

# **Flächennutzungsplan**

der Stadt Treuen

- Entwurf -

**Änderung des Flächennutzungsplanes  
„Stadt Treuen“ mit dem Änderungsbereich  
Sondergebiet „Einzelhandel An der Perlaser Straße“**

**Anlage 2  
Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung  
in der Stadt Treuen  
Einzelhandels- und Zentrenkonzept**



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Treuen

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept



## Endbericht

Im Auftrag der Stadt Treuen  
Hamburg/Dresden, 08.03.2022



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Treuen**

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Projektnummer: 21DLP3025

Exemplarnummer: 01

Projektleitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Jonas Hopfmann

Im Auftrag der

**Stadt Treuen**

**Markt 7**

**08233 Treuen**

erarbeitet durch

**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

# Inhalt

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	VI
<b>1 Grundlagen</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2 Untersuchungsdesign	2
1.3 Vorgehensweise	7
<b>2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel</b>	<b>8</b>
2.1 Demografischer Wandel	8
2.2 Betriebsformenwandel	9
2.3 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung	11
2.4 Entwicklungen im Online-Handel	15
2.4.1 Der Online-Handel erobert die Märkte	15
2.4.2 Der Online-Handel im ländlichen Raum	19
2.5 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich	21
2.6 Entwicklungstendenzen im Einzelhandel im Lichte der Covid-19-Pandemie	25
2.7 Prognose zur Entwicklung des Online-Handels	29
<b>3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Treuen</b>	<b>32</b>
3.1 Lage im Raum	32
3.2 Zentralörtliche Funktion und regionale Wettbewerbssituation	34
3.3 Sozioökonomische Rahmenbedingungen	39
3.4 Raumordnerische Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung	43
<b>4 Nachfragesituation in Treuen</b>	<b>47</b>
4.1 Marktgebiet der Stadt Treuen	47
4.2 Nachfragepotenzial der Stadt Treuen	50

<b>5</b>	<b>Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Treuen</b>	<b>53</b>
5.1	Verkaufsflächen- und Branchenstruktur	53
5.2	Raumstruktur des Einzelhandels	55
5.3	Betriebsgrößenstruktur	56
5.4	Leerstandssituation	58
5.5	Umsatzsituation des Einzelhandels in Treuen	61
5.6	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben	64
<b>6</b>	<b>Versorgungslage und Zentralitätsanalyse</b>	<b>66</b>
6.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Treuen	66
6.2	Bedeutung des Ortskerns im Einzelhandelsgefüge	68
6.3	Nahversorgungssituation in Treuen	72
6.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Treuen	79
6.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	82
6.6	Zusammenfassende Stärken- und Schwächenanalyse zum Einzelhandelsstandort Treuen	84
<b>7</b>	<b>Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Treuen</b>	<b>87</b>
7.1	Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025	87
7.1.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	87
7.1.2	Verkaufsflächenspielräume bis 2025	90
7.2	Strategische Orientierungsprinzipien	96
<b>8</b>	<b>Zentrenkonzept für die Stadt Treuen</b>	<b>102</b>
8.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	102
8.2	Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Treuen	105
8.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Treuen	110
8.2.2	Ortskernergänzender Sonderstandort Grundversorgung Perlaser Straße	114
8.3	Zur Zentrenrelevanz der „Treuer Liste“	116

<b>9</b>	<b>Maßnahmen- und Steuerungsempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Treuen</b>	<b>117</b>
9.1	Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Treuen	117
9.2	Allgemeine Empfehlungen zur Umsetzung des Konzepts	121
<b>10</b>	<b>Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept</b>	<b>129</b>
10.1	Erweiterungsvorhaben des Lidl-Markts	129
10.2	Weiterentwicklung des Sonderstandorts Perlaser Straße	130
10.3	B-Plan im Treuener Ortsteil Eich	137
<b>11</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>140</b>
<b>I</b>	<b>Glossar</b>	<b>145</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	10
Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	11
Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland	12
Abbildung 4: Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel	13
Abbildung 5: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels	14
Abbildung 6: Gesamtentwicklung stationärer und Online-Umsatz	16
Abbildung 7: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz	17
Abbildung 8: Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels	24
Abbildung 9: HDE-Konsumbarometer	26
Abbildung 10: Passantenfrequenzen.	27
Abbildung 11: Anzahl Insolvenzen im Bekleidungseinzelhandel	28
Abbildung 12: Marktanteilsprognose zur Entwicklung des Online-Handels nach Branchen	30
Abbildung 13: Lage im Raum	32
Abbildung 14: Regionale Wettbewerbsstrukturen (Lebensmitteleinzelhandel)	36
Abbildung 15: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	41
Abbildung 16: Marktgebiet des Treuener Einzelhandels	48
Abbildung 17: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt Treuen	50
Abbildung 18: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Treuen	53
Abbildung 19: Branchenstruktur des Einzelhandels	54
Abbildung 20: Räumlich-funktionale Struktur des Treuener Einzelhandels	55
Abbildung 21: Ehemalige Geschäftsfläche im Treuener Ortskern	58
Abbildung 22: Von Wohnnutzungen umgebene, ehemalige Geschäftsfläche im Ortskern von Treuen	60
Abbildung 23: Deutlicher topographischer Höhenversatz innerhalb des Treuener Ortskerns	60
Abbildung 24: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Treuen	61
Abbildung 25: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Ortskern von Treuen	68

Abbildung 26: Die Königstraße im Ortskern von Treuen	69
Abbildung 27: Der Treuener Marktplatz	70
Abbildung 28: Nahversorgungssituation in Treuen	73
Abbildung 29: Der Netto-Markt in der Rudolf-Breitscheid-Straße	77
Abbildung 30: Der Lidl-Lebensmitteldiscounter an der Oststraße	77
Abbildung 31: Netto-Discounter in der Heinrich-Heine-Straße	78
Abbildung 32: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Treuen	80
Abbildung 33: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Treuen	82
Abbildung 34: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Treuen	90
Abbildung 35: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	93
Abbildung 36: Übergeordnete strategische Orientierungsprinzipien	98
Abbildung 37: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die bestehenden Nahversorgungsstandorte“	99
Abbildung 38: Hierarchisches Standortmodell für die Stadt Treuen.	106
Abbildung 39: Zentren- und Standortstruktur in der Stadt Treuen	109
Abbildung 40: Räumliche Abgrenzung des ZVB Ortskern	110
Abbildung 41: Der Postplatz sowie die Königstraße im Ortskern von Treuen	111
Abbildung 42: Die bestehende Handelsagglomeration am Grundversorgungsstandort Perlaser Straße	115
Abbildung 43: Die nördlich an den Ergänzungsstandort Perlaser Straße angrenzende Potenzialfläche	115
Abbildung 44: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung	120

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels	24
Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in Treuen im Vergleich	39
Tabelle 3: Altersstruktur der Stadt Treuen 2016 und 2021	40
Tabelle 4: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	42
Tabelle 5: Ein- und Auspendler im Vergleich	42
Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels	49
Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Treuen nach Standortbereichen	56
Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Treuener Einzelhandels	63
Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich	66
Tabelle 10: Verkaufsflächenanteil des Ortskerns an der Gesamtverkaufsflächen Treuens	71
Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels	75
Tabelle 12: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Treuen	76
Tabelle 13: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Treuener Liste“)	116

# 1 Grundlagen

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die südwestsächsische Kleinstadt Treuen liegt im nördlichen Bereich des überwiegend ländlich geprägten **Vogtlandkreises** zwischen Plauen und Zwickau und ist Sitz der Verwaltungsgemeinschaft Treuen, welcher neben Treuen auch die Nachbargemeinde Neuensalz angehört. Während Plauen rd. 13 km südwestlich von Treuen gelegen ist, befindet sich die Stadt Zwickau etwa 22 km nordöstlich des Treuener Ortskerns. Naturräumlich ist Treuen dem östlichen Teil des Vogtlandes zuzuordnen.

Derzeit leben in Treuen **rd. 7.800 Einwohner** – mit rückläufiger Tendenz. Das Stadtgebiet umfasst neben der Kernstadt auch die Ortsteile Altmannsgrün, Buch, Eich, Gospersgrün, Hartmannsgrün, Mahnbrück, Perlas, Pfaffengrün, Schreiersgrün, Veitenhäuser und Wetzelsgrün. Die Ortsteile sind überwiegend dünn besiedelt, weisen einen dörflichen Charakter auf und sind aufgrund zahlreicher Eingemeindungen in der Vergangenheit dispers um die Kernstadt verteilt. Bedingt durch die sehr gute verkehrsstrategische Lage mit unmittelbarer Anbindung an die BAB 72 und die B 173 stellt die Stadt Treuen einen attraktiven Gewerbestandort dar, was u.a. zur Ansiedlung bedeutender Unternehmen der Automobilzulieferindustrie beigetragen hat. Treuen fungiert daher trotz der verhältnismäßig kleinen Stadtgröße als ein **regionales Wirtschaftszentrum**.

Von Seiten der Regionalplanung ist Treuen als **Grundzentrum** ausgewiesen. Gemäß den Zielsetzungen der Regionalplanung in der ehemaligen Region Südwestsachsen bzw. der heutigen Region Chemnitz sollen Grundzentren als übergemeindliche Zentren über Versorgungseinrichtungen des allgemeinen und täglichen Bedarfs verfügen. Damit übernimmt die Stadt Treuen auch überörtliche Grundversorgungsaufgaben für einen raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich (Nahbereich). Zu diesem grundzentralen Verflechtungsbereich zählt neben dem Stadtgebiet von Treuen nur noch die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz, womit der überörtliche Verflechtungsbereich überschaubar ausfällt.

Bedingt durch die räumliche Nähe zu umliegenden Zentralen Orten ist die Stadt Treuen einem **scharfen interkommunalen Wettbewerb** ausgesetzt. Besonders hervorzuheben sind hierbei das unmittelbar nordöstlich angrenzende Grundzentrum Lengenfeld, der mittelzentrale Städteverbund „Göltzschtal“ (Rodewisch – Auerbach – Ellefeld – Falkenstein) und das Oberzentrum Plauen. Die benannten Kommunen verfügen über ausgeprägte Versorgungsstrukturen im periodischen Bedarf und üben somit einen wesentlichen Einfluss auf die Kundenströme im Untersuchungsraum aus.

Aktuell ist die **Versorgungsstruktur** im (periodischen) Einzelhandel in Treuen vor allem durch vier Lebensmitteldiscounter geprägt, die sich auf dezentrale Standorte

innerhalb des Stadtgebiets verteilen. Der traditionelle Ortskern ist äußerst kleinteilig strukturiert und fungiert aktuell nur noch bedingt als Einzelhandelsstandort. Allerdings zeigt sich gegenwärtig eine verstärkte Nachfrage nach nahversorgungs- und zentrenrelevanten Handelsflächen im Ort, weshalb die Stadt kürzlich den Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan mit der Ausweisung eines Sondergebiets Handel an einem (randstädtischen) Standort an der Perlaser Straße gefasst hat. Im Rahmen der frühzeitigen Behördenbeteiligung hierzu kam jedoch die Forderung auf, zunächst ein Einzelhandelskonzept aufzustellen bzw. durch ein externes Fachbüro erarbeiten zu lassen, auf dessen Grundlage sowohl das aktuelle Vorhaben als auch künftige Planungen bewertet werden können.

Das vorliegende, auf einer detaillierten Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation basierende Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll die Entwicklungsperspektiven sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen und Leitlinien für die künftige Entwicklung des Einzelhandels im Grundzentrum Treuen aufzeigen und damit als belastbare Entscheidungsgrundlage für Politik und Verwaltung im Umgang mit Einzelhandelsplanungen dienen sowie Investoren, Eigentümern und Händlern Planungssicherheit für ihre Investitionsentscheidungen bieten. Mit einem entsprechenden politischen Beschluss kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zudem auch mittelbar Eingang in die Bauleitplanung finden.

## 1.2 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungskonzept zur Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Treuen umfasste folgende Schritte:

### Trends der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung

Dem Einzelhandelskonzept wurde eine Übersicht über die wesentlichen Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland vorangestellt, die auf die konkrete Situation in Treuen heruntergebrochen wurden. Dabei ging es zum einen um die

- Darstellung der wesentlichen **Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite** (Demografie, Konsumverhalten etc.) sowie zum anderen um eine
- Darstellung der wesentlichen **Entwicklungstrends auf der Angebotsseite** (Konzentration, Betriebstypenwandel, Nahversorgung, Online-Handel etc.).

Einer vertiefenden Betrachtung wurden dabei vor allem zwei Aspekte unterzogen:

- Aktuelle Entwicklungen im **Lebensmitteleinzelhandel**, der für die Versorgungsfunktion von Grundzentren eine maßgebliche Rolle spielt, inkl. Darstellung und

Erläuterung der veränderten Standort- und Flächenanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels.

- Darstellung der Folgeeffekte der **Corona-Pandemie** auf den Einzelhandel: Wie hat sich der stationäre Einzelhandel unter dem Einfluss der Corona-Pandemie, differenziert nach Branchen, entwickelt? Welche Rolle spielt die Corona-Pandemie für die Dynamik im Online-Handel? Mit welchen Verschiebungen vom stationären Einzelhandel in den Online-Handel ist mittelfristig zu rechnen und welche Konsequenzen hat dies für die Zukunftsfähigkeit der unterschiedlichen Einzelhandelslagen? Welche Funktionen neben dem Einzelhandel werden künftig eine noch größere Rolle für die Attraktivitätssicherung der Innenstädte und Ortskerne spielen?<sup>1</sup>

### Situationsdarstellung

Die Basis der Untersuchung stellte eine gründliche Analyse der IST-Situation des Einzelhandels in Treuen dar. Dabei erfolgten eine umfassende Erhebung und Analyse der Nachfrage- und Angebotssituation. Zudem wurden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sowie die sozioökonomischen Rahmendaten analysiert und im Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung in Treuen bewertet:

- Darstellung der **planerischen Ausgangssituation**; Vorgaben der Landes- und Regionalplanung<sup>2</sup>, zentralörtliche Bedeutung von Treuen und Versorgungsfunktion; Darstellung der regionalen Wettbewerbssituation;
- makrostandörtliche Einordnung sowie Stand und Entwicklung der **sozioökonomischen Eckdaten** in der Stadt Treuen als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Altersstruktur, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen, Arbeitslosenquoten, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);
- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten **Nachfragesituation**; Ermittlung des faktischen Marktgebiets des Treuener Einzelhandels (unter Berücksichtigung des raumordnerisch zugewiesenen Nahbereichs) sowie des Nachfragepotenzials (insgesamt und gesondert für den stationären Einzelhandel) aktuell und für den Prognosehorizont 2025 nach Branchen im Marktgebiet<sup>3</sup>;

---

<sup>1</sup> Hierzu wurde vor allem auf den Branchenreport Online-Handel 2020 des renommierten IFH Köln abgestellt, der im Dezember 2020 herausgegeben wurde und sich sehr differenziert mit den Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in den verschiedenen Branchen unter dem Einfluss der Corona-Pandemie beschäftigt.

<sup>2</sup> LEP Sachsen 2013 und Regionalplan Südwestsachsen 2011 sowie aktueller Entwurf des Regionalplans für die Region Chemnitz mit Stand Mai 2021.

<sup>3</sup> Bei der Ermittlung des Nachfragepotenzials ist zu berücksichtigen, dass ein signifikanter Anteil davon in den Online-Handel abfließt und dem stationären Handel gar nicht zur Verfügung steht. Dies ist bei der späteren Bestimmung der Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel insbesondere vor dem Hintergrund zu beachten, als dass sich der Online-Handel unter dem Einfluss der Corona-Pandemie aktuell sehr dynamisch entwickelt und auch für die nächsten Jahren weiterhin eine erhebliche Kaufkraft- und Umsatzverschiebung in den Online-Handel zu erwarten ist.

- Ermittlung und Analyse der aktuellen **Angebotsituation** des Einzelhandels (aktiv betriebene Flächen) im Stadtgebiet von Treuen; Darstellung und Analyse nach Lagen/Standorten, Branchen und Betriebstypen mit Angaben zu Betriebszahlen, Verkaufsflächen, Umsätzen und Flächenproduktivitäten<sup>4</sup>; Darstellung sämtlicher einzelhandelsrelevanten Planvorhaben im Untersuchungsraum;
- **städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse** der prägenden Einzelhandelslagen im Stadtgebiet von Treuen; Aussagen zur Versorgungsfunktion und Funktionsfähigkeit der einzelnen Standortlagen;

### **Bewertung der Versorgungssituation im Grundzentrum Treuen**

Auf Basis der Analysen zur Bestandssituation wurde der Einzelhandelsstandort Treuen dann einer gutachterlichen Bewertung hinsichtlich der aktuellen Einzelhandels- und Versorgungssituation unterzogen:

- Bewertung der **Versorgungslage** in Treuen (Verkaufsflächendichten nach Branchen); Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen Durchschnittswerten sowie geeigneten kommunalen/regionalen Vergleichsdaten; Identifizierung von **Angebots- und Branchenlücken**;
- Bestimmung der aktuellen **Einzelhandelszentralität**<sup>5</sup> des Grundzentrums Treuen, gegliedert nach Hauptbranchengruppen; dabei auch Ermittlung und Bewertung der Kaufkraftbindung der ortsansässigen Bevölkerung, der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und der Kaufkraftabflüsse in das Umland sowie in den Online-Handel auf Basis einer **Kaufkraftstromanalyse**;
- Bewertung der Leistungs- und Zukunftsfähigkeit der wohnstandortnahen **Nahversorgungsstruktur**:
  - Ermittlung und Bewertung der Nahversorgungsdichte im Stadtgebiet zur Ermittlung der quantitativen Versorgungssituation;
  - Identifizierung möglicher räumlicher Versorgungslücken (unter Berücksichtigung künftiger Wohngebietsausweisungen und Planvorhaben);
  - Analyse der nahversorgungsrelevanten Betriebstypenstruktur zur Ermittlung und Bewertung der qualitativen Versorgungssituation und etwaiger Angebotslücken;

---

<sup>4</sup> Im Rahmen der Angebotsanalyse erfolgte eine einzelbetriebliche Umsatzabschätzung, in deren Rahmen für jeden Betrieb der Umsatz geschätzt wurde. Hierfür wurden zunächst vertriebslinienspezifische Standard-Flächenproduktivitäten vergeben, die unter Berücksichtigung der Standort-/Lagequalität, der Wettbewerbssituation und der Kaufkraftverhältnisse entsprechend nach oben oder nach unten angepasst wurden.

<sup>5</sup> Verhältnis von vor Ort vorhandener Nachfrage zu vor Ort gebundenen Umsätzen.

- Bewertung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe hinsichtlich möglicher Anpassungsbedarfe und ihrer Zukunftsfähigkeit;
- **Identifizierung des Ortskerns** und Bewertung der **Funktionswahrnehmung der einzelnen Einzelhandelslagen** für die Bevölkerung von Treuen sowie im Hinblick auf die grundzentrale Versorgungsfunktion für den Nahbereich (Gemeinde Neuen-salz);
- zusammenfassende **SWOT-Analyse** (kombinierte Stärken-/Schwächen und Chancen-/Risiko-Analyse) für den Einzelhandelsstandort Treuen.

### Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Treuen

Kern der Untersuchung war die Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, welches die Grundlagen zur künftigen Einzelhandelssteuerung legt. Neben der Bestimmung des künftigen Entwicklungsrahmens und der Definition eines Entwicklungsleitbilds ging es dabei vor allem darum, eine arbeitsteilige Zentren- und Standortstruktur festzulegen, die zentralen Versorgungsbereiche abzugrenzen und eine örtliche Sortimentsliste aufzustellen:

- Darstellung der **Hauptantriebskräfte und Restriktionen der künftigen Flächenentwicklung** (z.B. Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, Wohnsiedlungsentwicklung, Versorgungslücken und Zentralitätsdefizite, Betriebstypendynamik und veränderte Flächenanforderungen des Einzelhandels, strukturelle Defizite, Tourismuspotenzial, demografischer Wandel, Entwicklung des Online-Handels) sowie deren Ausprägung im Grundzentrum Treuen;
- Ableitung eines quantitativen **Entwicklungsrahmens**<sup>6</sup> (Verkaufsflächenpotenziale, differenziert nach Branchen, Betriebstypen und Standorten) für den Einzelhandel in Treuen;
- Formulierung grundsätzlicher und übergeordneter **städtebaulicher Zielvorstellungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung** innerhalb des Grundzentrums Treuen;
- Festlegung der **Zentren- und Standortstruktur** (z.B. Ortskern, Nahversorgungslagen, Sonderstandorte/Sonstige Standorte) innerhalb des Stadtgebiets; diesbezüglich wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der einzelnen Standorte unterbreitet und die zentralen Versorgungsbereiche festgelegt; dabei wurden faktisch vorhandene zentrale Versorgungsbereiche genauso berücksichtigt wie perspektivisch geplante/zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche;

<sup>6</sup> Nach einem Urteil des EuGH (Visser/Appingedam) ist die europäische Dienstleistungsrichtlinie auch auf städtebauliche Pläne zur Steuerung von Einzelhandel anwendbar. Nachfrage- und kaufkraftorientierte Untersuchungen werden danach als unzulässige wirtschaftliche Bedarfsprüfungen grundsätzlich in Frage gestellt. Insofern sei darauf hingewiesen, dass der im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts ermittelte Entwicklungsrahmen nur als Orientierungsrahmen zu verstehen ist und nicht ohne einzelfallbezogene Verträglichkeitsuntersuchungen in die Bauleitplanung übernommen werden kann.

