) unter dem Bundesdurchschnitt. Da Supermärkte i.d.R. eine hohe Attraktivität besitzen und ein gehobenes Sortiment mit einer hohen Auswahlvielfalt bieten, besteht auf den ersten Blick aus Kundensicht eine gewisse Einschränkung in Bezug auf diese Betriebsform. Diese relativiert sich jedoch durch das Vorhandensein der beiden Verbrauchermärkte Kaufland und E-Center, da beide Anbieter – insbesondere jedoch das E-Center – ein vergleichbares Vollsortiment auf einer ähnlichen Attraktivitätsstufe führen. Grundsätzlich ist somit unter summierter Betrachtung der beiden Betriebstypen im sog. Vollsortimentsbereich eine hohe Ansiedlungsdichte festzustellen.

Im Bereich Lebensmitteldiscount liegt der Wert der Verkaufsflächendichte um 146 % über dem Bundesdurchschnitt. Grundsätzlich ist in den ostdeutschen Flächenländern in diesem Segment meist eine überdurchschnittliche Flächendichte zu beobachten, wobei für diesen Bereich in Sangerhausen eine sehr starke Wettbewerbsanspannung zu konstatieren ist.<sup>52</sup>

#### Abbildung 18: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Sangerhausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Zusammenfassend wird in Sangerhausen bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine gute Bandbreite an verschiedenen und konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte und Getränkemärkte arrondiert wird.

Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich der Wettbewerb durch die weiterhin rückläufige Bevölkerung (vgl. Pkt. 4) und die damit einhergehende sinkende Nachfrage verschärfen wird. In Bezug auf die hohe Ansiedlungsdichte bei Lebensmittelmärkten wäre zukünftig eine Marktkonsolidierung möglich, wobei eine Filialoptimierung i.d.R. bei Märkten mit standortseitigen Nachteilen oder bei Filialdoppelungen zu erwarten ist.

52 Die Handelskette Aldi plant die Schließung ihrer Filiale im Helmpark, so dass sich der Dichteindex im Discountsegment verringern wird.

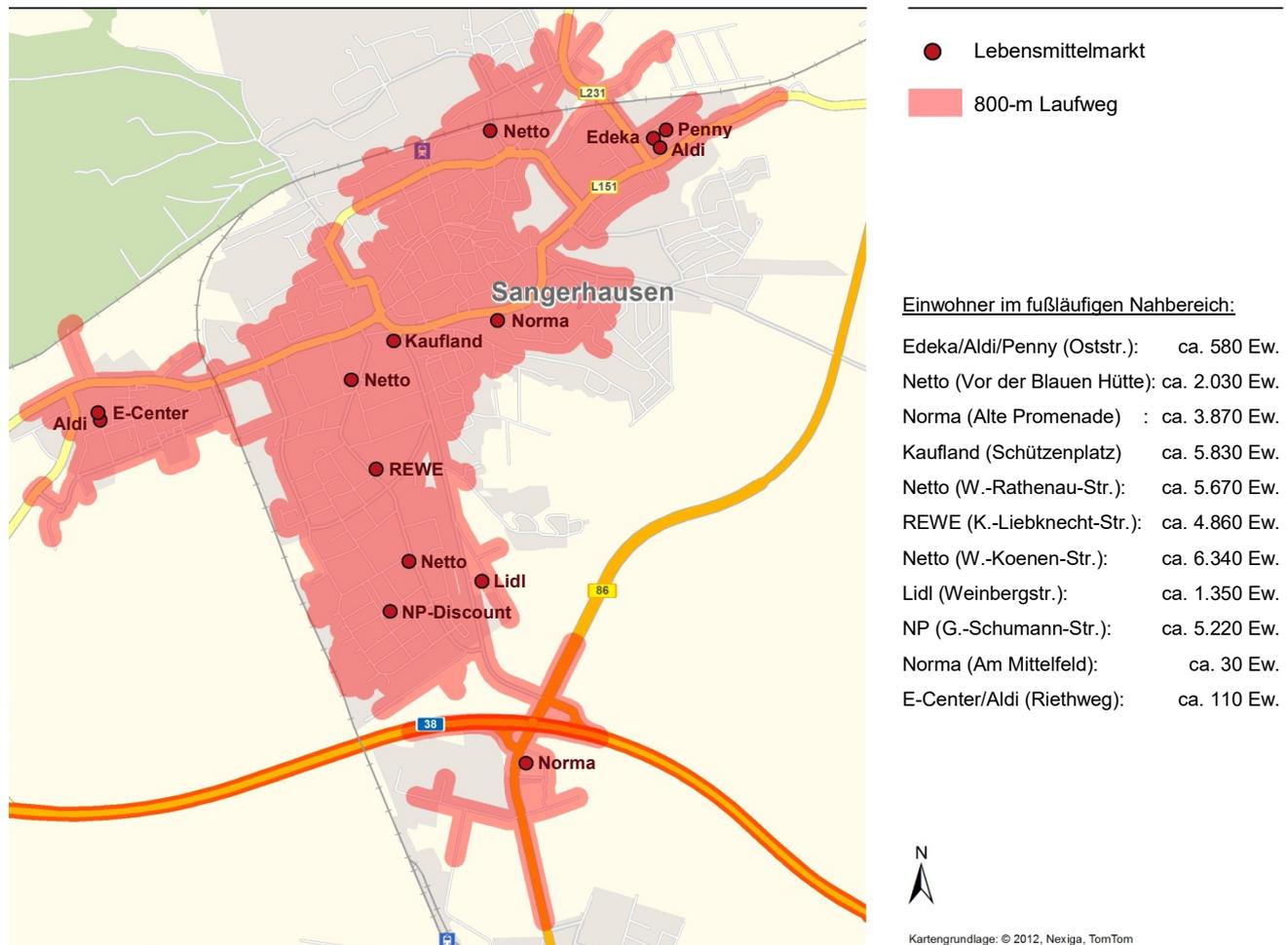
## 6.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Sangerhausen

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Sangerhausen soll sich im Bereich der Grundversorgung u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem unter der Prämisse des demographischen Wandels und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. Verkehr generell zu minimieren.

Grundsätzlich ist die flächendeckende fußläufige Nahversorgung für die Stadt Sangerhausen auf Grund der polyzentrischen Siedlungsstruktur, bestehender Zäsuren, der Topografie der Stadt und den allgemein daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeithemmnissen nur schwer umzusetzen, so dass eine engmaschige Lebensmittelversorgung für das gesamte Stadtgebiet – auch nicht für alle Bereiche der Kernstadt – nicht vollständig installiert werden kann.

Nachstehend werden kartographisch die jeweiligen **fußläufigen Nahbereiche**<sup>53</sup> der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Kernstadtgebiet von Sangerhausen (vgl. Tab. 11) dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

**Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Sangerhausen**



53 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von 500 bis 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels decken zum großen Teil das **Sangerhäuser Kernstadtgebiet** ab, so dass die einzelnen Lebensmittelmärkte für den Großteil der kernstädtischen Bevölkerung die fußläufige Nahversorgung sicherstellen können. Insgesamt wohnen in den Nahbereichen der in der vorstehenden Karte dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – circa 15.100 Personen. Demnach ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der kernstädtischen Wohnquartiere möglich, da ca. 76 % der Bewohner der Kernstadt<sup>54</sup> in ihrem Nahbereich einen Lebensmittelmarkt fußläufig erreichen können.

Bezüglich der räumlichen Verteilung ist im östlichen und im westlichen Kernstadtgebiet eine **flächenseitige Angebotsverdichtung** vorhanden. Im HelmePark liegen E-Center und Aldi<sup>55</sup> im direkten Standortverbund, an der Riestedter Straße sind mit Edeka, Aldi und Penny sogar drei Lebensmittelmärkte vorzufinden. Die Angebotsdopplungen sind unter dem lageseitigen Aspekt sowie versorgungsstrukturell als negativ zu bewerten, da beide Standortbereiche eine äußerst geringe Mantelbevölkerung in ihrem Nahbereich aufweisen (vgl. Karte 7) und somit keinen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten können. Da die genannten Lebensmittelmärkte maßgeblich auf ein autokundenorientiertes Publikum ausgerichtet sind, ist eine klare Fehlallokation dieser Märkte zu konstatieren.

Im Gegensatz zu dem Überangebot an diesen beiden Standortbereichen – wobei gerade durch diese autokundenorientierten Einzelhandelsdestinationen zusätzliche Verkehre innerhalb von Sangerhausen ausgelöst werden – besteht im östlichen Kernstadtgebiet in der Großwohnsiedlung Othal und in der südlich der Beyer-naumburger Straße befindlichen Kleinwohnsiedlung keine adäquate Nahversorgung. Durch die im Jahr 2016 erfolgte Ansiedlung des Edeka-Marktes an der Oststraße hatte sich im Nachgang der im Wohngebiet Othal befindliche NP-Markt (zur Edeka-Gruppe zugehörig) abgesiedelt, so dass für dieses Wohnquartier keine Nahversorgung mehr besteht.

Im nördlichen Kernstadtbereich ist in dem Wohngebiet an der Franz-Heymann-Straße ebenfalls kein Nahversorgungsmarkt vorhanden, wenngleich in diesem Gebiet eine relativ geringe Mantelbevölkerung wohnt. Naturgemäß sind in der Kernstadt auch weitere Wohnbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt verortet ist. Hierbei handelt sich – wie auch in anderen Städten – um kernstädtische Randbereiche mit einer meist geringen Siedlungsverdichtung. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, da die Einwohner lediglich geringfügig höhere Laufwege<sup>56</sup> zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen müssen.

Ungeachtet des Gesamtwertes der hohen städtischen Flächendichte variiert die Ausstattung innerhalb der einzelnen Stadtquartiere und der Siedlungsbereiche. Insbesondere die ländlich geprägten, nicht verstädterten **Ortsteile von Sangerhausen** weisen auf Grund der polyzentrischen Siedlungsstruktur und der niedrigen Mantelbevölkerung eine unterdurchschnittliche Ausstattung an Lebensmittelverkaufsfläche auf. Derzeit sind lediglich in den beiden größeren Ortsteilen Oberröblingen (rd. 1.540 Ew.) und Wippra (rd. 1.400 Ew.) Lebensmittelmärkte vorhanden.

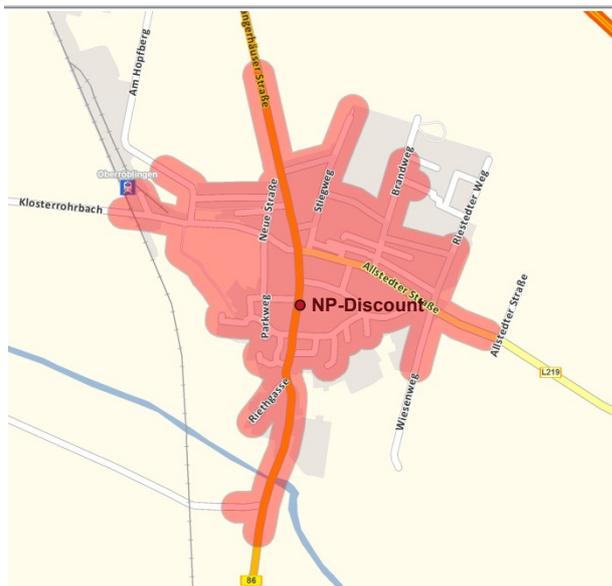
In den beiden nachstehenden Karten wird deutlich, dass die NP-Discountmärkte auf Grund ihrer zentralen Lage fußläufig von einer Großzahl der Bewohner des jeweiligen Ortsteils erreicht werden können. Demnach stellen beide Märkte ein wichtiges Element der Nahversorgung in diesen Ortsteilen dar. Ferner können beide Märkte auch auf Kunden in direkt umliegenden Gemeinden zurückgreifen, so dass die Betriebe über eine ausreichend Potenzialbasis verfügen.

54 In der Kernstadt leben ca. 19.830 Personen (vgl. Abb. 10).

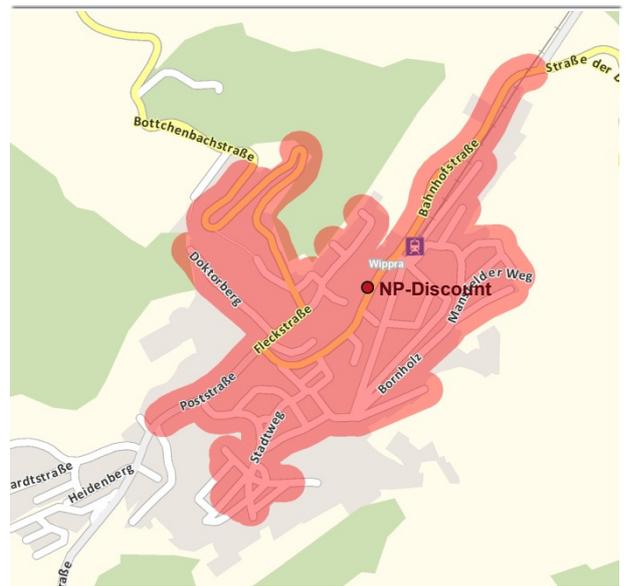
55 Die Handelskette Aldi plant die Schließung ihrer Filiale im HelmePark, wobei sich durch die Doppelbelegung dieses Standortes durch Edeka kein Versorgungsengpass ergeben wird. Ferner handelt es sich um einen dezentralen und autokundenorientierten Standort.

56 Bei der Darstellung in Karte 7 wurde der fußläufige Nahbereich von rd. 800 m abgebildet. Als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen hat sich als maximal akzeptierte Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Nahversorgungsangeboten ein Laufweg von maximal 1.000 m herausgestellt, wobei diese Entfernung vor allem in dünn besiedelten bzw. auch ländlichen Gebieten relevant ist. Bei der Darstellung des erweiterten Nahbereichs (bis 1.000 m) ist aus fast allen verdichteten Wohnsiedlungsgebieten in Sangerhausen ein Lebensmittelmarkt erreichbar.

**Karte 8: Fußläufige Nahbereiche der beiden Lebensmittelmärkte in Oberröblingen/Wippra**



800 m-Laufweg NP-Discount Oberröblingen: 1.440 Ew.



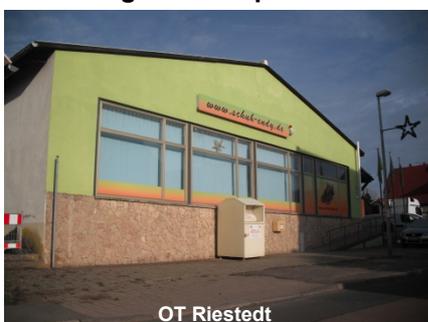
800 m-Laufweg NP-Discount Wippra: 1.030 Ew.

Das fehlende Angebot in den restlichen dezentralen Ortsteilen ist vor allem mit der geringen Mantelbevölkerung zu begründen, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt und die Installation eines größeren bzw. filialiserten Lebensmittelmärktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.<sup>57</sup>

Ferner ist auf das hohe kernstädtische Lebensmittelangebot zu verweisen, das bezüglich seiner Auswahlvielfalt eine hohe Strahlkraft auf die Bewohner in den Ortsteilen und deren Einkaufsentscheidung hat. Somit ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmärktes unter Beachtung des hohen Konkurrenzdrucks äußerst schwierig, zumal nur eine eingeschränkte Betreiber Auswahl besteht.

Das geringe Nachfragepotenzial bzw. die fehlenden Ertragschancen in den kleineren Ortsteilen zeigen sich auch in den bestehenden Leerständen. So stehen in einzelnen Ortsteilen vormalige Lebensmittelläden leer bzw. werden fremdgenutzt. Eine Wiederbelegung durch einen Lebensmittelanbieter ist auf Grund der vorstehenden Gründe nicht realistisch.

**Abbildung 19: Beispiele für vormalige Lebensmittelanbieter in dezentralen Sangerhäuser Ortsteilen**



OT Riestedt



OT Gonna



OT Wettelrode

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

<sup>57</sup> Ein Lebensmittelmarkt, dessen übliche Marktzutrittsgröße i.d.R. bei rd. 800 m<sup>2</sup> liegt, benötigt am Ansiedlungsort bzw. in seinem Einzugsgebiet ein minimales Konsumentenpotenzial von rd. 3.000 Personen. Dieses Einwohnerpotenzial weisen die kleineren peripheren Ortsteile von Sangerhausen nicht auf (vgl. Abb. 10).

Die nachstehende Tabelle gibt abschließend einen zusammenfassenden Überblick über die Standortstruktur der bestehenden **Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen**. Hierbei wird nach siedlungsintegrierten Standorten, teil-siedlungsintegrierten Standorten und nicht-siedlungsintegrierten Standorten<sup>58</sup> unterschieden.

**Tabelle 12: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen**

Lebensmittelmärkte	städtebaulicher Lagebereich		
	siedlungsintegriert	teil-siedlungsintegriert	nicht-siedlungsintegriert
Anzahl	9 Märkte <sup>59</sup>	4 Märkte <sup>60</sup>	3 Märkte <sup>61</sup>
	56 %	25 %	19 %
Verkaufsfläche	11.080 m <sup>2</sup>	4.000 m <sup>2</sup>	4.740 m <sup>2</sup>
	56 %	20 %	24 %

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Großteil der strukturprägenden Lebensmittelmärkte ist in Sangerhausen in siedlungsintegrierten Lagen verortet. Demnach erfüllen die meisten Märkte das Kriterium der verbrauchernahen Versorgung. Auf der anderen Seite sind jedoch auch drei Lebensmittelmärkte an ausschließlich autokundenorientierten Standorten angesiedelt, so dass mit ca. 19 % ein großer Teil der Lebensmittelverkaufsflächen an dezentralen Standorten adressiert ist.

58 Siedlungsintegrierte Standorte sind direkt in Wohnsiedlungsgebieten verortet bzw. können sich auch in direkter Randlage zu Wohnquartieren befinden, sofern direkte und barrierefreie fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und Austauschbeziehungen bestehen. Idealerweise sind solche Standorte durch den ÖPNV erreichbar. Diese Standorte weisen – in Bezug zu den örtlichen Verhältnissen bzw. den Siedlungsstrukturen – eine hohe Bevölkerungszahl in ihrem fußläufigen Nahbereich auf (vgl. auch Karte 7).

Teil-siedlungsintegrierte Standorte befinden sich in Randlage zu Wohnsiedlungsbereichen und sind i.d.R. durch Zäsuren (z.B. Hauptverkehrsstraße) von den Wohnbereichen getrennt. Es bestehen keine direkten Austauschbeziehungen bzw. Laufbeziehungen zwischen diesen Standorten.

Nicht-siedlungsintegrierte Standorte liegen außerhalb von Wohnsiedlungsbereichen an dezentralen Standorten und sind vorwiegend auf Autokunden ausgerichtet.

59 Zu dieser Gebietskategorie gehören NP-Discount (Sangerhäuser Straße, Wippraer Bahnhofstraße, Georg-Schumann-Straße), Netto (Walther-Rathenau-Straße, Wilhelm-Koenen-Straße, Vor der Blauen Hütte), REWE (Karl-Liebkecht-Straße), Kaufland (Schützenplatz) und Norma (Alte Promenade).

60 Zu dieser Gebietskategorie gehören Lidl (Weinbergstraße) sowie Edeka, Aldi und Penny an der Oststraße.

61 Zu dieser Gebietskategorie gehören die Lebensmittelmärkte Norma (Am Mittelfeld sowie E-Center und Aldi (Riethweg). Aldi plant eine Schließung dieser Filiale.

## 6.5. Bindungsintensität des Sangerhäuser Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen<sup>62</sup> je Sortiment<sup>63</sup> und dem bestehenden Nachfragevolumen des stationären Einzelhandels in Sangerhausen dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Sangerhausen getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die berechnete Bindungsintensität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität. Eine Kennziffer von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo demnach ein Umsatzabfluss.

Aus den erzielten Werten kann abgeleitet werden, ob bzw. inwieweit **quantitative Angebotslücken** des Sangerhäuser Einzelhandels bei der Versorgung der Einwohner der Stadt vorhanden sind. Aus den berechneten Ergebnissen werden unter Berücksichtigung qualitativer Aspekte in der Folge auch generelle Aussagen über Ansiedlungsoptionen getroffen.

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität von Sangerhausen nach den Bedarfsbereichen<sup>64</sup> zusammenfassend dar. In allen drei Bedarfsbereichen kann der lokale Handel einen hohen Umsatzzufluss aus dem Umfeld der Stadt generieren, wobei insbesondere bei langfristigen Bedarfsgütern ein überdurchschnittlich leistungsfähiges Angebot vorhanden ist.

**Tabelle 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Sangerhäuser Einzelhandels nach Bedarfsbereichen**

	Bindungsquote Sangerhausen
	%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	127
Mittelfristiger Bedarfsbereich	146
Langfristiger Bedarfsbereich	226

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation für die Gesamtstadt wurden die einzelnen Branchen nach drei **Bedarfsbereichen** zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden umseitig die sortimentspezifischen Bindungsquoten ermittelt und dargestellt.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist die Stadt Sangerhausen per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet auf, der vor allem durch das umfangreiche und leistungsfähige Angebot der Lebensmittelbranche (129) und der Drogeriebranche (138) ausgelöst wird. Die restlichen Branchen (Pharmaziewaren, Blumen) besitzen mit 112 bzw. 105 (vgl. Abb. 20) eine übliche Umsatzbindung.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich 146. In diesem Segment generieren insbesondere die modischen Branchen (Bekleidung 168, Schuhe 159) einen hohen Kaufkraftzufluss nach Sangerhausen. Auf Grund der gut ausgeprägten Angebotsstrukturen – insbesondere bezüglich der bestehenden Fachmärkte im Helmpark – können auch deutliche Kundenzuflüsse in den Segmenten Papier-/ Büro-/ Schreibwaren (138), bei Spielwaren (113) und bei Zoobe-

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

63 Bei dieser Berechnung werden die Umsätze je Sortiment zugrunde gelegt. Führt ein Betrieb mehrere Einzelsortimente, so werden die Erlöse innerhalb dieser Sortimentsgruppe der jeweiligen Branche zugeordnet.

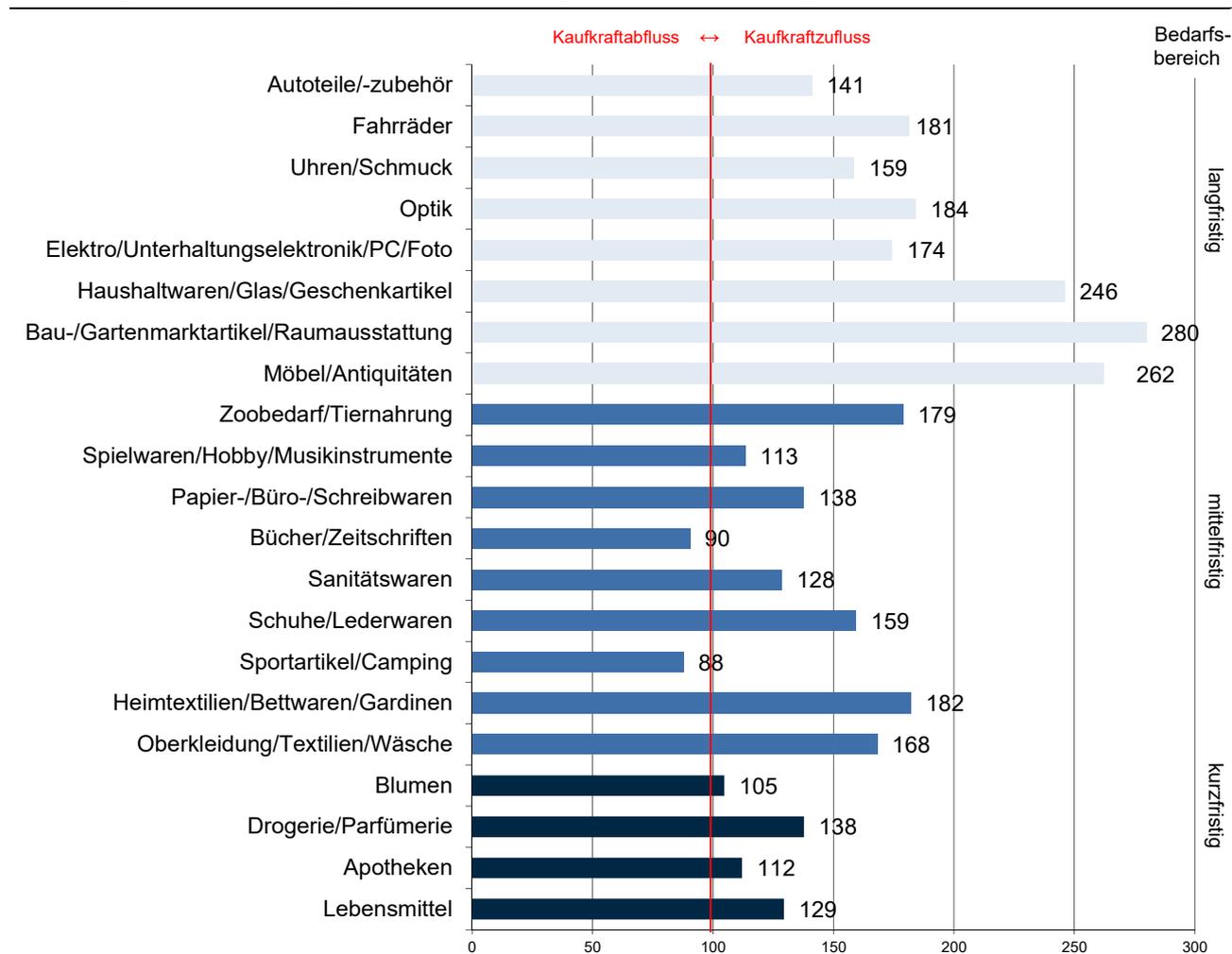
64 Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 2).

darf (179) ausgelöst werden. Lediglich geringere Kaufkraftabflüsse sind in den Sortimenten Sportartikel/ Camping (88) und Bücher (90) zu beobachten.

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 226, wobei der Sangerhäuser Handel in allen Branchen ein Kaufkraftzufluss aus seinem Umfeld induziert. Die höchste Leistungskraft besitzen die Sortimente Bau-/ Gartenmarkt-/ Raumausstattungsartikel (280), Möbel (262), Fahrräder (181) und Elektrowaren (174), die durch großformatige und fachmarkttypische Angebotsstrukturen geprägt sind. Ferner können auch die ausgabenseitig kleineren Branchen wie Optik (184) und Uhren/Schmuck (159) bezüglich ihres umfangreichen Angebots deutliche Kaufkraftzuflüsse nach Sangerhausen auslösen.

Zusammenfassend sind in Sangerhausen innerhalb der einzelnen Branchen teilweise große Unterschiede bei den Bindungsquoten zu beobachten. In Summe besteht jedoch – für die Größe der Stadt – ein sehr gut ausgeprägtes Einzelhandelsangebot, wengleich die hohen Kaufkraftzuflüsse maßgeblich durch das Angebot an dezentralen Handelsstandorten in Sangerhausen zurückzuführen sind.

**Abbildung 20: Sortimentsspezifische Bindungsintensität des Sangerhäuser Einzelhandels**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

## 6.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Sangerhäuser Einzelhandels

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt überblicksartig eine zusammenfassende Bewertung des Sangerhäuser Einzelhandels dar.

**Abbildung 21: Stärken-Schwächen-Analyse des Sangerhäuser Einzelhandels**

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mittelzentrale Einstufung von Sangerhausen</li> <li>▪ Verwaltungsfunktion für den Landkreis Mansfeld-Südharz</li> <li>▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt aus dem regionalen Umfeld, insbesondere direkter Autobahnanschluss</li> <li>▪ Kaufkraftzuflüsse durch Einpendler</li> <li>▪ großes Einzugsgebiet des Sangerhäuser Handel mit fast 50.000 Personen</li> <li>▪ hohe Flächenausstattung in fast allen Einzelhandelsbranchen, optimale Angebotsbreite</li> <li>▪ hohe Kaufkraftzuflüsse für den lokalen Einzelhandel</li> <li>▪ städtebaulich attraktive Innenstadt</li> <li>▪ Multifunktionalität der Innenstadt</li> <li>▪ gute Standortvoraussetzungen der Innenstadt (u.a. gute Anfahbarkeit, Parkplätze, ÖPNV-Anbindung)</li> <li>▪ hoher Anteil an Handelsbetrieben im zentralen Versorgungsbereich Altstadt</li> <li>▪ sehr gute flächenseitige Angebotssituation mit Lebensmitteln in der Sangerhäuser Kernstadt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Makrostandort weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, Überalterung, geringe einzelhandelsrelevante Kaufkraft)</li> <li>▪ perspektivisch rückläufige Nachfrage in Sangerhausen und in der Region</li> <li>▪ geringer Flächenanteil des Innenstadthandels im Verhältnis zum gesamtstädtischen Angebot</li> <li>▪ die Attraktivität lokalen Handels wird maßgeblich von dezentralen Handelsstandorten getragen</li> <li>▪ Lücken bei der flächendeckenden Grundversorgung mit Lebensmitteln</li> </ul>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

## 7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Sangerhausen

### 7.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Sangerhäuser Einzelhandel wird unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt in den nächsten Jahren bestehen. Dabei sollen vorhandene Kaufkraftabflüsse abgebaut und ein attraktives und ausgewogenes sowie zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, das der Größe des Versorgungsgebietes der Stadt Sangerhausen entspricht.

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials zum Prognosehorizont 2028 fließen verschiedene Determinanten ein, für die fundierte Prognosen bzw. Annahmen zugrunde gelegt werden. Ein wesentlicher Faktor – der maßgeblich Einfluss auf die zukünftige Einzelhandelsnachfrage nimmt – ist die **Bevölkerungsentwicklung** in dem bereits abgegrenzten Einzugsgebiet (vgl. Karte 5). Die Bevölkerungsprognose für die Stadt Sangerhausen bzw. die umliegenden Gebiete geht bis zum Jahr 2028 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1). In dem Marktgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels wird für das Jahr 2028 ein Konsumentenpotenzial von ca. 42.800 Personen unterstellt.

**Tabelle 14: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Sangerhäuser Handels im Jahr 2028**

	Einwohner		Veränderung
	2018	2028	
	abs.	abs.	%
Sangerhausen	26.300	23.020	-12,5
Überörtliches Einzugsgebiet	22.690	19.740	-13,0
<b>Gesamt</b>	<b>48.990</b>	<b>42.760</b>	<b>-12,7</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung zum 31.12.2018; Bevölkerungsschätzung BBE Handelsberatung auf Basis der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose

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

- Die einzelhandelsrelevante bzw. die sortimentspezifische Kaufkraft (vgl. Abb. 12/14) wird sich in Sangerhausen und in dem Einzugsgebiet in den nächsten Jahren auf einem gleichbleibenden Niveau bewegen und nur leicht ansteigen. Dies ist aus der Entwicklung in der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- Die Konsumenten verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“. Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens der Bevölkerung auszugehen. Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage wird unterstellt, dass die Binnennachfrage nicht wesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der Ausgaben<sup>65</sup> im Einzelhandel wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen nur marginal vermindern. Dies ist mit dem stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, private Vorsorge etc.) im Verhältnis zu den Preisen für

<sup>65</sup> Für die Berechnung der zukünftigen Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind inflationsbereinigte (reale) Werte zugrunde zu legen, da in der nominalen Entwicklung mögliche inflationäre Tendenzen nicht berücksichtigt werden und somit keine Rückschlüsse auf realistische Entwicklungspotenziale möglich sind.

Einzelhandelswaren zu begründen (vgl. Abb. 4). Der Handel kann somit von den steigenden Lohn- und Einkommensverhältnissen in Deutschland nur unterdurchschnittlich partizipieren.

- Die realen Ausgaben im Einzelhandel werden sich nur geringfügig erhöhen (vgl. Abb. 4). Innerhalb der Einzelhandelsbranchen wird es zu geringfügigen Verschiebungen im Ausgabeverhalten kommen, wobei lediglich marginale Wachstumsimpulse in einzelnen Branchen zu erwarten sind.
- Durch den steigenden Anteil des E-Commerce wird eine weitere Verschiebung innerhalb der Vertriebswege erfolgen, so dass die Bedeutung des stationären Einzelhandels zurückgehen wird.
- Eine Ausweitung des Marktgebietes des Sangerhäuser Einzelhandels ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist insbesondere aus der Abgrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende Wettbewerbsstandorte abzuleiten (vgl. Pkt. 5.1). Es ist nicht davon auszugehen, dass die Attraktivität dieser Orte nachlassen wird.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine **vorsichtige Prognose** des Nachfragevolumens des Sangerhäuser Einzelhandels. Bis zum Jahr 2028 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 265,4 Mio. EUR (vgl. Tab. 5) auf rd. 238,6 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einer Verminderung gegenüber der aktuellen einzelhandelsrelevanten Nachfrage von ca. 10 %.

**Tabelle 15: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels**

	Marktpotenzial <sup>66</sup>			
	2018 Mio. EUR	2028 Mio. EUR	Veränderung Mio. EUR      %	
Sangerhausen	142,91	128,87	-14,04	-9,8
Überörtliches Einzugsgebiet	122,45	109,75	-12,70	-10,4
<b>Gesamt</b>	<b>265,36</b>	<b>238,62</b>	<b>-26,74</b>	<b>-10,1</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Zuzüglich zu dem vorstehenden Marktpotenzial für das Jahr 2028 sind Nachfragevolumina zu rechnen, die aus sog. Streuumsätzen resultieren. Diese Erlöse ergeben sich beispielsweise von Durchreisenden, Besuchern, Einpendlern, Touristen oder durch Zufallskunden. Demnach wird sich das stationäre Nachfragevolumen – wenn auch geringfügig – durch die genannten Faktoren erhöhen.

<sup>66</sup> Das Marktpotenzial wurde jeweils für die einzelnen Branchen in den jeweiligen Orten des Einzugsgebiets berechnet. Das in der Tabelle ausgewiesene Marktpotenzial stellt somit einen aggregierten Wert dar.

## 7.2. Entwicklungsrahmen des Sangerhäuser Einzelhandels

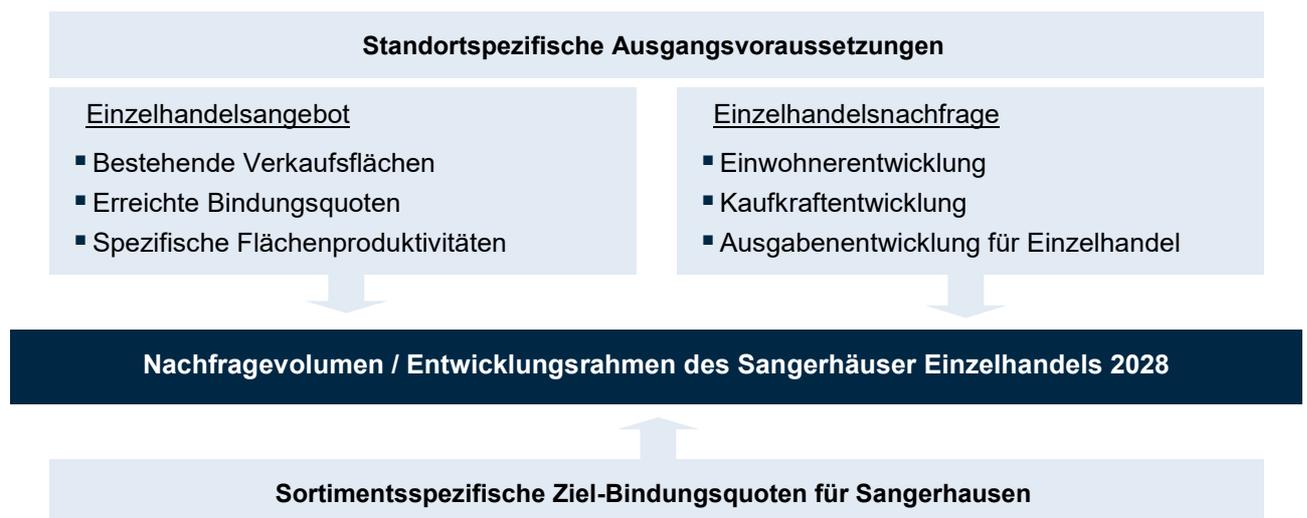
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Sangerhäuser Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2028 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Sangerhausen und die erzielten Umsätze je Branche,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Sangerhausen und dem Einzugsgebiet im Jahr 2028,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung von Sangerhausen im Einzugsgebiet.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Standortanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 6). Hierbei sind insbesondere die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Bindungsquote (vgl. Abb. 20) je Sortiment von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2028 und der sortimentspezifischen Ziel-Bindungsquoten im Einzugsgebiet errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für Sangerhausen.

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

**Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Sangerhausen wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2028 (vgl. Tab. 15) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten<sup>67</sup> unter Ansetzung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts<sup>68</sup> errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität<sup>69</sup> die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu erwartenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Berücksichtigung des bestehenden Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

67 Die sortimentspezifische Nachfrage wird für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2028 berechnet. Demgegenüber werden die aktuellen Umsätze der jeweiligen Branchen gestellt, wobei für die Folgejahre ein gleichbleibendes Umsatzniveau unterstellt wird. Somit errechnen sich die im Jahr 2028 zu erwartenden Bindungsquoten, die auf Grund des rückläufigen Nachfragevolumens naturgemäß im Vergleich zu den aktuellen Bindungsquoten höher ausfallen werden (Abb. 20 vs. Abb. 25). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

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

69 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung genannt) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Produktivität wird dabei für den Prognosezeitraum als konstant angenommen.

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. Im Szenario A wird unterstellt, dass Sangerhausen die lokale Kaufkraft vollständig binden kann und die Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf die Einwohner der Stadt abgestellt ist. Im Szenario B wird angenommen, dass die Bedeutung des Sangerhäuser Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem angrenzenden Einzugsgebiet binden kann.

**Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung für Sangerhausen**

Szenario A
Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Sangerhausen vollständig vor Ort binden. Wesentliche Kaufkraftzuflüsse aus dem dargestellten Einzugsgebiet werden jedoch nicht induziert. Es wird in den Branchen, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Sangerhausen aufweisen (vgl. Abb. 20), eine Ziel-Bindungsquote von 100 angesetzt.
Szenario B
Der lokale Einzelhandel wird – wie in Szenario A – die Kaufkraft der Bewohner von Sangerhausen vollständig vor Ort binden. Durch die Verbesserung der Angebotsstruktur und des Branchenmix wird Sangerhausen seine Marktposition jedoch im Einzugsgebiet ausbauen. Da Sangerhausen auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in seinem mittelzentralen Verflechtungsbereich übernehmen soll, wird eine verstärkte Kaufkraftbindung unterstellt. Es wird – differenziert nach Bedarfsbereichen – eine erhöhte Ziel-Bindungsquote angesetzt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Bei der Quantifizierung des Entwicklungsrahmens des Sangerhäuser Einzelhandels ist u.a. die **zentralörtliche Ausweisung** der Stadt zu beachten, wobei das anzustrebende Angebot mit der landesplanerischen Einstufung korrespondieren muss. Die Stadt Sangerhausen wird in der Landesplanung als Mittelzentrum (vgl. Karte 3) ausgewiesen und hat somit auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem Verflechtungsbereich zu übernehmen.

Gemäß dem Landesentwicklungsplan sollen Mittelzentren als Standorte für gehobene Einrichtungen gesichert und weiterentwickelt werden. Die Mittelzentren stellen unter dem Gesichtspunkt des demographischen Wandels die Schwerpunkte für die Sicherung der öffentlichen Daseinsvorsorge für die Bevölkerung in allen Landesteilen dar. Sie tragen dabei u.a. zur Sicherung einer landesweit ausgeglichenen Ausstattung und Versorgung mit spezialisierten Dienstleistungen und auch hochwertigen Einkaufsmöglichkeiten bei.<sup>70</sup>

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

Bei der anzustrebenden Versorgungsfunktion muss berücksichtigt werden, dass in den Orten im Einzugsgebiet ein gewisser Einzelhandelsbestand vorhanden ist. Somit würde die Annahme einer „Vollversorgung“ aller Einwohner im Einzugsgebiet zu einer Überbewertung der Ansiedlungspotenziale führen. Die vorhandenen Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet werden daher bei der Festlegung der Ziel-Bindungsquoten und bei einer späteren qualitativen Bewertung der Ansiedlungsmöglichkeiten mit berücksichtigt.

Grundsätzlich wird keine vollständige, sondern lediglich eine anteilige Bindungsquote des Sangerhäuser Einzelhandels in seinem Marktgebiet angenommen, die ferner nach den einzelnen Bedarfsstufen differenziert wird. Demnach werden in den Orten im Einzugsgebiet auch weiterhin Potenziale für eine mögliche Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben bestehen, wobei insbesondere auf eine mögliche Grundversorgung der hier lebenden Bevölkerung geachtet wird.

70 Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Begründung zu Z 37.

Die Ziel-Bindungsquoten werden so angesetzt, dass insbesondere auch keine Beeinträchtigung der umliegenden gleich- oder höherrangigen **zentralen Orte**, d.h. von ausgewiesenen Ober- und Mittelzentren<sup>71</sup> anzunehmen ist. Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Sangerhausen<sup>72</sup> weiterhin ihrer landesplanerisch angedachten Versorgungsfunktion gerecht werden können. Dieser besteht in der Abdeckung des Grundbedarfs der Bevölkerung in Ergänzung zu den höherstufigen zentralen Orten, d.h. diese Orte haben einen Versorgungsauftrag für die allgemein tägliche Grundversorgung ihrer jeweiligen Bevölkerung und ihres Verflechtungsbereiches zu übernehmen.

In der nachstehenden Abbildung werden zusammenfassend die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels** in Sangerhausen bis zum Jahr 2028 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

**Abbildung 24: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens**

Entwicklungsperspektiven für Sangerhausen	
Ausgaben im Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel in der nächsten Dekade</li> </ul>
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<ul style="list-style-type: none"> <li>marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Sangerhausen und im Einzugsgebiet</li> <li>langfristige Annäherung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt</li> </ul>
Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>rückläufige Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels</li> <li>Absinken des Nachfragepotenzials in Sangerhausen und im Einzugsgebiet</li> <li>geringe zusätzliche Impulse für den Einzelhandel u.a. durch Einpendler und durch Touristen</li> </ul>
Einzelhandelsbestand Sangerhausen	<ul style="list-style-type: none"> <li>flächenseitig sehr gut ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 3,2 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner), Fokussierung des Einzelhandels auf die Einrichtungs- und die Lebensmittelbranche</li> <li>hoher Einzelhandelsbestand an dezentralen Standorten</li> <li>teilweise bestehende Überkapazitäten (bspw. Lebensmittelhandel)</li> </ul>
Zentralität / Bindungsquote im Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>hohe Einzelhandelszentralität über alle Branchen</li> <li>sehr hohe sortimentspezifische Bindungsquoten des Sangerhäuser Einzelhandels in zahlreichen Branchen</li> <li>nur wenige Branchen mit einem Kaufkraftabfluss</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung der bestehenden Einzelhandelszentralität</li> <li>partieller Ausbau des Einzelhandels in schwächer ausgeprägten Branchen</li> <li>Sicherung einer qualitativ hochwertigen Versorgung für Sangerhausen und die Orte im Verflechtungsbereich</li> </ul>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wird der Stadt Sangerhausen aus fachgutachterlicher Sicht eine Orientierung an dem skizzierten Positivszenario (Szenario B) empfohlen, um die mittelzentrale Versorgungsbedeutung von Sangerhausen zu sichern und branchenspezifisch dynamisch auszubauen. Unter Berücksich-

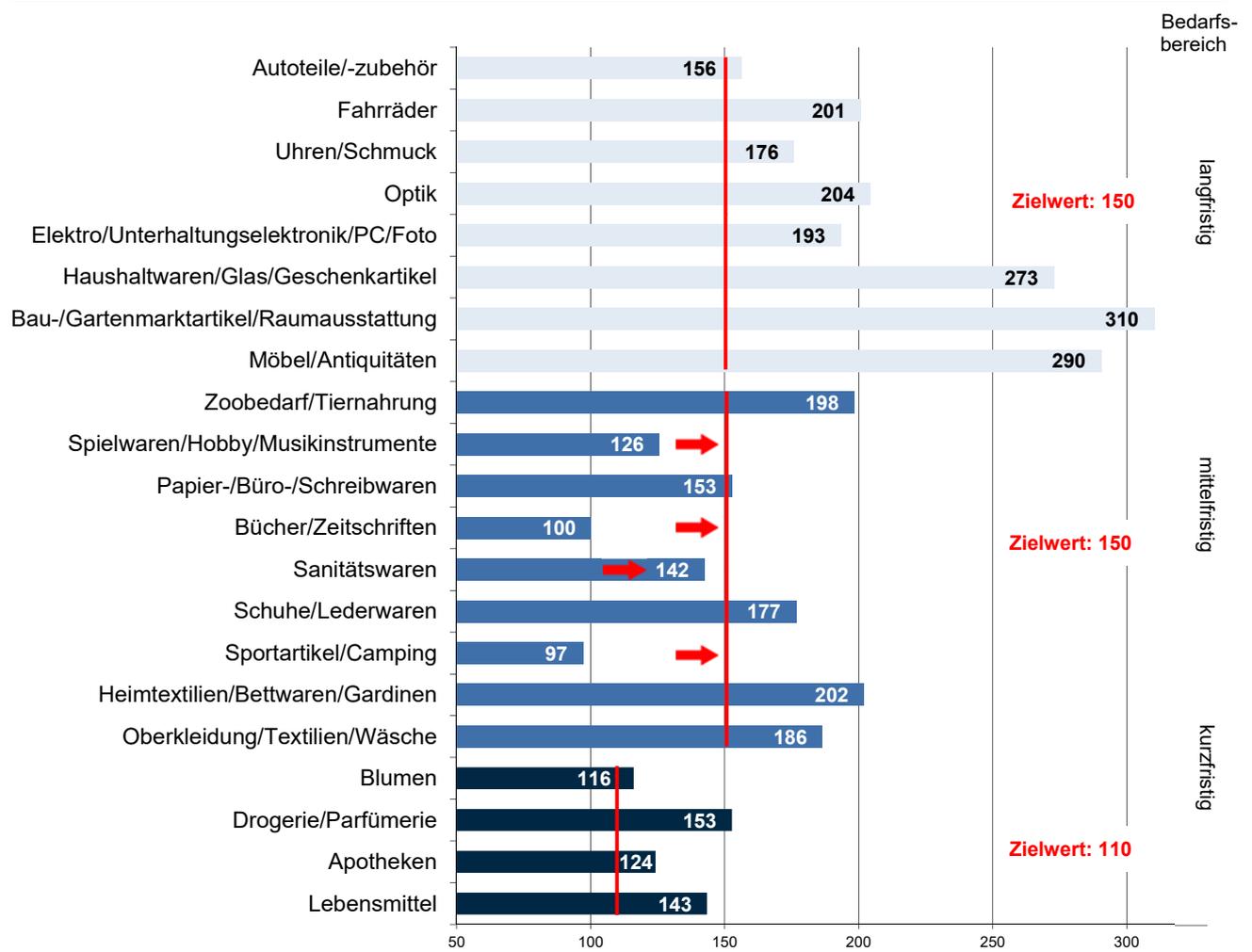
71 Im regionalen Umfeld von Sangerhausen liegen die Mittelzentren Quedlinburg, Aschersleben und Eisleben sowie Artern, Sondershausen und Nordhausen (Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums) in Thüringen.

72 Im Umfeld von Sangerhausen liegen die Grundzentren Kelbra, Roßla, Harzgerode, Allstedt und Bad Frankenhausen (Thüringen).

tigung des Einzugsgebietes des Sangerhäuser Einzelhandels ist im kurzfristigen Bereich eine idealtypische Ziel-Bindungsquote von 110 %, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 150 % versorgungsstrukturell sinnvoll.

In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen im Jahr 2028<sup>73</sup> und die empfohlenen **Ziel-Bindungsquoten** für den Sangerhäuser Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dargestellt.

**Abbildung 25: Ziel-Bindungsquoten für Sangerhausen (Szenario B)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnen sich in der auf das Jahr 2028 projizierten Bestandssituation in zahlreichen Branchen quantitative Flächenüberhänge ab, da die Zielwerte der Kaufkraftbindung bereits erreicht bzw. überschritten werden. Somit ist für Sangerhausen – auch unter Berücksichtigung einer anteiligen Kaufkraftbindung in ihrem Einzugsgebiet – in vielen Branchen kein zusätzlicher quantitativer Entwicklungsbedarf vorhanden. Lediglich in einzelnen Branchen erwächst ein Erweiterungsbedarf, der unter dem nachfolgenden Punkt einer gesonderten Betrachtung unterzogen wird.

73 Bei der Modellierung der Bindungsquoten für das Jahr 2028 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft in Sangerhausen von 128,87 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 15). Auf der anderen Seite werden der Kaufkraft der Stadt Sangerhausen die aktuell erzielten Umsätze des Sangerhäuser Einzelhandels gegenüber gestellt. Da sich das Marktpotenzial bis zum Jahr 2028 vermindern wird, werden sich die branchenspezifischen Zentralitäten – bei einem unterstellten gleichbleibenden Umsatz – erhöhen. Da jedoch die Bindungsquoten in jeder Branche nicht beliebig gesteigert werden können, bedeutet dies auf der anderen Seite, dass sich ggf. unrentable Betriebe vom Markt zurückziehen werden bzw. alle Handelsbetriebe grundsätzlich mit gewissen Umsatzeinbußen zu rechnen haben. Die jährlichen Umsatzrückgänge würden im Durchschnitt ca. 1 % betragen.

Bei der vorgenommenen Berechnung ist zu unterstellen, dass hinsichtlich des **Prognosecharakters der Kaufkraftentwicklung** naturgemäß keine endgültige Aussage über die tatsächliche Entwicklung getroffen werden kann. Demzufolge sind die flächenseitigen Potenziale als Ansiedlungsoptionen zu sehen, deren Dimensionierung ggf. auch überschritten werden kann. Grundsätzlich ist bei Ansiedlungsvorhaben – insbesondere die deutlich über dem berechneten Erweiterungsbedarf liegen – im Rahmen einer Einzelfallentscheidung abzuwägen, ob bzw. welche absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sich auf den lokalen Bestandhandel in Sangerhausen zeigen könnten.

Die folgende Darstellung orientiert sich an dem beschriebenen Szenario B (vgl. Abb. 23). Es wird eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) der lokalen Nachfrage angenommen, während darüber hinaus im überörtlichen Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels eine anteilige Kaufkraftbindungsquote unterstellt wird. Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird für die Stadt Sangerhausen eine Bindungsquote von 110 % und im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich von 150 % angesetzt, um so auch langfristig eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im Umfeld von Sangerhausen zu gewährleisten. Somit kann auch im gewissen Umfang sichergestellt werden, dass bei Vorhandensein eines optimal ausgeprägten Angebots vor Ort die Kaufkraftabwanderung zum Online-Handel minimiert werden kann.

Die nachstehend ausgewiesenen zusätzlichen Einzelhandelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** in Sangerhausen zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bzw. eine Marktverdrängung bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, die im Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind.

Durch eine Abwägung der rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit dem konkreten Abgleich der avisierten Neu- bzw. Erweiterungsvorhaben, u.a. nach

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

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

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

Vorstehend wurde bereits empfohlen, die zukünftige Einzelhandelsausrichtung am Szenario B anzulehnen und Sangerhausen gemäß seiner landesplanerischen Einstufung zu einem leistungsfähigen Versorgungsstandort weiterzuentwickeln. Die folgenden Ausführungen beziehen sich deshalb auf diesen Betrachtungsfall.

### 7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Sangerhausen

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 6) und der angesetzten Ziel-Bindungsquoten (vgl. Abb. 25) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten für die **Weiterentwicklung des Sangerhäuser Einzelhandels** erarbeitet. Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Sangerhausen umsetzbar sind.

Besonderes Augenmerk wird dabei auf die bereits vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Sangerhausen als Einzelhandelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.<sup>74</sup>

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Sangerhäuser Einzelhandels auch lagespezifische Aspekte mit beachtet. Grundsätzlich kann beispielsweise bereits eine ausreichende gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung vorhanden sein, jedoch besteht die Möglichkeit der Fehlallokation von Verkaufsfläche. Dies kann sich z.B. in einer eingeschränkten Betriebstypenvielfalt oder einem unzureichenden Branchenbesatz in der Innenstadt oder in Nahversorgungslagen zeigen.

Demgegenüber kann ein überdimensionierter Einzelhandelsbesatz an dezentralen Standorten stehen. Somit ist zwar eine rechnerisch gesamtstädtisch ausgeglichene Angebots- und Nachfragesituation gegeben, der Verkaufsfläche an integrierten Standorten könnte jedoch beispielsweise ein massives Angebot an dezentral gelegenen Standorten gegenüberstehen.

Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge dienen einer Optimierung des gesamtstädtischen Angebotsbestands. Die Ansiedlung von Betrieben in bereits flächenseitig ausreichend vertretenen Branchen ist grundsätzlich weiter möglich und wünschenswert, da mit dem Einzelhandelskonzept **kein Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb** erfolgen soll.