- **räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** (inkl. Kartierung) sowie weiterer Nahversorgungslagen; für die zentralen Versorgungsbereiche bzw. prägnantesten Standortlagen im Stadtgebiet wurden sogenannte Zentren- bzw. Standortpässe erstellt, die die Standorte charakterisieren und die wesentlichen Stärken und Schwächen sowie deren Entwicklungsperspektiven darstellen;
- Aufstellung einer **ortstypischen Sortimentsliste** („Treuer Liste“) zur Einstufung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente. Die Zentrenrelevanz wurde sowohl anhand der faktischen Situation als auch anhand planerischer Überlegungen zur Attraktivitätssteigerung der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen und berücksichtigte zudem die Eigenschaften der Warengruppen hinsichtlich Transportsensibilität und Platzbedarf. Dabei wurde Bezug auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamts (WZ 2008) genommen.

### Maßnahmen und Handlungsempfehlungen zur Umsetzung des Konzepts

Abschließend wurden Handlungsempfehlungen für die Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels im Grundzentrum Treuen formuliert. Zudem wurde aufgezeigt, wie die Inhalte des Konzepts in die Entwicklungsplanungen der Stadt Treuen überführt werden können und mittelbar auch Eingang in die Bauleitplanung finden.

- **Übergeordnete/gesamstädtische Empfehlungen** zur Sicherung und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktionen sowie zur Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung;
- Empfehlungen zur **Strukturentwicklung des Einzelhandels** (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Schließung von Angebotslücken); dabei wurde darauf geachtet, dass es sich um realistische Empfehlungen handelt, die die grundzentrale Versorgungsfunktion unter dem Einfluss des wachsenden Online-Handels sowie der ländlichen Strukturen im Untersuchungsraum berücksichtigen;
- Herausarbeiten **standortspezifischer Handlungsempfehlungen** für die wesentlichen Einzelhandelsstandorte in Treuen; dabei auch konkrete Empfehlungen zur Absicherung bestehender Nahversorgungsstandorte sowie Entwicklungsempfehlungen zur Stabilisierung und Stärkung der zentralen Standortlagen (insbesondere des Ortskerns);
- **Einordnung aktueller Einzelhandelsvorhaben** in die Zentren- und Standortstruktur sowie in den aufgezeigten Entwicklungsrahmen für das Grundzentrum Treuen; gutachterliche Empfehlungen zum Umgang mit den bestehenden Einzelhandelsvorhaben vor dem Hintergrund der zuvor festgelegten städtebaulichen Zielstellungen;
- Formulierung von **Ansiedlungs- und Steuerungsgrundsätzen** zur künftigen Einordnung von Einzelhandelsanfragen. Hierzu wurde ein Prüfschema für die Beurteilung künftiger Einzelhandelsvorhaben entwickelt und daraus Ansiedlungsleitsätze abgeleitet. Diese transparenten und nachvollziehbaren Ansiedlungsleitsätze sollen

dazu dienen, Einzelhandelsvorhaben (Neuansiedlungen, Verlagerungen, Erweiterungen) einheitlich zu bewerten und deren Übereinstimmung/Vereinbarkeit mit den Zielen des Einzelhandelskonzepts nach einheitlichen Maßstäben abzuprüfen. Alle aktuellen und künftigen Einzelhandelsvorhaben können damit an den wesentlichen Inhalten des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ausgerichtet werden und ermöglichen somit eine Umsetzung der Konzeptinhalte in die konkrete Entwicklungsplanung der Stadt;

- Empfehlungen, wie die **Inhalte des Konzepts mittelbar in der Bauleitplanung umgesetzt werden können** (z.B. durch Ausschlussfestsetzungen oder vorbereitende Festsetzungen in einzelhandelsrelevanten B-Plänen).

## 1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- **Durchsicht und Auswertung** von übergeordneten Planungen (LEP, Regionalplan) und ggf. vorliegenden Einzelhandelsgutachten;
- **Sekundäranalyse** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- **vollständige Bestandserhebung**<sup>7</sup> aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Treuen u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen; im Ortskern zudem auch Erhebung handelsergänzender Nutzungen (z.B. Gastronomie, Dienstleister, öffentliche Einrichtungen, kulturelle Einrichtungen etc.);
- **gründliche Begehungen aller Standortbereiche** des Einzelhandels in Treuen (insbesondere des Treuener Ortskerns) sowie wesentlicher interkommunaler Wettbewerbsstandorte.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der nicht-stationäre Handel (Online- und Versandhandel) berücksichtigt, da die Grenzen zwischen stationärem und nicht-stationärem Handel im Sinne einer Omni-Channel-Strategie vieler Einzelhändler zunehmend verwischen und sich die Ausgaben der Verbraucher auch nicht immer eindeutig dem stationären oder dem interaktiven Betriebskanal zuordnen lassen (z.B. Click & Collect).

Als **Prognosehorizont wurde das Jahr 2025** zugrunde gelegt.

---

<sup>7</sup> Die Bestandserhebungen erfolgten durch physische Begehungen jeglicher Ladenlokale nach dem sogenannten Angebotsprinzip. D.h. Randsortimente wurden nicht dem Hauptsortiment zugeschlagen, sondern sortimentsgenau erfasst. Die Erhebung erfolgte mit Unterstützung einer eigens hierfür programmierten App.

## 2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

Im Folgenden werden die wesentlichen Trends der Einzelhandelsentwicklung als grundlegende Rahmenbedingungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erörtert. Die Covid-19-Pandemie muss als eine deutliche Zäsur in der Entwicklung des Einzelhandels eingeordnet werden. Daher werden nicht nur die allgemeinen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel dargestellt, sondern es wird im Speziellen auch darauf eingegangen, welchen Einfluss die Covid-19-Pandemie aktuell sowie perspektivisch im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Online-Handels und den stationären Einzelhandel haben wird.

### 2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor **neue Herausforderungen** und setzt diesen einem starken Anpassungsdruck aus. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Und während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, wird in einigen Jahren fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar sind. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Grundsätzlich leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern - wie auch der Vogtlandkreis - stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten Deutschlands bleiben besonders attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden (z.B. Dresden, Leipzig).
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern

stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“) und
- Absinken/Stagnation des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, so folgt daraus ein **starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel**, der sich auch in der Stadt Treuen zeigt.

## 2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen **Präferenzverschiebungen** einher. U.a. sind im Bereich des Food- und Nearfood-Segments in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein und Nachfrage nach mehr „Convenience“, der Wunsch nach Fair Trade/Bio, Regionalität und „Handwerk“ gestiegen. Veränderte Haushaltsgrößen („Singlesierung“) fragen andere Produktgrößen nach. Im Bereich Nonfood spielt u.a. der Trend zur Individualisierung – jedoch bei Produkten ohne Mehrwert nach wie vor auch der Preis – eine Rolle. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, **neue Konzepte** zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung 1). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten, was sich anhand der Insolvenz des KarstadtKaufhof-Konzerns aktuell gut ablesen lässt. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen, das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den weiteren Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der **B2C E-Commerce**<sup>8</sup> sind weiterhin aufstrebend und verfügen über ein hohes Wachstumspotenzial.

---

<sup>8</sup> B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.

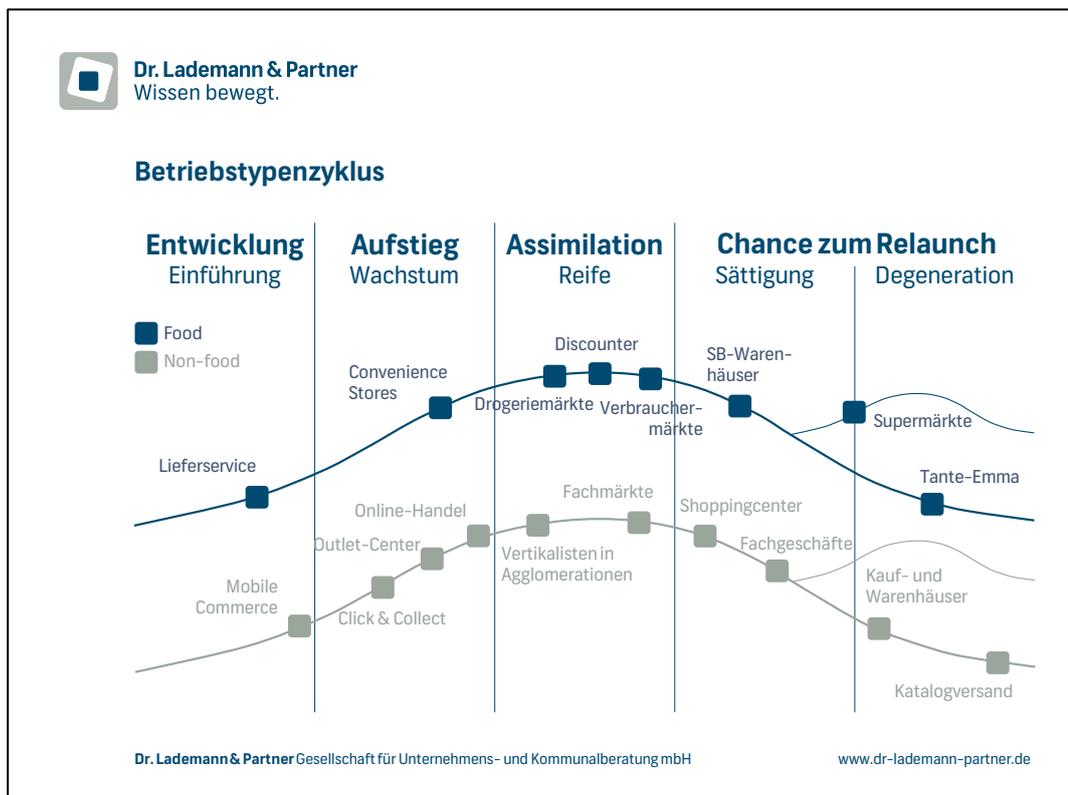


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das **Gewicht hin zu discount- und fachmarktorientierten Konzepten**. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen, wenngleich sich der Trend nicht gleichermaßen fortgesetzt hat und zuletzt gerade im Lebensmittelsegment auch wieder hochwertigere Angebotsformate (Super- und Verbrauchermärkte) auf dem „Vormarsch“ sind.

Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden jüngere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzzrückgang, welchem u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von handelsergänzenden und digitalen Angeboten mit dem Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place“). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte. Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere Betriebstypen darstellt.

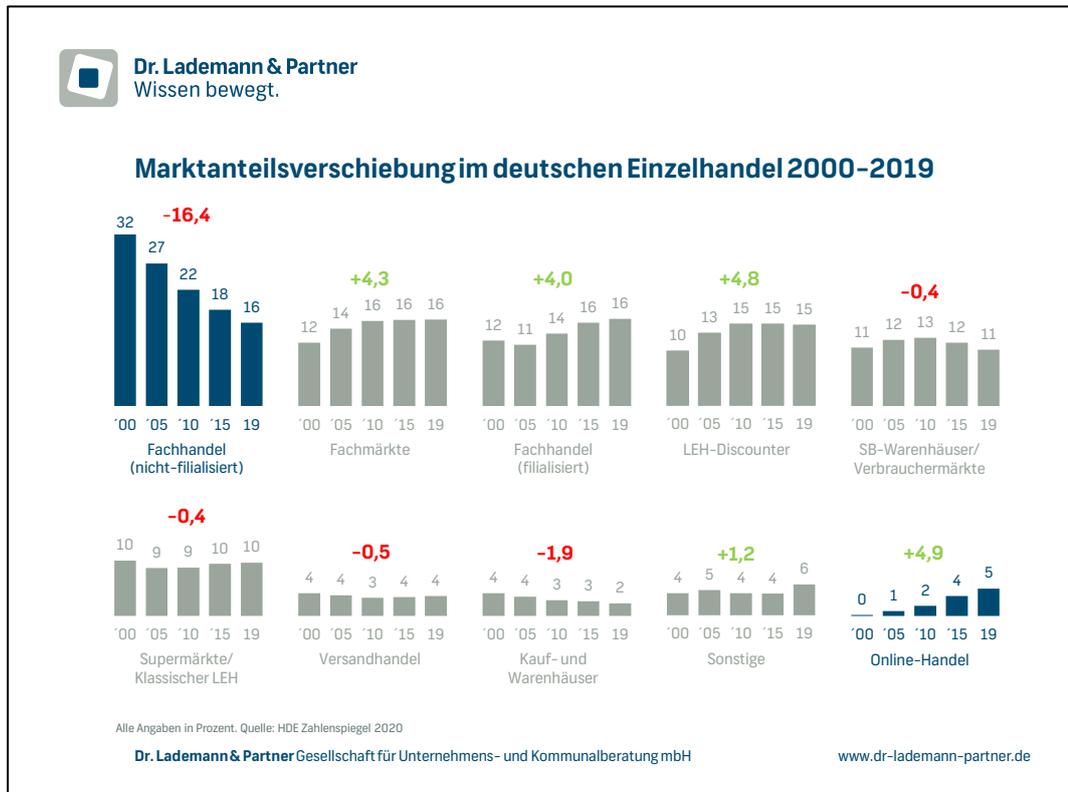


Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

## 2.3 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung

Die **Verkaufsflächenentwicklung** in Deutschland stagniert seit 2010 weitgehend. Sind bis 2010 noch erhebliche Wachstumssprünge zu erkennen, so ist die Verkaufsfläche in Deutschland in den letzten zehn Jahren nur noch geringfügig angestiegen. Wachstumsfaktoren in den letzten Jahren waren vor allem die Expansionsbestrebungen im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriemarktsegment sowie die Tendenzen zur Verkaufsflächenerweiterung dieser Läden. Im Gegensatz dazu wirkten sich Warenhausschließungen, die Redimensionierung bei Elektrofachmärkten und großen SB-Warenhäusern sowie der voranschreitende Verkaufsflächenschwund von kleinen Ladengeschäften vor allem in Kleinstädten, die absatzwirtschaftlich über ein zu geringes Bevölkerungspotenzial verfügen oder dem anhaltenden Konkurrenzdruck durch größere Handelsstandorte sowie den Online-Handel nicht mehr gewachsen sind, negativ auf das Flächenwachstum aus. Hinzu kommen Firmeninsolvenzen (z.B. Max Bahr/Praktiker, Schlecker), die schlagartig zu umfangreichen Flächenaufgaben führten.

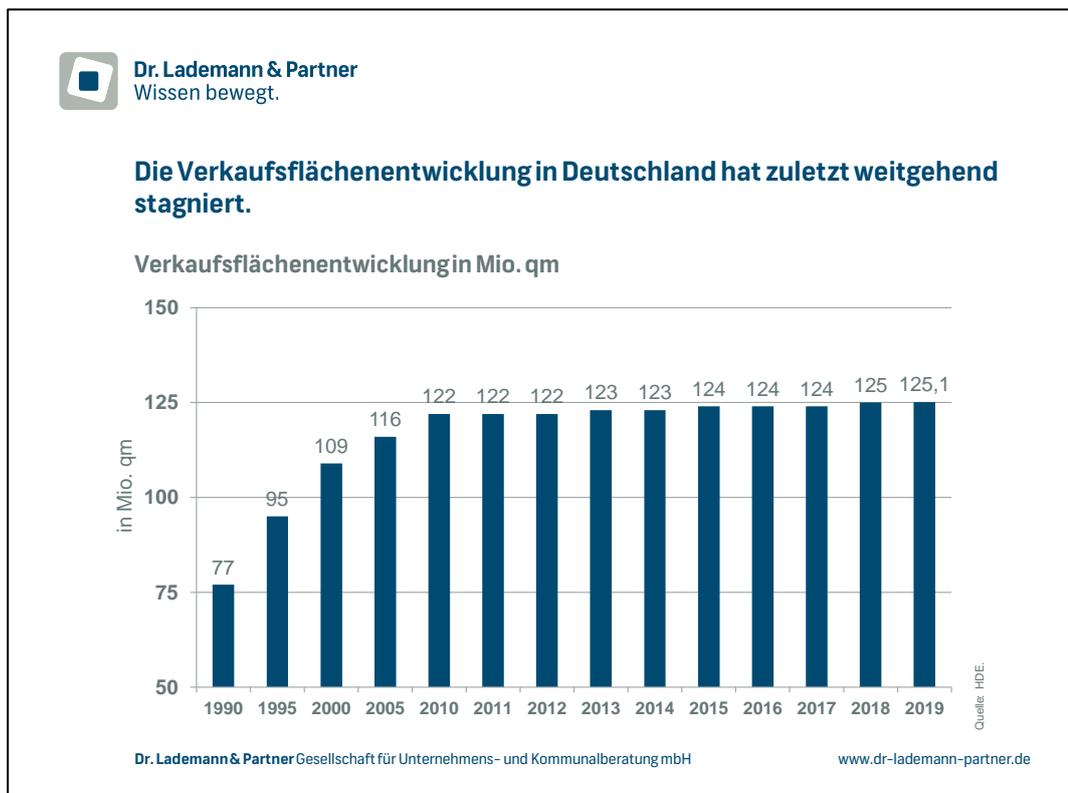
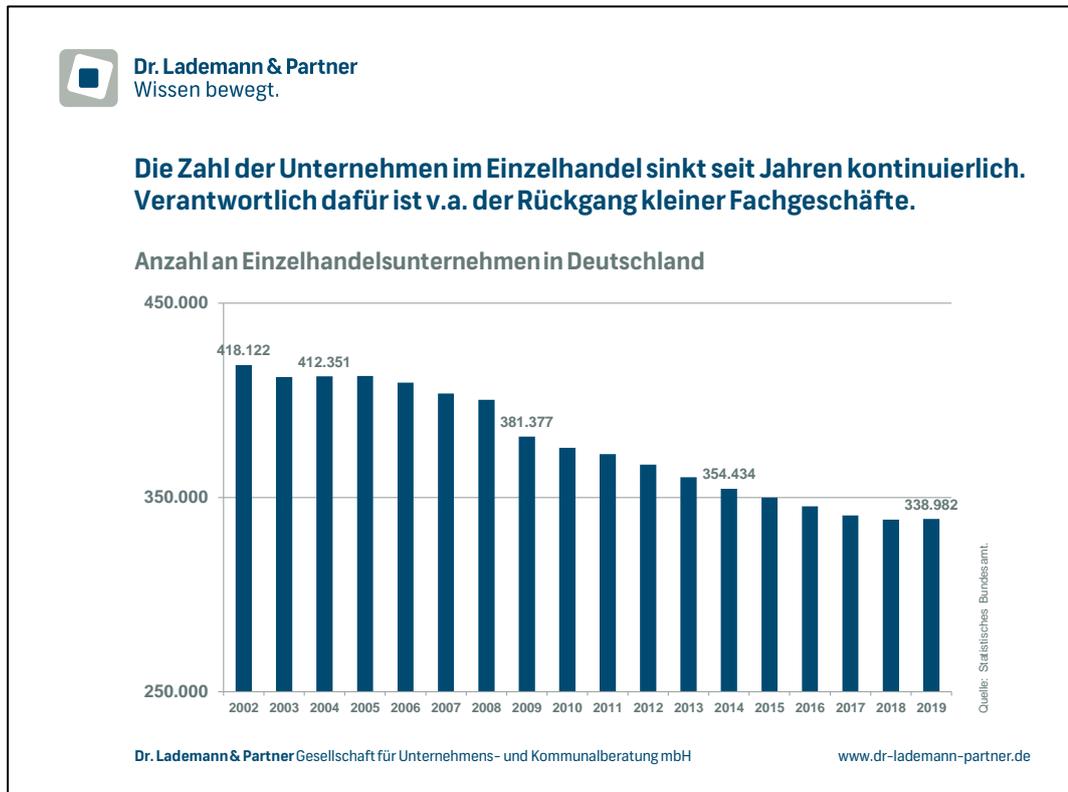


Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland

Auch die **Entwicklung der Shoppingcenter-Fläche** in Deutschland ist weitgehend zum Erliegen gekommen. Wuchs die Centerfläche zwischen 2000 und 2015 noch um rd. 5,6 Mio. qm Verkaufsfläche, betrug der Anstieg zwischen 2015 und 2021 lediglich noch rd. 1,1 Mio. qm. Von 2020 auf 2021 kamen nur noch rd. 120.000 qm Fläche neu hinzu.<sup>9</sup>

Stark rückläufig ist die **Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel**, die innerhalb der letzten 10 Jahre von rd. 381.000 auf rd. 339.000 zurückgegangen ist, was einem Rückgang von über 10 % bzw. über 40.000 Unternehmen entspricht. Da im selben Zeitraum die Verkaufsfläche weitgehend stabil geblieben ist, deutet dies auf eine **Substitution von kleinen Händlern durch mittlere und größere Filialisten und Fachmärkte hin**. Während die Zahl der kleinen, inhabergeführten Fachgeschäfte (v.a. auch aufgrund der Nachfolgeproblematik) stetig abnimmt, steigt die Zahl großer Fachhandelsunternehmen leicht an, kann den Rückgang der kleinen Unternehmen aber nicht kompensieren. Ein Abbau an Unternehmen hat vor allem im Fashion-Handel sowie im Segment Glas/Porzellan/Keramik stattgefunden. Erhöht hat sich die Zahl der Unternehmen nur in wenigen Branchen, wie z.B. im Fahrrad- und Sportfachhandel oder bei Haus- und Heimtextilien.

<sup>9</sup> EHI Shoppingcenter Report 2021.



**Abbildung 4: Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel**

Nach den Jahren der Finanzkrise konnten die **Umsätze im Einzelhandel** seit 2010 insgesamt um über 100 Mrd. € zulegen. Nach Angaben des HDE (Handelsverband Deutschland) erwirtschaftete der gesamte Einzelhandel in Deutschland (inklusive Distanzhandel) im Vor-Corona-Jahr 2019 einen Netto-Umsatz von rd. 544 Mrd. Euro. Das Wachstum betrug im Vergleich zum Vorjahr rd. 3,2 %. Wachstumstreiber im Einzelhandel ist zwar in erster Linie der Online-Handel, aber auch im stationären Handel sind die Umsätze kontinuierlich angestiegen (siehe hierzu auch Abb. 5). Bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung haben die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel (wenn auch nicht in allen Branchen und nicht an allen Standorten) im Schnitt leicht zugelegt.



**Abbildung 5: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels**

Aufgrund der bereits hohen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland und des stark wachsenden Online-Handels **befindet sich der stationäre Einzelhandel zunehmend in einer Phase der Marktsättigung und Konsolidierung**. Angesichts der Entwicklungstendenzen im Online-Handel, worauf im Folgenden auch noch einmal gesondert eingegangen wird, muss davon ausgegangen werden, **dass die Verkaufsflächenausstattung in Deutschland perspektivisch rückläufig sein wird**. Denn wenn der Anteil der in den Online-Handel abfließenden Kaufkraft stetig zunimmt, geraten die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel zunehmend unter Druck, sodass Flächenaustritte unausweichlich sind.

Gleichwohl wird sich die Verkaufsflächenentwicklung regional und sektoral sehr unterschiedlich vollziehen. Der Handel wird sich zunehmend aus der Fläche zurückziehen und stattdessen auf zentrale Standorte mit günstigen Rahmenbedingungen wie einer stabilen Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, einer verkehrsgünstigen Lage und einem weiträumigen Einzugsgebiet konzentrieren.

Starke und über Jahre etablierte Handelsstandorte, wie die Top 7-Städte (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München, Köln und Stuttgart), sich dynamisch entwickelnde Großstädte (z.B. Leipzig und Dresden) sowie kaufkraftstarke Mittelstädte mit über die Stadtgrenzen hinausreichenden Einzugsgebieten und/oder erhöhter Tourismusrelevanz werden weit weniger von Flächenaustritten betroffen sein als

Kleinstädte und schrumpfende Mittelstädte sowie unattraktive Nebenzentren in größeren Städten. Insbesondere in vielen Regionen der Neuen Bundesländer, aber auch in einigen strukturschwachen Gebieten der Alten Bundesländer zeigen sich stagnierende bis zum Teil deutlich rückläufige Einwohnerzahlen, die vielerorts bereits dazu geführt haben, dass sich zwischen Verkaufsflächenbestand und Umsatzpotenzial eine immer größere Diskrepanz aufgetan hat. Die Konsequenz sind sinkende Flächenproduktivitäten und Marktaustritte. **Somit wird es in Zukunft zu einer stärkeren Polarisierung der Verkaufsflächenentwicklung kommen.**

Im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ist im Gegensatz zum Nonfood-Einzelhandel eher von einem weiteren Ausbau der Verkaufsflächenausstattung auszugehen, da sich der nahversorgungsrelevante Einzelhandel gegenüber dem Online-Handel deutlich resilienter zeigt.

Rückläufig haben sich bereits in den letzten Jahren die Einkaufsfrequenzen entwickelt. Sowohl die Anzahl der Shoppingtrips als auch die Anzahl der Konsumenten, die stationär einkaufen, gehen zurück, wovon insbesondere der innerstädtische Einzelhandel betroffen ist.

**Für die Stadt Treuen kann festgehalten werden, dass aufgrund des schrumpfenden Kaufkraftpotenzials einer Kleinstadt im ländlichen Raum eher ungünstige Rahmenbedingungen für die Entwicklung des stationären (Nonfood-)Einzelhandels bestehen und tendenziell von einem Rückgang der Betriebe im Einzelhandel ausgegangen werden muss.**

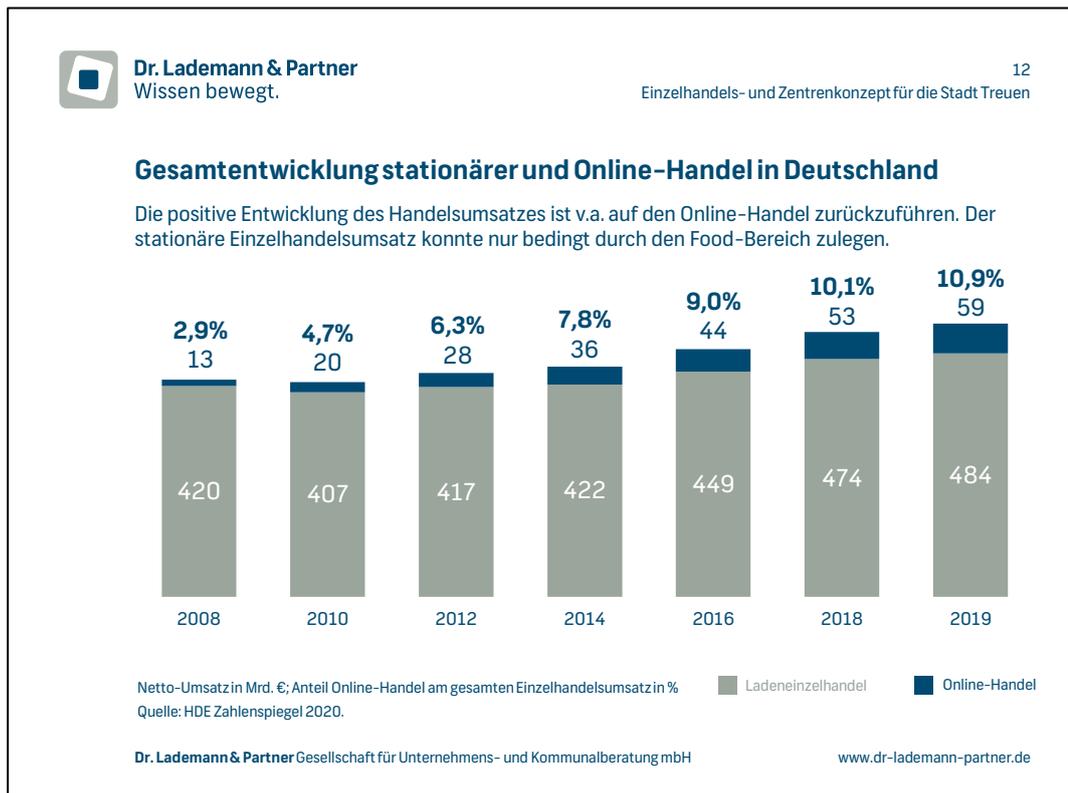
## 2.4 Entwicklungen im Online-Handel

### 2.4.1 Der Online-Handel erobert die Märkte

Wie bereits dargestellt, ist der Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den letzten zehn Jahren stetig angestiegen. Hierzu hat auch der stationäre Einzelhandel beigetragen, welcher nach einer kurzen Schwächephase während der Finanzkrise zwischen 2008 und 2010 ein kontinuierliches Umsatzwachstum verzeichnen konnte.

**Allerdings weist der interaktive Handel ein deutlich stärkeres Wachstum auf.** Während der stationäre Einzelhandelsumsatz im Zeitraum von 2010 bis 2019 um rd. 16 % gewachsen ist, konnte der Online-Handel im selben Zeitraum um 195 % zulegen und hat sich damit fast verdreifacht. Nichtsdestotrotz weist der stationäre Handel in absoluten Zahlen weiterhin ein hohes Gewicht auf und konnte zwischen 2010 und 2019 immerhin um rd. 78 Mrd. € wachsen. Der Online-Handel hat dagegen lediglich um rd. 39 Mrd. € zugelegt, allerdings mit einer höheren Wachstumsdynamik. Hinzu kommt, dass der stationäre Handel fast nur noch im Food-Segment sowie in einzelnen Non-

food-Branchen (z.B. Fahrräder, Heimtierbedarf, Uhren/Schmuck) wächst, während in vielen Branchen des stationären Nonfood-Handels stagnierende oder schrumpfende Umsatzzahlen (v.a. bei Elektro/Technik, Bekleidung, Wohnaccessoires, Bücher, Spielwaren) zu erkennen sind.

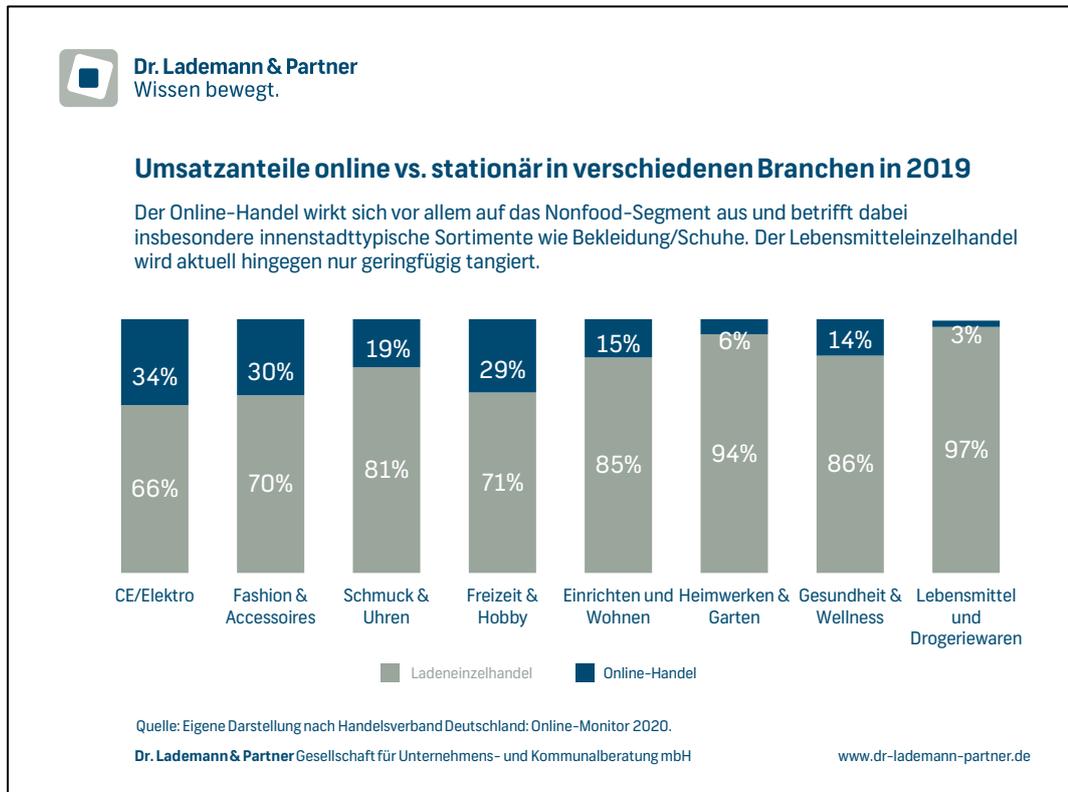


**Abbildung 6: Gesamtentwicklung stationärer und Online-Umsatz**

Der Vormarsch des Online-Handels führt dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung des Online-Handels am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) stetig zunimmt. Während der Online-Handel im Jahr 2008 lediglich rd. 2,9 % Marktanteil am gesamten Einzelhandelsumsatz verzeichnen konnte, waren es im Jahr 2019 bereits 10,9 %. In einzelnen Nonfood-Branchen (z.B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Unterhaltungselektronik oder Bücher) erreichte der Online-Handel jedoch bereits 2019 Marktanteile von zum Teil weit über 20 und zum Teil sogar über 30 %.<sup>10</sup>

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Umsatzanteile (online vs. stationär) verschiedener Einzelhandelsbranchen im Jahr 2019.

<sup>10</sup> Bei der Ermittlung der Entwicklungspotenziale für die Stadt Treuen wird berücksichtigt, dass ein Teil des vorhandenen Nachfragepotenzials dem stationären Einzelhandel nicht zur Verfügung steht und stattdessen vom Online-Handel gebunden wird.



**Abbildung 7: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz**

Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen gerade zulasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat, da innenstadtypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher oder Elektronik besonders stark vom Online-Handel betroffen sind. Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Handel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buchhandel);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt (z.B. Elektrofachmärkte);
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- wo der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen oder faktischen Platzmangels nicht wachsen kann;
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet);
- wo es dem stationären Handel nicht gelingt, Einkaufserlebnisse für seine Kunden zu erzeugen.

Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der starken Bedeutung im Bereich der Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer“ der Entwicklung kleinere Mittelstädte sowie die Stadtteilzentren von Großstädten sind. Umgekehrt ist für die Metropolen und Großstädte in Deutschland **sowie für Mittelstädte mit beachtlichem Einzugsgebiet und Tourismusbedeutung ein weiteres Wachstum zu erwarten.**

Wie bereits angedeutet, schlägt sich das Wachstum des Online-Handels branchenspezifisch in unterschiedlichem Maße nieder. Während das Nonfood-Segment besonders stark vom interaktiven Handel betroffen ist, werden die Umsätze im periodischen Bedarfsbereich auch weiterhin ganz überwiegend im stationären Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel generiert. Die Sortimente des täglichen Bedarfs werden vom Online-Handel derzeit nur geringfügig tangiert, was u.a. in der komplexen Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) begründet liegt.

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht mehr möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen die Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch **Multichannel-Strategien** (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Mehr als die Hälfte aller stationären Nonfood-Käufe wird mittlerweile online vorbereitet, während die kaufvorbereitende stationäre Informationssuche beim Online-Kauf („Beratungsklau“) immer mehr an Bedeutung verliert.

Faktisch muss auch auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit für stationäre Händler, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen. So trägt die Verknüpfung der Vertriebskanäle<sup>11</sup> zur Stabilisierung des stationären Handels bei. **Der stationäre Handel wird also auch künftig noch eine bedeutende Rolle einnehmen.**

Insgesamt betrachtet wird der stationäre Handel durch die weiterhin starken Wachstumstendenzen des Online-Handels aber weiter unter Druck gesetzt werden und durch Verkaufsflächenrückgänge gekennzeichnet sein. Tendenziell kann man davon

---

<sup>11</sup> D.h., dass bisher rein stationär aktive Einzelhändler (z.B. mit einem Laden in der Innenstadt) neue Vertriebswege erschließen und z.B. durch die Einrichtung eines eigenen Online-Shops den Online-Handel stärker in den Verkaufsprozess einbinden. Hiermit können potenzielle Kunden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle erreicht und zum Kauf angeregt werden. Mit einer Verknüpfung von Offline- und Online-Aktivitäten können sich Einzelhändler breiter aufstellen und die Vorteile des stationären Handels mit den Vorteilen des interaktiven Handels verknüpfen.

ausgehen, dass die „Großstädter“ vor allem bedingt durch ihre jüngere Altersstruktur zwar onlineaffiner sind, die Kaufkraftabwanderungen ins Netz können attraktive Großstädte aber durch Kaufkraftzuflüsse aus den ländlichen Regionen, wo die Angebotsvielfalt bereits vielerorts spürbar zurückgegangen ist, und durch Touristen weitgehend auffangen. **Trotz erhöhter Onlineaffinität zeigen sich die Großstädte daher etwas resilienter in Bezug auf den Online-Handel als die Klein- und Mittelstädte.**

So ist derzeit nicht zu beobachten, dass die ländliche Bevölkerung massenweise ins Netz abwandert, wenn die Angebotsvielfalt vor Ort zurückgeht. Vielmehr hat Shopping als Freizeitattraktion immer noch eine sehr hohe Bedeutung<sup>12</sup> und treibt die Verbraucher in Richtung der großen Einkaufsdestinationen in den Großstädten. Dieser Effekt fällt umso höher aus, je stärker sich das Angebot für die Verbraucher vor Ort verknappt und je attraktiver die konkurrierende Einkaufsdestination im Hinblick auf Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität ist. Eher resilient gegen die Zunahme des Online-Handels sind zudem Tourismusorte, da Shoppen als Freizeitbeschäftigung einen hohen Stellenwert genießt und viele Konsumenten ihre Shoppingaktivitäten in den Urlaub verlagern. **Der stationäre (Nonfood-)Einzelhandel in Treuen gerät damit von zwei Seiten unter Druck: Zum einen entzieht der Online-Handel dem stationären Handel zunehmend Kaufkraft, zum anderen entfalten vor allem die umliegenden Oberzentren Plauen, Chemnitz und Dresden eine erhöhte Sogkraft auf die in Treuen lebenden Verbraucher, was zu einer zusätzlichen Kaufkraftabwanderung führt.**

## 2.4.2 Der Online-Handel im ländlichen Raum

Seit vielen Jahren hat sich der Trend des Rückzugs von Versorgungseinrichtungen für Güter des täglichen Bedarfs in ländlichen Räumen verstetigt. Hierzu tragen vor allem die bereits beschriebenen nachfrageseitig veränderten Rahmenbedingungen (demografischer Wandel, Ausdifferenzierung von Konsummustern, erhöhte Mobilität) bei. Auf diese Entwicklungen haben die Anbieter entsprechend mit Anpassungen reagiert, die vor allem von Konzentrationsprozessen, einer sinkenden Anzahl von Verkaufsstellen, größeren Verkaufsflächen und höheren Mindesteinzwohnerzahlen in Einzugsbereichen gekennzeichnet sind und mit neuen Standortanforderungen einhergehen. In diesem Zusammenhang kam es in den vergangenen Jahrzehnten zu einer signifikanten Ausdünnung der stationären Einzelhandelsangebote im ländlichen Raum. Hiervon sind vor allem Gebiete und Kommunen betroffen, welche unterdurchschnittliche Bevölkerungsdichten und Kaufkraftniveaus aufweisen und von Bevölkerungsrückgängen betroffen sind.

---

<sup>12</sup> Fast 90 % der Konsumenten geben Shopping als (mindestens selten ausgeübte) Freizeitaktivität an.