Nachstehend erfolgt eine Bewertung der einzelnen Branchen. Eine zusammenfassende Darstellung von möglichen Ansiedlungsoptionen wird unter Punkt 7.3.3 eingefügt.

#### 7.3.1. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept

Unter Punkt 6.4 wurde eine Analyse des Lebensmitteleinzelhandels in Sangerhausen durchgeführt. Auf Basis des Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2028 ist zukünftig kein rechnerischer Erweiterungsbedarf in Sangerhausen vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Einwohnerzahl von Sangerhausen mit knapp 0,9 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 8) eine **hohe Gesamtlebensmittelverkaufsfläche** besteht. Hinsichtlich der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ist ein – für die Stadtgröße – ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden, wobei als Träger der Lebensmittelversorgung die Betriebstypen Verbrauchermarkt, Supermarkt und Discounter fungieren (vgl. Tab. 11).

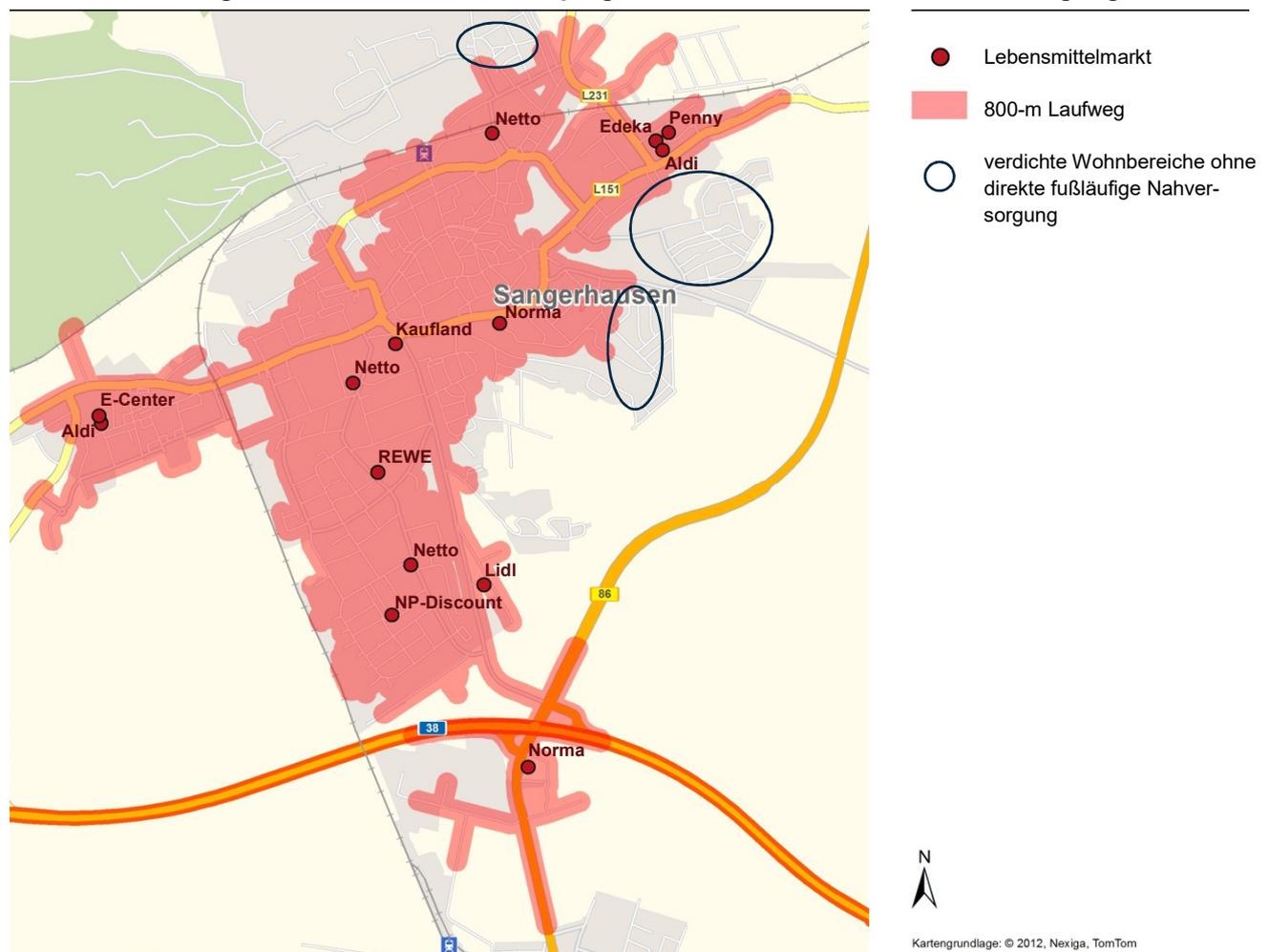
Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels in der Kernstadt befinden sich zum großen Teil funktionsgerecht in **siedlungsintegrierten Lagen** (vgl. Tab. 12), so dass eine angemessene Versorgung für die Wohnbevölkerung in dem jeweiligen Umfeld des Marktes erfolgt. Als Magnetanbieter dieser Lagen fungieren der Verbrauchermarkt von Kaufland (Schützenplatz), der REWE-Supermarkt (Karl-Liebknecht-Straße) sowie die Discounter Netto (Walther-Rathenau-Straße, Wilhelm-Koenen-Straße, Vor der Blauen Hütte), NP-Discount (Georg-Schumann-Straße) und Norma (Alte Promenade). In Bezug auf die Lage dieser Märkte ist zu konstatieren, dass diese räumlich relativ gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt sind. Somit ergibt sich hieraus kein Änderungsbedarf für eine mögliche Verlagerung von Bestandsmärkten.

<sup>74</sup> Anmerkung: Die folgenden Aussagen zu den offenen Potenzialen ersetzen nicht die betriebswirtschaftliche Machbarkeitsberechnung im Einzelfall. Ferner können naturgemäß die zukünftigen Trends bei der Entwicklung der einzelnen Branchen nicht berücksichtigt werden. Die empfohlenen Flächengrößen stellen einen Anhaltspunkt der Flächendimensionierung dar.

Neben den benannten Lebensmittelmärkten in integrierter Lage bestehen zwei dezentrale bzw. autokundenorientierte Standorte mit einer hohen flächenseitigen Angebotsverdichtung. Im Helmpark befinden sich das E-Center und Aldi, an der Riestedter Straße sind mit Edeka, Aldi und Penny sogar drei Lebensmittelmärkte vorzufinden. Diese Standorte und die bestehende Angebotsmassierung sind versorgungsstrukturell negativ einzustufen, da beide Standortbereiche nur eine geringe Mantelbevölkerung in ihrem Nahbereich aufweisen (vgl. Karte 7) und somit keinen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten können. Dies trifft auch von den Norma-Markt (Am Mittelfeld) an der Autobahnauffahrt zu. Da die genannten Lebensmittelmärkte maßgeblich auf ein autokundenorientiertes Publikum ausgerichtet sind, ist eine Fehlallokation dieser Märkte zu konstatieren.

Nachstehend werden kartographisch die Nahbereiche der Lebensmittelmärkte und auch die Wohnbereiche **ohne direkte fußläufige Anbindung** an einen Lebensmittelmarkt skizziert.

**Karte 9: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter / Versorgungslücken**



Um die **Nahversorgung mit Lebensmitteln** in Sangerhausen zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in unterversorgten Gebieten notwendig (vgl. vorstehende Karte 9). Bezüglich der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes<sup>75</sup> in diesen Gebieten ist folgendes anzumerken:

- In der Großwohnsiedlung Ohta hat sich nach der Ansiedlung des Edeka-Marktes an der naheliegenden Riestedter Straße ein vormals hier befindlicher NP-Markt (ebenfalls zur Edeka-Gruppe zugehörig) von diesem Standort zurückgezogen, die Handelsimmobilie (ca. 800 m<sup>2</sup> VK) steht seit dem leer. Mit

<sup>75</sup> Hierunter wird ein Supermarkt oder Discounter verstanden, der eine Verkaufsfläche von ca. 800 m<sup>2</sup> hat.

der Absiedlung dieses Magnetanbieters sind auch die kleinteiligen Angebote an Handel und an Dienstleistungen an der Ringstraße größtenteils abgeschmolzen.

Die Strukturen im Umfeld des Marktes bzw. in der Großwohnsiedlung Othal sind durch eine hoch verdichtete Wohnbebauung geprägt, so dass die (Wieder-)Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zu empfehlen ist. Negativ auf eine mögliche Ansiedlung wirkt sich das massive Lebensmittelangebot an der Riestedter Straße (Edeka, Aldi, Penny) aus.

Im Zusammenhang mit der hohen Wettbewerbsintensität ist zu konstatieren, dass sich ein entsprechender Markt in der Großwohnsiedlung in einer relativ isolierten Lage befindet, d.h. das potenzielle Einzugsgebiet umfasst maßgeblich nur Kunden im fußläufigen Nahbereich. Aus diesem Grund ist zu prüfen, ob ein Alternativstandort in einer besser frequentierten Lage (z.B. Standortbereich Beyernaumburger Weg) entwickelt werden kann.

- In weiteren kernstädtischen Teilbereichen (s. vorstehende Karte 9) sind Gebiete ohne eine fußläufige Nahversorgung vorhanden, wobei in diesen Bereichen nur eine durchschnittliche Bevölkerungsverdichtung vorzufinden ist. Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ist daher nicht zwingend notwendig, so dass die Einwohner in diesen Gebieten eine höhere Laufstrecke zur Deckung der Lebensmittelnachfrage in Kauf nehmen müssen.

Hierbei handelt es sich um ein Wohnquartier im nördlichen Bereich von Sangerhausen, das durch die hier verlaufende Bahnlinie von dem innerstädtischen Siedlungskörper abgeschnitten ist. Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ist unter Einbezug der hier bestehenden geringen Bevölkerungsverdichtung nicht zwingend erforderlich. Die Grundversorgung dieses Gebietes kann der Netto-Markt (Vor der Blauen Hütte) übernehmen.

Ein weiteres unterversorgtes Gebiet zeigt sich südlich der Beyernaumburger Straße, wobei diese Kleinwohnsiedlung ebenfalls nur eine geringe Bevölkerungsverdichtung aufweist. Die Grundversorgung für diesen Bereich könnte beispielsweise ein potenzieller Lebensmittelmarkt im Bereich der Großwohnsiedlung Othal übernehmen.

Mit Blick auf die vorstehende Karte 9 wird deutlich, dass eine flächenseitige **Optimierung der Nahversorgungsstruktur in der Kernstadt** durch die weitere Ansiedlung von Lebensmittelmärkten bezüglich der vorstehenden Analyse – mit Ausnahme in Othal – nicht zwingend notwendig ist. Modelltheoretisch wäre eine Optimierung der räumlichen Angebotsstruktur zwar möglich, jedoch ist eine Verlagerung von Märkten auf Grund der bereits bestehenden und langfristig eingeführten Angebotsstandorte und der fehlenden Betreiberfähigkeit bei einer gewünschten Neubelegung nicht realistisch.

Grundsätzlich sollten daher die bestehenden Lebensmittelanbieter – insbesondere in Nahversorgungslagen – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten an integrierten Standorten zu sichern. Als Maßnahmen sind insbesondere die Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen und eine kundenattraktive Darstellung der jeweiligen Märkte zu nennen.

Im Rahmen der **Standortsicherung** bzw. der Attraktivitätssteigerung von Lebensmittelanbietern ist grundsätzlich auch ggf. eine flächenseitige Erweiterung eines Lebensmittelmarktes – trotz der bestehenden hohen gesamtstädtischen Flächendichte – möglich. Hierbei sollte jedoch prinzipiell auf eine maßvolle bzw. dem Standort angepasste Erweiterung geachtet werden, um keine wesentlichen Kaufkraftumverlagerungen von anderen Nahversorgungsstandorten zu induzieren.

Bei einer möglichen flächenseitigen Erweiterung ist lediglich auf solche Anbieter abzustellen, die in einer siedlungsintegrierten Lage<sup>76</sup> verortet sind und einen wesentlichen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten. Bei bestehenden Standorten in teil-siedlungsintegrierten Lagen ist ein deutlich restriktiverer Umgang hinsichtlich einer Betriebserweiterung zu empfehlen, Standorte in nicht-integrierten Lagen sollte flächenseitig nicht erweitert werden.

---

76 vgl. Tab. 12.

Sollten sich mögliche Verlagerungen von Lebensmittelmärkten von dezentralen Standorten abzeichnen, so sind diese Märkte in städtebauliche integrierte Lagen – möglichst in Zentrumsnähe bzw. in verdichtete Wohnquartiere – zu lenken.

In Bezug auf die **Angebotsdurchmischung** wurde bereits festgestellt, dass in Sangerhausen hinsichtlich der verschiedenen Konzepte und der einzelnen Betriebstypen eine attraktive Angebotsvielfalt besteht. In dem aktuellen Besatz von Sangerhausen ist jedoch kein Bio-Markt vorhanden, so dass dieses spezielle Segment derzeit noch nicht abgedeckt wird. Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln noch weiter verstärken wird. Je nach Betreiberverfügbarkeit ist ein Bio-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 300 bis 500 m<sup>2</sup> zu empfehlen. Als Standort kommt hierbei eine Lage in einem zentralen Versorgungsbereich oder an einem wohnsiedlungsintegrierten Standort in der Kernstadt in Frage.

In den nicht-verstädterten bzw. den **ländlich geprägten Ortsteilen** von Sangerhausen ist in den beiden einwohnerstärksten Ortsteilen Oberröblingen (ca. 1.540 Ew.) und Wippra (ca. 1.400 Ew.) je ein Lebensmittelmarkt (NP-Discount) angesiedelt. Diese Anbieter übernehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion, vor allem für die ältere und nicht-mobile Bevölkerung in diesen Ortsteilen. Weiterhin existieren in verschiedenen Ortsteilen auch vereinzelt Nahrungsmittelhandwerker und Getränkeanbieter, die eine anteilige Versorgung übernehmen.

Grundsätzlich ist bezüglich der limitierten Einwohnerzahlen in den einzelnen dezentralen Ortsteilen der wirtschaftliche Betrieb von größeren Lebensmittelmärkten und auch von inhabergeführten Lebensmittelgeschäften schwierig. Somit ist als Ziel die Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen zu nennen, die den erfolgreichen Weiterbetrieb dieser Geschäfte ermöglicht.

Das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern vor allem auf die verhältnismäßig geringe Mantelbevölkerung in den einzelnen peripheren Ortsteilen (Ausnahme Oberröblingen/Wippra) zurückzuführen, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert.<sup>77</sup> Ferner wird die Lebensmittelversorgung bereits durch Lebensmittelmärkte in der Sangerhäuser Kernstadt übernommen, so dass auch zukünftig in kleineren Ortsteilen die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht realistisch ist.<sup>78</sup>

Für die ländlich geprägten bzw. kleineren Ortsteile kommen daher zukünftig lediglich Kleinflächenkonzepte bzw. die mobile Versorgung in Frage. Zur Abdeckung der Nachfrage bestehen folgende Alternativen:

- Hofläden/ Direkterzeuger, ggf. mit einem ausgeweiteten Sortiment,
- Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) mit einem erweiterten Lebensmittelsortiment,
- „Tante-Emma-Läden“,
- Mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker („Bäcker- oder Fleischerwagen“) oder durch „Rollende Supermärkte“,
- Liefer-/ Bestellservice von stationären Lebensmittelmärkten (meist nur durch inhabergeführte Supermärkte).

<sup>77</sup> Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt von rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche i.d.R. eine Einwohnerzahl von 3.000 Personen.

<sup>78</sup> Neben den strukturellen Nachteilen von kleineren SB-Geschäften besteht grundsätzlich das Problem der Betreiberverfügbarkeit. Da diese Geschäfte i.d.R. nur einen geringen Gewinn erwirtschaften, stellt sich der Betrieb oft wenig lukrativ dar. Aus diesem Grund findet auch selten die Übernahme eines Bestandsbetriebes statt, da es sich meist um sog. Grenzertragsbetriebe handelt. Dies zeigen auch die leerstehenden Lebensmittelgeschäfte in Riestedt, Gonna oder Wettelrode, deren Wiederbelegung durch einen Lebensmittelanbieter auf Grund der geringen Mantelbevölkerung in den einzelnen Ortsteilen nicht realistisch ist.

### 7.3.2. Non-Food

Auf Grundlage des Einzelhandelsbestandes, der erfolgten Branchenanalyse (vgl. Pkt. 6.3.2-6.3.4) und der angesetzten Zielwerte hinsichtlich der prospektiven Umsatzbindung der Stadt Sangerhausen (vgl. Abb. 25) errechnet sich nur in wenigen Branchen ein Flächenmehrbedarf. Es ist darauf zu verweisen, dass diese Ansiedlungspotenziale für den Prognosezeitraum von rd. 10 Jahren ermittelt wurden. Da in diesem Zeitraum mit einem sukzessiv rückläufigen Nachfragevolumen zu rechnen ist, liegt die aktuelle Flächennachfrage derzeit naturgemäß höher. Nachfolgend werden mögliche Ansiedlungsoptionen diskutiert.

- Im mittelfristigen Bedarfsbereich zeigt sich in der Branche **Sport** bis zum Jahr 2028 ein rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf von ca. 300 m<sup>2</sup>, um die lokale Kaufkraft und einen Teil der überörtlichen Kaufkraft in Sangerhausen zu binden.<sup>79</sup> Grundsätzlich wäre die Ansiedlung eines weiteren Sportanbieters (auch Spezialanbieter) oder die Vergrößerung des bestehenden innerörtlichen Sportfachmarktes möglich.

Die umfängliche Ausprägung eines kompetenten und leistungsfähigen Sportangebots ist gerade für die Innenstadt wichtig, da diese Branche eine Magnetfunktion besitzt und auch die Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt mit prägt.

- In der Branche **Sanitätswaren** ergibt sich in den nächsten Jahren eine weitere Nachfrage, was auch auf den hohen Anteil älterer Bevölkerung in Sangerhausen zurückzuführen ist (vgl. Abb. 11). Die Angebotsausweitung durch einen weiteren Anbieter oder die Flächenerweiterung eines Bestandsanbieters ist empfehlenswert.

- In **Buchbranche** liegt die aktuelle Bindungsquote bei rd. 90 % (vgl. Abb. 20), für das Jahr 2028 ist eine Bindungsquote von rd. 100 % zu sehen. Unter Berücksichtigung einer erhöhten Nachfragebindung sollte eine Flächenerweiterung erfolgen, zumal die derzeitige Buchhandlung eine deutlich zu geringe Verkaufsfläche aufweist.

Die Branche ist aktuell aus Betreibersicht risikobehaftet, da der Online-Handel hohe Marktanteile generiert, wenngleich der Marktanteil des Online-Handels aktuell rückläufig ist (vgl. Abb. 8). Zukünftig wäre jedoch eine erweiterte Verkaufsfläche in dieser Branche wünschenswert, wobei als Ansiedlungsstandort ausschließlich der zentrale innerstädtische Versorgungsbereich in Frage kommt.

- Für die **Spielwarenbranche** ergibt sich unter Einbezug des Einzugsgebietes ein Erweiterungsbedarf an Verkaufsfläche. Hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung in Sangerhausen zu verweisen (vgl. Abb. 11 i.V.m. Abb. 3), so dass sich die Ausgaben in diesem Segment in den nächsten Jahren eher rückläufig entwickeln werden. Trotzdem kann in dieser Branche ein Ansiedlungs- bzw. ein Erweiterungsbedarf der innerstädtischen Bestandsflächen gesehen werden.

- In den modischen Sortimenten **Textilien** und **Schuhe/Lederwaren** ist bei zum Jahr 2028 kein rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf erkennbar. Demnach ist eine gute Angebotsabdeckung gegeben, was auch in der aktuellen Bindungsquote von 168 % (Textilien) bzw. 159 % (Schuhe) zeigt (vgl. Abb. 20).

Grundsätzlich ist die Modebranche die wichtigste innerstädtische Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet und eine verstärkte Akzeptanz einer Innenstadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere innerstädtische Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen in Sangerhausen zu erzielen – die Ansiedlung von Modeanbietern in der Sangerhäuser Altstadt deutlich forciert werden.

---

79 Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der Division der offenen bzw. aus Sangerhausen abfließenden Nachfrage (bei Ziel-Bindungsquote 150 %) und der durchschnittlichen Raumleistung je Branche ermittelt.

In den Modebranchen besitzen insbesondere überregional aktive Filialisten eine hohe Anziehungskraft und können wesentlich zur Attraktivierung der Sangerhäuser Altstadt beitragen. Ferner kann durch ein verstärktes Angebot auch einer weiteren Kundenabwanderung zum Online-Handel vorgebeugt werden.

Die Ansiedlung von weiteren Modeanbietern ist zukünftig ausschließlich auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. Grundsätzlich sollte versucht werden, größere Modegeschäfte zu etablieren, um die Auswahlbreite und -tiefe innerhalb der einzelnen Modelabels zu erhöhen. Hierbei sind auch unterschiedliche bzw. polarisierende Konzepte empfehlenswert, da so eine möglichst breite Kundenbasis angesprochen werden kann.

Die vorstehende Einschätzung trifft nicht nur auf die Textilbranche, sondern auch auf die Schuh- bzw. Sportbranche zu, da diese Sortimente eine wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien darstellen und so optimale Kopplungen zwischen den Branchen induziert werden können. Zusammenfassend ist nochmals zu betonen, dass perspektivisch die Ansiedlung von modischen Sortimenten ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Altstadt erfolgen sollte.

In Bezug auf die Erhöhung der innerstädtischen Angebotstiefe sollte auch die Verlagerung von Anbietern aus städtischen Randlagen oder von dezentralen Standorten forciert werden. Da gerade eine Konzentration und die Schaffung einer Angebotsverdichtung hohe Kopplungen induziert, können sowohl einzelne Anbieter als auch die Attraktivität der gesamten Sangerhäuser Altstadt von dieser Angebotskonzentration profitieren.

Für den Großteil der vorstehenden Ansiedlungspotenziale wird eine Entwicklung in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vorgeschlagen. Als **Potenzialflächen** kommen für eine langfristige Belegung u.a. Leerstandsobjekte in Frage. In dem zentralen Versorgungsbereich sind derzeit circa freie 20 Ladenlokale vorhanden, deren einzelbetriebliche Verkaufsfläche jedoch augenscheinlich zum großen Teil unter 100 m<sup>2</sup> je Geschäft liegt.<sup>80</sup>

Somit sind diese potenziellen Angebotsreserven lediglich zur Umsetzung von kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben geeignet, jedoch nicht für die Entwicklung von größeren und leistungsfähigen Konzepten, insbesondere nicht für Filialisten. Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. auch zur Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist lediglich die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wenngleich sich diese Möglichkeit meist hinsichtlich der unterschiedlichen Eigentümer schwierig gestaltet.

#### Abbildung 26: Innerstädtische Leerstandsflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

<sup>80</sup> Von den Leerständen ist der Großteil der Angebotsflächen sofort nutzbar bzw. die Flächen können augenscheinlich zeitnah hergerichtet werden. Aktuell sind jedoch lediglich vier größere Leerstandsflächen mit einer Nutzfläche von über 100 m<sup>2</sup> zu identifizieren.

Neben leerstehenden Ladeneinheiten werden derzeit auch verschiedene Gewerbeeinheiten durch einzelhandelsfremde Nutzungen belegt. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass bei einer erhöhten Nachfrage nach Einzelhandelsflächen diese Potenziale einer Einzelhandelsnutzung wieder zugeführt werden könnten. Wie im Fall der Leerstandsflächen ist jedoch zu konstatieren, dass der Großteil dieser Ladeneinheiten nur eine geringe Verkaufsfläche besitzt und somit für zahlreiche Handelskonzepte nicht infrage kommt.

Grundsätzlich ist bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels neben der Nutzung von Leerstandsreserven insbesondere eine Bebauung von Brachflächen bzw. Baulücken in Betracht zu ziehen. Derzeit existieren jedoch keine größeren Potenzialflächen, die für eine Bebauung und Nutzung mit Einzelhandel prädestiniert wären. Aktuell konnte lediglich eine größere Freifläche (Nutzung durch Parkplatz) in der Doktor-Wilhelm-Külz-Straße (gegenüber Intersport) identifiziert werden.

### 7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Im folgenden Kapitel erfolgt eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Sangerhäuser Einzelhandel.

**Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Sangerhäuser Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)**

Branche	Betriebstyp	Bemerkung
Lebensmittel	Bio-Supermarkt	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Bio-Supermarktes, wobei i.d.R. eine Verkaufsfläche zwischen 300 bis 500 m<sup>2</sup> zu veranschlagen ist</li> <li>▪ optional ist auch die Ansiedlung eines Bio-Geschäftes (minimal ca. 100 m<sup>2</sup> VK) möglich</li> </ul> <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich / wohnsiedlungsintegrierter Standort innerhalb der Kernstadt, möglichst zentrumsnah</p>
Sport	Fachgeschäft/ Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ flächenseitige Erweiterung des bestehenden innerstädtischen Sportfachmarktes oder Neuansiedlung eines weiteren Fachgeschäftes (&gt;200 m<sup>2</sup> VK)</li> <li>▪ Branche übernimmt Magnetfunktion für die Innenstadt</li> </ul> <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt</p>
Sanitätswaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ flächenseitige Erweiterung bzw. Neuansiedlung eines weiteren Fachgeschäftes (Mindestfläche ca. 100 m<sup>2</sup> VK)</li> </ul> <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, ggf. auch wohnsiedlungsintegrierter Standort innerhalb der Kernstadt</p>
Bücher/ Spielwaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ flächenseitige Erweiterung eines bestehenden Anbieters oder auch Neuansiedlung</li> <li>▪ Ansiedlung einer langfristig tragfähigen Verkaufsfläche, Betrieb sollte Magnetfunktion für die Altstadt übernehmen</li> <li>▪ ggf. Aufnahme von Dienstleistungen in das Sortiment (bspw. Lotto, Post)</li> </ul> <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt</p>
Textilien/ Schuhe	Fachgeschäfte/ Fachmärkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung verschiedener Modeanbieter ausschließlich in der Sangerhäuser Altstadt, um auf Kopplungen innerhalb der Modebranche zurückgreifen zu können</li> <li>▪ Fokussierung auf Textil-/ Schuhfilialisten mit hoher Ausstrahlungskraft</li> <li>▪ Entwicklung möglichst großer Ladenflächen (&gt;200 m<sup>2</sup> VK)</li> <li>▪ Etablierung von weiteren Magnetanbietern</li> <li>▪ Verlagerung von bestehenden Textil- und Schuhanbietern aus städtischen Randlagen oder von dezentralen Standorten</li> </ul> <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt</p>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Es ist darauf zu verweisen, dass die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Sangerhäuser Einzelhandels** im eigenen Stadtgebiet und dem abgegrenzten Einzugsgebiet basieren. Sie gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine gewisse Erhöhung der Marktanteile des Sangerhäuser Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen/ Erweiterungen deutlich unter dem prognostizierten Marktvolumen im dargestellten Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels liegen. Die dargestellten Flächengrößen sollen vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Sangerhausen als notwendig bzw. wünschenswert einzustufen sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die Konsumenten zu präsentieren.<sup>81</sup>

Die dargestellten Erweiterungsoptionen des Sangerhäuser Einzelhandels wurden unter Berücksichtigung von Ziel-Bindungsquoten ermittelt. Diese wurden im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich mit 150 % angesetzt, um so eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung in Sangerhausen und auch im näheren Umfeld zu gewährleisten. Die rechnerisch zu versorgende Bevölkerung würde ca. 39.400 Personen betragen und somit deutlich unter dem aktuellen Einwohnerpotenzial des Sangerhäuser Einzelhandels von ca. 49.000 Personen (vgl. Tab. 4) liegen.

Somit besitzen die umliegenden Orte in dem dargestellten Einzugsgebiet ebenfalls Spielräume zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in allen Bedarfsbereichen, wenngleich sich – mit Ausnahme der Nahversorgung – auf Grund der geringen Bevölkerungszahl gerade in den kleinen Orten im Umfeld von Sangerhausen keine dauerhaft tragfähigen Einzelhandelsstrukturen herausbilden können.

Grundsätzlich können die bestehenden Flächen sowie die Erweiterungsverkaufsflächen in Sangerhausen nur dann wirtschaftlich ausgelastet werden, wenn es der Stadt Sangerhausen gelingt, auch weiterhin einen Umsatzzufluss aus dem Einzugsgebiet zu erzielen. Dazu ist u.a. ein komplexes und umfassendes Einzelhandelsangebot in der Stadt notwendig. Dies ist auch eine Voraussetzung, um die Kaufkraftabwanderungen zu anderen Orten und insbesondere zum Online-Handel so gering wie möglich zu halten.

---

81 Sollten sich Vorhaben, die auf Basis ihrer Dimensionierung eine Ausdehnung des dargestellten Einzugsbereiches erwarten lassen oder sich nach einer ersten Einschätzung nicht in den beschriebenen Entwicklungskorridor einordnen, ist ggf. eine gesonderte Bewertung erforderlich, welche die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen der Region im Detail aufzeigt.

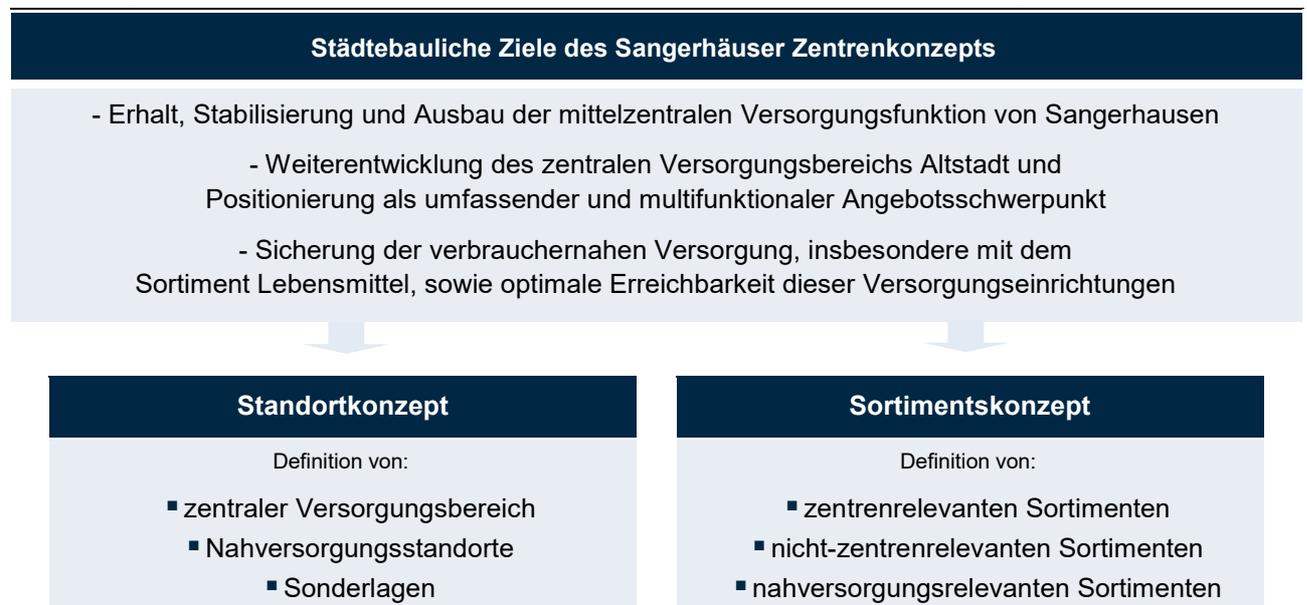
## 8. Zentrenkonzept der Stadt Sangerhausen

### 8.1. Ziele des Zentrenkonzepts

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

Auf der anderen Seite wird durch das Zentrenkonzept auch eine Planungs- und Investitionssicherheit, gerade im zentralen Versorgungsbereich oder an Nahversorgungsstandorten geschaffen. Mit Hilfe der funktional-räumlichen Gliederung und der Ausweisung der jeweiligen Versorgungsfunktion sollen u.a. folgende Ziele erreicht werden:

**Abbildung 27: Städtebauliche Ziele / Standort- und Sortimentskonzept für Sangerhausen**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Sangerhäuser Einzelhandels sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen.

Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsflächen in Sangerhausen definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion der Stadt Sangerhausen wichtig sind. Weiterhin werden Grundversorgungsstandorte und Ergänzungs- bzw. Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

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

## 8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Sangerhausen ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das Zentrenkonzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll vor allem eine räumliche Steuerung des insbesondere großflächigen Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen.

Die Rechtsinstrumente zur Einzelhandelssteuerung stellen vor allem die Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und das Baugesetzbuch (§ 34 Abs. 3 BauGB/ § 2 Abs. 2 BauGB/ § 9 Abs. 2a BauGB) dar. In erster Linie kann hiermit die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gesteuert und damit ein Schutz von zentralen Versorgungsbereichen sichergestellt werden (vgl. auch Pkt. 3).

Bei dem **Begriff „zentraler Versorgungsbereich“** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>82</sup> Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt.

Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.<sup>83</sup>

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

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.<sup>84</sup> Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen** geben:

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

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

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

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

ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale<sup>85</sup> Funktion, d.h. eine Mittelpunktswirkung hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.<sup>86</sup> Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.

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

Hierbei wird grundsätzlich auf die Ausweisung eines sog. B-Zentrums (Stadtteilzentrum) verzichtet, da bezüglich der Stadtgröße von Sangerhausen ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist und auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken oder -teilen auch nicht entwickelt werden kann. Das begrenzte Nachfragepotenzial in Sangerhausen sollte maßgeblich in dem A-Zentrum gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Letztlich ist auch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen für Sangerhausen zu rechnen ist.

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird die später folgende Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen für die Stadt Sangerhausen vorgenommen.

---

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

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

**Abbildung 28: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen**

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>gesamtstädtisch sowie überörtlich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner</li> </ul>
Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lage im zentralen Innenstadtbereich</li> <li>Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>städtebaulich integrierte Lage bzw. wohnsiedlungsintegrierter Standort</li> </ul>
Branchenmix	<ul style="list-style-type: none"> <li>alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konzentration vor allem auf nahversorgungsrelevante Sortimente</li> <li>ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs</li> </ul>
Sortiment	<ul style="list-style-type: none"> <li>hohe Sortimentsbreite und -tiefe in allen zentrenrelevanten Branchen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>hohe Sortimentsbreite nur bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten</li> </ul>
Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>über 5 Betriebe und minimal 1.500 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche, davon zwingend ein größerer Lebensmittelmarkt (z.B. Supermarkt, Discounter)</li> </ul>
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> <li>in möglichst allen Bereichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Super-/Verbrauchermarkt/ Discounter (Food)</li> <li>Drogeriemarkt</li> </ul>
Betriebstypen	<ul style="list-style-type: none"> <li>alle Betriebstypen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke</li> </ul>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>v.a. mittleres und gehobenes Niveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>mittleres bzw. auch Discountriveau</li> </ul>
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie</li> </ul>
Räumliche Ausdehnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>entsprechend den räumlichen Gegebenheiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von max. 100 m bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes</li> </ul>
Verkehrserreichung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parkraumkonzept</li> <li>zentrale ÖPNV-Haltestelle</li> <li>Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pkw-Stellplätze</li> <li>Anbindung an ÖPNV</li> <li>Fuß-/Fahrradweganbindung</li> </ul>
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion</li> <li>gesamt- und überörtliche Mittelpunkt-/Kommunikations- und Treffpunktfunktion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich</li> <li>Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier</li> </ul>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die vorstehende Aufstellung ortsspezifischer Anforderungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich kann auch bei einer möglichen Fragestellung in Bezug auf die Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich zur Beantwortung herangezogen werden.

Nach Abgleich der formulierten Kriterien zur **Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen** mit den lokalen Einzelhandelsstrukturen (vgl. Karte 6) wurden in Sangerhausen drei zentrale Versorgungsbereiche identifiziert. Hierbei handelt es sich um das Innenstadtzentrum (A-Zentrum), das den traditionellen Einzelhandelsschwerpunkt in Sangerhausen darstellt.

In Bezug auf das Vorhandensein von zentralen Versorgungsbereichen einer niedrigeren Hierarchiestufe ist zu konstatieren, dass in Sangerhausen zwei Nahversorgungszentren (C-Zentrum) vorhanden sind. Hierbei handelt es sich um den Standortbereich an der Karl-Liebknecht-Straße und der Georg-Schumann-Straße.

Weitere Nahversorgungszentren konnten nicht erkannt werden, was auf das Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots zurückzuführen. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren nicht vorhanden, wengleich hier auch Betriebe mit sog. nahversorgungsrelevanten Sortimenten etabliert sind.

Ferner erfüllen die bestehenden Einzelhandels- bzw. Fachmarkttagglomeration (vgl. Karte 6) die an ein Nahversorgungszentrum gestellten Anforderungen nicht. So befinden sich die Einzelhandelsstandorte Helmpark und Riestedter Straße nicht in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage innerhalb eines Bebauungszusammenhangs, sondern sind in städtebaulichen Randlagen. Ferner geht die Sortimentsausrichtung dieser Standorte – zum Teil auch deutlich – über eine Nahversorgungsfunktion hinaus, da umfängliche Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich angesiedelt wurden.

Die räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten<sup>87</sup> vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die wesentlichen Abgrenzungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge von der BBE bei der räumlichen Abgrenzung der beiden zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt werden.

#### Abbildung 29: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Quantitative Kriterien	Verkaufsflächenbestand, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie etc., öffentliche Nutzungen
Qualitative Kriterien	Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation
Städtebauliche Kriterien	Bebauungsstruktur, Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum (Möblierung, Pflasterung, Begrünung etc.), Stadtbild, Kompaktheit, Architektur, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen
Bevölkerung	ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, Kundenfrequenzen
Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss
Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter	Bedarfshäufigkeit/Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben
Ökonomische Voraussetzungen	ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft, Einwohner im Nahbereich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur in zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich, da beispielsweise in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht etabliert werden können. Ferner ist auch in verdichteten Wohnquartieren eine engmaschige Nahversorgung notwendig.

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

Diese Standorte sind i.d.R. durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Super/Verbrauchermarkt) und teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer) geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung dar. Diese Angebotsstandorte dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung bzw. der sog. Grundversorgung.<sup>88</sup> Die Ausstattung dieser Nahversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität schwanken, ist jedoch auf den sog. kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert.<sup>89</sup>

Die Standorteigenschaften eines Nahversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- räumliche und funktionale Zuordnung zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier),
- städtebauliche integrierte bzw. wohnsiedlungsintegrierte Lage,<sup>90</sup>
- zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage, möglichst barrierefreier Zugang aus dem Umfeld,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen),
- ÖPNV-Anbindung (optional).

Die Nahversorgungsstandorte haben jedoch weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte i.d.R. durch eine eingeschränkte Angebotsstruktur bzw. geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunktfunktion besitzen und die Komplementärnutzungen (u.a. Dienstleistungen, Gastronomie) nur unzureichend ausgebildet sind. Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich im Sinne des BauGB bzw. der BauNVO dar, wenngleich sie einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung leisten. Eine Schutzmöglichkeit dieser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist auch aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes einzelner Anbieter unzulässig.

Das vorstehende Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen und an Nahversorgungsstandorten wird durch **Sonderstandorte** komplettiert, die i.d.R. durch eine Ansiedlung von Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern gekennzeichnet sind. Die zum Teil auf den großflächigen Einzelhandel fokussierten Geschäftslagen sind verkehrsgünstig gelegenen Standorten mit einer großzügig dimensionierten Parkplatzanlage angesiedelt, wobei solche Agglomerationen oft über einen weiten Einzugsbereich verfügen und z.T. eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen.<sup>91</sup> Die Sonderstandorte sind auf Grund ihrer dezentralen Lage

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

89 Sofern das Angebot an einem Nahversorgungsstandort über die vorstehend beschriebene Ausstattung hinausgeht, ist der jeweilige Standort als sog. komplexer Nahversorgungsstandort einzustufen.

90 Nahversorgungsstandorte können auch in Randlagen zu Wohnsiedlungsgebieten verortet sein, sofern fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und fußläufige Austauschbeziehungen bestehen.

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

als nicht-schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung einzustufen, da sie in Konkurrenz zu zentralen Versorgungsbereichen stehen.

Weiterhin bestehen außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte i.d.R. verschiedene **Streulagen**, die größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – geprägt sind. Diese Geschäfte verfügen normalerweise über einen geringen Einzugsbereich, der vorwiegend auf ihr fußläufiges Umfeld beschränkt ist. Des Weiteren sind in solchen Lagen auch großformatige Betriebe an Solitärstandorten vorzufinden.

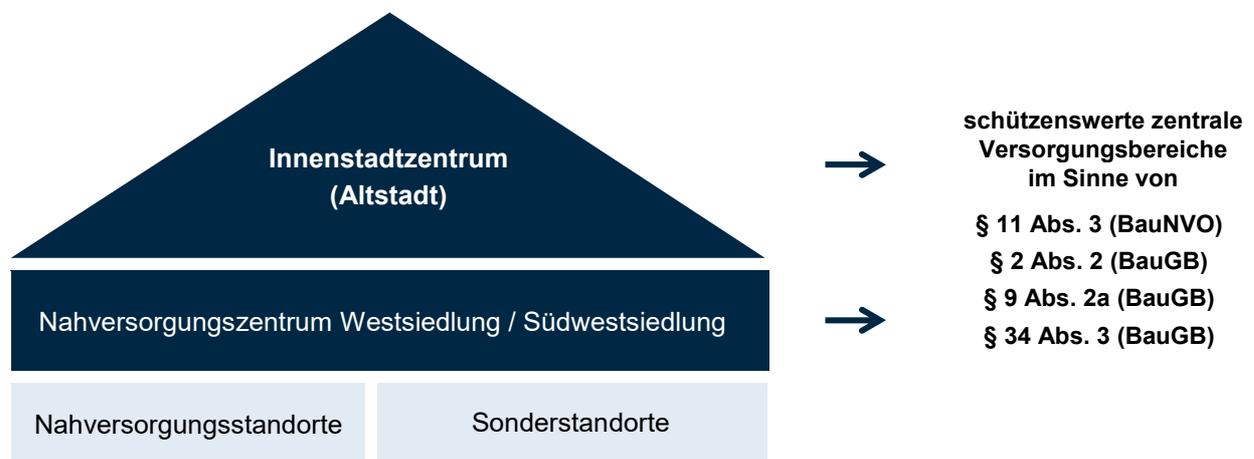
## 8.3. Zentren-/ Standortkonzept Sangerhausen

### 8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Die polyzentrische Siedlungsstruktur der Stadt Sangerhausen erfordert die Ausgestaltung des Stadtgebietes mit einem abgestuften Netz von Versorgungsbereichen, um den versorgungsstrukturellen Anforderungen an die jeweiligen Siedlungs- bzw. Wohnbereiche gerecht zu werden.

Das künftige **Zentrenleitbild** für die Einzelhandelsentwicklung von Sangerhausen beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Der Stadt Sangerhausen wird die Ausweisung von drei zentralen Versorgungsbereichen empfohlen. Deren Angebot wird durch sieben Nahversorgungsstandorte und zwei bereits bestehende Sonderlagen komplettiert.

**Abbildung 30: Modell der Zentrenstruktur von Sangerhausen**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der **zentrale Versorgungsbereich Altstadt** soll auch zukünftig den Hauptangebotsschwerpunkt für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten darstellen. Damit soll einer weiteren Streuung des Angebots insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten über das gesamte Sangerhäuser Stadtgebiet entgegengewirkt werden. Dies ist insbesondere unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet.

Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels auf diesen Bereich soll eine Stärkung der Innenstadt durch die Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden. Die Sangerhäuser Altstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden.

In der Weststadt besteht im Kreuzungsbereich der Karl-Liebkecht-Straße / Straße der Volkssolidarität und in der Südweststadt an der Georg-Schumann-Straße jeweils ein **Nahversorgungszentrum**. Diese Versorgungsbereiche übernehmen eine überwiegend stadtteilbezogene Versorgungsfunktion für den südlichen und den westlichen Kernstadtbereich bzw. die hier befindliche Großwohnsiedlung.

Auf Grund der Ausstattung mit einem Lebensmittelsupermarkt, einem Drogerie- und einem Textilmarkt kann das Nahversorgungszentrum Weststadt funktionsgerecht eine adäquate Grundversorgung für dieses Siedlungsgebiet übernehmen. Das Nahversorgungszentrum Südweststadt ist mit einem großformatigen Lebensmitteldiscounter und einem Multisortimentsmarkt sowie verschiedenen Komplementären ausgestattet und stellt die Nahversorgung vorwiegend für das südwestliche Kernstadtgebiet sicher.

Das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen wird durch die im vorherigen Kapitel beschriebenen **Nahversorgungsstandorte** ergänzt, deren Einzelhandelsbesatz i.d.R. monofunktional auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert ist. Die Nahversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, dessen Angebot ggf. durch Nahrungsmittelhandwerker oder ähnliche Anbieter ergänzt werden kann. Die Nahversorgungsstandorte befinden sich in für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage und verfügen über eine – für die jeweiligen lokalen Gegebenheiten – hohe Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld.

Andere Einzelhandelsanbieter außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten an diesen Standorten i.d.R. nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und diesen Standorten nicht zu unterlaufen. Eine Ausnahme stellen der bestehenden Nahversorgungsstandort am Schützenplatz (Kaufland) dar.

Auf Grund der vorgenommenen Einstufung können dieser Standortkategorie sieben sog. Nahversorgungsstandorte zugeordnet werden, wobei fünf dieser Standorte in der Kernstadt und zwei Nahversorgungsstandorte in dezentralen Ortsteilen von Sangerhausen liegen.

- Vor der Blauen Hütte (Netto)
- Alte Promenade (Norma)
- Schützenplatz (Kaufland)
- Walther-Rathenau-Straße (Netto)
- Wilhelm-Koenen-Straße (Netto)
- Oberröblingen - Sangerhäuser Straße (NP-Discount)
- Wippra - Bahnhofstraße (NP-Discount)

Grundsätzlich erfüllen die Nahversorgungsstandorte nicht die vorstehend beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch hinsichtlich ihrer städtebaulich integrierten Lage einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel, dar. Demnach besitzen diese Standorte auch einen gewissen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.

Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren weitere Einzelhandelslagen, die als **Sonderlagen** bzw. Ergänzungsstandorte einzustufen sind. Diese Standorte besitzen insbesondere hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale von zentralen Versorgungsbereichen. Die Sonderstandorte sind durch eine Agglomeration größerer Einzelhandelsbetriebe – z.T. oberhalb der Großflächigkeit – an verkehrsgünstig gelegenen Standorten geprägt, die auch ein gesamt- bzw. überörtliches Einzugsgebiet besitzen können und somit größere Marktgebiete erschließen.

Die Betriebe in diesen Lagen sollten eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen und nicht in einer direkten Konkurrenzsituation zu den zentralen Versorgungsbereichen oder zu Nahversorgungsstandorten stehen. Dies ist maßgeblich von der Zentrenrelevanz der geführten Sortimente sowie deren qualitativer Ausprägung abhängig.

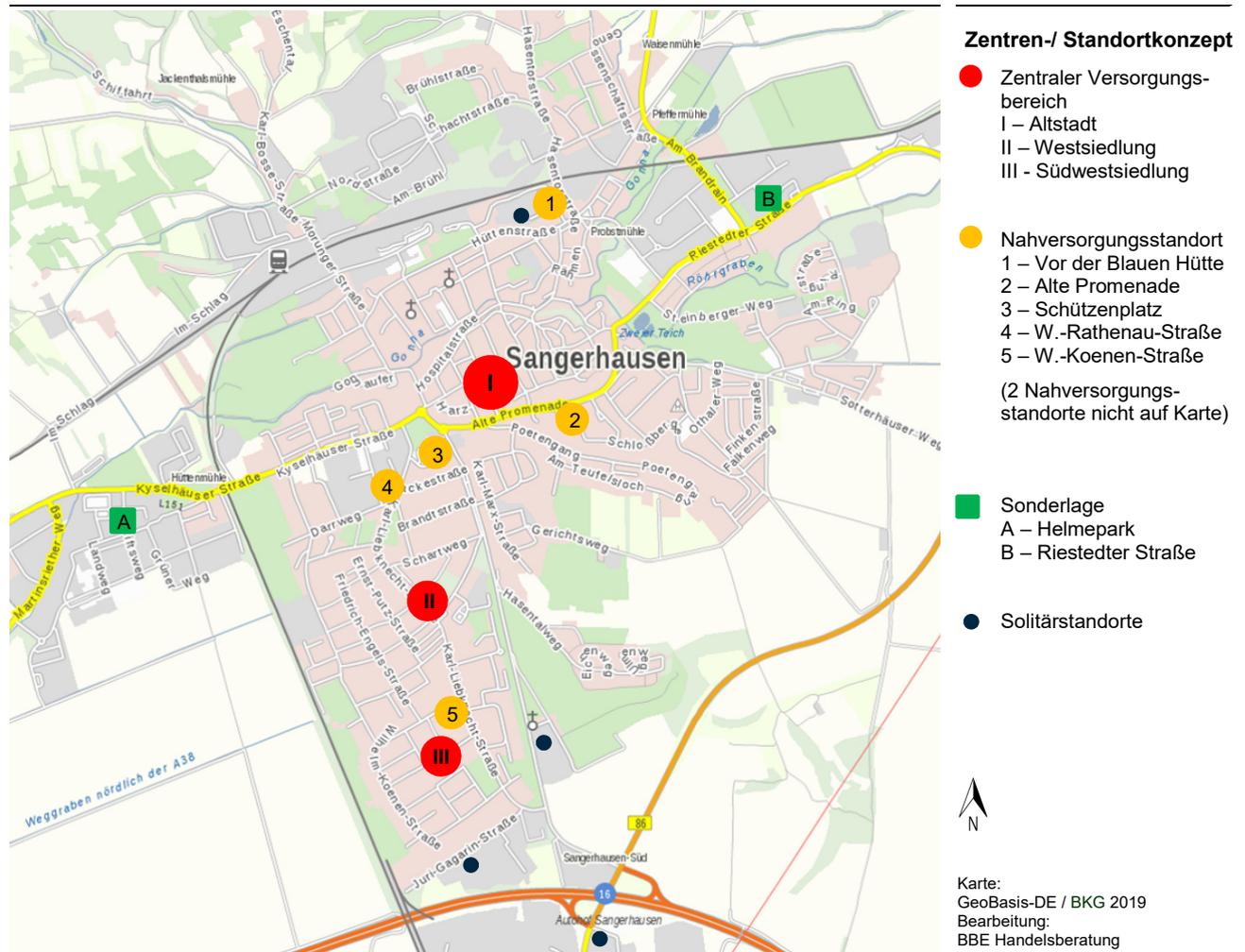
Derzeit wurden in Sangerhausen mit den Einzelhandelsagglomerationen

- im Helmpark und
- an der Riestedter Straße

zwei sog. Sonderstandorte identifiziert, die sich jeweils in einer dezentralen bzw. autokundenorientierten Lage befinden.

In Anlehnung an die vorstehenden Ausführungen stellt die folgende Karte das **Standortstrukturkonzept** für den Sangerhäuser Einzelhandel überblicksartig dar.

**Karte 10: Zentren-/ Standortkonzept Sangerhausen**



Neben den dargestellten prägenden Versorgungsstandorten sind Handelsbetriebe in Streu- bzw. Solitärlagen verortet. Hierbei handelt es sich überwiegend um kleinere Betriebe, die i.d.R. eine lokale Versorgungsfunktion für ihr jeweiliges räumliches Umfeld übernehmen. Mit einem Möbelhaus (Panorama-Möbel) und einem Multisortimentsmarkt (REPO) sind lediglich zwei großflächige Non-Food-Betriebe vorhanden, ferner sind mit Lidl und Norma zwei Lebensmittelmärkte in einer autokundenorientierten Lage vorzufinden.

Im Anschluss werden die Beschreibung und die Funktionszuweisung der einzelnen Versorgungsbereiche vorgenommen. Ebenso erfolgt eine räumliche Abgrenzung dieser Bereiche.