Insgesamt hat sich die Lage der stationären Nahversorgung im dünn besiedelten ländlichen Raum wesentlich verschlechtert. Dies wiederum hat dazu geführt, dass der Online-Handel vor allem in ländlichen Räumen mit einer unterdurchschnittlichen Versorgungslage stark an Bedeutung gewonnen hat. Dies gilt aber im Wesentlichen für onlineaffine Sortimente (z.B. Elektroartikel, Bücher, Bekleidung) und weniger für nahversorgungsrelevante Sortimente wie Lebensmittel und Drogeriewaren. Denn der Online-Handel mit Lebensmitteln, insbesondere mit verderblichen Waren, stellt sehr hohe Ansprüche an die Logistik, die häufig nur durch hohe Preisauflschläge zu bewerkstelligen ist. Je ländlicher der Raum, desto stärker steigen dabei die Logistikkosten. Gerade preissensible Kunden in Deutschland sind i.d.R. jedoch nicht bereit, entsprechend hohe Aufschläge zu bezahlen. So werden Lebensmittel derzeit vor allem dort online vertrieben, wo das Standortnetz eigentlich dicht genug ist (in Städten) und eben nicht dort, wo es Lücken in der Versorgungsstruktur gibt (auf dem Land).

Vor diesem Hintergrund sind in den letzten Jahren digitale Nahversorgungskonzepte in den Fokus gerückt, die als Chance für ländliche Räume gesehen werden können, gleichzeitig aber einen erheblichen Entwicklungsaufwand mit sich bringen. Einen nicht gänzlich neuen Ansatz bilden Online-Marktplätze, die vornehmlich dazu dienen, den lokalen stationären Händlern einen weiteren Vertriebskanal zu erschließen und damit sinkenden stationären Umsätzen durch die Frequenzverluste im ländlichen Raum entgegenzuwirken. Dies kann die Präsenz vor Ort mittelfristig durch online getätigte Zusatzumsätze sichern. Da erfolgreicher Online-Handel immer mit einer stabilen Präsenz im Internet verbunden ist, ist der zeitliche, personelle und monetäre Aufwand für viele kleine Händler aber oftmals zu hoch. Hierbei lohnt es sich eher auf bereits bestehende, bekannte Strukturen (wie z.B. eBay) zurückzugreifen, die den Einrichtungsaufwand für kleine Händler begrenzen können.

Ein gutes Beispiel für die Vernetzung von lokalen Händlern und Kunden über einen Online-Marktplatz stellt die niedersächsische Stadt Diepholz mit ihrem Projekt „Digitale Innenstadt Diepholz“<sup>13</sup> dar. Über den Online-Marktplatz eBay erhielten alle Händler aus Diepholz die Chance, ihre Waren auf einer speziell eingerichteten Website anzubieten und so erste Erfahrungen im Online-Handel zu sammeln. Gleichzeitig bekamen die Kunden die Möglichkeit, bevorzugte Waren nicht nur im stationären Geschäft, sondern auch online einzukaufen und sich die entsprechende Ware entweder liefern zu lassen oder diese direkt im Geschäft abzuholen. Der Marktplatzbetreiber Ebay hat jüngst in zehn deutschen Städten und Kommunen das Projekt "Ebay Deine Stadt" gestartet. Dieses ermöglicht Kommunen, regionale Marktplätze einzurichten. Zum Start sind zehn Städte und Gemeinden dabei, die auf ihren Plattformen über 2,5 Millionen Produkte von mehr als 5000 Händlern anbieten.

---

<sup>13</sup> Die Stadt Diepholz siegte im Jahr 2016 mit einem überzeugenden Konzept im bundesweiten Städtewettbewerb „Die digitale Innenstadt“. Seither hat die Stadt in Kooperation mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Online-Handelsunternehmen eBay das Projekt „Diepholz bei eBay“ stetig vorangetrieben.

## 2.5 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich

Durch die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung haben sich die ursprünglichen Funktionen des Einzelhandels als Verteiler von Waren stark gewandelt. Es ist ein Netz der Filialisierung und Massendistribution mit **ganz unterschiedlichen Betriebsformen** entstanden. Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter<sup>14</sup> (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel;
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie medizinischen und pharmazeutischen Angeboten
- Tiernahrung als gängiges Randsortiment von Lebensmittel- und Drogeriemärkten.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die **betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge** der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre **Funktion als Magnetbetriebe und**

---

<sup>14</sup> Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.

**Frequenzbringer.** Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion integrierter Nahversorgungslagen wird jedoch keineswegs nur durch den Angebotsausbau an peripheren Standorten und der damit verbundenen Verschiebung der Nachfrageströme zulasten bestehender, wohngebietsintegrierter Nahversorgungsbereiche ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. So werden vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren verstärkt an verkehrsgünstig und unmittelbar auf dem Arbeitsweg gelegenen Standorten nachgefragt. Daraus ergibt sich die Gefahr, dass die eigentlich am Wohnort verfügbare Kaufkraft zunehmend bereits am Arbeitsstandort abgeschöpft wird. Hieraus wiederum resultieren Umsatzrückgänge bei wohngebietsintegrierten Nahversorgungsbetrieben. Dies betrifft vor allem Gemeinden, die beispielsweise aufgrund der Nähe zu einem attraktiven Oberzentrum, über stark negative Pendlersalden verfügen. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung<sup>15</sup> der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen **Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter, bestenfalls noch ergänzt um Spezialisten wie Drogeriemärkte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks.**

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das **Vordringen der Lebensmitteldiscounter** mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik **mindestoptimaler Ladengrößen** mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die **ausufernde Sortimentsentwicklung**

---

<sup>15</sup> Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.

infolge der **von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung** forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat.

**Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation (breite Gänge, niedrige Regale) angewachsen sind** sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wird heutzutage mehr Platz für die Bereiche Halbfertig- und Fertigprodukte (Convenience Food) benötigt. Bei Getränkeabholmärkten und breit aufgestellten Verbrauchermärkten (i.d.R. > 10.000 Artikel) ist zudem der Trend zur Sortimentskomplexität hinsichtlich Sortiment und Gebinde- bzw. Portionsgrößen als Antwort auf die Diversifizierung der Nachfrage zu sehen.

Auf die veränderten Marktbedingungen und den verschärften Strukturwandel reagiert der Lebensmitteleinzelhandel insbesondere mit einer **Ausdifferenzierung des Angebots** hinsichtlich seiner Frischekompetenz durch mehr Vielfalt und Inszenierung der Obst-Gemüse-Abteilung und Fleisch-/Käse-/Fischabteilung bzw. in Bezug auf Getränkeabholmärkte durch ein gegenüber den klassischen Lebensmittelmärkten deutlich umfassenderes Angebot, das auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist.<sup>16</sup> All diese Maßnahmen haben zum Ziel, den Kunden Aufenthaltsqualität zu bieten und die Aufenthaltsdauer und den Bezug zum Markt mit einem zugleich breiten und tiefen Angebot zu verbessern.

Darüber hinaus ist an einer Reihe von Standorten eine grundlegende Konzeptumstellung von einstigen SB-Warenhäusern zu erkennen (z.B. Umstellung Real SB-Warenhaus in Markthallen-Konzept, s.u.). Durch die verbesserte Inszenierung der Großfläche, die deutliche Reduzierung von innenstadttypischen Sortimenten sowie durch die Verbindung von Frische, Produktion und Gastronomie können moderne Konzepte gerade auch solche Kunden ansprechen, die Wert auf Qualität, Genuss und Gesundheit legen. Diese „Flaggschiffe“ haben aufgrund ihrer Spezialisierung jedoch die klassische Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere verlassen.

Zusammenfassend lassen sich folgende **Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel** in Deutschland festmachen:

---

<sup>16</sup> Dabei reicht es i.d.R. nicht aus „nur“ ein bestimmtes Produkt vorzuhalten. Dies zeigt sich z.B. im Bereich der Getränkeabholmärkte: In Abhängigkeit der Verkaufsflächengröße des Getränkemarkts werden gleiche Produkte in unterschiedlichen Gebinde- und Verpackungsgrößen angeboten (d.h. Mehrweg Glas, Mehrweg Plastik, Einweg Plastik, Einweg Dose, u.a. - in den Größen 0,2 l, 0,33 l, 0,5 l, 1,0 l und 1,5 l). Hinzu kommt die allgemeine Produktdifferenzierung und Sortimentskomplexität, die sich z.B. im Bereich der Produktpalette des Craft-Biers gut nachvollziehen lässt.

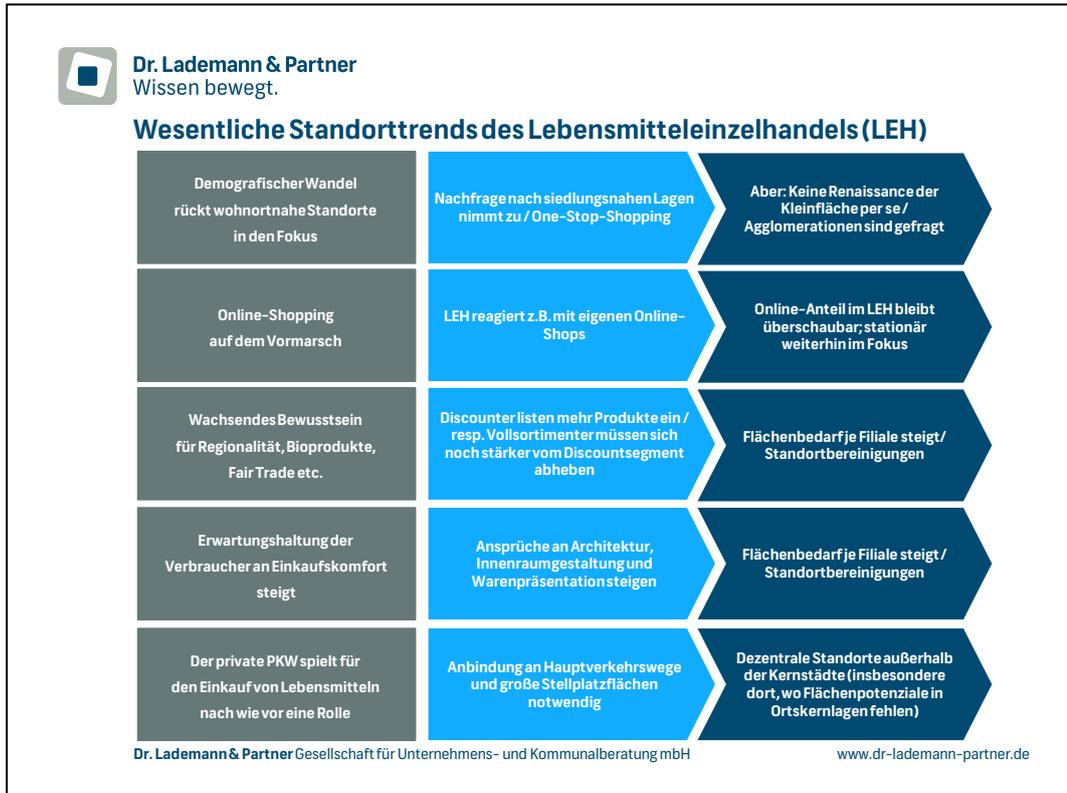


Abbildung 8: Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels

Die **Standortanforderungen der einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels** zeigen dabei in der Regel folgendes Bild:

Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels

Merkmale	Betriebstypen		
Betriebstyp	Supermarkt/Verbrauchermarkt	Discounter	großer Verbrauchermarkt /SB-Warenhaus
Beispiele	Edeka, Rewe	Aldi, Lidl, Netto, Penny	E-Center, Rewe-Center, Kaufland, real, Marktkauf
Verkaufsfläche (ca., inkl. aperiod. Randsortimente)	1.000 bis 2.500 qm	800 bis 1.500 qm	ab 2.300 qm
Foodanteil	80 bis 85 %	75 bis 80 %	60 bis 70 %
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 3.000 EW	ab 10.000 EW
Sortimentstiefe Food	8.000 bis 15.000	1.000 bis 4.000	8.000 bis 20.000
Grundstücksgröße	ab 5.000 qm	ab 4.000 qm	ab 6.000 qm
Parkplätze	ab 80	ab 60	ab 150
Kompetenz	typischer Nahversorger mit Vollsortiment, großes Frischeangebot; Markenartikel mit steigendem Handelsmarkenanteil	autoorientiert; preisaggressiv; hoher Eigenmarkenanteil, zusätzlich Markenartikel, positioniert sich verstärkt als Nahversorger	autoorientiert; Vollsortiment; großzügige Warenpräsentation; hohe Frishekompetenz

Quelle: u.a. Expansionsbroschüren der Edeka, Rewe Group, Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl, Netto Marken-Discount, Kaufland

Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels

## 2.6 Entwicklungstendenzen im Einzelhandel im Lichte der Covid-19-Pandemie

Durch die Corona-Pandemie und deren ökonomische und soziale Folgeeffekte hat sich die gesamtwirtschaftliche Situation in Deutschland und damit auch die Situation für den Einzelhandel im Jahr 2020 dramatisch verändert. Dieser Trend hält auch im Jahr 2021 weiter an. Die angeordneten Geschäftsschließungen im Zuge des „Lockdowns“ im Frühjahr 2020 und im Winter 2020/21 haben den stationären Nonfood-Einzelhandel unmittelbar betroffen, zumal auch das für den Einzelhandel so wichtige Weihnachtsgeschäft beeinflusst war. Aber nicht nur aufgrund von Geschäftsschließungen, sondern auch aufgrund der Schließung von Gastronomie-, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie der Absage fast aller Veranstaltungen und der Einschränkungen im Tourismus war insbesondere der innerstädtische Einzelhandel von deutlichen Frequenzrückgängen betroffen. Die von den angeordneten Geschäftsschließungen betroffenen Händler mussten während der Schließzeit nahezu einen kompletten Umsatzausfall verkraften, der durch eilig eingerichtete Lieferservices oder interaktive Vertriebskanäle nicht annähernd ausgeglichen werden konnte. Laut einer Umfrage des HDE hat der Innenstadteinzelhandel von der ersten November-Woche 2020 bis zur ersten Februar-Woche 2021 je nach Woche zwischen 17 und 80 % weniger Umsätze erlöst als im Vorjahr.<sup>17</sup> Dies hat sich z.T. auch bereits im innerstädtischen Besatz niedergeschlagen. So ist die Verfügbarkeitsquote in den Innenstädten der „BIG 9“ (die neun größten deutschen Städte) laut Erhebungen von JLL von 11 % in den Jahren 2018 und 2019 auf 15 % in 2021 angestiegen.<sup>18</sup>

Nach dem ersten „Lockdown“ und der Wiedereröffnung der Läden im Sommer 2020 erholte sich der Umsatz nur langsam, was auch in den geringen Passantenfrequenzen in den ersten Wochen nach der Wiedereröffnung abzulesen war, die deutlich unter dem Vorjahresniveau lagen. Ursächlich hierfür war die massiv eingebrochene Konsumlaune der Verbraucher, die zum einen durch Arbeitsplatz- und Einkommensverluste und zum anderen durch die Einschränkungen des Einkaufskomforts in Folge von Maskenpflicht, Abstandsregelungen und Zugangsbeschränkungen negativ beeinflusst wurde. Hinzukam, dass insbesondere die Risikogruppen aus Angst vor einer Infektion den stationären Einkauf mieden. Dies spiegelte sich auch im massiven Einbruch des HDE-Konsumbarometers im Jahr 2020 wider.

---

<sup>17</sup> Jahrespressekonferenz Handelsverband Deutschland (HDE), Februar 2021.

<sup>18</sup> JLL – Einzelhandelsmarktüberblick H1, Juli 2021 und JLL - Einzelhandelsmarktüberblick Deutschland | 4. Quartal 2019

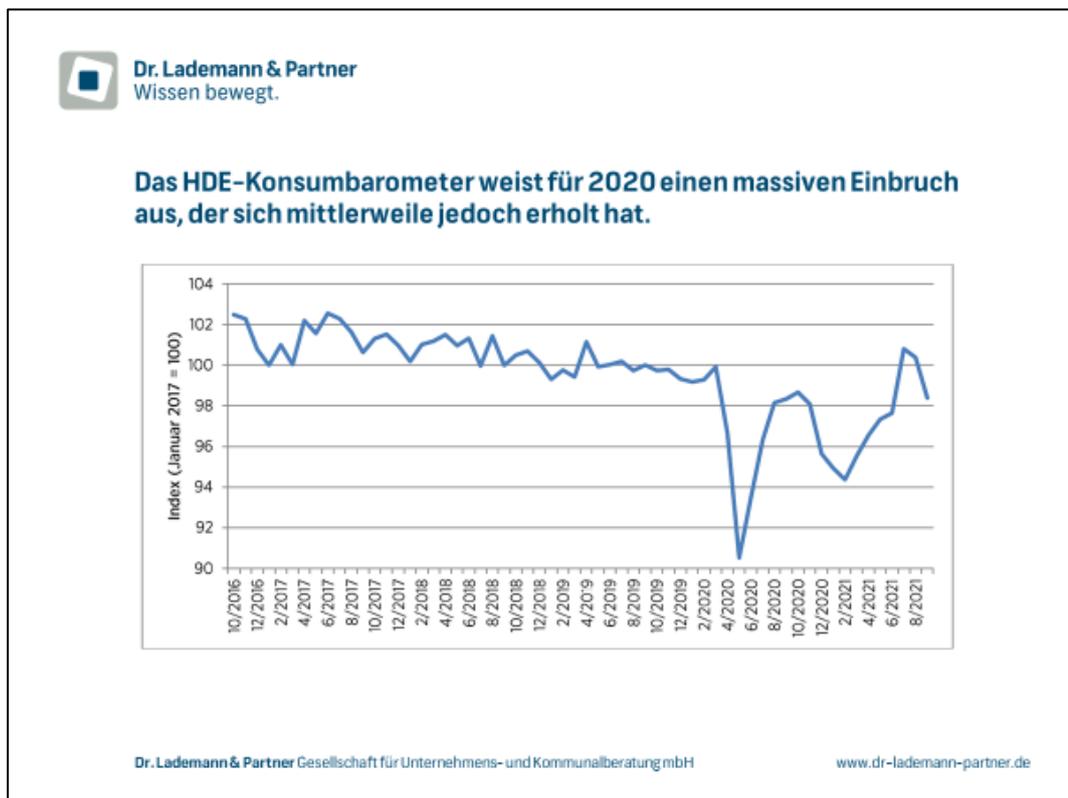


Abbildung 9: HDE-Konsumbarometer

Aufgrund des Impfortschritts hat sich die Pandemielage in Deutschland gegenüber 2020 und dem ersten Halbjahr 2021 mittlerweile deutlich entspannt. Wenngleich es zeitweise erneut zu hohen Infektionszahlen kommt, ist die Hospitalisierungsrate auf einem niedrigen Niveau. Damit verbunden sind mittlerweile viele Einschränkungen aufgehoben und der Blick ins europäische Ausland zeigt, dass mittelfristig auch in Deutschland mit einer vollständigen Aufhebung der Einschränkungen des öffentlichen Lebens gerechnet werden kann. Angesichts der Impfquote ist es unwahrscheinlich, dass dem Einzelhandel ein erneuter „Lockdown“ drohen könnte.

Mit der Rückkehr des öffentlichen Lebens hat sich nicht nur die Konsumlaune erhöht, auch die Frequenzen in den Einkaufslagen sowie die stationären Einzelhandelsumsätze konnten zuletzt wieder zulegen. Z.T. übersteigen die Passantenfrequenzen sogar die langjährigen Durchschnittswerte und bewegen sich oberhalb des Vorcorona-Niveaus, wenngleich dabei sicherlich auch gewisse „Nachholeffekte“ bei den Konsumenten zu berücksichtigen sind.

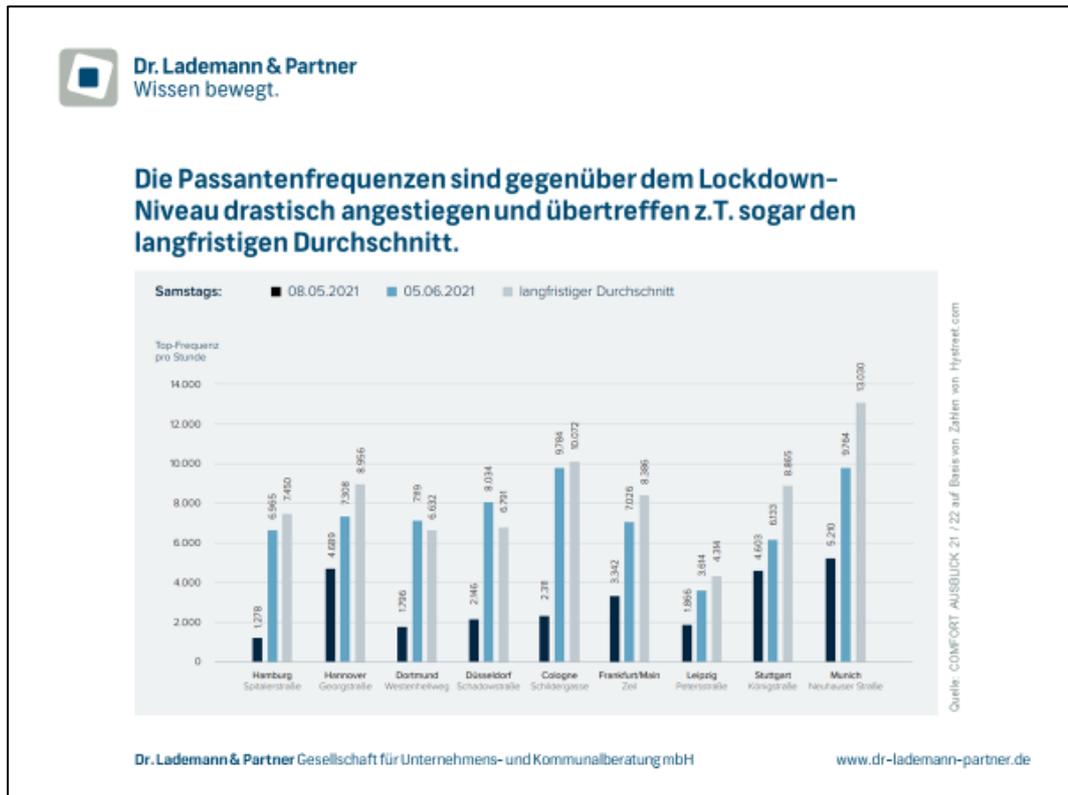


Abbildung 10: Passantenfrequenzen.

Insgesamt ist die Situation für den stationären Einzelhandel weiterhin als angespannt zu beurteilen. Auch wenn die hohen Umsätze des Online-Handels während der „Lockdowns“ von temporärer Natur waren, da den Verbrauchern überhaupt kein anderer Einkaufskanal zur Verfügung stand, muss von einer nachhaltigen Umsatzverschiebung in den Online-Handel ausgegangen werden, was den stationären Einzelhandel unter Druck setzt. Viele Einzelhändler konnten zudem nur durch Hilfszahlungen und Überbrückungskredite von der Insolvenz bewahrt werden. Hier wird sich zeigen, ob die Geschäftsmodelle auch nachhaltig noch funktionieren. Jedenfalls kann nicht ausgeschlossen werden, dass es künftig zu weiteren Insolvenzen und Marktaustritten kommen wird, die mit der Covid19-Pandemie in Verbindung stehen. **Dies wird allerdings vor allem solche Unternehmen betreffen, die schon vor der Coronakrise erhebliche strukturelle Probleme hatten und für deren Niedergang die Pandemie lediglich als Katalysator für eine Marktberreinigung wirkte.**

Wie viele Geschäfte tatsächlich in Folge der Corona-Krise schließen werden, kann derzeit nicht mit hinreichender Sicherheit angenommen werden. Blickt man auf die Anzahl der Insolvenzen in der besonders stark von der Covid19-Pandemie betroffenen Branche Bekleidungseinzelhandel zeigt sich allerdings, dass es im Krisenjahr 2020 keinen signifikanten Anstieg der Insolvenzen gegeben hat. Der IWH-Insolvenztrend des Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle lässt derzeit auch nicht erkennen, dass es in den nächsten Monaten zu einem massiven Anstieg von Unternehmensinsolvenzen

in Deutschland kommen könnte. Die von vielen Beobachtern (u.a. vom Handelsverband) vorhergesagte dramatische Insolvenzwelle ist bisher jedenfalls ausgeblieben, was vor allem an den staatlichen Unterstützungsleistungen liegen dürfte.

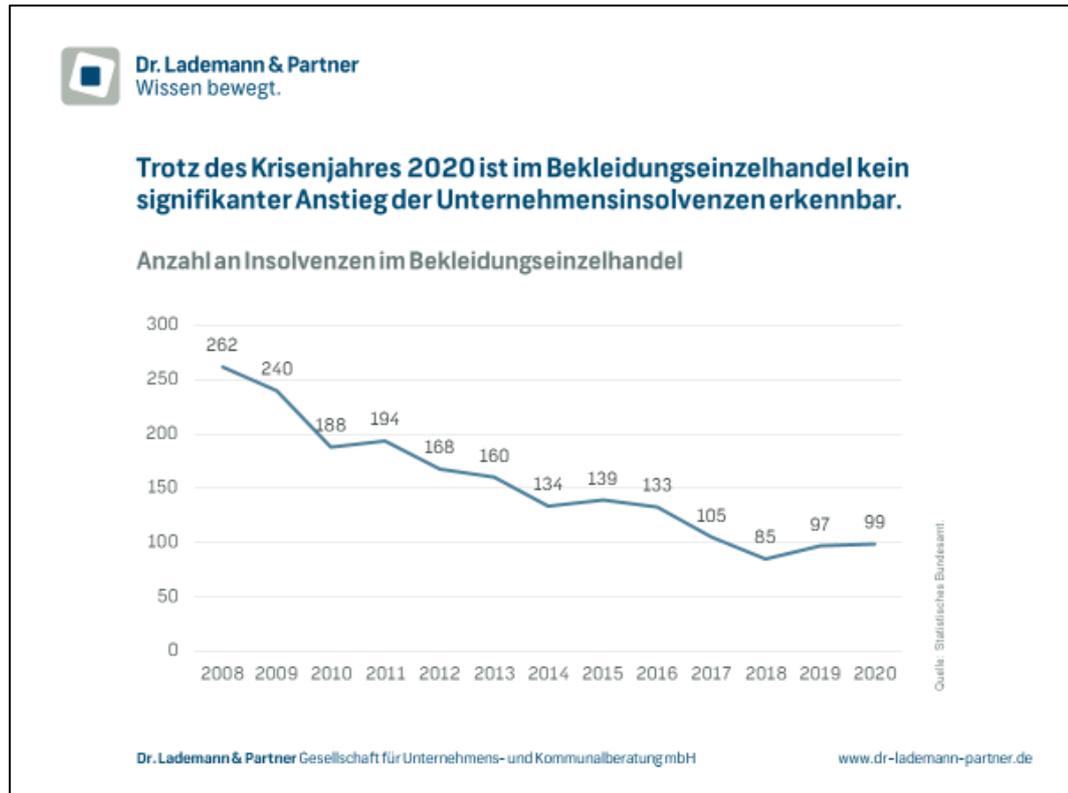


Abbildung 11: Anzahl Insolvenzen im Bekleidungseinzelhandel

Für die nächsten Jahre kann davon ausgegangen werden, dass sich die Rahmenbedingungen für den stationären Einzelhandel wieder erholen werden. So ist zum einen zu erwarten, dass die Covid19-Pandemie mit der ausreichenden Zahl von Impfstoffen zumindest so weit in den Griff zu bekommen ist, dass mittelfristig keine Beschränkungen des öffentlichen Lebens mehr notwendig sein werden. Zum anderen lassen die Prognosen von Wirtschaftsinstituten erwarten, dass auch die ökonomischen Folgewirkungen mit entsprechenden Effekten auf Arbeitsplätze und Einkommen bis Mitte der 2020er Jahre weitgehend ausgeglichen sein sollten und sich damit auch das Marktumfeld für den Einzelhandel wieder verbessern wird.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Das ifw (Institut für Weltwirtschaft) geht in seiner Konjunkturprognose vom Sommer 2021 davon aus, dass nach einem Einbruch des BIP von rd. -4,8 % in 2020 für das Jahr 2021 ein Wachstum von rd. 3,9 % und für das Jahr 2022 von rd. 4,8 % zu erwarten ist. Für die privaten Konsumausgaben wird für das Jahr 2020 von einem Rückgang von rd. -6,0 % ausgegangen, während für 2021 ein Anstieg um rd. 2,4 % und für 2022 um rd. 8,2 % prognostiziert wird. [Vgl. Kieler Konjunkturberichte Nr. 80 (2021; Q2) – Deutsche Wirtschaft im Sommer 2021].

Das ifo-Institut geht in seiner Konjunkturprognose vom Frühjahr 2021 davon aus, dass das BIP nach einem Einbruch in 2020 von rd. -4,8 % in 2021 um rd. 3,3 % und in 2022 um rd. 4,3 % wachsen wird. Für die privaten Konsumausgaben wird für das Jahr 2020 von einem Rückgang von rd. -6,0 % ausgegangen, während für 2021 ein Anstieg um rd. 1,6 % und für 2022 um rd. 7,2 % prognostiziert wird. [Vgl. ifo Konjunkturprognose Sommer 2021 des ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V].

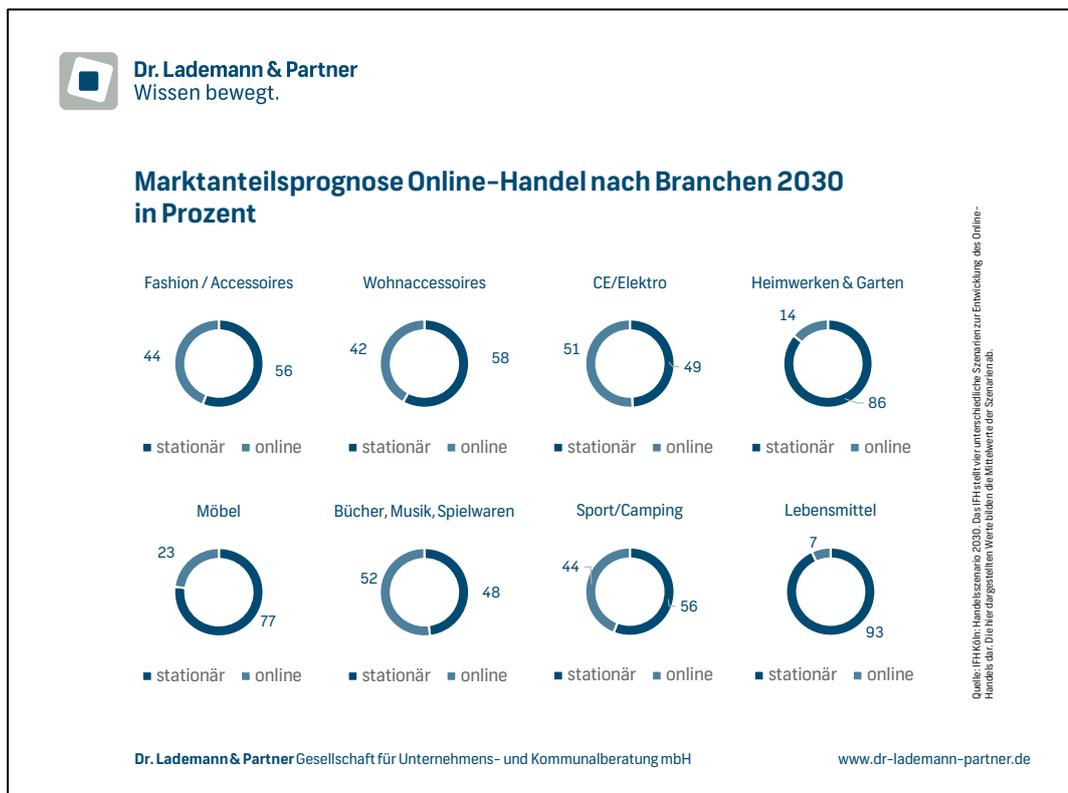
Dabei haben insbesondere die Klein- und Mittelstädte durchaus Chancen für eine Belegung ihrer Innenstädte. Denn die Zwangsschließungen und die Reisebeschränkungen haben vor allem die Innenstädte der Großstädte und Metropolen stark belastet. Das Ausbleiben von Tagesbesuchern aus dem Umland, internationalen Touristen und Berufspendlern hat die Frequenz hier sehr deutlich absinken lassen. Durch die während der Pandemie gestiegene Bereitschaft, im Homeoffice zu arbeiten, und den erkennbaren Trend, dass auch nach Überwindung der Pandemie vermehrt im Homeoffice gearbeitet werden wird, kaufen die Verbraucher wieder mehr „vor der eigenen Haustür“ ein. So sind nach einer aktuellen Studie des EHI Retail Institute<sup>20</sup> für 60 % der Expansionsverantwortlichen im Handel das geänderte Mobilitätsverhalten und die vermehrte Homeoffice-Arbeit als Chance für Klein- und Mittelstädte zu begreifen.

## 2.7 Prognose zur Entwicklung des Online-Handels

Wie bereits dargelegt, muss davon ausgegangen werden, dass die Covid-19-Pandemie als Wachstumsbeschleuniger für den Online-Handel fungiert. Je mehr Kaufkraft in den Online-Handel abfließt, desto stärker wird der stationäre Einzelhandel unter Druck geraten, da die Marktanteilszuwächse des Online-Handels nicht ohne Umsatzrückgänge im stationären Handel verlaufen werden. Auch wenn Mitte der 2020er Jahre wieder von einer Normalisierung des gesellschaftlichen Lebens ausgegangen werden kann und auch wieder mit einem Anstieg der Konsumausgaben zu rechnen ist, werden diese die Abflüsse in den Online-Handel (im Nonfood-Segment) bei weitem nicht kompensieren können. Nach Prognosen des IFH Köln ist für das Jahr 2030 von folgenden Marktanteilen des Online-Handels, differenziert nach Branchen, auszugehen:

---

<sup>20</sup> EHI – WHITEPAPER Expansionstrends 2021; September 2021



**Abbildung 12: Marktanteilsprognose zur Entwicklung des Online-Handels nach Branchen**

Bereits bezogen auf den Prognosehorizont 2025 ist von einer erheblichen Marktanteilsverschiebung vom stationären Handel in den Online-Handel auszugehen, der je nach Branche sehr unterschiedlich ausfällt. Nach den Prognosen des IFH Köln<sup>22</sup> werden differenziert nach Branchen/Sortimenten vor allem im Modischen Bedarf sowie bei Elektro/Technik die Online-Umsätze weiter stark ansteigen und es in diesen Segmenten zu signifikanten Umsatzrückgängen und Flächenabschmelzungen im stationären Einzelhandel kommen. Hohe Marktanteile des Online-Handels sind aber auch für Wohnaccessoires, Bücher/Musik/Spielwaren und Sport/Freizeit zu erwarten. Auch im periodischen Bedarf muss zwar von steigenden Online-Umsätzen ausgegangen werden. Flächenabschmelzungen sind hier jedoch nicht zu erwarten, da der Onlineanteil moderat bleiben wird und die Umsatzverlagerungen in den Online-Handel durch steigende Konsumausgaben für Lebensmittel kompensiert werden können.

<sup>22</sup> Das IFH Köln stellt in dem im März 2021 herausgegebenen „Handelszenario 2030 – Wettbewerb zwischen Wertschätzung und Wertschöpfung“ insgesamt vier Entwicklungsszenarien dar, wie sich der stationäre und der Online-Handel bis zum Jahre 2030 entwickeln könnten. Die in der Abbildung 10 dargestellten Marktanteile des Online-Handels bilden jeweils den Mittelwert der vier Szenarien ab.

Die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland ist in den letzten Jahren von einer rückläufigen Anzahl von Betrieben bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung geprägt gewesen. Signifikante Verkaufsflächenzuwächse sind dabei zuletzt nur noch im Bereich des Handels mit Lebensmitteln und Drogeriewaren zu beobachten gewesen. Auch die Einzelhandelsumsätze haben sich zwar kontinuierlich positiv entwickelt. Allerdings zeigte der Online-Handel dabei eine deutlich dynamischere Entwicklung als der stationäre Einzelhandel und erreichte in einigen Nonfood-Segmenten bereits vor der Covid-19-Pandemie Marktanteile von mehr als 20 und 30 %. Im stationären Einzelhandel konnten dagegen nur wenige Branchen Umsatzzuwächse verzeichnen, wozu vor allem der Handel mit Gütern des täglichen Bedarfs zählt.

Ausgelöst durch die Corona-Pandemie zeigen sich im stationären Nonfood-Handel nie dagewesene Umsatzeinbrüche. Die Corona-Pandemie wirkt dabei als „Wachstumsbeschleuniger“ für den Online-Handel, wenngleich aber auch unabhängig von der Pandemie langfristig davon ausgegangen werden muss, dass der stationäre Nonfood-Einzelhandel an Bedeutung verlieren wird, während der stationäre Einzelhandel mit periodischen Bedarfsgütern nach wie vor eine sehr gute Perspektive besitzt.

Angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels im Nonfood-Segment, gepaart mit der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung einer Kleinstadt im ländlichen Raum Sachsens, muss für Treuen perspektivisch von restriktiven Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ausgegangen werden. Ausgenommen davon ist jedoch der Einzelhandel mit periodischen Bedarfsgütern, der auch in Treuen noch Entwicklungspotenziale aufweist.

## 3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Treuen

### 3.1 Lage im Raum

Die **Kleinstadt Treuen** befindet sich im Südwesten des Freistaates Sachsen sowie im nördlichen Bereich des vornehmlich ländlich geprägten Vogtlandkreises. Treuen ist Sitz der gleichnamigen Verwaltungsgemeinschaft, welcher neben Treuen auch die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz angehört. Während sich die nächstgelegene Großstadt mit Chemnitz rd. 50 km nordöstlich von Treuen befindet, ist das nächstgelegene Oberzentrum Plauen rd. 10 km südwestlich von Treuen lokalisiert und für die ortsansässige Bevölkerung in etwa 15 Fahrminuten zu erreichen.

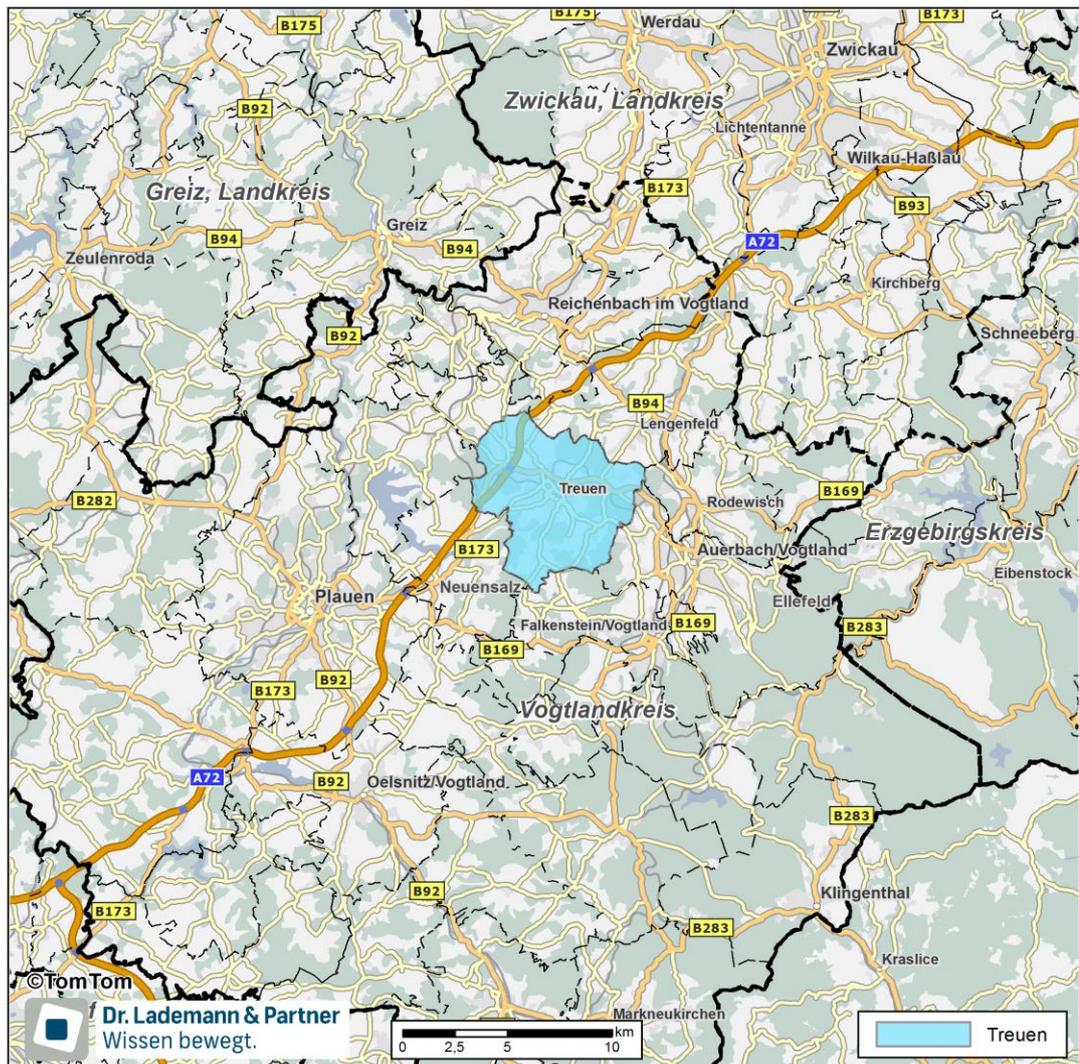


Abbildung 13: Lage im Raum

Die Stadt Treuen umfasst neben der Kernstadt auch die Ortsteile Altmannsgrün, Buch, Eich, Gopersgrün, Hartmannsgrün, Mahnbrück, Perlas, Pfaffengrün, Schreiersgrün, Veitenhäuser und Wetzelsgrün, welche mehrheitlich und schrittweise zwischen 1950 und 2000 nach Treuen eingemeindet wurden. Damit umfasst die Stadt heute neben der Kernstadt noch weitere 11 Ortsteile, die dispers um die Kernstadt verteilt, dünn besiedelt und vorwiegend dörflich geprägt sind.