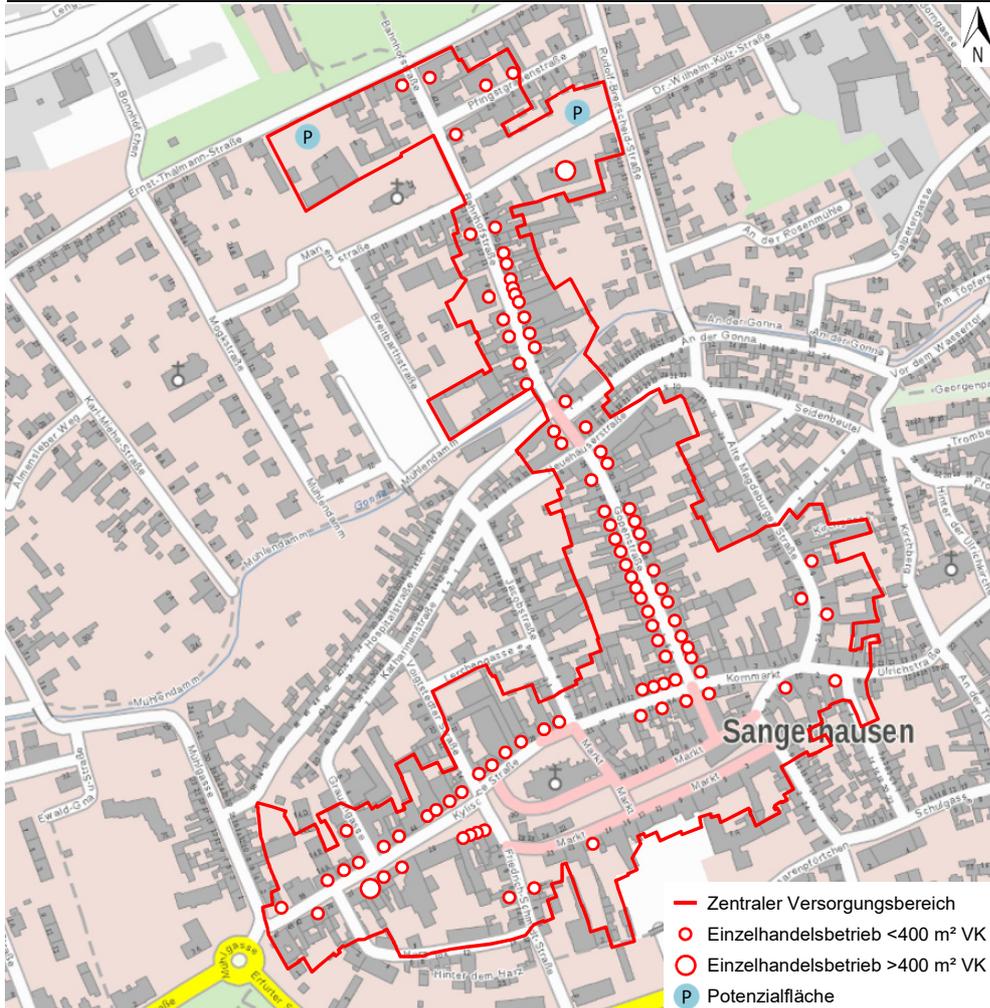
### 8.3.2. Zentrale Versorgungsbereiche

#### 8.3.2.1. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt

Nachstehend wird eine Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs eingefügt. Des Weiteren wird die räumliche Abgrenzung dieses Bereiches vorgenommen, ebenso wie die Formulierung zukünftiger Entwicklungsziele.

#### Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Altstadt

Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum</li> </ul>
Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zentrale Lage im Sangerhäuser Kernstadtgebiet</li> <li>▪ Versorgungsbereich erstreckt sich vom Bahnhof in winkliger Form über den Markt bis zum Schützenplatz</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gute verkehrliche Anbindung an den innerörtlichen Hauptverkehrsträger (L151), direkte Zufahrt von dieser Landesstraße möglich</li> <li>▪ weitere Zufahren über verschiedene Nebenstraßen</li> <li>▪ der Großteil des Zentrums ist befahrbar, jedoch verkehrsberuhigt</li> <li>▪ Straßen im Zentrum sind größtenteils als Einbahnstraße ausgewiesen</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zwei größere Innenstadtparkplätze, wobei Parkplatz „Markt“ direkt von der L151 anfahrbar ist, Parkplatz „Innenstadt“ mit komplizierter Erreichbarkeit</li> <li>▪ verschiedene straßenbegleitende Parkmöglichkeiten im Innenstadtbereich</li> <li>▪ Parken zum großen Teil gebührenpflichtig</li> <li>▪ weitere PKW-Abstellmöglichkeiten im näheren Umfeld der Einkaufsinnenstadt</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ unmittelbare ÖPNV-Anbindung, da zentrale Bushaltestelle des Stadtbusverkehrs am Markt liegt, weitere Haltestelle am Kornmarkt</li> <li>▪ direkt nördlich des Zentrums befindet sich der Sangerhäuser Bahnhof, der vom Schienen-, Regional- und Stadtbusverkehr angefahren wird und den Hauptumsteigepunkt des Personennahverkehrs darstellt</li> </ul>
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernehmen modische Sortimente, Drogerie-/Parfümeriewaren und Haushaltswaren</li> </ul>
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 8.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rd. 10 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)</li> </ul>
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 94 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 41 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)</li> </ul>
Verkaufsflächenstruktur	<p><b>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lebensmittel/Reformwaren (19)</li> <li>Drogeriewaren/Gesundheit (4)</li> <li>Blumen/Pflanzen/Zoo (4)</li> <li>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (32)</li> <li>Bücher/Schreib-/Spielwaren (4)</li> <li>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (11)</li> <li>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (5)</li> <li>Optik/Uhren/Schmuck (10)</li> <li>Sonstiger Einzelhandel (5)</li> </ul>
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ großformatige Anbieter wie Müller Drogerie, Mister &amp; Lady Jeans, Ernstings Family, Rieker, Intersport, Spielwaren Hess, Modehaus Bianca</li> </ul>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, jedoch auch diverse Discountangebote vorhanden</li> </ul>

<p>Filialisierungsgrad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>14 überregionale Filialisten belegen rd. 3.000 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche (rd. 34 % der innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche)</li> </ul>
<p>Komplementärangebote</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 70 Anbieter mit Komplementärangeboten, u.a. Finanzdienstleistungen, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungen, Büros, Kino-/Kulturangebote, medizinische Versorgung, öffentliche Verwaltung, Post</li> <li>2 Markttag pro Woche (Dienstag/Freitag) auf dem Marktplatz vor Jacobikirche</li> </ul>
<p>Einzugsgebiet</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadt Sangerhausen und umliegende Orte mit insgesamt rd. 49.000 Personen</li> </ul>
<p>Einzelhandelsfunktion</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>gesamtstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des mittelfristigen Bedarfsbereichs</li> <li>funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Sangerhausen</li> <li>Versorgungsfunktion für das regionale Umfeld von Sangerhausen</li> </ul>
<p>Räumliche Abgrenzung<sup>92</sup></p>	
<p>Städtebauliche Kurzbewertung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>relativ lange Hauptgeschäftslage (ca. 800 m-Laufweg) von der Kyllischen Straße über den Markt in die abzweigende Göpenstraße/Bahnhofstraße</li> <li>meist durchgehende heterogene Bebauungsstruktur mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, sehr kleinteilige Struktur</li> <li>Einzelhandel ist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt, es existiert eine meist durchgängige Schaufensterfront mit Handels- und Komplementärnutzungen</li> </ul>

92 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich. Eine parzellenscharfe Konkretisierung ist in dem geplanten Bauleitverfahren zur Aufstellung eines sog. einfachen Bebauungsplans vorzunehmen.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Handel belegt überwiegend kleinformatische Geschäftsflächen, bedingt durch die kleinstrukturierte und kompakte Bebauung der Altstadt</li> <li>▪ eine attraktive städtebauliche Dominante stellt die historische Bebauung des Marktes und die Jacobikirche dar</li> <li>▪ die historischen Altbausubstanzen sind größtenteils aufwendig saniert und in einem optisch sehr guten Zustand</li> <li>▪ positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung, gute Aufenthaltsqualität des gesamten Innenstadtbereiches</li> </ul>
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 20 leerstehende Gewerbeeinheiten mit einer geschätzten Leerstandsfläche von rd. 1.500 m<sup>2</sup></li> <li>▪ über drei Viertel der Leerstände weist eine Ladengröße von unter 50 m<sup>2</sup> je Geschäft auf und ist damit für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein</li> </ul>
Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzung von Leerstandsflächen, Zusammenlegung von kleineren Ladeneinheiten</li> <li>▪ Bebauung von Baulücken</li> </ul>



### Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Altstadt

#### Stärken

- direkte Anfahrbarkeit der Altstadt von einem innerörtlichen Hauptverkehrsträger
- gute Parkplatzsituation im gesamten Innenstadtbereich
- sehr gute Anbindung der Altstadt an den lokalen und den regionalen ÖPNV
- sehr hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben
- funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Sangerhausen
- attraktive Filialisten
- zahlreiche Komplementärbetriebe, dadurch sehr gute Funktionsdurchmischung und hohe Multifunktionalität der Innenstadt
- attraktiver und gut frequentierter Wochenmarkt
- städtebaulich attraktive Innenstadt, ansprechende Bausubstanzen und Stadtmöblierung

#### Schwächen

- Flächenanteil des Innenstadthandels an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche mit ca. 10 % sehr gering
- zu wenige Einzelhandelsmagneten in der Altstadt
- nachlassende Frequenz in den Randbereichen, insbesondere der nördlichen Bahnhofsstraße
- diverse Leerstände in der Hauptgeschäftslage, jedoch zum großen Teil mit geringer Verkaufsfläche
- keine großformatigen Potenzialfläche, dadurch limitierte weitere Entwicklungsmöglichkeiten, gerade für überregionale Filialisten
- unzureichende Nutzung der Frequenzen des naheliegenden Handelsstandortes Schützenplatz (Kaufland)
- ausbaufähige Gastronomie

### Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Altstadt:

- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente und Stärkung der Handelszentralität, vor allem in den zentrenrelevanten Bedarfsbereichen
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots, insbesondere der Magnetbetriebe der Sangerhäuser Innenstadt (vgl. Seite 80), aber auch Erhalt von Vielfaltigkeit und Kleinteiligkeit des Innenstadthandels
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Gezielte quantitative und qualitative Weiterentwicklung des innerstädtischen Einzelhandelsangebots gemäß den möglichen bzw. den relevanten Ansiedlungspotenzialen (vgl. Pkt. 7.3.3), wenngleich bezüglich der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nur limitierte flächenseitige Entwicklungsmöglichkeiten im Bestand gegeben sind
- Ansiedlung von weiteren strukturprägenden Magnetbetrieben mit möglichst hoher Ausstrahlungskraft, Ergänzung von bisher fehlenden Angebotsformaten bzw. -konzepten
- Lenkung von möglichen Ansiedlungsbegehren, insbesondere von großformatigen Handelsbetrieben auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Innenstadtrandlagen und von peripheren Standorten in den Hauptgeschäftsbereich
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben
- Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Altstadt, insbesondere auch Weiterentwicklung der Gastronomie
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Altstadt, u.a. durch gestalterische Verbesserungen, Aufwertung von Werbeanlagen und Schaufenstern und des öffentlichen Raums
- Optimale Anbindung und Verknüpfung des nördlichen und westlichen Randbereichs der Hauptgeschäftslage mit dem Schützenplatz und mit dem Bahnhof, ggf. Bebauung mit Einzelhandel prüfen
- Beibehaltung/Sicherung des Frischemarktes auf dem Marktplatz
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit der Altstadt, des guten Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Altstadt) und der ÖPNV-Anbindung der Altstadt
- Nutzung der Digitalisierung als Chance für den innerstädtischen Einzelhandel in Sangerhausen

Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

Der stationäre Einzelhandel in Deutschland leidet in den letzten Jahren an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des e-Commerce, da sich der Marktanteil dieser Vertriebsform stetig erhöht hat (vgl. Abb. 7/9) und weiter – wenn auch moderater – steigen wird. Da der Gesamtmarkt nur marginal wächst (vgl. Abb. 4) und der e-Commerce den Versandhandel bereits dominiert, geht das weitere Umsatzwachstum insbesondere zu Lasten der Umsätze stationärer Händler. Es ist zu erwarten, dass dies auch langfristig zu einem **verringerten Flächenbedarf des stationären Einzelhandels** führen wird.

Auf Basis der zu erwartenden branchenspezifischen Marktanteilsentwicklung des e-Commerce lässt sich der zukünftige Verkaufsflächenbedarf einer Stadt bzw. auch einer Einzelhandelslage quantifizieren. Das von der BBE entwickelte e-Impact-Tool bewertet in einem ersten Schritt die Lagequalität bzw. die **Widerstandskraft eines Einzelhandelsstandortes** gegenüber dem Online-Handel. Hierzu werden die relevanten Faktoren Makro- und Mikrostandort sowie die Exposition des Einzelhandels analysiert und zusammenfassend bewertet. Das Ergebnis ist ein Score-Wert (e-impact-Factor), der die Widerstandskraft der untersuchten Einzelhandelslage gegenüber dem Online-Handel aufzeigt.

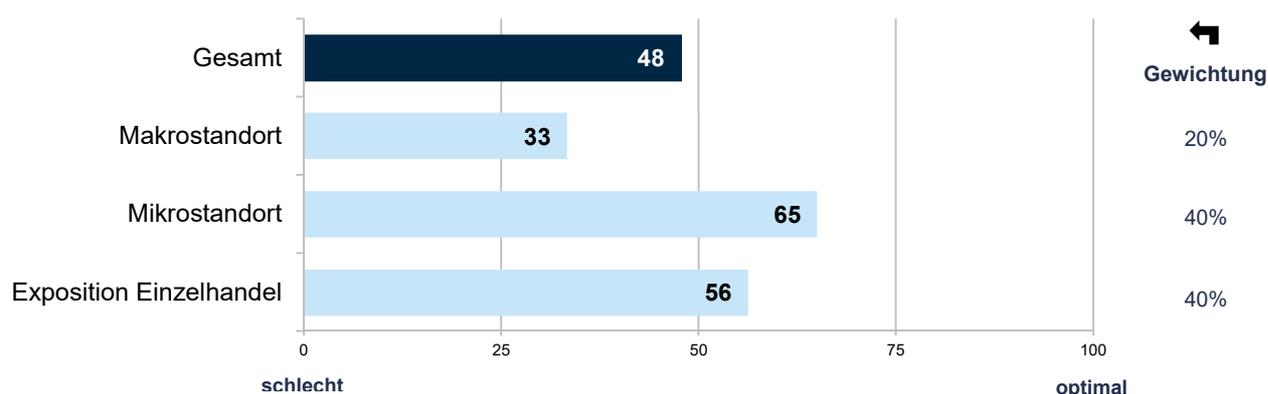
Der untersuchte zentrale Versorgungsbereich Altstadt erreicht mit einem **e-impact-Factor von 48** nur einen durchschnittlichen Wert und bietet somit eine eingeschränkte bzw. eher geringe Widerstandskraft gegenüber dem e-Commerce.

Die Analyse des Makrostandortes<sup>93</sup> zeigt, dass Sangerhausen mit einem Zielerreichungsgrad von 33 insbesondere bezüglich seiner Stadtgröße keine optimale Widerstandskraft gegenüber dem Online-Handel entfalten kann. Das limitierte Nachfragepotenzial, das aus der relativ geringen Bevölkerungszahl resultiert, bedingt keine vollumfängliche Auswahlvielfalt, so dass verstärkt Online-Angebote nachgefragt werden. Die Einwohnerzahl und die Bevölkerungsdichte sind zu gering, um in größerem Stil in das Suchraster neuer, stationär expandierender Konzepte aus dem Online-Handel zu passen.

Im Hinblick auf die Bewertung der Rahmenfaktoren weist der Mikrostandort<sup>94</sup> mit einem Durchschnittswert von 65 eine gute Widerstandskraft (Resilienz) gegenüber dem e-Commerce auf. Die Sangerhäuser Altstadt besitzt verschiedene Stärken, die vor allem aus der guten lokalen Pkw- und ÖPNV-Erreichbarkeit, dem Parkplatzangebot und den guten Kopplungspotenzialen in der Innenstadt resultieren.

Die Exposition des Einzelhandels<sup>95</sup> ist mit einem Wert von 56 als durchschnittlich zu bewerten. Der zusammenhängenden Lage des Einzelhandels und der kompakten räumlichen Struktur stehen die geringen Flächengrößen und die somit eingeschränkte Drittverwertbarkeit gegenüber.

**Abbildung 31: e-Impact-Factor zentraler Versorgungsbereich Altstadt**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Nach der Einstufung der relevanten Standortfaktoren erfolgt die Bewertung des branchenspezifischen Einzelhandelsangebots in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (ca. 8.850 m<sup>2</sup>) in Verbindung mit den zu erwartenden Marktanteilen<sup>96</sup> des e-Commerce in den nächsten zehn Jahren. Unter Berücksichtigung dieser beiden Eingangsparameter und des vorstehend berechneten e-Impact-Factors (vgl. Abb. 31) wird ermittelt, mit welchen **Flächenrückgängen** in der Sangerhäuser Innenstadt in den maßgeblichen innenstadt-relevanten Branchen perspektivisch zu rechnen ist.<sup>97</sup> Diese Bewertung ist die Basis zur Erarbeitung von Maßnahmen, um die prognostizierten Auswirkungen des Online-Handels zu kompensieren oder zu minimieren.

Naturgemäß kann mit dem Bewertungstool keine quadratmetergenaue Prognose erzielt werden. Vielmehr soll das Ergebnis eine Einordnung geben, in welchen Branchen **tendenziell eine geringere Flächennachfrage** eintreten wird bzw. wie widerstandsfähig die einzelnen innerstädtischen Branchen in Sangerhausen

93 In die Bewertung des Makrostandortes sind die relevanten Faktoren Einwohnerzahl, Einzelhandelszentralität, Einwohnerprognose, Tourismusintensität, Bevölkerungsdichte und die Öffnungszeiten der lokalen Magnetbetriebe eingeflossen.

94 In die Bewertung des Mikrostandortes sind die relevanten Faktoren Lage/Frequenzen, Kopplungspotenziale, verkehrliche Erschließung, Parken und der sog. Multichannel-Index eingeflossen.

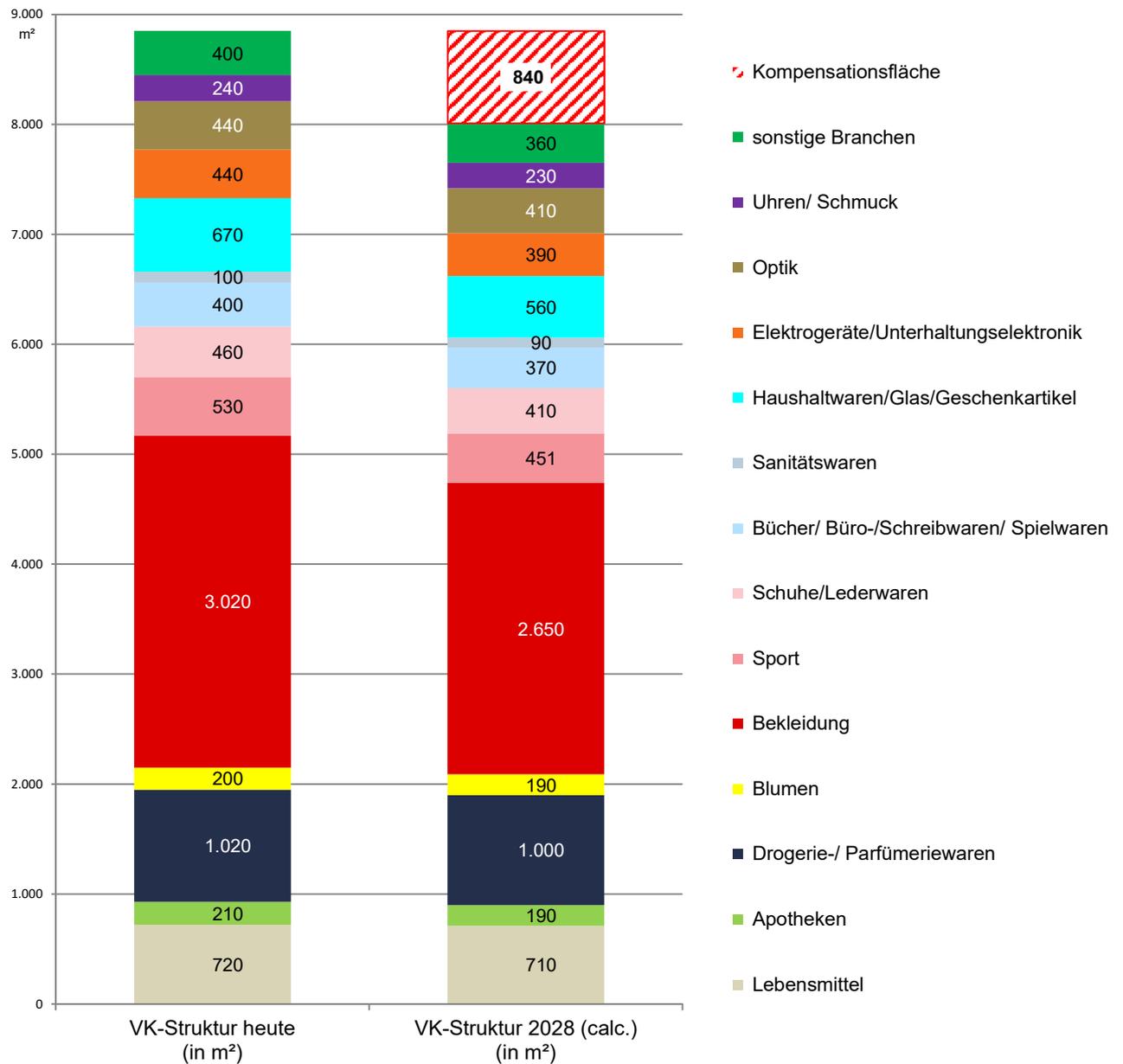
95 In die Bewertung der Darstellung des Einzelhandels sind die relevanten Faktoren Erschließung, Lage der Einzelhandelsbetriebe zueinander, Drittverwertbarkeit und Flächenzuschnitt der Handelsbetriebe eingeflossen.

96 Bei der Marktanteilsprognose des e-Commerce am gesamten Einzelhandel wurde das Jahr 2028 angesetzt.

97 Bei dieser Modellrechnung werden die aktuellen Verkaufsflächen in dem zentralen Versorgungsbereich angesetzt.

sind. Ferner kann aus den Werten abgeleitet werden, an welchen Stellen mittelfristig Handlungsbedarf in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (zVB) besteht.

**Abbildung 32: Branchenexposition Einzelhandel für das Jahr 2028 im zVB Altstadt**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis der Modellrechnung ist zu erwarten, dass der innerstädtische Flächenbedarf in den nächsten circa zehn Jahren um rd. 800 m² unterhalb des derzeitigen Ausstattungswertes (rd. 8.850 m²) liegen wird. Der rechnerische Flächenrückgang beträgt demnach durchschnittlich knapp 10 % gegenüber der aktuell bestehenden Einzelhandelsfläche.

Grundsätzlich ist von einer stabilen Flächennachfrage bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auszugehen. Größere flächenseitige Abschmelzungen sind jedoch in der Modebranche (Bekleidung/ Schuhe/ Sport) zu prognostizieren, die als Magnetbranche der Sangerhäuser Innenstadt fungiert. Die Flächenverschiebung zum Online-Handel hängt hierbei jedoch wesentlich davon ab, ob in Sangerhausen eine weitere

Angebotsverdichtung und somit eine höhere Auswahlbreite und -tiefe im Modelhandel geschaffen werden kann. Somit kann die Abwanderung von Kunden zum Online-Handel gebremst bzw. vermindert werden.

Ferner ist auch die Schaffung eines möglichst **umfänglichen Gesamtangebots** in der Sangerhäuser Einkaufsinnenstadt wichtig, da alle Branchen untereinander Kopplungen und Synergien induzieren. Dies ist gerade unter dem Aspekt relevant, da der Sangerhäuser Innenstadthandel auch Kaufkraft aus seinem Verflechtungsbereich mit bindet und für Kunden bei der Wahl eines Einkaufsziels oder eines Vertriebskanals die Angebotssituation eines stationären Handelsstandortes wichtig ist.

In den anderen Branchen ergeben sich für die Innenstadt relativ geringe Flächenüberhänge, die größtenteils von den bestehenden Betrieben kompensiert werden können. Insbesondere ist zu erwarten, dass durch eine weitere Attraktivitätssteigerung der Konzepte insgesamt die Rückgänge ggf. kompensiert werden können (z.B. durch Stärkung des Online-Auftritts von Sangerhäuser Händlern, mehr Service, Optimierungen, Verbesserung der innerstädtischen Angebotsvielfalt etc.).

### 8.3.2.2. Zentraler Versorgungsbereich Westsiedlung

Nachfolgend wird eine Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs Westsiedlung und die räumliche Abgrenzung dieses Bereiches vorgenommen, ferner erfolgt die Aufstellung der Entwicklungsziele für diesen Bereich.

#### Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Westsiedlung

Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahversorgungszentrum</li> </ul>																				
Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wohnsiedlungsintegrierter Standort im südlichen Kernstadtgebiet, Lage inmitten einer Großwohnsiedlung</li> <li>▪ Versorgungsbereich ist im Kreuzungsbereich der Karl-Liebknecht-Straße / Straße der Volkssolidarität verortet</li> </ul>																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit durch direkte Lage an der Haupteinfahrstraße (Karl-Liebknecht-Straße) dieses Wohngebietes, dadurch zügige Erreichbarkeit aus dem gesamten Stadtquartier möglich</li> <li>▪ gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren, im fußläufigen Nahbereich wohnen ca. 4.900 Personen</li> </ul>																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kostenfreie betriebseigene Parkplatzanlage vor REWE-Eingang mit sehr hoher Auslastung</li> <li>▪ straßenbegleitendes Parken in angrenzenden Straßenzügen möglich</li> </ul>																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ÖPNV-Anbindung durch zwei naheliegende Bushaltestellen („Karl-Liebknecht-Straße“ + „Straße der Volkssolidarität 2“), regelmäßige Bedienung durch Stadtbus und auch Anfahrt durch Regionalbus</li> </ul>																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittel, Drogeriewaren, Bekleidung</li> </ul>																				
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 2.740 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rd. 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)</li> </ul>																				
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 7 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 3 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)</li> </ul>																				
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branch</th> <th>Anzahl</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p><b>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lebensmittel/Reformwaren (3)</li> <li>■ Drogeriewaren/Gesundheit (1)</li> <li>■ Blumen/Pflanzen/Zoo (1)</li> <li>■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1)</li> <li>■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (1)</li> <li>■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0)</li> <li>■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0)</li> <li>■ Optik/Uhren/Schmuck (0)</li> <li>■ Sonstiger Einzelhandel (0)</li> </ul> </div> </div>	Branch	Anzahl	Lebensmittel/Reformwaren	3	Drogeriewaren/Gesundheit	1	Blumen/Pflanzen/Zoo	1	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1	Bücher/Schreib-/Spielwaren	1	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	0	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branch	Anzahl																				
Lebensmittel/Reformwaren	3																				
Drogeriewaren/Gesundheit	1																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	1																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	1																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	0																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ REWE, Rossmann, KIK</li> </ul>																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mittleres Sortiments- und Preisniveau, mit KIK besteht auch ein Discountanbieter</li> </ul>																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 überregionale Filialisten belegen rd. 2.640 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche (rd. 96 % der Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums)</li> </ul>																				
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 4 Komplementäranbieter (Dienstleistung, Kleingastronomie)</li> </ul>																				
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gesamter südlicher Kernstadtbereich mit rd. 10.000 Personen</li> </ul>																				

Einzelhandelsfunktion

- stadtteilbezogene Nahversorgungsfunktion mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten, Ergänzung mit sonstigen Waren

Räumliche Abgrenzung<sup>98</sup>



Städtebauliche Kurzbewertung

- das Nahversorgungszentrum umfasst u.a. die zweigeschossige Handelsimmobilie mit den drei Magnetanbietern REWE/KIK (OG) und Rossmann (UG), die Baustrukturen sind durch eine moderne und attraktive Architektursprache geprägt
- gegenüberliegend befindet sich ein dreigeschossiges saniertes Wohn- und Geschäftshaus, in dessen Erdgeschoss sich drei kleinteilige Gewerbeeinheiten befinden
- das weitere Umfeld des Standortes ist ausschließlich mit mehrgeschossigen Zeilenbauten belegt

Leerstand

- es besteht kein Leerstand

Potenzialflächen

- nördlich des Parkplatzes ist eine Potenzialfläche (Brachfläche, begrünt) vorhanden, Nutzung durch Handel oder komplementäre Angebote möglich



<sup>98</sup> Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich. Eine parzellenscharfe Konkretisierung ist in dem geplanten Bauleitverfahren zur Aufstellung eines sog. einfachen Bebauungsplans vorzunehmen.