Von hervorgehobener Bedeutung hinsichtlich der **regionalen sowie überregionalen verkehrlichen Anbindung der Stadt Treuen** ist die Bundesautobahn 72 bzw. die sog. Vogtlandautobahn, welche das Treuener Stadtgebiet im Westen durchquert und dort die Anschlussstelle „Treuen“ bereitstellt. Vom Autobahndreieck „Bayerisches Vogtland“ ausgehend und dort von der BAB 9 abzweigend, verläuft die BAB 72 zunächst durch nördliche Teile Bayerns, ehe sie in östlicher Verlaufsrichtung den Südwesten von Sachsen erschließt und sich bei Chemnitz mit der BAB 4, welche in nordöstlicher Richtung wiederum in die Landeshauptstadt Dresden führt, kreuzt („Kreuz Chemnitz“). Aufgrund der starken Frequentierung der B 95 zwischen Chemnitz und Leipzig wird die BAB 72 seit dem Jahr 2003 zwischen dem Autobahnkreuz Chemnitz und dem (zukünftigen) Autobahnkreuz Leipzig-Süd ausgebaut. Mit der Fertigstellung und Verkehrsfreigabe des letzten Planungs- und Bauabschnitts (Anschlussstelle Espenhain-Nord - Kreuz Leipzig-Süd) ist nach jetzigem Stand im Jahr 2026 zu rechnen.

Aufgrund der unmittelbaren Anbindung an die BAB 72 ist die Stadt Treuen somit sowohl sehr gut mit den sächsischen Verdichtungsräumen rund um die Großstädte Chemnitz, Leipzig und Dresden vernetzt als auch an das nördliche Gebiet des Freistaats Bayern bzw. die hier verlaufende BAB 9, die in südlicher Richtung über Nürnberg bis nach München führt, angebunden. Zusätzlich verläuft die B 173, weitgehend parallel zur BAB 72, durch das westliche Treuener Stadtgebiet. Die B 173 fungiert u.a. als Bindeglied zwischen den beiden Oberzentren Plauen und Zwickau und erschließt auch das nördlich von Treuen gelegene Mittelzentrum Reichenbach im Vogtland. **Insgesamt kann der Stadt Treuen somit eine hervorragende regionale sowie überregionale verkehrliche Anbindung attestiert werden.**

Gestützt wird diese weiterhin durch die Umgehungsstraßen S 298 und S 299, welche nördlich am Treuener Kernstadtgebiet vorbeiführen, dort unmittelbar ineinander übergehen und als wichtigste Zubringer zur BAB 72 und der B 173 fungieren. In östlicher Richtung führt die B 299 zudem nach Auerbach/Vogtland und erschließt somit den stärker verdichteten Städteverbund „Göltzschtal“, zu welchem auch noch die Städte Rodewisch, Ellefeld und Falkenstein/Vogtland zählen. Die Kernstadt der nordöstlich von Treuen gelegenen Kommune Lengenfeld kann über die B 299 bzw. die von dieser abzweigenden Treuener Straße ebenfalls erschlossen werden. Letztlich kommt den beiden Umgehungsstraßen auch eine zentrale Bedeutung hinsichtlich der Erschließung der verdichteten Treuener Wohnsiedlungsgebiete zu, da von diesen mit der Dorfstraße und der Perlaser Straße zwei wichtige Zufahrtsstraßen zur Kernstadt

abzweigen. Die peripheren Treuener Ortsteile sind u.a. über die Auerbacher Straße, die Treuener Straße und die Perlaser Straße an das Kernstadtgebiet angebunden. Die Alte Treuener Straße fungiert in Verlängerung der B 173 als wichtigstes Bindeglied zwischen Treuen und Neuensalz.

Abgerundet wird die sehr gute verkehrliche Anbindung der Stadt Treuen durch eine **direkte Anbindung an den schienengebundenen Nahverkehr**. Am örtlichen Bahnhof (nördlich des Lidl-Markts) verkehrt in regelmäßiger Taktung die Regionalbahnlinie 5 (RB 5), welche von der zur Länderbahn GmbH gehörigen Marke Vogtlandbahn betrieben wird, zwischen Mehltheuer und dem tschechischen Kraslice pendelt, u.a. die Bahnhöfe von Plauen, Auerbach und Falkenstein bedient und somit von übergeordneter Bedeutung für den regionalen Pendlerverkehr ist. Ergänzt wird das Nahverkehrsangebot durch ein Busnetz, wobei die stündlich verkehrenden PlusBus-Linien 10 (Falkenstein – Mylau), 60 (Rodewisch – Treuen) und 80 (Rotschau – Treuen) hervorzuheben sind. Die Stadt Treuen ist somit auch über den ÖPVN gut an größere Teile ihres Umlands angebunden.

Angesichts der exponierten und verkehrsstrategisch sehr günstigen Lage haben sich in der Stadt Treuen in der jüngeren Vergangenheit umfangreiche gewerbliche Strukturen entwickelt. Hierzu hat auch die Flächenverfügbarkeit und -qualität beiderseits der BAB 72 entscheidend beigetragen. Das stadträumlich prägende Industrie- und Gewerbegebiet „Goldene Höhe“ verfügt mittlerweile über vier Teilgebiete. Zu den größten und renommiertesten dort ansässigen Unternehmen zählen u.a. das Bauunternehmen Goldbeck, welches bereits seit 1991 in Treuen ansässig ist, der Feinstfilteranlagenhersteller Vomat sowie die Automobilzulieferer Magnetto Automotive und Weidmann Plastics Technology. Insgesamt stellt die Stadt Treuen damit trotz ihrer verhältnismäßig kleinen Stadtgröße ein **regionales Wirtschaftszentrum** im Vogtland dar.

## 3.2 Zentralörtliche Funktion und regionale Wettbewerbssituation

Vonseiten der Regionalplanung<sup>23</sup> in der ehemaligen Planungsregion Südwestsachsen bzw. der jetzigen Planungsregion Chemnitz<sup>24</sup> ist Treuen die Funktion eines **Grundzentrums** zugewiesen. Die ausgewiesenen Grundzentren ergänzen das von der Landesplanung festgelegte Netz der höherrangigen zentralen Orte (Mittel- und Oberzentren)

---

<sup>23</sup> Regionalplan Südwestsachsen 2011 sowie Entwurf des Regionalplans Region Chemnitz mit Stand Mai 2021.

<sup>24</sup> Im Zuge der sächsischen Funktional- und Kreisgebietsreform im Jahr 2008 wurden die bis dahin selbstständigen Regionalen Planungsverbände Chemnitz-Erzgebirge und Südwestsachsen zum neuen Planungsverband Region Chemnitz fusioniert. Da für den Planungsverband Region Chemnitz noch kein rechtskräftiger Gesamt-Regionalplan vorliegt, gelten die Regionalpläne der ehemaligen Regionen zunächst weiter. Entsprechend ist für die Region Südwestsachsen, welcher die Stadt Treuen zuzuordnen ist, der Regionalplan Südwestsachsen aus dem Jahr 2008 bzw. dessen Fortschreibung aus 2011 maßgeblich. Gleichwohl sind die im Entwurf des Regionalplans Region Chemnitz, welcher sich derzeit im Stadium der (erneuten) öffentlichen Beteiligung befindet, enthaltenen Ziele als in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung in Abwägungs- und Ermessensentscheidungen bereits zu berücksichtigen.

und sollen als übergemeindliche Zentren über Versorgungseinrichtungen des allgemeinen und täglichen Bedarfs und der sozialen und medizinischen Grundversorgung verfügen. Zudem verfügen die definierten Grundzentren bzw. grundzentralen Verbände zum überwiegenden Teil über zugewiesene, übergemeindliche Verflechtungsbereiche. Für den jeweiligen Verflechtungsbereich (Nahbereich) soll das Grundzentrum dieselben grundzentralen Versorgungsaufgaben wahrnehmen wie für das eigene Stadt- bzw. Gemeindegebiet.

Die konkrete Ausdehnung der Nahbereiche hängt stark mit den Siedlungsstrukturen innerhalb der Planungsregion zusammen. Aufgrund der räumlichen Nähe zu den nächstgelegenen Zentralen Orten verfügt die Stadt Treuen über einen relativ kleinräumigen Nahbereich. Zu diesem zählt neben dem eigenen Stadtgebiet nur noch die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz. Diese ist dem grundzentralen Verflechtungsbereich von Treuen allerdings vollständig zugeordnet, sodass es zu keiner Überlagerung des Nahbereichs mit dem Nahbereich eines anderen Grundzentrums kommt.

Die nächstgelegenen Zentralen Orte, mit denen Treuen in einem ausgeprägten **interkommunalen Wettbewerb** steht, sind das Grundzentrum Lengenfeld (rd. 6 km nordöstlich), der mittelzentrale Städteverbund „Göltzschtal“, bestehend aus den Städten Rodewisch, Auerbach/Vogtland, Ellefeld und Falkenstein/Vogtland (rd. 8 km östlich bzw. südöstlich), das Mittelzentrum Reichenbach im Vogtland (rd. 9 km nördlich) und das Oberzentrum Plauen (rd. 13 km westlich bzw. südwestlich).

Die Karte auf der nachfolgenden Seite gibt einen Überblick über die regionalen Wettbewerbsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel (strukturprägende Lebensmittelmärkte > 400 qm Verkaufsfläche), welchem hinsichtlich der grundzentralen Versorgung der Treuener Bevölkerung die größte Bedeutung beizumessen ist. Die Wettbewerbssituation bestimmt nicht nur die räumliche Ausdehnung des grundzentralen Verflechtungsbereichs, sondern auch die Ausprägung des Treuener Marktgebiets, welches im Rahmen von Kapitel 4 noch näher definiert wird.

Wie die Karte zeigt, verfügt die Stadt Treuen über mehrere strukturprägende Lebensmittelanbieter, welche in erster Linie auf die Nahversorgung der lokalen Bevölkerung im Treuener Stadtgebiet (Kernstadt sowie dörflich geprägte Ortsteile) ausgerichtet sind. In den westlich angrenzenden und z.T. stark dörflich geprägten Gemeinden Neuensalz, Limbach und Pöhl bestehen hingegen nur vereinzelte Nahversorgungsangebote (z.B. ein kleiner Edeka-Supermarkt in Pöhl), sodass davon ausgegangen werden muss, dass die dort lebenden Verbraucher in wesentlichem Maße auf Grundversorgungsangebote in den umliegenden Zentralen Orten orientiert sind.

Hiervon werden auch die Einzelhandelsbetriebe in Treuen profitieren können, wobei aufgrund der räumlichen Nähe und der guten Verkehrsanbindung v.a. für die Bevölkerung aus der Gemeinde Neuensalz sowie aus Teilbereichen der Gemeinde Pöhl (v.a. Ortsteile Herlasgrün und Helmsgrün) von einer erhöhten Ausrichtung auf die

Nahversorgungsangebote in Treuen auszugehen ist. Dabei muss aber berücksichtigt werden, dass v.a. die Verbraucher aus Neuensalz auch die Angebote in Plauen (v.a. Elster-Park) schnell erreichen können und somit auf mehrere, ähnlich weit entfernte Versorgungsalternativen zurückgreifen können. Wenngleich auch für die Gemeinde Limbach und für die weiteren Teile der Gemeinde Pöhl gewisse Nachfrageströme nach Treuen nicht auszuschließen sind, finden die hier lebenden Verbraucher z.T. deutlich besser zu erreichende Grundversorgungsangebote in umliegenden Zentralen Orten (z.B. Netzschkau) vor. Von signifikanten Einkaufsverflechtungen mit Treuen kann für die Gemeinde Limbach und für große Teile der Gemeinde Pöhl insofern nicht ausgegangen werden. Wie bereits beschrieben, trägt diesem Umstand auch die Regionalplanung Rechnung, indem die Gemeinde Neuensalz dem grundzentralen Verflechtungsbereich von Treuen zugeordnet ist, die Gemeinden Limbach und Pöhl hingegen nicht zu diesem gehören.

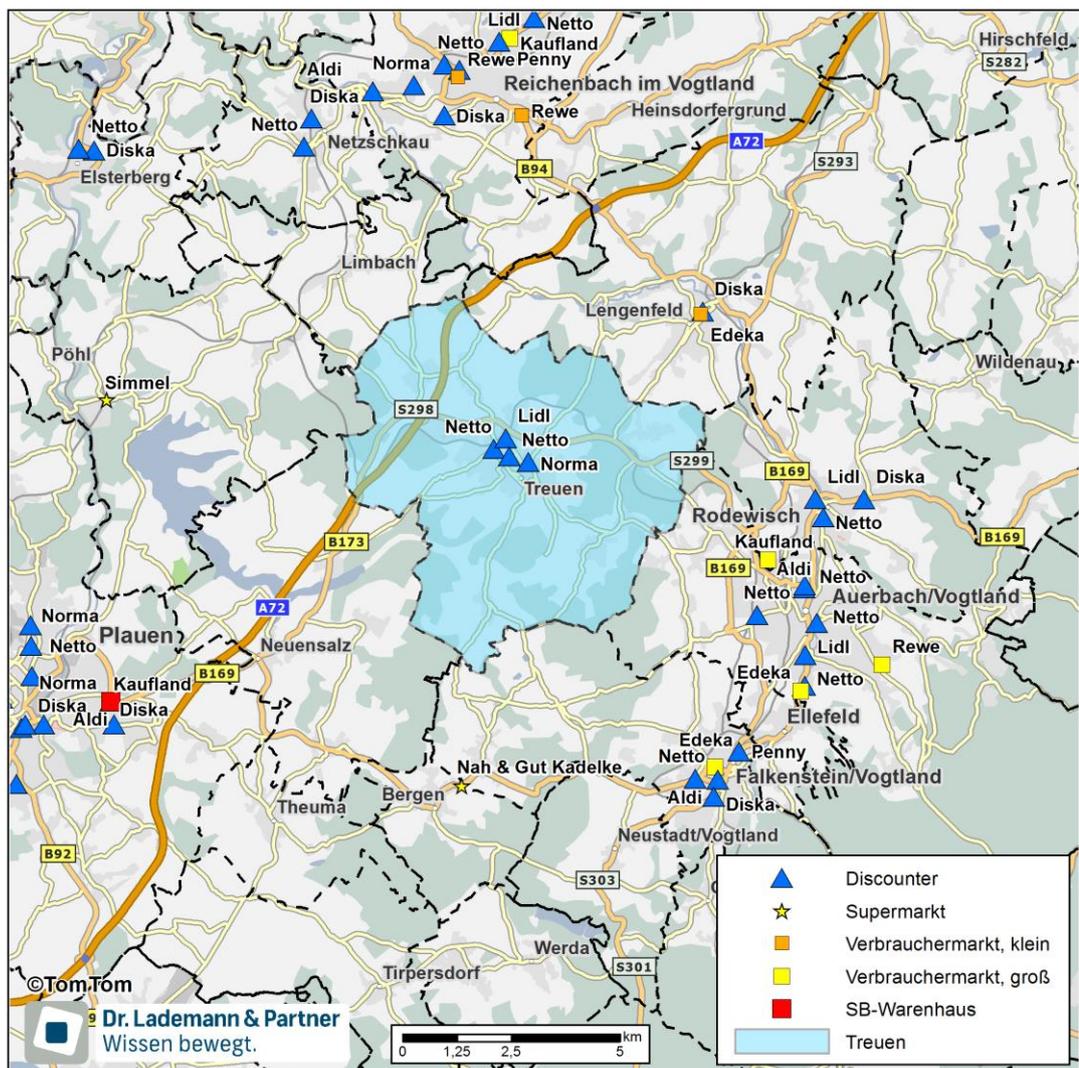


Abbildung 14: Regionale Wettbewerbsstrukturen (Lebensmitteleinzelhandel)

Wie der Karte weiter entnommen werden kann, nimmt die Angebotsdichte im Lebensmitteleinzelhandel im Norden und Osten deutlich zu. Dabei ist neben dem Grundzentrum Lengenfeld<sup>25</sup>, wo zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte ansässig sind, insbesondere der mittelzentrale Städteverbund „Göltzschtal“ hervorzuheben. In den zum Städteverbund gehörigen Kommunen sind zahlreiche discountorientierte und vollsortimentierte Angebote verortet, die überwiegend attraktiv aufgestellt sind und die örtliche Kaufkraft im periodischen Bedarf entsprechend weitgehend binden können. Dass aus diesen Kommunen Nachfrageströme in Richtung Treuen bestehen, scheint vor diesem Hintergrund nahezu ausgeschlossen. Umgekehrt ist jedoch darauf zu verweisen, dass im mittelzentralen Städteverbund auch einige besonders sogstarke und überörtlich ausstrahlende Formate (v.a. Kaufland in Auerbach) angesiedelt sind, die aktuell durchaus dazu in der Lage sind, Kaufkraft aus dem Treuener Stadtgebiet abziehen.

Solche Formate sind auch im Oberzentrum Plauen ansässig, wobei der Elster-Park im östlichen Plauener Stadtgebiet besonders hervorzuheben ist, da dieser sowohl über die B 173 als auch die BAB 72 sehr gut an das Treuener Stadtgebiet angebunden und für Verbraucher aus Treuen verkehrlich somit gut zu erreichen ist. Zudem entfaltet dieser Standort mit dem sogkräftigen Großflächenformat Kaufland und durch die Verbundwirkung eines Vollsortimenters (Kaufland), eines Discounters (Aldi) und eines Drogeriemarkts (Rossmann) eine besondere Sogkraft auf die Verbraucher im Raum.

Angesichts der räumlichen Nähe zu umliegenden Zentralen Orten mit einem breit aufgestellten Grundversorgungsangebot ist für den periodischen Bedarf insgesamt von einer **intensiven interkommunalen Wettbewerbssituation** auszugehen. Damit verbunden besteht für das Grundzentrum Treuen grundsätzlich die Gefahr signifikanter Nachfrageabflüsse an Angebotsstandorte außerhalb Treuens. Dieser sollte mit einem attraktiven örtlichen Angebot begegnet werden, um die lokal vorhandene Kaufkraft selbst zu binden, Kaufkraftabflüsse zu minimieren und letztlich der zugewiesenen grundzentralen Versorgungsaufgabe sowohl unter quantitativen als auch qualitativen Gesichtspunkten vollständig nachkommen zu können.

Als wichtigste und am schnellsten zu erreichende Einkaufsstandorte für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs fungieren der mittelzentrale Städteverbund „Göltzschtal“, dessen Mittelbereich die Stadt Treuen vonseiten der Landesplanung zugeordnet ist, sowie das Oberzentrum Plauen<sup>27</sup>. Hier werden Einzelhandelsangebote offeriert, welche in Treuen nur sehr eingeschränkt vorhanden sind. Aufgrund der sehr guten verkehrlichen Anbindung über die BAB 72 sowie einiger attraktiver und sogkräftiger

---

<sup>25</sup> Da das Grundzentrum Lengenfeld in mehreren Himmelsrichtungen von angrenzenden Zentralen Orten (Treuener, Reichenbach, Rodewisch) umrahmt wird und die nächstgelegenen Nicht-Zentralen-Orte relativ weit entfernt sind bzw. besser an andere Zentrale Orte angebunden sind, weist die Regionalplanung dem Grundzentrum Lengenfeld keinen überörtlichen Verflechtungsbereich zu. Die grundzentrale Versorgungsfunktion Lengenfelds bezieht sich entsprechend nur auf das eigene Stadtgebiet, was sich in wesentlichem Maße restriktiv auf die örtlichen Einzelhandelsentwicklungspotenziale auswirkt.

<sup>27</sup> Aufgrund großräumiger Überschneidungen werden im Landesentwicklungsplan 2013 Sachsen keine Oberbereiche (Verflechtungsbereiche der Oberzentren) dargestellt.

Handelsstandorte (u.a. Neefepark mit Ikea) kann aber auch für die Stadt Chemnitz davon ausgegangen werden, dass die hier bestehenden Einzelhandelsangebote in gewissem Maße Kaufkraft aus Treuen abschöpfen können. Für die mittel- und langfristigen Güter sind vonseiten der Raumordnung aber auch gewisse Einkaufsorientierungen der Treuener Bevölkerung auf die höherrangigen Zentren in der Umgebung vorgesehen.

### 3.3 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Den Zahlen des Statistischen Landesamts des Freistaats Sachsen zufolge verlief die **Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Treuen seit 2016** mit einem jährlichen Rückgang von rd. -0,6 % p.a. negativ. Damit ist Treuen zwar dem allgemeinen Schrumpfungstrend im Vogtlandkreis (rd. - 0,7 % p.a.) gefolgt, dieser hat sich in der Stadt Treuen jedoch etwas moderater niedergeschlagen als im Vogtlandkreis insgesamt<sup>28</sup>. Im Vergleich mit ausgewählten Kommunen im Umland zählt Treuen ebenfalls zu jenen Kommunen, welche zwischen 2016 und 2021 weniger stark an Bevölkerung verloren haben. So mussten die Städte Auerbach/Vogtland (rd. - 0,9 % p.a.), Falkenstein/Vogtland (rd. - 1,0 % p.a.) und Reichenbach im Vogtland (rd. - 1,0 % p.a.) allesamt größere Einwohnerverluste hinnehmen als die Stadt Treuen. Letztlich ist zu konstatieren, dass sich sowohl die Stadt Treuen als auch das ländlich geprägte Vogtland durch einen fortwährenden demografischen Schrumpfungstrend kennzeichnen lässt, welcher zuletzt stärker ausgeprägt war als im Freistaat Sachsen insgesamt (rd. - 0,1 % p.a.)<sup>29</sup> und einen gewichtigen Einfluss auf die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung ausübt.

Insgesamt lebten in Treuen am 01.01.2021

**7.790 Einwohner<sup>30</sup>.**

Einwohnerentwicklung in der Stadt Treuen im Vergleich

Stadt, Landkreis, Land	2016	2021	abs.	+/- 16/21	
				in %	Veränderung p.a. in %
<b>Treuen</b>	<b>8.037</b>	<b>7.790</b>	<b>-247</b>	<b>-3,1</b>	<b>-0,6</b>
Lengenfeld	7.225	7.042	-183	-2,5	-0,5
Auerbach/Vogtland	18.893	18.048	-845	-4,5	-0,9
Falkenstein/Vogtland	8.300	7.888	-412	-5,0	-1,0
Rodewisch	6.434	6.361	-73	-1,1	-0,2
Reichenbach im Vogtland	21.200	20.198	-1.002	-4,7	-1,0
Plauen	65.201	64.014	-1.187	-1,8	-0,4
<b>Vogtlandkreis</b>	<b>232.318</b>	<b>223.905</b>	<b>-8.413</b>	<b>-3,6</b>	<b>-0,7</b>
<b>Freistaat Sachsen</b>	<b>4.084.851</b>	<b>4.056.941</b>	<b>-27.910</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,1</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen (Stand jeweils 01.01.)

**Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in Treuen im Vergleich**

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Treuen kann in Anlehnung an die 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis zum

<sup>28</sup> Zusätzlich muss festgehalten werden, dass die Stadt Treuen zwischen 2020 und 2021 seit längerer Zeit erstmals wieder ein leichtes Bevölkerungswachstum verzeichnen konnte und der über Jahre anhaltende Schrumpfungstrend damit zumindest vorübergehend gestoppt werden konnte.

<sup>29</sup> Dabei konnte die negative Bevölkerungsentwicklung in den ländlich geprägten Teilen von Sachsen durch die z.T. erheblichen Einwohnerzuwächse in den Ballungsräumen Dresden und Leipzig zu großen Teilen kompensiert werden.

<sup>30</sup> Die aktuellen Zahlen des Statistischen Landesamts des Freistaats Sachsen vom 30.06.2021 zeigen, dass Treuen den zwischen 2020 und 2021 erzielten leichten Bevölkerungszuwachs auch in jüngster Vergangenheit bestätigen konnte. Zum 30.06.2021 zählte Treuen 7.796 Einwohner.

Jahr 2035<sup>31</sup> unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren weiterhin rückläufig sein werden. Im Jahr 2025 ist in Treuen mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

**rd. 7.540 Einwohnern (rd. - 0,8 % p.a.).**

Auch für das unmittelbare Umland der Stadt Treuen sowie den Vogtlandkreis insgesamt ist mit anhaltenden und flächendeckenden signifikanten Bevölkerungsrückgängen zu rechnen.

Die **Altersstruktur** der Bevölkerung in Treuen (vgl. Tabelle 3) entspricht dem Trend des demografischen Wandels. So ist mittlerweile mehr als die Hälfte der Treuener Bevölkerung den Altersgruppen 50 bis 65 Jahre und ab 65 Jahre zuzuordnen. Im Jahr 2021 waren ca. 30 % der Bevölkerung 65 Jahre und älter<sup>32</sup>. Zum Vergleich: Im Vogtlandkreis fällt der Anteil mit rd. 31 % sogar noch höher aus, im Land Sachsen liegt dieser hingegen bei lediglich rd. 27 %. Damit zeigt sich, dass der Anteil der Senioren (65+) in Treuen bzw. im Vogtlandkreis höher ist als im Land Sachsen insgesamt.

#### Altersstruktur in Treuen in %

Altersgruppen	2016	2021
unter 15 Jahre	12,4%	12,7%
15 bis unter 25 Jahre	6,5%	7,9%
25 bis unter 50 Jahre	28,2%	26,5%
50 bis unter 65 Jahre	25,1%	23,2%
ab 65 Jahre	27,8%	29,7%

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (Stand: 01.01.)

**Tabelle 3: Altersstruktur der Stadt Treuen 2016 und 2021**

Wirft man einen Blick auf die Entwicklung in den vergangenen fünf Jahren, wird deutlich, dass der Anteil der über 65-Jährigen in Treuen weiter zugenommen hat, während die Altersgruppen 25 bis 50 Jahre und 50 bis 65 Jahre und damit die Haupterwerbsgruppen deutlich rückläufig sind. Allerdings konnte der Anteil der unter 25-Jährigen zuletzt zulegen, was für einen Zuzug junger Familien spricht.

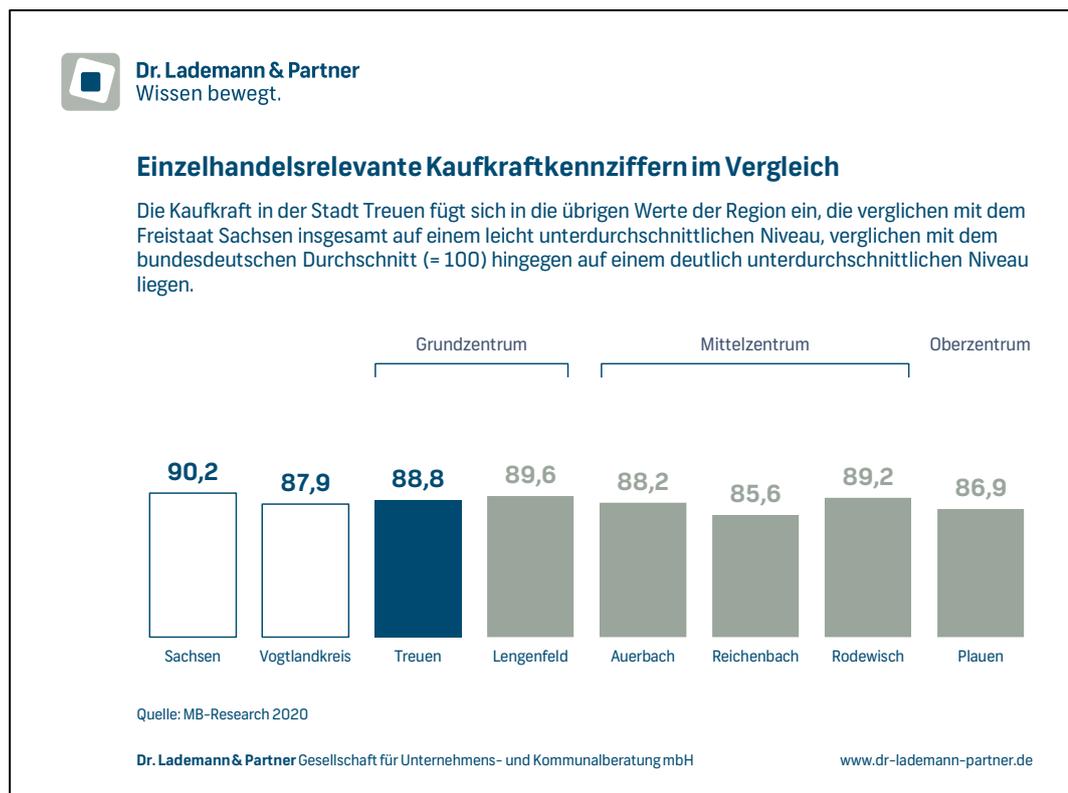
<sup>31</sup> Die 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2035, die im Mai 2020 veröffentlicht wurde, basiert weitgehend auf der Analyse der Bevölkerungsentwicklung der Jahre 2014 bis 2018. Dabei stellt der 31.12.2018 den letzten offiziellen Bevölkerungsstand und somit die Prognosebasis dar. Die Bevölkerungsvorausberechnung erfolgte in zwei Varianten, denen unterschiedliche Annahmen hinsichtlich der Auslandswanderung, des Geburtenverhaltens und des Wanderungsaustauschs mit dem Bundesgebiet zugrunde liegen. Beide Varianten gehen für die Stadt Treuen von einem Bevölkerungsrückgang in den kommenden Jahren aus. Um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Bevölkerung in Treuen zwischen Ende 2018 und Ende 2020 weniger stark zurückgegangen ist als es die Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (in beiden Varianten) prognostiziert hat, wurde hinsichtlich der Bevölkerungsprognose für die Stadt Treuen die Variante 1 der Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung herangezogen. Diese geht, verglichen mit der negativeren Variante 2, davon aus, dass der Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2035 insgesamt etwas milder ausfallen wird.

<sup>32</sup> Vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen. Die aktuellen Daten mit einer Untergliederung der Bevölkerung nach Altersgruppen liegen für den 31.12.2020 vor.

Auch perspektivisch ist eine weitere **Verschiebung der Altersstruktur** zu erwarten. Gemäß der Prognose des Statistischen Landesamts des Freistaats Sachsen<sup>33</sup> wird der Anteil der ab 65-jährigen in Treuen im Jahr 2030 bei rd. 33 % liegen. Dabei wird dieser Trend stärker ausgeprägt sein als im Bundesland Sachsen allgemein. Im Freistaat wird der Anteil der ab 65-jährigen im Jahr 2030 voraussichtlich bei rd. 29 % liegen.

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches Angebot einstellen. Dies wird ebenfalls Verschiebungen im Einkaufsverhalten induzieren (z.B. höhere Serviceaffinität).

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**<sup>34</sup>.



**Abbildung 15: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich**

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in der Stadt Treuen bewegt sich mit 88,8 auf einem relativ niedrigen Niveau und liegt damit leicht über dem Schnitt des

<sup>33</sup> Hierbei wurde ebenfalls auf die Variante 1 abgestellt, welche eine insgesamt positivere Entwicklung der Bevölkerung voraussagt.

<sup>34</sup> Vgl. MB-Research 2021, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

Vogtlandkreises (87,9), jedoch leicht unterhalb des Landesschnitts (90,2). Ob die Covid-19-Pandemie und deren ökonomischen Folgeeffekte das Kaufkraftniveau in der Region nachhaltig negativ beeinflussen, kann derzeit noch nicht abschließend abgeschätzt werden.

Die **Beschäftigungssituation** im Vogtlandkreis hat sich zwischen 2018 und 2021 leicht verbessert. Die Arbeitslosenquote ist in diesem Zeitraum um rd. 0,1 %-Punkte gesunken und lag im Jahr 2021 nur noch bei rd. 4,7 %. Damit liegt die Arbeitslosenquote im Vogtlandkreis nicht nur unterhalb des Landesschnitts von Sachsen (5,7 %), sondern sogar deutlich unterhalb des Schnitts für das östliche Bundesgebiet (7,0 %).

#### Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		+/-18/21
	2018	2021	%-Punkte
Vogtlandkreis	4,8	4,7	-0,1
Freistaat Sachsen	5,9	5,7	-0,2
Bundesgebiet (Ost)	6,8	7,0	0,2

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2018-21 / Jahreszahlen, Nürnberg.

#### Tabelle 4: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Treuen mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die **Aus- und Einpendlerströme**. Die Stadt Treuen verfügte im Jahr 2020 über einen positiven Pendlersaldo von knapp 870 Personen. Obwohl die Zahl der Einpendler seit 2017 nochmals leicht gestiegen ist, hat sich der Pendlerüberschuss im Vergleichszeitraum leicht verringert, da die Zahl der Auspendler noch etwas deutlicher angestiegen ist als die Zahl der Einpendler. Nichtsdestotrotz zählt die Stadt Treuen weiterhin zu den wenigen Kommunen im Vogtlandkreis, die einen positiven Pendlersaldo aufweisen können. Dies verdeutlicht, dass die Stadt Treuen eine wichtige Rolle als Arbeitsstandort einnimmt, was v.a. auf die umfangreichen Gewerbeansiedlungen in der Vergangenheit zurückzuführen ist.

#### Ein- und Auspendler in der Stadt Treuen im Vergleich

Stadt, Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2017	2020	2017	2020	2017	2020
Treuen	2.209	2.257	3.126	3.131	917	874
Lengenfeld	2.192	2.209	1.825	1.865	-367	-344
Reichenbach im Vogtland	4.494	4.460	4.026	3.855	-468	-605
Plauen	10.525	10.704	10.583	9.962	58	-742
Vogtlandkreis	21.223	20.829	13.366	13.910	-7.857	-6.919

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2017/20.

#### Tabelle 5: Ein- und Auspendler im Vergleich

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen bzw. kurzfristigen Bedarfs – ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den örtlichen Einzelhandel.

## 3.4 Raumordnerische Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen wird in Kapitel 2.3.2 (Handel) des [Landesentwicklungsplans Sachsen 2013](#) geregelt. Die folgenden, additiv verknüpften Ziele und Grundsätze sind bei entsprechenden Vorhaben im Geltungsbereich qualifizierter Bebauungspläne zu beachten und beeinflussen auch die Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts:

### Z 2.3.2.1 (Konzentrationsgebot)

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

### Z 2.3.2.2 (Konzentrationsgebot)

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.

### Z 2.3.2.3 (Integrationsgebot)

Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

### Z 2.3.2.4 (Kongruenzgebot)

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

### **Z 2.3.2.5 (Beeinträchtigungsverbot)**

Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Orts sowie der benachbarten Zentralen Orten substantziell beeinträchtigen.

### **G 2.3.2.6 (ÖPNV)**

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.

### **Z 2.3.2.7 (Agglomerationsverbot)**

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

Sowohl im noch geltenden **Regionalplan für die ehemalige Region Südwestsachsen aus dem Jahr 2011 als auch im aktuellen Entwurf des Regionalplans für die Region Chemnitz mit Stand Mai 2021**, dessen in Aufstellung befindliche Ziele im Rahmen der Erarbeitung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bereits zu berücksichtigen sind und welcher sich zuletzt noch im Beteiligungsverfahren befand und nunmehr auf seinen Satzungsbeschluss wartet<sup>35</sup>, werden die übergeordneten Ziele und Grundsätze des damals gültigen LEP Sachsen 2003 bzw. des gegenwärtig gültigen LEP Sachsen 2013 durch weitere Ziele und Grundsätze mit Handelsbezug ergänzt. Im Regionalplan für die Region Südwestsachsen heißt es in den Kapiteln 1.1 „Regionale Siedlungsentwicklung“ und 1.7 „Handel“ wie folgt:

#### ■ Z 1.1.5

Die Funktionsfähigkeit der Städte als tragende Elemente des zentralörtlichen Systems der Region ist zu sichern und zu verbessern. Dabei ist insbesondere durch städtebauliche Maßnahmen die Erhaltung und Revitalisierung funktionsgemischter innerstädtischer Strukturen zu unterstützen. Der Ansiedlung innenstadtrelevanter Funktionen in randstädtischen Bereichen ist entgegenzuwirken.

#### ■ G 1.1.2

Im Rahmen der Siedlungsentwicklung in der Region sind die Funktionen Wohnen-Arbeiten-Versorgen-Erholen einander so zuzuordnen, dass kurze Wege erhalten

<sup>35</sup> Sobald der erste Gesamt-Regionalplan für die Region Chemnitz in Kraft tritt, werden die bisher geltenden Regionalpläne der ehemaligen Regionalen Planungsverbände Chemnitz-Erzgebirge, Südwestsachsen und in Teilen Westsachsen in ihrer Gültigkeit abgelöst.

bleiben bzw. entstehen, räumliche bedingter Verkehrsaufwand reduziert und der weiteren Zersiedlung der Landschaft entgegengewirkt wird.

#### ■ Z. 1.7.1

Durch die Ober- und Mittelzentren sowie die mittelzentralen Städteverbünde sind im Rahmen der Bauleitplanung in städtebaulich integrierten Lagen zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend innenstadt-relevanten Sortimenten ist nur in diesen Bereichen zulässig (i. V. m. LEP 2003, Z 6.2.2)

In den Versorgungs- und Siedlungskernen der Grundzentren gemäß Z 1.2.4<sup>36</sup> ist im Rahmen der Bauleitplanung in städtebaulich integrierter Lage zur Ansiedlung, Erweiterung oder wesentlichen Änderung von Einzelhandelseinrichtungen (i. V. m. LEP 2003, Z 6.2.2) ein zentraler Versorgungsbereich auszuweisen.

#### ■ Z. 1.7.2

Die Innenstädte, vor allem die Stadtzentren, und in den Oberzentren Plauen und Zwickau auch die Stadtteilzentren, sind in ihrer Funktion als Standorte des Einzelhandels und der Nahversorgung zu sichern, zu stärken und auszubauen (i. V. m. Z 1.1.5). Dabei soll auf die Sicherung und Belebung des kleinteiligen Einzelhandels hingewirkt werden.

#### ■ Z. 1.7.3

Kommunale Einzelhandelskonzepte sowie für benachbarte Zentrale Orte und Städteverbünde interkommunal abgestimmte (regionale) Einzelhandelskonzepte sollen erarbeitet werden (i. V. m. Z 1.7.1 und Z 1.7.2).

Die im Regionalplan für die Region Südwestsachsen formulierten handelsbezogenen Ziele und Grundsätze wurden in die im Entwurf vorliegende Fassung des Regionalplans für die Region Chemnitz weitgehend übernommen. Ergänzend wird im dortigen Kapitel 1.7 „Handel“ lediglich angeführt:

#### ■ G 1.7.1

In der Region ist auf eine ausreichende, bedarfsgerechte Nahversorgung unter Beachtung der demografischen Entwicklung hinzuwirken. Dazu sollen die Betriebstypenvielfalt der Warenanbieter sowie auch neue Versorgungsmodelle umgesetzt werden.

Weiterhin legt auch der Entwurf für den Regionalplan Region Chemnitz die Verflechtungsbereiche der Zentralen Orte fest. Für Grundzentren und grundzentrale Verbünde werden dabei sog. **Nahbereiche** definiert. Wie in Kapitel 3.2. bereits angeführt, zählt zum grundzentralen Verflechtungsbereich für die Stadt Treuen auch gemäß dem

<sup>36</sup> Sowohl gemäß Z 1.1.5 im Regionalplan für die ehemalige Region Südwestsachsen als auch gemäß Z 1.3.2.1 in der Entwurfsfassung des Regionalplans für die Region Chemnitz wird als Versorgungs- und Siedlungskern des Grundzentrums Treuen die Kernstadt ausgewiesen.