---

### Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Westsiedlung

#### Stärken

- langjährig eingeführter und etablierter Handelsstandort
- leistungsfähiges Nahversorgungszentrum, das durch drei attraktive Filialisten geprägt wird
- zielgerichtete Abrundung dieses Angebots durch weitere Nahversorger (Bäcker, Fleischer, Post-Shop, Blumenladen)
- Lage an einem bezirklichen Hauptverkehrsträger
- betriebseigene Parkplatzanlage
- direkte ÖPNV-Anbindung
- sehr gute fußläufige Erreichbarkeit, hohes Nachfragepotenzial im Nahbereich
- hohe Kundenakzeptanz und gute Frequentierung des Bereiches

#### Schwächen

- geringe Anzahl an Komplementären
- Drogeriemarkt liegt höhenversetzt zum Lebensmittelmarkt
- Mittelpunkts- und Kommunikationsfunktion dieses Bereiches ist unzureichend ausgeprägt

---

### Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Westsiedlung:

- Positionierung des Nahversorgungszentrums als zentraler Einkaufsort für Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfsbereiches (d.h. sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) im südlichen Sangerhäuser Stadtgebiet
- punktuelle Ergänzungen des Handelsangebots – wie auch bereits bestehend – in anderen Bedarfsbereichen möglich, Betriebe müssen jedoch maßgeblich auf die Versorgung des umliegenden Wohngebietes bezogen sein<sup>99</sup>
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots
- Sicherung des Bestands an derzeit vorhandenen Komplementärfunktionen, weiterer Ausbau – beispielsweise mit Gastronomie oder konsumnahen Dienstleistungen – ist empfehlenswert
- Nutzung der ausgewiesenen Potenzialfläche
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit und der ÖPNV-Anbindung

---

Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

---

<sup>99</sup> Hierunter sind Betriebe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit zu verstehen, deren Einzugsbereich und Versorgungsfunktion maßgeblich auf das umliegende Wohnumfeld ausgerichtet ist und von denen keine Beeinträchtigung von anderen zentralen Versorgungsbereichen – insbesondere des innerstädtischen Versorgungsbereiches – zu erwarten ist.

### 8.3.2.3. Zentraler Versorgungsbereich Südwestsiedlung

Neben dem Nahversorgungszentrum Westsiedlung wurde in diesem Sangerhäuser Siedlungsgebiet an der Georg-Schumann-Straße ein zweites Nahversorgungszentrum identifiziert.

#### Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Südwestsiedlung

Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahversorgungszentrum</li> </ul>																				
Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wohnsiedlungsintegrierter Standort im südwestlichen Kernstadtgebiet, Lage inmitten einer hochverdichteten Großwohnsiedlung („Südwestsiedlung“)</li> <li>▪ Versorgungsbereich ist im Straßengeviert zwischen Georg-Schumann-Straße, Wilhelm-Koenen-Straße, John-Schehr-Straße und Lindenstraße adressiert</li> </ul>																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit auf Grund fehlender Anbindung an eine Hauptdurchfahrtsstraße</li> <li>▪ Zufahrt ist nur über die Georg-Schumann-Straße – jedoch als Einbahnstraße ausgewiesen – möglich</li> <li>▪ sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren über mehrere Zugänge, im fußläufigen Nahbereich wohnen ca. 5.200 Personen</li> </ul>																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kleine und stark ausgelastete Parkplatzanlage (ca. 20 PP) vor dem NP-Markt</li> <li>▪ weitere Stellplätze in einer Tiefgarage der Brunnenpassage, jedoch auf Grund der Entfernung nicht maßgeblich für den NP-Markt relevant</li> <li>▪ Stellplätze auch in angrenzenden Straßenzügen vorhanden</li> </ul>																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine direkte ÖPNV-Anbindung</li> <li>▪ naheliegende Bushaltestellen befinden sich an der Fr.-Engels-Straße und der K.-Liebknecht-Straße (Entfernung ca. 200 m)</li> </ul>																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittel, Haushaltwaren</li> </ul>																				
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 1.640 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rd. 2 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)</li> </ul>																				
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 4 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 2 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)</li> </ul>																				
Verkaufsflächenstruktur	<p><b>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Branchen	Anzahl der Geschäfte	Lebensmittel/Reformwaren	1	Drogeriewaren/Gesundheit	0	Blumen/Pflanzen/Zoo	0	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1	Bücher/Schreib-/Spielwaren	1	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	1	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branchen	Anzahl der Geschäfte																				
Lebensmittel/Reformwaren	1																				
Drogeriewaren/Gesundheit	0																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	0																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	1																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	1																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ NP-Discount, Tedi</li> </ul>																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau</li> </ul>																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2 überregionale Filialisten belegen rd. 1.540 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche (rd. 94 % der Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums)</li> </ul>																				
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 6 Anbieter mit Komplementärangeboten (v.a. Dienstleistung, Gastronomie)</li> <li>▪ südlich befindet sich die Sparkasse, in diesem Gebäude sind auch Ärzte eingemietet; angrenzend hierzu liegt eine integrative Kindertagesstätte des CJD</li> </ul>																				
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ südwestlicher Kernstadtbereich mit rd. 6.000 Personen</li> </ul>																				

Einzelhandelsfunktion

- stadtteilbezogene Nahversorgungsfunktion mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten, Ergänzung mit sonstigen Waren

Räumliche Abgrenzung<sup>100</sup>



Städtebauliche Kurzbewertung

- langfristig eingeführter Handelsstandort – bereits seit der Vorwendezeit – inmitten einer hochverdichteten Wohnsiedlung gelegen
- das Nahversorgungszentrum setzt sich aus dem NP-Markt, einer Gastronomieeinheit („Freundschaft“) – beides eingeschossige Funktionsbauten – und der sog. Brunnenpassage (zweigeschossige gemischt genutzte Immobilie mit Gewerbe [EG] und Wohnungen [OG]) zusammen, die um einen zentralen Platz gruppiert sind; es wird eine gewisse Treffpunktfunktion ausgebildet
- der städtebauliche Zustand der einzelnen Immobilien ist als nicht-zeitgemäß und modernisierungsbedürftig zu werten, insbesondere wirkt die Bausubstanz des NP-Marktes (vormals Edeka-Markt) verschlissen
- die kleine innenliegende Mall der Brunnenpassage weist konzeptionelle Mängel auf (u.a. zu kleine Flächen, Höhenversatz in der Passage, unklare Wegeführung, beengte Laufwege)
- die Freifläche südwestlich des NVZ wird mit einem Pflegeheim (DRK) bebaut
- eine kleine Gewerbefläche an der Außenfront (vormals Gastronomienutzung)

Leerstand

- im Rahmen einer Umstrukturierung der Bestandsimmobilien können weitere Gewerbeflächen geschaffen werden



100 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich. Eine parzellenscharfe Konkretisierung ist in dem geplanten Bauleitverfahren zur Aufstellung eines sog. einfachen Bebauungsplans vorzunehmen.

### Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Südwestsiedlung

#### Stärken

- langjährig eingeführter und etablierter Handelsstandort mit zwei leistungsfähigen und großformatigen Betrieben, verschiedene Komplementärangebot – auch im Umfeld – vorhanden
- betriebseigene und kostenfreie Parkplätze
- sehr gute fußläufige Erreichbarkeit über mehrere Zugänge, sehr hohes Nachfragepotenzial im Nahbereich
- gute Frequentierung des Bereiches, Mittelpunktfunktion ist bereits ausgeprägt
- Neubau eines Pflegeheims südwestlich des Nahversorgungszentrums

#### Schwächen

- eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit, keine direkte ÖPNV-Anbindung, suboptimale Anordnung der Parkplätze
- geringe Anzahl an Handelsbetrieben
- städtebauliche Vorschädigung des Bereiches, da sich die Immobilien und die Außenanlagen z.T. unattraktiv und nicht-zeitgemäß darstellen
- Brunnenpassage (innenliegend) besitzt funktionale Nachteile, geringe Chancen der Revitalisierung im Bestand

### Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Südwestsiedlung:

- Positionierung des Nahversorgungszentrums als zentraler Einkaufsort für Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfsbereiches (d.h. sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) im südwestlichen Sangerhäuser Stadtgebiet, vor allem für Lebensmittel
- punktuelle Ergänzungen des Handelsangebots – wie auch bereits bestehend – in anderen Bedarfsbereichen möglich, Betriebe müssen jedoch maßgeblich auf die Versorgung des umliegenden Wohngebietes bezogen sein<sup>101</sup>
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots, weitere Ansiedlung insbesondere von kleinformatischen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, um so auch die minimale Anzahl von 5 Handelsbetrieben für ein Nahversorgungszentrum (vgl. Abb. 28) zu erreichen
- Sicherung des Bestands an derzeit vorhandenen Komplementärfunktionen, weiterer Ausbau ist empfehlenswert, Stärkung der Mittelpunktfunktion dieses Bereiches
- städtebauliche Aufwertung und Attraktivierung des gesamten Standortbereiches, d.h. der Immobilien und auch der Außenanlagen, ggf. auch Abriss/Neubau
- Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit, Optimierung der Parkplatzanlage

Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

<sup>101</sup> Hierunter sind Betriebe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit zu verstehen, deren Einzugsbereich und Versorgungsfunktion maßgeblich auf das umliegende Wohnumfeld ausgerichtet ist und von denen keine Beeinträchtigung von anderen zentralen Versorgungsbereichen – insbesondere des innerstädtischen Versorgungsbereiches – zu erwarten ist.

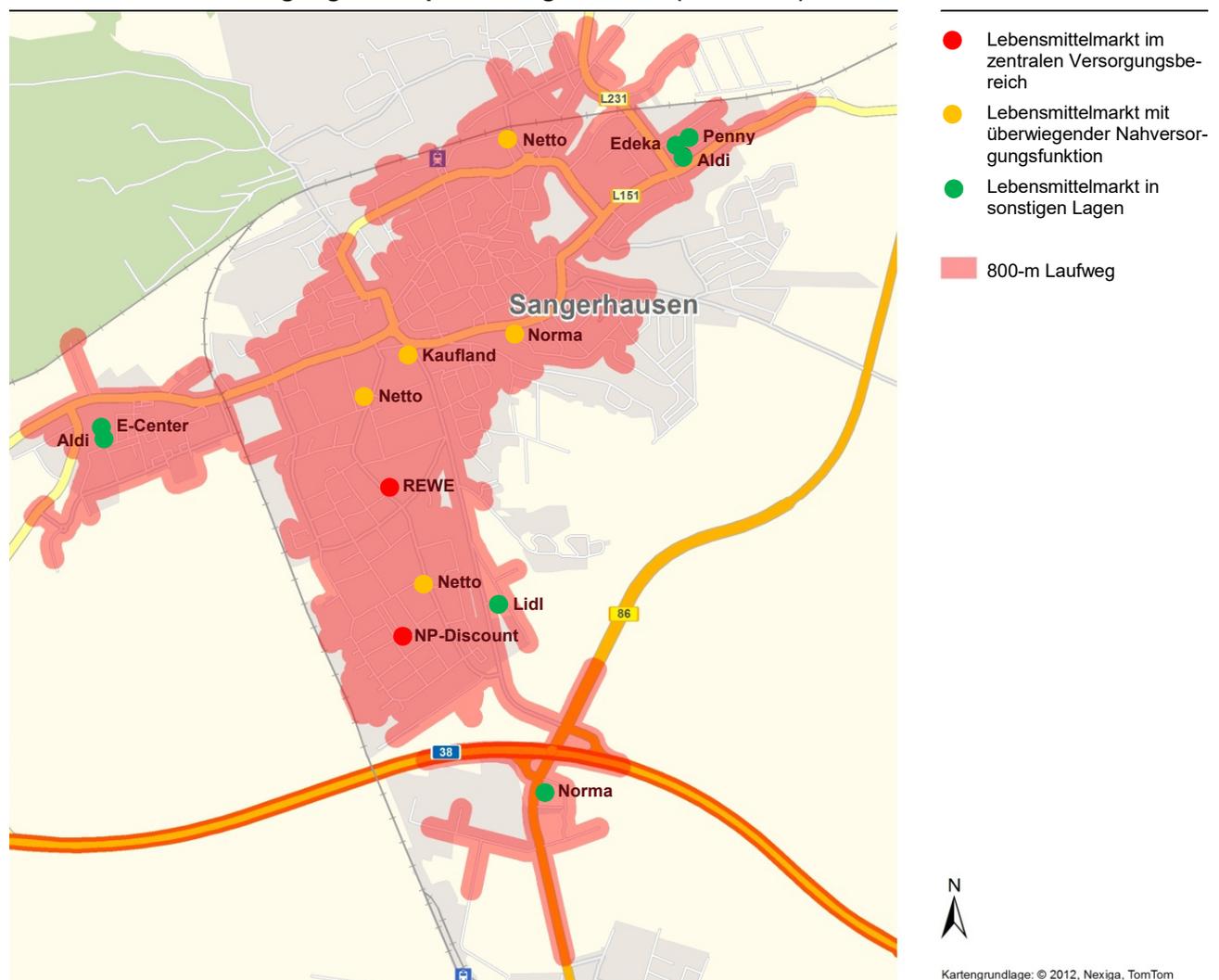
### 8.3.3. Nahversorgungsstandorte

Mit der Ausweisung von vier kernstädtischen Nahversorgungsstandorten und eines Komplexen Nahversorgungsstandortes (Ergänzungsstandort Schützenplatz) wird nach der Definition der beiden zentralen Versorgungsbereiche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelslagen in Sangerhausen deutlich.

Die bestehenden Nahversorgungsstandorte übernehmen in Bezug auf die handelsseitige Aufgabenzuweisung die Grund- bzw. Nahversorgung mit Lebensmitteln und leisten einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung für ihr jeweiliges Umfeld. Als Merkmal dieser Märkte ist die jeweils wohnsiedlungsintegrierte Lage zu sehen.

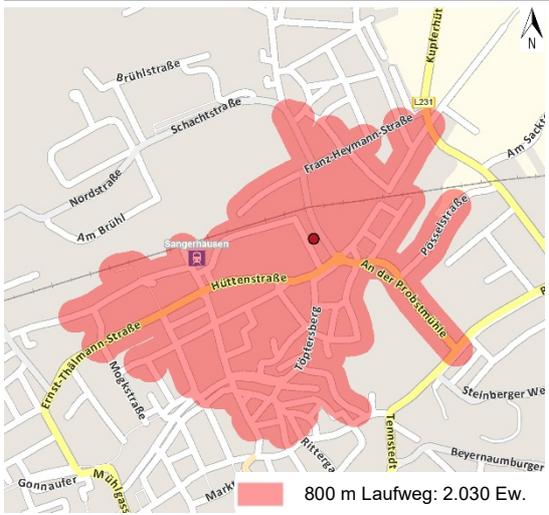
Als übergeordnetes Ziel ist die Bestandssicherung, d.h. die Schaffung bzw. die Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen zu sehen. Hierzu zählen u.a. die Sicherung der Erreichbarkeit der Märkte, die Gewährleistung eines ÖPNV-Anschlusses, der möglichst barrierefreie Zugang dieser Märkte aus dem Umfeld, die Schaffung von attraktiven Angebotsstrukturen oder auch eine maßvolle Flächenerweiterung der Betriebe – nur bei Betrieben mit überwiegender Nahversorgungsfunktion bzw. Betriebe in städtebaulich integrierter Lage<sup>102</sup> – auf jeweils marktkonforme Konzepte.

**Karte 11: Grundversorgungskonzept für Sangerhausen (Kernstadt)**



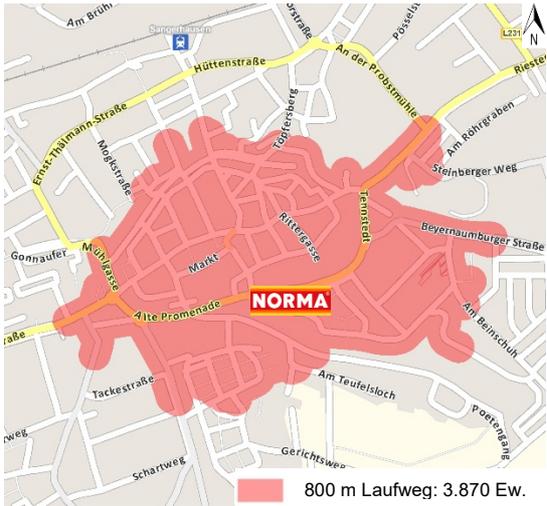
102 vgl. auch Tabelle 12.

## 1. Standortprofil Nahversorgungsstandort Vor der Blauen Hütte (Netto)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ integrierter Standort im nördlichen Stadtgebiet</li> <li>▪ Lage in der „2. Reihe“ zur Hüttenstraße, somit keine optimale Sichtachse</li> <li>▪ Markt liegt südlich des Bahngleiskörpers, dieser kann direkt östlich des Netto-Marktes mittels Brücke überquert werden</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standortumfeld ist durch ein Möbelhaus und kleinteilige Gewerbenutzungen geprägt</li> <li>▪ entlang der Hüttenstraße ist eine Mischbebauung mit Wohnen und auch Kleingewerbe vorzufinden, es dominieren kleinteilige Bebauungsstrukturen</li> <li>▪ nördlich stellt der Bahngleiskörper eine Zäsur des Standortes dar</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Hüttenstraße, Erreichbarkeit ebenfalls für das nördlich des Bahngleiskörpers befindliche Wohngebiet möglich</li> <li>▪ gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren über den straßenbegleitenden Fußweg der Hüttenstraße</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ beengt wirkende Parkplatzanlage (ca. 50 PP), die sich konzeptkonform vor dem Eingang des Marktes befindet</li> <li>▪ Parkplätze sind ausreichend, da der Markt zum großen Teil auf fußläufige Kundschaft aus dem Umfeld ausgerichtet ist</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ÖPNV-Anbindung an Stadtbus („Bonifatiusplatz“)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 2.000 Personen</li> <li>▪ kein optimal ausgeprägtes Naheinzugsgebiet, da Bahnlinie eine Zäsur des Standortes darstellt</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 840 m<sup>2</sup> / 2 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Netto, Bäcker</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld und das nördlich der Bahnlinie befindliche Wohngebiet, das ohne eigene Lebensmittelversorgung ist</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots</li> </ul>
Lage/Nahbereich	 
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Attraktivierung der Handelsimmobilie wünschenswert, insbesondere auch der Fassade und der Außenanlagen<sup>103</sup></li> </ul>

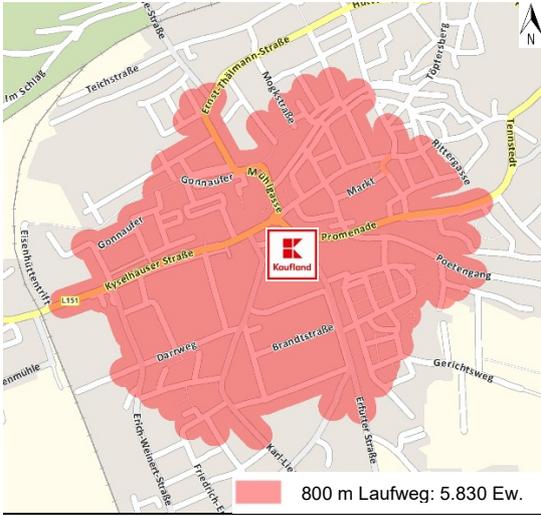
Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

## 2. Standortprofil Nahversorgungsstandort Alte Promenade (Norma)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>wohnsiedlungsintegrierter Standort im zentralen Stadtgebiet</li> <li>Lage des Marktes direkt an der Alten Promenade in Innenstadtnähe</li> <li>Markt liegt am Randbereich einer Kleinwohnsiedlung</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standortumfeld ist ausschließlich durch Wohnbebauung mit freistehenden Stadthäusern geprägt</li> <li>nördlich beginnt der Innenstadtbereich, allerdings bestehen keine fußläufigen Austauschbeziehungen zwischen beiden Bereichen</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit des Marktes durch Lage an der innerörtlichen Hauptdurchfahrtsstraße (L151)</li> <li>direkte fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus den umliegenden Wohnquartieren möglich, Erreichbarkeit auch aus der Innenstadt über den straßenbegleitenden Fußweg der Alten Promenade gegeben</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>äußerst beengte Parkplatzanlage mit knapp über 20 Parkplätzen, meist Vollausslastung der Parkplätze</li> <li>Parkplatzanlage ist unzureichend, allerdings keine Erweiterungspotenziale im direkten Umfeld vorhanden</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>ÖPNV-Anbindung an Stadtbus („Alte Promenade“)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 3.900 Personen</li> <li>keine optimale Zugänge zu Markt, da die Alte Promenade eine hochfrequentierte Straße mit einer Barrierewirkung darstellt</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 1.110 m<sup>2</sup> / 3 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Norma, Bäcker, Fleischer</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das südlich der Alten Promenade befindliche Wohngebiet und zum Teil auch die Innenstadt</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots</li> </ul>
Lage/Nahbereich	  
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktivierung der Handelsimmobilie, Verbesserung der Parkplatzsituation</li> </ul>

Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

### 3. Standortprofil Komplexer Nahversorgungsstandort Schützenplatz (Kaufland)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>städtebaulich integrierter Standort in zentraler Lage der Kernstadt</li> <li>Standort befindet sich unmittelbar südwestlich der Sangerhäuser Altstadt</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standortumfeld ist durch die nördlich befindliche Parkanlage geprägt</li> <li>in unmittelbarer Nähe von Kaufland beginnt der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich, es bestehen fußläufige Austauschbeziehungen</li> <li>das Umfeld ist durch eine Mischnutzung aus Wohnbebauung und aus Gewerbenutzungen geprägt</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>gute verkehrliche Anfahrbarkeit, da Kaufland am Kreuzungsbereich der beiden innerörtlichen Hauptdurchfahrtsstraßen liegt</li> <li>zwei Zu-/Abfahrten von der Walter-Rathenau-Straße und der Erfurter Straße</li> <li>gute fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus den umliegenden Wohnquartieren, wenngleich gewisse topographische Höhenunterschiede in dem gesamten Standortbereich bestehen</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (über 300 PP)</li> <li>Parkplätze liegen vor dem Eingangsbereich von Kaufland und auf einem Parkdeck</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>ÖPNV-Anbindung an Stadtbus über zwei nahegelegene Haltestellen („W.-Rathenau-Straße“, „Am Schützenplatz“)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 5.800 Personen</li> <li>sehr hohe Einwohnerzahl im Nahbereich, Standort ist fußläufig über mehrere Zugänge aus dem Umfeld – auch aus der Altstadt – erreichbar</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 3.910 m<sup>2</sup> / 5 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaufland, Bäcker, Fleischer, Apotheke, Kiosk (Tabakwaren, Zeitungen)</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln</li> <li>auf Grund der Größe und der Attraktivität von Kaufland wird ein gesamtstädtisches Einzugsgebiet erreicht</li> <li>Ergänzung durch Non-Food-Sortimente in Kaufland und durch einzelne Komplementärangebote in der Vorkassenzone von Kaufland</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung des bestehenden Angebots</li> </ul>
Lage/Nahbereich	  
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>langfristig eingeführter und hoch frequentierter Handelsstandort, der in Nachbarnlage zur Sangerhäuser Innenstadt ein wichtige Versorgungsfunktion mit Lebensmitteln übernimmt</li> </ul>

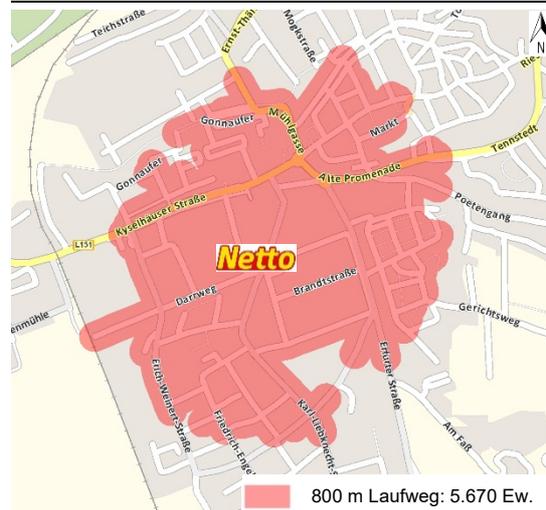
- 
- Sicherung/Gewährleistung einer optimalen fußläufigen Anbindung an die Einkaufsinnenstadt
  - Standort besitzt Ergänzungsfunktion für den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich, da hier eine derartige Fläche zur Ansiedlung eines Verbrauchermarktes nicht vorhanden ist
- 

Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

---

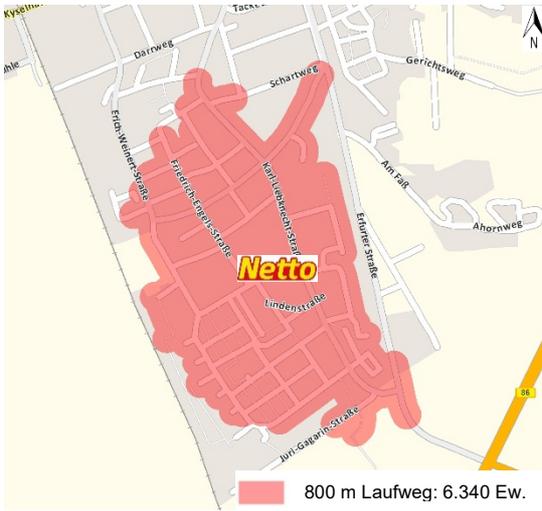
#### 4. Standortprofil Nahversorgungsstandort Walther-Rathenau-Straße (Netto)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>städtebaulich integrierter Standort zwischen Innenstadt und Großwohnsiedlung Süd</li> <li>Markt liegt direkt an der Walther-Rathenau-Straße im Kreuzungsbereich zur Tackestraße</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standortumfeld ist Wohnbebauung und durch Büro-/Gewerbenutzungen geprägt</li> <li>südlich beginnt die Großwohnsiedlung Süd mit einer hoch verdichteten Wohnbebauung</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>gute verkehrliche Anfahrbarkeit des Marktes, da Walther-Rathenau-Straße eine wichtige Zufahrtsstraße in die Großwohnsiedlung Süd ist</li> <li>gute fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus den umliegenden Wohnquartieren</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 70 PP), direkt durch eine großzügige Zufahrt von der Walther-Rathenau-Straße anfahrbar</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>ÖPNV-Anbindung an Stadtbus über 2 naheliegende Haltestellen („W.-Rathenau-Straße“/“Feuerwehr“)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 5.700 Personen</li> <li>sehr hohe Einwohnerzahl im Nahbereich, da Standort insbesondere aus der Großwohnsiedlung Süd fußläufig sehr gut erreichbar ist</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 940 m<sup>2</sup> / 2 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Netto, Bäcker</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für den nördlichen Bereich der Großwohnsiedlung Süd</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots</li> </ul>
Lage/Nahbereich	



Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

## 5. Standortprofil Nahversorgungsstandort Wilhelm-Koenen-Straße (Netto)

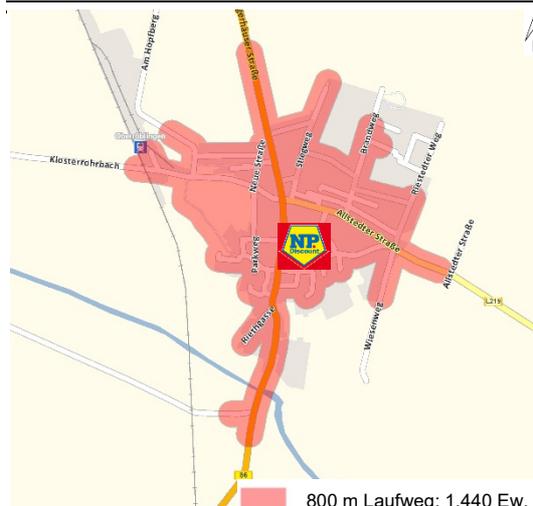
Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>wohnsiedlungsintegrierter Standort in südlicher Lage in der Großwohnsiedlung Süd</li> <li>Markt liegt direkt an der Karl-Liebnecht-Straße im Kreuzungsbereich zur Wilhelm-Koenen-Straße</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standortumfeld ist durch eine hochverdichte Wohnbebauung mit mehrgeschossige Zeilenbauten gekennzeichnet, daher wichtige Nahversorgungsfunktion dieses Marktes</li> <li>unweit des Marktes liegt ein Ärztehaus</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>gute verkehrliche Anfahrbarkeit des Marktes, da Karl-Liebnecht-Straße als Hauptdurchfahrtsstraße durch dieses Wohngebiet fungiert</li> <li>sehr gute fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus den umliegenden Wohnquartieren</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 70 PP), wobei der Markt vorranglich auf die fußläufige Nahversorgung fokussiert ist</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>ÖPNV-Anbindung an Stadtbus über naheliegende Haltestelle („Ärztehaus“)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 6.300 Personen</li> <li>sehr hohe Einwohnerzahl im Nahbereich, da Standort aus der Großwohnsiedlung Süd fußläufig sehr gut erreichbar ist</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 850 m<sup>2</sup> / 2 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Netto, Bäcker, Küchenstudio</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für den zentralen Bereich der Großwohnsiedlung Süd</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots</li> </ul>
Lage/Nahbereich	 
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktivierung des Marktes wünschenswert</li> </ul>

Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

## 6. Standortprofil Nahversorgungsstandort Oberröblingen – Sangerhäuser Straße (NP-Discount)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ integrierter Standort in zentraler Lage von Oberröblingen</li> <li>▪ Markt liegt an der Sangerhäuser Straße im Kreuzungsbereich zur Kirchstraße</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standortumfeld ist durch Wohnbebauung, kleinteilige Gewerbenutzungen und öffentliche Einrichtungen (Schule, Kindergarten) geprägt</li> <li>▪ der Standortbereich setzt sich aus dem NP-Markt und einem westlich direkt angrenzenden Wohn- und Geschäftshaus zusammen</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da NP direkt an der Sangerhäuser Straße (L230) liegt</li> <li>▪ fußläufige Erreichbarkeit des Marktes aus dem gesamten Ortsteil auf Grund der zentralen Lage möglich</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 50 PP), direkt dem Markteingang vorgelagert</li> <li>▪ Markt besitzt einen hohen Anteil fußläufiger Kundschaft</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ direkte ÖPNV-Anbindung durch Regionalbus („Oberröblingen Sangerhäuser Straße“)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 1.400 Personen</li> <li>▪ fast alle Einwohner von Oberröblingen (ca. 1.540 Ew.) können den Markt fußläufig erreichen</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 880 m<sup>2</sup> / 4 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ NP-Discount, Bäcker, Fleischer, Apotheke</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ortsteilbezogene Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln und Pharmaziewaren für Oberröblingen</li> <li>▪ partielle Versorgungsfunktion für umliegende Gemeinden ohne Lebensmittelangebot</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicherung des bestehenden Angebots</li> </ul>

Lage/Nahbereich

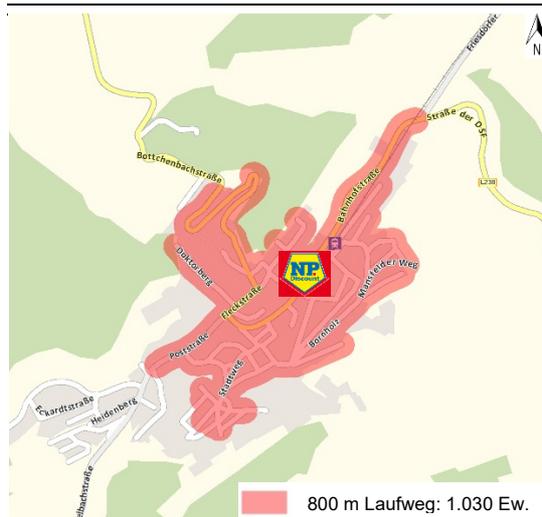


Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

## 7. Standortprofil Nahversorgungsstandort Wippra – Sangerhäuser Straße (NP-Discount)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>Städtebaulich integrierter Standort im nordöstlichen Bereich von Wippra</li> <li>Markt liegt zwischen der Bahnhofstraße und dem Flusslauf der Wipper, unweit des Bahnhofs von Wippra</li> </ul>
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standortumfeld ist durch straßenbegleitende Wohnbebauung, meist mit kleinteiligen Wohnhäusern geprägt</li> <li>vereinzelte kleinteilige Gewerbenutzungen im Umfeld, Grundschule von Wippra liegt im näheren Umfeld</li> </ul>
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>gute verkehrliche Erreichbarkeit, da NP direkt an der örtlichen Hauptdurchfahrtsstraße (Wippraer Bahnhofstraße [L230]) verortet ist</li> <li>fußläufige Erreichbarkeit des Marktes von einem Großteil der lokalen Bevölkerung möglich, wobei die topographischen Unterschiede innerhalb des Ortes ein gewisses Erreichbarkeithemmnis darstellen</li> </ul>
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>kleine, aber ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 30 PP)</li> <li>Markt besitzt einen hohen Anteil fußläufiger Kundschaft</li> </ul>
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>keine direkte ÖPNV-Anbindung, im näheren Umfeld bestehen jedoch zwei Haltestelle des Regionalbusses („Wippra“/Wippra Bf.)</li> </ul>
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 1.000 Personen</li> <li>fast alle Einwohner von Wippra (ca. 1.400 Ew.) können bei einem leicht erhöhten Laufweg den Markt fußläufig erreichen</li> </ul>
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 630 m<sup>2</sup> / 1 Betriebe</li> </ul>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP-Discount</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>ortsteilbezogene Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln für Wippra</li> <li>partielle Versorgungsfunktion für umliegende Gemeinden ohne Lebensmittelangebot</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung des bestehenden Angebots</li> </ul>

Lage/Nahbereich



Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

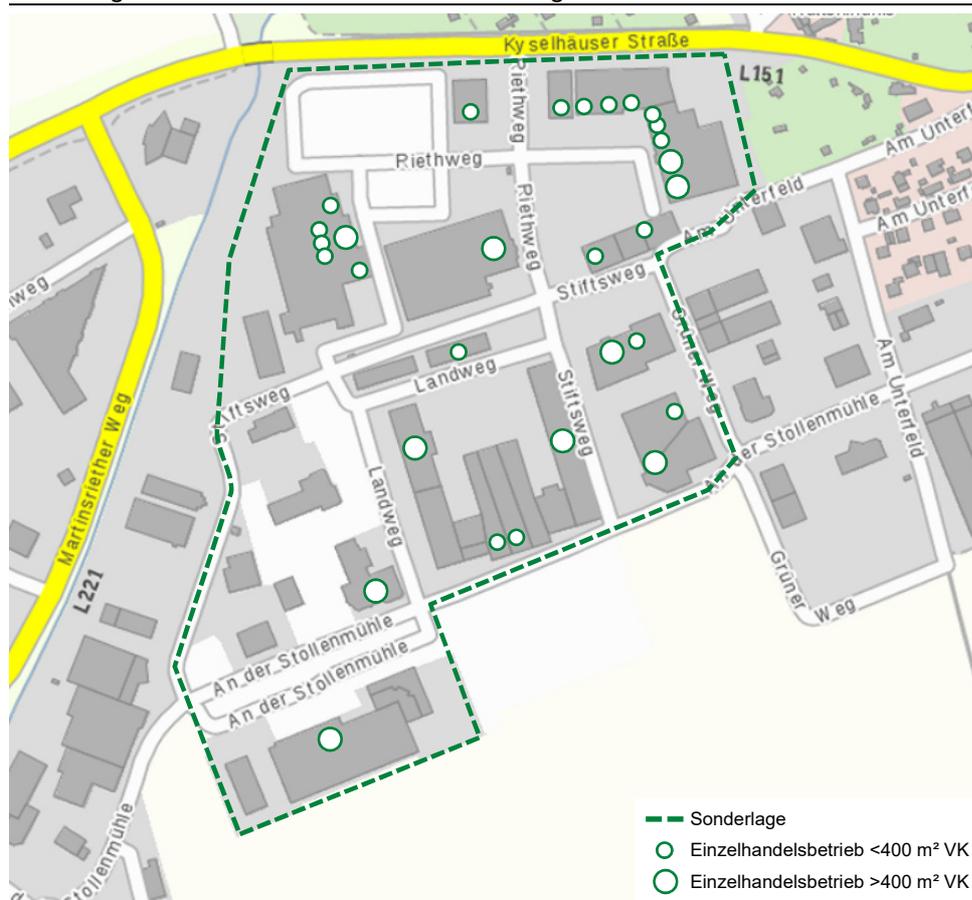
### 8.3.4. Sonderlagen

Nachstehend wird eine Bewertung der beiden Sonderlagen des Einzelhandels eingefügt (vgl. Karte 10), die das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an den Nahversorgungsstandorten funktionsgerecht arrondieren sollen.

A. Standortprofil Sonderlage Helmpark																					
Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ westlicher Bereich der Kernstadt, Standort ist städtebaulich nicht-integriert</li> <li>▪ Helmpark erstreckt sich zwischen dem Martinsrieder Weg, der Kyselhäuser Straße und der Bahnstrecke Sangerhausen-Erfurt</li> <li>▪ der Standortbereich ist als Fachmarkttagglomeration einzustufen, es besteht kein zusammenhängendes bzw. gemeinschaftlich konzipiertes Fachmarktzentrum</li> </ul>																				
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standort ist durch weitere gewerbegebietstypischen Nutzungen geprägt</li> <li>▪ nördlich des Helmparks ist eine Dauerkleingartenanlage lokalisiert, östlich befindet sich eine Wohnsiedlung mit kleinteiliger Wohnbebauung, südlich beginnt der Übergang zur offenen Landschaft, westlich liegen weitere Gewerbebetriebe</li> </ul>																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da der Standortbereich an der Ortsausgangsstraße (L151) liegt und ebenfalls aus südlicher Richtung von der Autobahn über die L221 direkt anfahrbar ist, Standort ist auf autokundenorientierte Verbraucher fokussiert</li> <li>▪ keine fußläufige Erreichbarkeit aus den östlich liegenden Wohnquartieren hinter dem Bahngleiskörper möglich, was auf die Entfernung und die unattraktive Wegebeziehung zurückzuführen ist</li> </ul>																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ÖPNV-Anbindung durch zwei Bushaltestellen im Helmpark („Helmpark 2“, „Helmpark 3“)</li> </ul>																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ großzügig dimensionierte betriebseigene Parkplatzanlagen vor den jeweiligen Fachmärkten</li> </ul>																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Baumarkt-/ Raumausstattungsartikel, Möbel, Lebensmittel, Mode, Unterhaltungselektronik/Elektrowaren</li> </ul>																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hagebau, Hammer, Möbel Boss, Dän. Bettenlager, Wesa-Küchenwelt, E-Center, Aldi, KIK, Takko, AWG, Miller &amp; Monroe, Deichmann, Mayer's Schuhe, dm, Medi Max, Euronics, Zoo &amp; Co, Pfennigpfeiffer, Tedi</li> </ul>																				
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 32.700 m<sup>2</sup> / 30 Betriebe</li> </ul>																				
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1" style="margin-top: 10px; font-size: small;"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Lebensmittel/Reformwaren</td><td>7</td></tr> <tr><td>Drogeriewaren/Gesundheit</td><td>1</td></tr> <tr><td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td><td>2</td></tr> <tr><td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td><td>6</td></tr> <tr><td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td><td>1</td></tr> <tr><td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td><td>2</td></tr> <tr><td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td><td>10</td></tr> <tr><td>Optik/Uhren/Schmuck</td><td>0</td></tr> <tr><td>Sonstiger Einzelhandel</td><td>1</td></tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p><b>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lebensmittel/Reformwaren (7)</li> <li>■ Drogeriewaren/Gesundheit (1)</li> <li>■ Blumen/Pflanzen/Zoo (2)</li> <li>■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (6)</li> <li>■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (1)</li> <li>■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (2)</li> <li>■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (10)</li> <li>■ Optik/Uhren/Schmuck (0)</li> <li>■ Sonstiger Einzelhandel (1)</li> </ul> </div> </div>	Branchen	Anzahl der Geschäfte	Lebensmittel/Reformwaren	7	Drogeriewaren/Gesundheit	1	Blumen/Pflanzen/Zoo	2	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	6	Bücher/Schreib-/Spielwaren	1	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	2	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	10	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	1
Branchen	Anzahl der Geschäfte																				
Lebensmittel/Reformwaren	7																				
Drogeriewaren/Gesundheit	1																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	2																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	6																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	1																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	2																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	10																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	1																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ unteres bis mittleres Sortiments- und Preisniveau, überwiegend jedoch im discountierenden Bereich</li> </ul>																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 20 überregionale Filialisten belegen rd. 28.200 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche (rd. 86 % der Gesamtverkaufsfläche des Helmparks)</li> </ul>																				

Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vereinzelte Fachmarktflächen stehen leer (z.B. am Landweg, An der Storchmühle)</li> </ul>
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet</li> </ul>
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Versorgungsfunktion mit einem breiten Angebotspektrum in allen Bedarfssegmenten<sup>104</sup></li> <li>▪ deutliche Konkurrenzlage zu den zentralen Versorgungsbereichen</li> </ul>
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden</li> <li>▪ weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ca. 10 % der Verkaufsfläche</li> <li>▪ keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten</li> <li>▪ keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanter) Sortimente</li> <li>▪ Forcierung der Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten in zentrale Versorgungsbereiche oder nachgeordnet auch an städtebauliche integrierte Standorte</li> </ul>

Lage



Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

104 Die Handelskette Aldi plant die Schließung ihrer Filiale im Helmpark, wobei sich durch die Doppelbelegung dieses Standortes durch Edeka kein Versorgungsengpass ergeben wird. Ferner handelt es sich um einen dezentralen und autokundenorientierten Standort.

## B. Standortprofil Sonderlage Riestedter Straße

Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ östlicher Bereich der Kernstadt, Standort ist städtebaulich nicht-integriert</li> <li>▪ die Fachmarktlage ist zwischen der Riestedter Straße und der Oststraße lokalisiert</li> </ul>																				
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standort ist ausschließlich durch Einzelhandel geprägt, nördlich und westlich befinden sich vereinzelt Gewerbebetriebe</li> <li>▪ östlich ist eine Dauerkleingartenanlage lokalisiert, südlich liegt die höhenversetzte Riestedter Straße, hier ist eine lockere straßenbegleitende Wohnbebauung vorzufinden</li> </ul>																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der östlichen Ortsausgangsstraße (L151) von Sangerhausen, Standort ist auf autokundenorientierte Verbraucher fokussiert</li> <li>▪ keine direkte fußläufige Erreichbarkeit von der südlich befindlichen Wohnbebauung, da die hoch frequentierte Riestedter Straße eine Zäsur darstellt und keine fußläufige Wegebeziehung besteht</li> </ul>																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine direkte ÖPNV-Anbindung, nächste Bushaltestelle („Brandrain“) in westlicher Richtung ca. 200 m entfernt</li> </ul>																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ großzügig dimensionierte betriebseigene Parkplatzanlagen vor den jeweiligen Fachmärkten</li> </ul>																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bau-/ Gartenmarktartikel, Lebensmittel</li> </ul>																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OBI, E-Center, Aldi, Penny</li> </ul>																				
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 11.600 m<sup>2</sup> / 11 Betriebe</li> </ul>																				
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lebensmittel/Reformwaren (7)</li> <li>■ Drogeriewaren/Gesundheit (0)</li> <li>■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0)</li> <li>■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1)</li> <li>■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (1)</li> <li>■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0)</li> <li>■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2)</li> <li>■ Optik/Uhren/Schmuck (0)</li> <li>■ Sonstiger Einzelhandel (0)</li> </ul> </div> </div>	Branchen	Anzahl der Geschäfte	Lebensmittel/Reformwaren	7	Drogeriewaren/Gesundheit	0	Blumen/Pflanzen/Zoo	0	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1	Bücher/Schreib-/Spielwaren	1	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	2	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branchen	Anzahl der Geschäfte																				
Lebensmittel/Reformwaren	7																				
Drogeriewaren/Gesundheit	0																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	0																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	1																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	1																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	2																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ unteres bis mittleres Sortiments- und Preisniveau</li> </ul>																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 5 überregionale Filialisten belegen rd. 11.200 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche (rd. 97 % der Gesamtverkaufsfläche des Helmeplatzes)</li> </ul>																				
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kein Leerstand</li> </ul>																				
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet</li> </ul>																				
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Versorgungsfunktion mit einem breiten Angebotsspektrum im Segment Lebensmittel und Bau-/Gartenmarktartikel</li> <li>▪ (Grund-)Versorgungsfunktion im Segment Lebensmittel insbesondere auch für die peripheren nördlichen/östlichen Ortsteile von Sangerhausen, bedingt durch die autokundenorientierte Lage an einer Ausfallstraße</li> <li>▪ Konkurrenzlage im Sortiment Lebensmittel zum zentralen Versorgungsbe- reiche Westsiedlung</li> </ul>																				

Entwicklungsziele

- Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden
- weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ca. 10 % der Verkaufsfläche
- keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanter) Sortimente
- Forcierung der Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten in zentrale Versorgungsbereiche oder nachgeordnet auch an städtebauliche integrierte Standorte

Lage



Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

## 8.4. Sortimentskonzept Sangerhausen

### 8.4.1. Begriffsdefinition

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

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

#### Abbildung 33: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

##### zentrenrelevante Sortimente

- geringer spezifischer Flächenanspruch, räumliche Integration dieser Betriebe ist grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche möglich
- meist hohe Flächenproduktivität
- hohe Ausstrahlungskraft
- überwiegend leichter bzw. problemloser Abtransport, ein Kfz ist i.d.R. nicht notwendig
- häufige Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen und meist in Abhängigkeit von anderen Frequenzbringern
- lösen positive Agglomerations- bzw. Verdichtungseffekte aus
- prägen durch ihr Vorhandensein bereits die städtebaulich-funktionale Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig

##### nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Angebot dieser Waren erfolgt auf Grund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten
- zum Warenabtransport wird überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigt
- keine Eignung für zentrale Lagen, da hoher Flächenbedarf
- niedrige Flächenproduktivität
- erzeugen eine eigene Besucherfrequenz und werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe Kopplungen mit anderen Aktivitäten
- keine prägende Funktion für zentrale Innenstadtlagen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Für die Stärkung der innerstädtischen Versorgung und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Sangerhausen gilt es, diejenigen Sortimente im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren, die maßgeblich der Nutzungsvielfalt und der Attraktivität dieses Bereiches dienen.

Zu der Sortimentsgruppe der zentrenrelevanten Sortimente zählen auch die sog. **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, die überwiegend der kurzfristigen bzw. periodischen Grundversorgung<sup>105</sup> dienen und durch eine häufige Konsumentennachfrage gekennzeichnet sind. Auf diese Warengruppen treffen auch die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu.

Da in innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen z.T. großformatigen Anbietern – gerade von Lebensmittelmärkten – nicht gegeben sind, sollte eine Ansiedlung von Lebensmittelanbietern auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen und möglichst engmaschigen Bedarfsabdeckung möglich sein.

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

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

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

Bei der Definition ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.<sup>106</sup> Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

Die nachfolgende Herleitung der Sortimentsliste erfolgt auf Grundlage des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Sangerhausen. Dabei sind insbesondere die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentsspezifische Bestand von Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen wichtig. Ferner wird bei der Einstufung der Zentrenrelevanz auch beachtet, dass einzelne Sortimente möglicherweise untereinander wichtige Kopplungen und Synergien auslösen und so – auch bei einem derzeitigen Nichtvorhandensein im zentralen Versorgungsbereich – perspektivisch hier angesiedelt werden sollten.

Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann daher Sortimente – auch wenn diese in einem zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.<sup>107</sup> Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

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

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

107 vgl. Urteile BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004, VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

#### 8.4.2. „Sangerhäuser Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im zentralen Versorgungsbereich Altstadt in Sangerhausen zu etablieren. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig nur auf den abgegrenzten innerstädtischen Versorgungsbe- reich beschränkt werden.

Nachgelagert zu dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich sollen Betriebe mit nahversorgungsre-levanten Sortimenten maßgeblich in den beiden ausgewiesenen Nahversorgungszentren konzentriert wer- den, ggf. ergänzt durch weitere zentrenrelevante Sortimente zur ausschließlichen Nahversorgung der umlie- gend wohnenden Bevölkerung.

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

Der Erstellung der **Sangerhäuser Sortimentsliste** liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Abb. 33) zu- grunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandels- struktur in den zentralen Versorgungsbereichen und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch beste- hender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 8.3.2). Bei fast allen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sorti- mente ist in den zentralen Versorgungsbereichen bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines flächenseitig größer ausgeprägten Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 5).

Von den Sortimenten, die aktuell nicht in zentralen Versorgungsbereichen verortet sind, weisen zwei Sorti- mente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 37) u.a. die Merkmale von zentrenrelevanten Waren auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 28) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengrup- pen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in zentralen Versorgungsbereichen – auch als zentrenrelevant definiert. Hierbei handelt es sich um folgende Sortimente:

- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger

Bezüglich der genannten Branchen ist zu konstatieren, dass sich diese Sortimente – die eher kleinteilig aus- geprägt sind – insbesondere auf den Potenzialflächen bzw. in bestehenden Leerständen in der Sangerhäu- ser Altstadt ansiedeln lassen. Demnach bestehen in dem zentralen Versorgungsbereich in dem genannten Sortiment realistische Ansiedlungschancen, die auch dem Flächenanspruch dieser Branche gerecht werden. Zusammenfassend können auf Grundlage der kurz dargestellten Entwicklungsflächen die vorstehenden Sor- timente im zentralen Versorgungsbereich Altstadt etabliert werden, so dass eine realistische Zielperspektive für die Installation dieser Sortimente in diesem Bereich besteht. Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Sangerhausen daher folgende Diffe- renzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten definiert.<sup>108</sup>

---

108 Sollte eine Warengruppe nicht in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter dem Punkt 8.4.1 vorzunehmen.

**Abbildung 34: Sangerhäuser Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente**
**Sangerhäuser Liste (Teil I)**

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 <sup>109</sup>	
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	47.73	Apotheken
▪ Blumen, Zimmerpflanzen	aus 47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, nur: Blumen
▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	47.75	EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
▪ Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	aus 47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere
▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	47.2	EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
▪ Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	EH mit Zeitschriften und Zeitungen
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände	47.79.1	EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen
▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	47.78.1	Augenoptiker
▪ Bücher	47.61	EH mit Büchern
▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör	47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
▪ Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten
▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
▪ Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	47.59.2 47.59.9	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren, Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen
▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
▪ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	47.59.3 47.42	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien EH mit bespielten Ton- und Bildträgern

---

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung</li> </ul>	47.71	EH mit Bekleidung
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bas- telbedarf</li> </ul>	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte</li> </ul>	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schuhe</li> </ul>	47.72.1	EH mit Schuhen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Spielwaren, Bastelartikel</li> </ul>	47.65	EH mit Spielwaren
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen</li> </ul>	47.64.2 aus 47.78.9	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uhren, Schmuck</li> </ul>	47.77	EH mit Uhren und Schmuck
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton- und Bildträger, Telekommunikationsgeräte</li> </ul>	47.43 47.63 47.42	EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik EH mit bespielten Ton- und Bildträgern EH mit Telekommunikationsgeräten
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör</li> </ul>	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Hau- stiere

---

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

**Sangerhäuser Liste (Teil II)**

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör</li> </ul>	45.32	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen)</li> </ul>	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Boote, Zubehör</li> </ul>	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel</li> </ul>	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten</li> </ul>	47.53	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen
	aus 47.52.3	EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel</li> </ul>	47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen
	47.52.1	EH mit Metall- und Kunststoffwaren
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leuchten, Lampen</li> </ul>	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Matratzen</li> </ul>	47.59.1	EH mit Wohnmöbeln
	aus 47.51	EH mit Textilien, nur: Matratzen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

## 8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Sangerhausen

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 27) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Sangerhausen definiert. Hiermit wird eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt. Die Ansiedlungsgrundsätze sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen den zentralen Versorgungsbereichen, den Nahversorgungsstandorten und den Sonderlagen in Sangerhausen abgestimmt.

### I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt anzusiedeln sind. So kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Sangerhäuser Stadtgebiet entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.

Das Sangerhäuser Zentrum soll zu dem flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung der Sangerhäuser Altstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Sangerhausen zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 8.4.2).

Die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten kann auch nachgelagert in den beiden Nahversorgungscentren erfolgen, sofern die Verkaufsfläche der Betriebe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt, deren Einzugsbereich und Versorgungsfunktion maßgeblich auf das umliegende Wohnumfeld ausgerichtet ist, die Betriebe eine standortgerechte Dimensionierung besitzen und keine Beeinträchtigung von anderen zentralen Versorgungsbereichen – insbesondere des innerstädtischen Versorgungsbereiches – zu erwarten ist.

### II. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt sowie nachgeordnet in die zentralen Versorgungsbereiche Westsiedlung und Südwestsiedlung

Die Sangerhäuser Innenstadt soll perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten verfügen. Diese Sortimente sind ebenfalls in den beiden zentralen Versorgungsbereichen Westsiedlung und Südwestsiedlung dauerhaft zu etablieren, die eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den südlichen Kernstadtbereich übernehmen. Die Ansiedlung soll jedoch nachgelagert zu dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich erfolgen, der oberste Priorität besitzt.

Bei einer Ansiedlung im Nahversorgungszentrum Westsiedlung oder Südwestsiedlung müssen schädliche Auswirkungen auf den Handelsbestand im innerstädtischen Versorgungsbereich grundsätzlich ausgeschlossen sein, ferner darf eine Handelsansiedlung in den Nahversorgungscentren auch die prospektive Entwicklung im Sangerhäuser Zentrum nicht negativ beeinträchtigen.

### III. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in zentrale Versorgungsbereiche sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Grundversorgung ausschließlich an städtebaulich integrierte Standorte (Nahversorgungsstandorte)

Die zentralen Versorgungsbereiche sollen ein attraktives Lebensmittelangebot beherbergen. Um die Nahversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (im Randsortiment) möglichst engmaschig und auch für nicht-mobile Bevölkerungsteile fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu den zentralen Versorgungsbereichen die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel ausschließlich an städtebaulich integrierten Standorten möglich.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können ausnahmsweise Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels jedoch nur angesiedelt werden, wenn für diese Anbieter nachweislich in den zentralen Versorgungsbereichen keine Flächenkapazitäten bestehen oder hier bereits ein gleichartiges Angebot in vorhanden ist.

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist ausschließlich auf städtebaulich integrierte Standorte in Sangerhausen zu begrenzen. Ein Standort ist als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

- in zentraler und für einen Großteil der lokalen Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbaren Lage befindet,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt,
- über eine gute fußläufige Anbindung (Straße, Fuß- und ggf. Radweg) verfügt,
- im Umfeld möglichst einen ortsüblichen ÖPNV-Anschluss besitzt,
- sich räumlich in die örtliche Einzelhandelsstruktur integriert (Einbindung in vorhandene Einzelhandelsstrukturen) und
- ein hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln müssen diese Vorhaben überwiegend der Grundversorgung<sup>110</sup> dienen und eine standortgerechte Dimensionierung besitzen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Sangerhäuser Liste“) darf dabei nicht über 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen und muss dem Kernsortiment flächen- und umsatzseitig untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung lebt.<sup>111</sup> Grundsätzlich muss ein Ansiedlungsvorhaben vollumfänglich den im Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt<sup>112</sup> formulierten Zielen (u.a. Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot, vgl. Ausführungen unter Punkt 3) entsprechen.

Eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen, wobei negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auch auf Nahversorgungsstandorte generell ausgeschlossen werden müssen. Diese vorstehenden Anforderungskriterien treffen auch bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche von Bestandsbetrieben des Lebensmitteleinzelhandels zu. Die Erweiterung von Lebensmittelmärkten ist nur bei Märkten in siedlungsintegrierter Lage zuzulassen.

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

111 Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten in Sangerhausen berücksichtigt werden müssen (vgl. Karten 7/8 i.V.m. Tab. 12).

112 vgl. Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Punkt 2.3 – vgl. auch Ausführungen auf vorstehender Seite 16ff.

#### IV. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in bestehenden Sonderlagen

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels. In der Innenstadt oder auch in Nahversorgungszentren ist die Aufnahmefähigkeit begrenzt, da diese Anbieter für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben, hohe Lieferverkehre erzeugen und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung an verkehrsgünstigen bzw. autokundenorientierten Standorten in Sangerhausen prinzipiell zulässig, wobei eine Entwicklung – je nach Ansiedlungsvorhaben – in den bestehenden Sonderlagen zu präferieren ist. Bei einer möglichen Ansiedlung oder auch Verlagerung sollte eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten angestrebt werden. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplatz) gemeinsam genutzt werden können. Grundsätzlich ist zu empfehlen, dass eine Entwicklung dieses Segments – sofern möglich – an einem integrierten und möglichst innenstadtnahen Standort erfolgt.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten bei Flächenverfügbarkeit auch in zentralen Versorgungsbereichen oder insbesondere in Randlage hierzu angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lagen erfolgt. Ebenso ist eine Ansiedlung an den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten möglich bzw. zu empfehlen.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist grundsätzlich zulässig, sofern diese langfristig der Standortsicherung dient. Von der Erweiterung sind prinzipiell die zentrenrelevanten Sortimente im Rahmen der zuvor erläuterten Bedingungen ausgeschlossen, da diese perspektivisch in der Sangerhäuser Einkaufsinnenstadt anzusiedeln sind.

#### V. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur begrenzt zulässig

In der Regel führen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment meist Randsortimente<sup>113</sup>, die als zentrenrelevant einzustufen sind. Im Gegensatz zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten können von diesen Ergänzungs- bzw. Randsortimenten ggf. negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen.

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.<sup>114</sup> Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich darstellen.

Um die zentralen Versorgungsbereiche vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sind die zentrenrelevanten Randsor-

113 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.

vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998.

114 Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Baumärkten oder in Möbelhäusern zu nennen.

timente auf rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche des jeweiligen Betriebes zu begrenzen. Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen Bezug zum Kernsortiment haben.

Prinzipiell ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen.

## 8.6. Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Sangerhausen wird empfohlen, die in dem Zentrenkonzept beschriebenen Zielstellungen als Chance für eine vorteilhafte Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu betrachten und eine konsequente, fachlich sinnvolle Umsetzung zu verfolgen.

Dem informellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst kommt keine Außenverbindlichkeit zu. Als Grundlage insbesondere folgender kommunaler und privatwirtschaftlicher Entscheidungen hat es jedoch eine wichtige Bedeutung:

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

Nachstehend werden einzelne Maßnahmen bzw. Handlungsanleitungen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung erläutert:

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potenziellen Ansiedlungsstandorten im unbepflanzten Innenbereich (§ 34 BauGB). Insbesondere sollten Standorte geprüft werden, die möglicherweise für leistungsstarke und expansive Einzelhandelsbetriebe (v.a. Non-Food-Fachmärkte) mit zentrenrelevantem Kernsortiment interessant sind. Eine Grundlage für die Einschätzung sind üblicherweise die Ansiedlungsprofile der gängigen Fachmarktbetreiber.

Vor diesem Hintergrund kommen insbesondere Teilbereiche entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen, wie z.B. der

- Riestedter Straße,
- Erfurter Straße oder der
- Kyselhäuser Straße

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

Ferner sollte auch in Gewerbegebieten – insbesondere bei Neuausweisungen – von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe vorzuhalten.

Gewerbegebiete besitzen i.d.R. eine höhere Flächenverfügbarkeit bei günstigeren Grundstückspreisen und bedingen geringere Entwicklungs- und Erstellungskosten einer Einzelhandelsimmobilie als städtebaulich integrierte (Innenstadt-)Standorte. Auf Grund der Pkw-Erreichbarkeit und der Agglomerations-

effekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

Selbige Einschätzung trifft auch für die vorstehend benannten Standorte an Einfall- bzw. Hauptverkehrsstraßen zu, da diese i.d.R. eine gute Pkw-Erreichbarkeit und eine hervorragende Fernwirkung bzw. Einsehbarkeit besitzen. Diese Ansiedlungen in Solitärlagen führen ebenfalls zu einer Zersiedlung des Einzelhandelsangebots und sind für nicht-mobile Bevölkerungsteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich ebenfalls der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Einfache Bebauungspläne können dabei für den gesamten Innenbereich oder für Teile des Innenbereiches aufgestellt werden, wobei grundsätzlich nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit der Aufstellung eines Bebauungsplanes besteht (bspw. bei Wohngebieten).

2. Bestehende Bebauungspläne<sup>115</sup> sollten daraufhin geprüft werden, inwieweit eine Ausweitung oder Umnutzung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sollten rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine weitere Verkaufsflächenerhöhung mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.

Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist dabei grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.<sup>116</sup>

3. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept entgegenstehen. Eine Konzeptwidrigkeit liegt dabei – auch bei Fehlen von Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB – vor, wenn der in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB verankerte Entwicklungsaspekt nicht eingehalten wird bzw. das Vorhaben nicht den Entwicklungsleitlinien des Sangerhäuser Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.
4. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sollten diese Gebiete mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Dies trifft beispielsweise für die Sonderlage Riestedter Straße (vgl. Pkt. 8.3.4 / B) zu.

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

Die Festsetzungen des Bebauungsplanes müssen (auch) der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen, hierunter fällt nicht nur das Sangerhäuser Hauptgeschäftszentrum, son-

<sup>115</sup> Die betrifft insbesondere die bestehenden Bebauungspläne im Gewerbegebiet Martinsriether Weg.

<sup>116</sup> vgl. Urteil BVerwG vom 26.03.2009 (4 C 21.07): „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in Zentren bisher nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen den Zentren zuzuführen, um deren Attraktivität zu steigern oder zu erhalten.“

dem auch das ausgewiesene Nahversorgungszentrum. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Einzelhandelskonzeptes dienen; seine Festsetzungen erfolgen zur Erhaltung und Entwicklung der in dem Konzept definierten beiden zentralen Versorgungsbereiche.

5. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als Grundlage für die Flächennutzungsplanung der Stadt Sangerhausen zu sehen. Die beiden zentralen Versorgungsbereiche, die i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden können, sind in dem Konzept – auch in ihrer räumlichen Ausdehnung – eindeutig enthalten und somit für eine Übernahme geeignet.
6. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.
7. Die Steuerung des Einzelhandels kann über die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile (§ 34 BauGB) nach § 9 Abs. 2a BauGB erfolgen. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Er unterscheidet sich somit von Bebauungsplänen, welche Festsetzungen nach § 9 Abs. 1 BauGB enthalten.

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

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

Im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB können – anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB – auch noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche geschützt werden, die in einer Einzelhandelskonzeption ausgewiesen werden können. In Sangerhausen ist jedoch kein derartiger zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich geplant bzw. in Ansätzen bereits vorhanden.

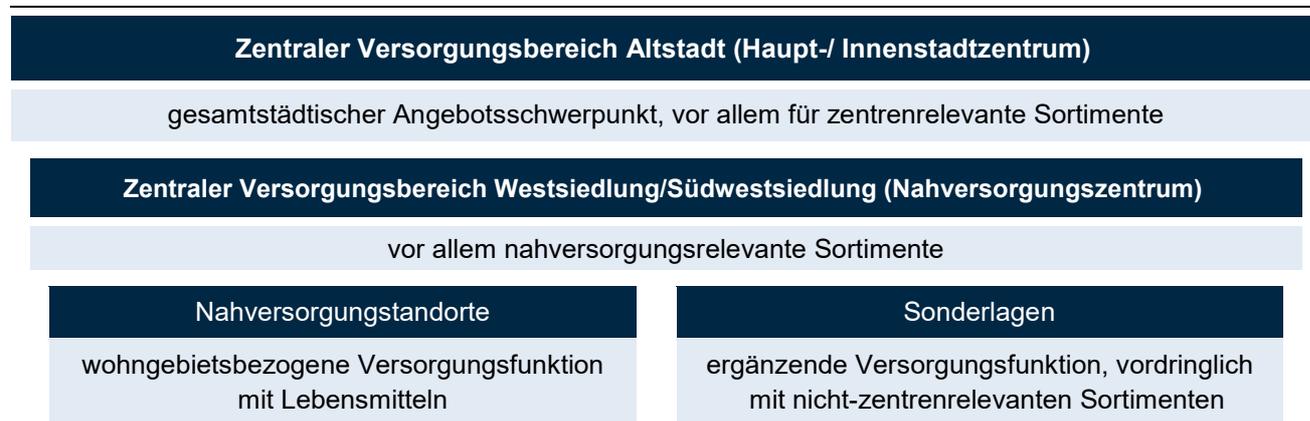
## 9. Schlussbemerkung

Die Stadt Sangerhausen besitzt hinsichtlich ihres Einzelhandelsbestandes und der räumlichen Verteilung eine gute Ausgangsbasis für die weitere Entwicklung. Aktuell ist der innerstädtische Einzelhandelsbesatz bereits gut ausgeprägt, wenngleich dessen flächenseitiger Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche noch zu gering ausfällt.

Grundsätzlich sollte der zentrale Versorgungsbereich Altstadt als umfassender und multifunktionaler Angebotsschwerpunkt weiter ausgebildet werden. Somit kann auch ein wichtiger Beitrag für den Erhalt, die Stabilisierung und den Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Sangerhausen geleistet werden. Neben der weiteren Entwicklung der Sangerhäuser Altstadt ist die Sicherung der Grundversorgung mit Lebensmitteln insbesondere an wohnsiedlungsintegrierten Standorten von wesentlicher Bedeutung.

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

**Abbildung 35: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Sangerhausen (Zielperspektive)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung der Stadt Sangerhausen diskutiert und abgestimmt. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Sangerhausen gedacht und wird durch den Beschluss des Sangerhäuser Stadtrats für die Verwaltung bindend. Zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird der Stadtratsbeschluss der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept

- formulierten Entwicklungsziele bzw. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Sangerhäuser Einzelhandels,
- der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche und
- der „Sangerhäuser Liste“ zur Sortimentsdefinition

empfohlen.

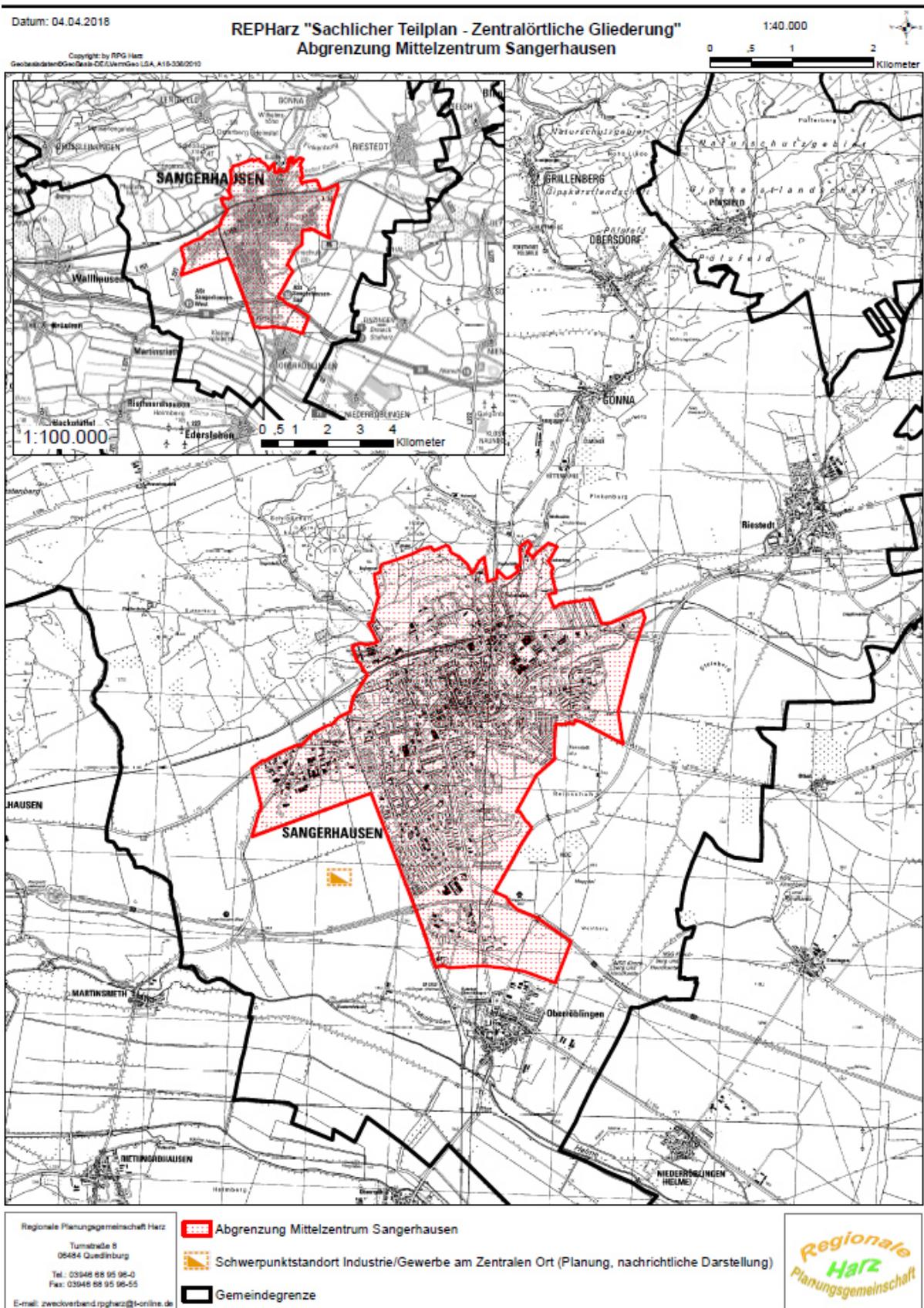
### BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.- oec. Mathias Vlcek

Projektleiter

Erfurt, 26. September 2019 (Überarbeitung 5. Februar 2020)

**Anlage 1: Abgrenzung Mittelzentrum Sangerhausen**



## Anlage 2: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Sangerhausen

Der gesamte Einzelhandel der Stadt Sangerhausen – inkl. der Ortsteile – wurde im November 2018 im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzeption erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine aktuelle Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Apotheken, Nahrungsmittelhandwerker). Die Betriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt.

Bei der Erhebung der Verkaufsflächen wurden der BBE die Flächendaten der IHK Halle-Dessau aus dem Handelsatlas 2017 zur Verfügung gestellt. Diese Daten wurden nochmals nacherhoben, da die Aufnahme bereits im Jahr 2016 durchgeführt wurde, teilweise Abweichungen bei der Systematik bestanden und Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes eine sortimentsgenaue Erhebung notwendig ist.

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

- Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Sangerhausen durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.
- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit großen Randsortimentsabteilungen (bspw. Verbrauchermärkte) und für Mehrbranchenanbieter (bspw. Sonderpostenmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.<sup>117</sup>

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

---

<sup>117</sup> vgl. Urteile BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

### **Anlage 3: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen**

#### **Ambulanter Handel**

- Nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten.
- Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst.

#### **Cash & Carry (C&C)**

- Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden, meist zur Selbstabholung.
- Betrieb umfasst neben einem umfangreichen Lebensmittelangebot eine zusätzliche Non-Food-Abteilung.
- Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C.

#### **Einkaufspassage**

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

#### **Einkaufszentrum**

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

#### **Fachgeschäft**

- Branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen.
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen.
- Hohe Sortimentstiefe.
- Umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip.

#### **Fachmarkt**

- Spezialisierter, oft großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment mit discountorientierter Preispolitik.
- Dominanz des Selbstbedienungsprinzips, aber auch teilweise mit Beratung und Service, häufig knappe Personalbesetzung.
- Lage vorwiegend außerhalb zentraler Einkaufsbereiche.
- Gute Pkw-Erreichbarkeit, vorwiegend an Ausfallstraßen oder in Gewerbe- und Sondergebieten gelegen.
- Beispiele: KIK, Takko, TOYS´R´US, Deichmann, Reno, Media-Markt, Medi Max, Fressnapf, Zoo & Co.

### **Fachmarktzentrum/Fachmarkttagglomeration**

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen.
- Oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/Discounter/Supermarkt.
- Dezentrale bzw. periphere Lage bei sehr guter Erreichbarkeit.
- Großes Angebot an Kundenparkplätzen.

### **Factory Outlet Center**

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

Beispiele: Ingolstadt Village, Designer Outlet Zweibrücken, Wertheim Village.

### **Kaufhaus**

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

Beispiele: P&C, Breuninger, C&A.

### **Warenhaus**

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

Beispiele: Karstadt, Kaufhof.

## Anlage 4: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

### Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m<sup>2</sup>.
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau.
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten).
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort.
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich.

### Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist mit bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment.
- In kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist.

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

### Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount).
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

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

### Supermarkt

- ca. 1.200 bis 2.500 m<sup>2</sup>, i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m<sup>2</sup>.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

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

**Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)**

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>.
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %.
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren.
- Ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

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

**SB-Warenhaus**

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>.
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.

Beispiele: Globus, Marktkauf, real.

**Anlage 5: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich**

zentrenrelevante Sortimente gemäß Sangerhäuser Sortimentsliste	bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich <sup>118</sup>	
	A-Zentrum	C-Zentren
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	√	
▪ Blumen, Zimmerpflanzen	√	√
▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika,	√	√
▪ Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	√	√
▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	√	√
▪ Zeitungen, Zeitschriften	√	√
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände		
▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	√	
▪ Bücher	√	
▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör	√	
▪ Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	√	
▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	√	
▪ Foto, Fotozubehör	√	
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	√	
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	√	√
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren, Gardinen	√	
▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	√	
▪ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger		
▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren, Kinder), Wäsche, Strümpfe	√	√
▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	√	√
▪ Sanitärwaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	√	
▪ Schuhe	√	
▪ Spielwaren, Bastelartikel	√	
▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	√	
▪ Uhren, Schmuck	√	
▪ Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Ton-/Bildträger, Telekommunikation	√	
▪ Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	√	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Sangerhausen .....	5
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2019 bis 2040 .....	6
Abbildung 3: Altersaufbau Sachsen-Anhalt in den Jahren 2020 bis 2040 .....	7
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2008 bis 2018 .....	7
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2007 bis 2018 .....	9
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2003 bis 2018 .....	10
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2019 .....	11
Abbildung 8: Top 10-Warenguppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2014-2019 .....	11
Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2000-2019 .....	12
Abbildung 10: Bevölkerungsverteilung Sangerhausen .....	23
Abbildung 11: Altersstruktur Sangerhausen im Landesvergleich .....	24
Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern .....	25
Abbildung 13: Einzelhandelszentralität ausgewählter Orte im regionalen Umfeld von Sangerhausen .....	28
Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Stadt Sangerhausen .....	32
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m <sup>2</sup> Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte .....	35
Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Sangerhäuser Einzelhandels .....	35
Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur Sangerhausen .....	39
Abbildung 18: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Sangerhausen .....	46
Abbildung 19: Beispiele für vormalige Lebensmittelanbieter in dezentralen Sangerhäuser Ortsteilen .....	49
Abbildung 20: Sortimentsspezifische Bindungsintensität des Sangerhäuser Einzelhandels .....	52
Abbildung 21: Stärken-Schwächen-Analyse des Sangerhäuser Einzelhandels .....	53
Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens .....	56
Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung für Sangerhausen .....	57
Abbildung 24: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens .....	58
Abbildung 25: Ziel-Bindungsquoten für Sangerhausen (Szenario B) .....	59
Abbildung 26: Innerstädtische Leerstandsflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl) .....	66
Abbildung 27: Städtebauliche Ziele / Standort- und Sortimentskonzept für Sangerhausen .....	70
Abbildung 28: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen .....	73
Abbildung 29: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen .....	74
Abbildung 30: Modell der Zentrenstruktur von Sangerhausen .....	77
Abbildung 31: e-Impact-Factor zentraler Versorgungsbereich Altstadt .....	84
Abbildung 32: Branchenexposition Einzelhandel für das Jahr 2028 im zVB Altstadt .....	85
Abbildung 33: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente .....	106
Abbildung 34: Sangerhäuser Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente .....	109
Abbildung 35: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Sangerhausen (Zielperspektive) .....	119

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Sangerhausen im Vergleich .....	23
Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Sangerhausen .....	24
Tabelle 3: Tourismusaufkommen in Sangerhausen.....	25
Tabelle 4: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels .....	31
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet von Sangerhausen .....	33
Tabelle 6: Betriebe und Verkaufsflächen in Sangerhausen im Zeitvergleich.....	34
Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte in Sangerhausen nach Standortkategorien .....	37
Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich .....	40
Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich .....	41
Tabelle 10: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich .....	43
Tabelle 11: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Sangerhausen.....	45
Tabelle 12: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen .....	50
Tabelle 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Sangerhäuser Einzelhandels nach Bedarfsbereichen .....	51
Tabelle 14: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Sangerhäuser Handels im Jahr 2028 .....	54
Tabelle 15: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels.....	55
Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Sangerhäuser Einzelhandel (Kurzzusammenfassung) .....	68

## Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2018 .....	8
Karte 2: Lagebeziehungen von Sangerhausen im regionalen Kontext.....	21
Karte 3: Raumstruktur Sachsen-Anhalt (Ausschnitt).....	22
Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Sangerhausen inkl. Einzelhandelsumsätze .....	27
Karte 5: Einzugsgebiet des Sangerhäuser Einzelhandels .....	30
Karte 6: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in der Sangerhäuser Kernstadt .....	36
Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Sangerhausen.....	47
Karte 8: Fußläufige Nahbereiche der beiden Lebensmittelmärkte in Oberröblingen/Wippra .....	49
Karte 9: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter / Versorgungslücken .....	62
Karte 10: Zentren-/ Standortkonzept Sangerhausen .....	79
Karte 11: Grundversorgungskonzept für Sangerhausen (Kernstadt).....	93

## Anlageverzeichnis

Anlage 1: Abgrenzung Mittelzentrum Sangerhausen.....	120
Anlage 2: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Sangerhausen .....	121
Anlage 3: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen.....	123
Anlage 4: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen .....	125
Anlage 5: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich .....	127