Entwurf des Regionalplans für die Region Chemnitz neben dem Stadtgebiet von Treuen nur noch die Gemeinde Neuensalz. Eine Ausdehnung oder Verkleinerung des für das Grundzentrum Treuen vorgesehenen Nahbereichs gegenüber dem im Regionalplan für die Region Südwestsachsen aus dem Jahr 2011 ausgewiesenen überörtlichen Verflechtungsbereich hat im Zuge der Erarbeitung des Gesamt-Regionalplans für die Region Chemnitz insofern nicht stattgefunden.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Treuen sind insgesamt eher restriktiv zu bewerten: Neben einer seit Jahren anhaltenden rückläufigen Einwohnerentwicklung wirken sich auch die überdurchschnittlich alte Bevölkerungsplattform und das unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau einschränkend auf die Entwicklungsperspektiven im Einzelhandel aus. Gleichwohl weist die Stadt Treuen als attraktiver Gewerbestandort einen sehr positiven Pendlersaldo auf, über welchen sich zusätzliche Umsatzpotenziale für den örtlichen Einzelhandel ableiten lassen.

Treuen ist die raumordnerische Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Entsprechend soll die Stadt für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs, welcher aufgrund der räumlichen Nähe zu umliegenden Zentralen Orten überschaubar ausfällt und neben dem Stadtgebiet von Treuen nur noch die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz umfasst, die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs sicherstellen. In dieser Funktion ist Treuen zu stärken und das grundzentrale Angebot bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.

## 4 Nachfragesituation in Treuen

### 4.1 Marktgebiet der Stadt Treuen

Das **Marktgebiet einer Stadt** bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist in höherrangigen Zentralen Orten häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels. In Grundzentren entspricht das Marktgebiet i.d.R. dem Einzugsgebiet der strukturprägenden Nahversorgungsstandorte, welche aufgrund der oftmals kleinteiligen Bebauungsstrukturen in den zentralen Stadtlagen der Grundzentren aber nicht immer in der Innenstadt bzw. im Ortskern gelegen sein können. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Einwohner innerhalb des Marktgebiets alle ihre Einkäufe in der entsprechenden Stadt tätigen, sondern sie weisen lediglich eine deutliche Orientierung auf den lokalen Einzelhandel auf.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Struktur der Region. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Zudem wurden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung beachtet. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter Zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

**Das Marktgebiet des Treuener Einzelhandels** ist in drei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Dabei stellt das Treuener Stadtgebiet die **Zone 1** dar. Hier ist, insbesondere aufgrund der räumlichen Nähe zwischen den Wohnstandorten und den örtlichen Einzelhandelsangeboten, mit der größten Marktdurchdringung bzw. Nachfragebindung zu rechnen.

Die **Zone 2** des Marktgebiets wird durch die unmittelbar südwestlich an das Treuener Stadtgebiet angrenzende und über die B 173 bzw. die Alte Treuener Straße an Treuen angebundene Gemeinde Neuensalz gebildet. Die **Zone 3** umfasst hingegen die östlichen Bereiche der ebenfalls direkt an Treuen angrenzenden Gemeinde Pöhl und damit die Ortsteile Herlasgrün, Helmsgrün, Rodlera und Neudörfel, welche über die Herlasgrüner Straße/S 298 verkehrlich gut an Treuen angebunden sind. Aufgrund der räumlichen Nähe zu Treuen bzw. der guten verkehrlichen Anbindung an das Treuener Stadtgebiet sowie des rudimentären Angebotsbestands in den beiden Gemeinden ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung aus Neuensalz sowie aus Teilen der Gemeinde Pöhl signifikante Einkaufsorientierungen auf die Einzelhandelsangebote in Treuen aufweist. Angesichts der Distanz- und Zeitsensibilität der Verbraucher beim Einkauf von Gütern

des täglichen Bedarfs gilt dies insbesondere für den periodischen Bedarfsbereich, welcher für die Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Treuen ohnehin die entscheidende Rolle spielt. Da die Verbraucher aus Neuensalz und Pöhl aber auch andere Zentrale Orte mit Grundversorgungsangeboten (z.B. Oberzentrum Plauen) gut erreichen können, muss gleichzeitig davon ausgegangen werden, dass die Nachfrageabschöpfung in den Zonen 2 und 3 gegenüber der Zone 1 deutlich abfällt.

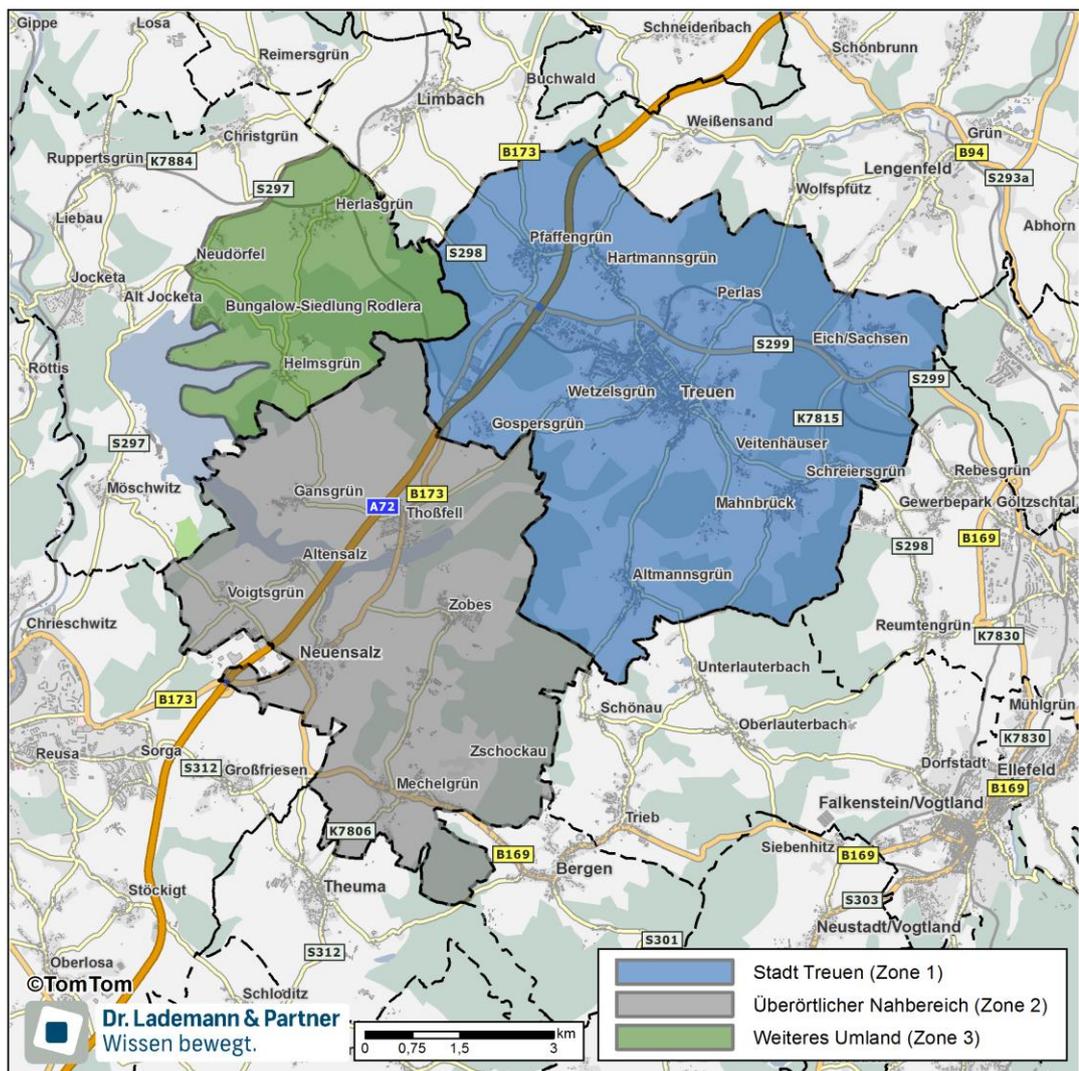


Abbildung 16: Marktgebiet des Treuener Einzelhandels

An dieser Stelle lässt sich festhalten, dass das definierte und in Abbildung 14 kartografisch dargestellte Marktgebiet des Treuener Einzelhandels nur unwesentlich über den raumordnerisch festgelegten Nahbereich der Stadt Treuen hinausreicht<sup>37</sup>. Lediglich

<sup>37</sup> Für die weiteren Betrachtungen und insbesondere hinsichtlich der Ableitung von zukünftigen Entwicklungspotenzialen für den Treuener Einzelhandel wurde ausschließlich auf den raumordnerisch definierten, grundzentralen Verflechtungsbereich von Treuen (Zonen 1 und 2 bzw. Stadt Treuen und Gemeinde Neuensalz) abgestellt. Damit ist gewährleistet, dass die ermittelten Entwicklungspotenziale auf raumordnungskonformen Annahmen fußen und vollständig von raumordnerisch „ungewollten“ Kaufkraftzuflüssen von außerhalb des grundzentralen Verflechtungsbereichs unabhängig sind.

die relativ dünn besiedelten östlichen Pöhler Ortsteile (Herlasgrün, Helmsgrün, Rodlera und Neudörfel) werden seitens der Raumordnung nicht mehr zum Verflechtungsbereich Treuens gezählt, wenngleich faktisch von signifikanten Einkaufsorientierungen der hier lebenden Bevölkerung auf die Versorgungsangebote in Treuen auszugehen ist.

In dem Marktgebiet leben derzeit **rd. 10.470 Personen**, wobei der Einwohnerschwerpunkt deutlich auf die Zone 1 bzw. das Treuener Stadtgebiet entfällt. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognose<sup>38</sup> ist von einem Rückgang des Einwohnerpotenzials bis zum Jahr 2025 auf

**rd. 10.170 Personen** auszugehen.

#### Marktgebiet des Einzelhandels in Treuen

Bereich	Zonen	2021	2025
Treuen	Zone 1	7.790	7.540
Nahbereich	Zone 2	2.093	2.050
Weiteres Umland	Zone 3	588	580
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>Gesamt</b>	<b>10.471</b>	<b>10.170</b>

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

#### Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels

Darüber hinaus ist noch mit Streukunden zu rechnen. Diese Streukunden setzen sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen (z.B. auch aus Pöhl) zusammen. Hierzu zählen auch Touristen, Durchreisende, Zufallskunden und Pendler, welche nur gelegentlich in Treuen einkaufen. Dabei ist insbesondere die hohe Arbeitsplatzdichte in Treuen und der damit verbundene positive Pendlersaldo herauszustellen. In diesem Zusammenhang kann der örtliche Einzelhandel von zusätzlichen Umsatzpotenzialen durch Kunden profitieren, die zwar außerhalb des Treuener Marktgebiets leben, die Stadt aber dennoch regelmäßig aufsuchen und ihren Versorgungseinkauf regelmäßig oder gelegentlich mit dem Arbeitsweg koppeln. Für die Beschäftigten der zahlreichen Gewerbebetriebe im Treuener Stadtgebiet stellen die in Treuen verorteten Lebensmittelmärkte dabei auch eine Alternative im Rahmen der Mittagsversorgung dar.

<sup>38</sup> Wie für die Stadt Treuen ist auch für die Gemeinde Neuensalz von einem Rückgang der Bevölkerungsplattform bis zum Jahr 2025 auszugehen. Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in der Umlandgemeinde Neuensalz, welche Zone 2 des Marktgebiets bildet, wurde, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Einwohnerentwicklung in den vergangenen Jahren, dabei ebenfalls auf die moderatere Variante 1 der 7. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2035 abgestellt.

## 4.2 Nachfragepotenzial der Stadt Treuen

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des bundesdeutschen Pro-Kopf-Ausgabesatzes<sup>39</sup> errechnet sich für 2021 ein **einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial** über alle Sortimente<sup>40</sup> innerhalb des Marktgebiets von

**rd. 66,7 Mio. €.**

Dabei handelt es sich um das Volumen, das die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Treuen jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Treuen selbst, an anderen Versorgungsstandorten (z.B. im Oberzentrum Plauen) oder bei anderen Einkaufskanälen (v.a. Online-Handel).

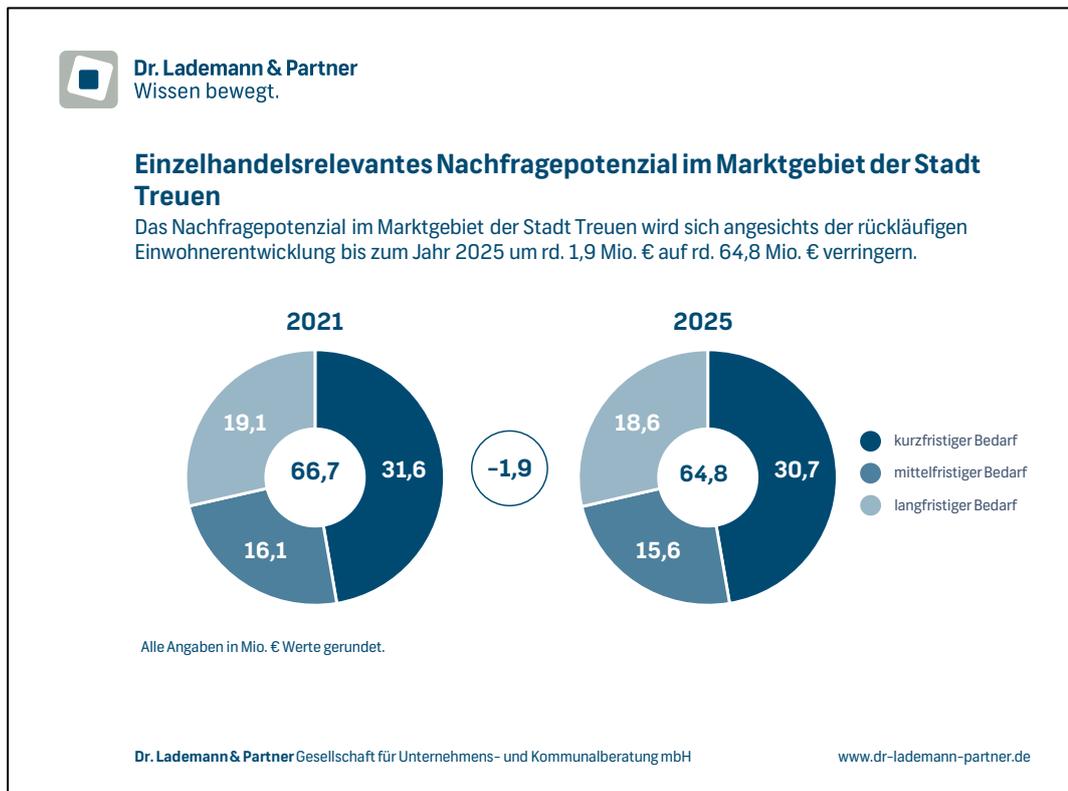


Abbildung 17: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt Treuen

<sup>39</sup> Pro-Kopf-Ausgabesatz gemäß MB Research (2019) = 7.086 €.

Zugrunde gelegt wurden hier die Ausgabesätze aus dem Jahr 2019 und nicht die aktuellen Ausgabesätze des Jahres 2021, da diese durch die Corona-Pandemie verzerrt sind (erhöhte Ausgaben für Lebensmittel aufgrund der Schließung von Gastronomiebetrieben, Kantinen, Mensen usw.). Für die nahe Zukunft ist eher von einer Rückkehr auf das Vorcorona-Niveau auszugehen, weshalb die durch die Folgen der Pandemie überhöhten Ausgabesätze für 2021 in der vorliegenden Untersuchung keine Anwendung finden.

<sup>40</sup> Die Sortimente werden nach Sortimenten des kurzfristigen (v.a. Lebensmittel), mittelfristigen (Sortimente, die für die Innenstadt und die Zentren von Bedeutung sind) und langfristigen (Sortimente, die aufgrund ihrer Spezifikationen nicht auf die Zentren zu verweisen sind) Bedarfs gegliedert.

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Treuen für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

**rd. 64,8 Mio. €.**

Hinzu kommt noch das Potenzial der nur sporadisch auf Treuen orientierten Streukunden, welches die Gutachter auf eine Größenordnung in Höhe von etwa 10 % vom Gesamtumsatz in der Stadt Treuen ansetzen. Unter den Streukunden werden Durchreisende, Zufallskunden, Touristen sowie insbesondere Pendler<sup>41</sup>, die in Treuen arbeiten, aber im Umland bzw. außerhalb des Marktgebiets wohnen, zusammengefasst.

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) – wenn auch abgeschwächt – weiter zu. Im Vorkrisenjahr 2019 entfielen rd. 11 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht-stationären Handel. Je nach Branche variieren die Marktanteile des Online-Handels jedoch erheblich. So floss beispielsweise im Bundeschnitt im Segment Elektrobedarf bereits 2019 fast ein Drittel der Nachfrage in den Online-Handel ab. Das Segment des periodischen Bedarfs ist dahingegen aktuell (noch) weitgehend onlineresistent. Hier flossen 2019 lediglich rd. 2 % der Nachfrage ab.

Wie bereits ausgeführt, ist die Covid-19-Pandemie jedoch als ein Wachstumstreiber des Online-Handels einzustufen, sodass bis zum Prognosehorizont 2025 von einer deutlichen weiteren Verschiebung von Kaufkraft und Umsätzen vom stationären (Non-food)-Einzelhandel in den Online-Handel ausgegangen werden muss. Auch wenn das Gesamtumsatzvolumen des Einzelhandels in diesem Zeitraum steigen wird, werden die Abflüsse in den Online-Handel – mit Ausnahme im Segment des periodischen Bedarfs – nicht annähernd kompensiert werden können.

---

<sup>41</sup> An dieser Stelle sei nochmals darauf hingewiesen, dass Treuen, bedingt durch eine Vielzahl bedeutender Arbeitgeber, über einen deutlich positiven Pendlersaldo verfügt. Dabei hat sich die Zahl der Einpendler in den letzten Jahren stetig erhöht, sodass sich über die Pendlerverflechtungen ein zusätzliches (gebietsfremdes) Nachfragepotenzial für den örtlichen Einzelhandel ableiten lässt.

Das Marktgebiet der Stadt Treuen umfasst neben dem eigenen Stadtgebiet (= Zone 1) auch die unmittelbar südwestlich an Treuen angrenzende und zum grundzentralen Verflechtungsbereich gehörende Gemeinde Neuensalz (= Zone 2) sowie östliche Bereiche der ebenfalls benachbarten Gemeinde Pöhl (= Zone 3). Im Marktgebiet leben derzeit rd. 10.470 Personen. Angesichts der abnehmenden Einwohnerzahl (rd. 10.170 Personen im Jahr 2025) wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 auf rd. 65 Mio. € absinken.

Vor diesem Hintergrund wird es zukünftig vor allem darauf ankommen, die bestehenden Angebote vor Ort zu stärken, nachhaltig abzusichern und zielgerichtet zu ergänzen, um über eine moderate Erhöhung der Nachfragebindung das Kaufkraftvolumen in der Stadt zu stabilisieren. Dem Treuen zugewiesenen grundzentralen Versorgungsauftrag entsprechend, ist der Fokus dabei auf eine weitere, bedarfsgerechte Qualifizierung des Grundversorgungsangebots zu lenken.

# 5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Treuen

## 5.1 Verkaufsflächen- und Branchenstruktur

Im August 2021 verfügte die Stadt Treuen in 53 Ladenschäften über eine aktiv betriebene<sup>42</sup> einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

rd. 7.930 qm.

Die Differenzierung nach Branchengruppen zeigt, dass der Sortimentschwerpunkt, wie für Grundzentren typisch und funktionsgerecht, eindeutig auf den kurzfristigen Bedarf entfällt. Im mittelfristigen Bedarf sticht das Segment Bekleidung/Schuhe hervor, welches für ein Grundzentrum vergleichsweise gut aufgestellt ist. Im langfristigen Bedarf fällt das Angebot insgesamt hingegen recht gering aus, was für ein Grundzentrum aber grundsätzlich nicht zu beanstanden ist. Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt folgendes Bild:

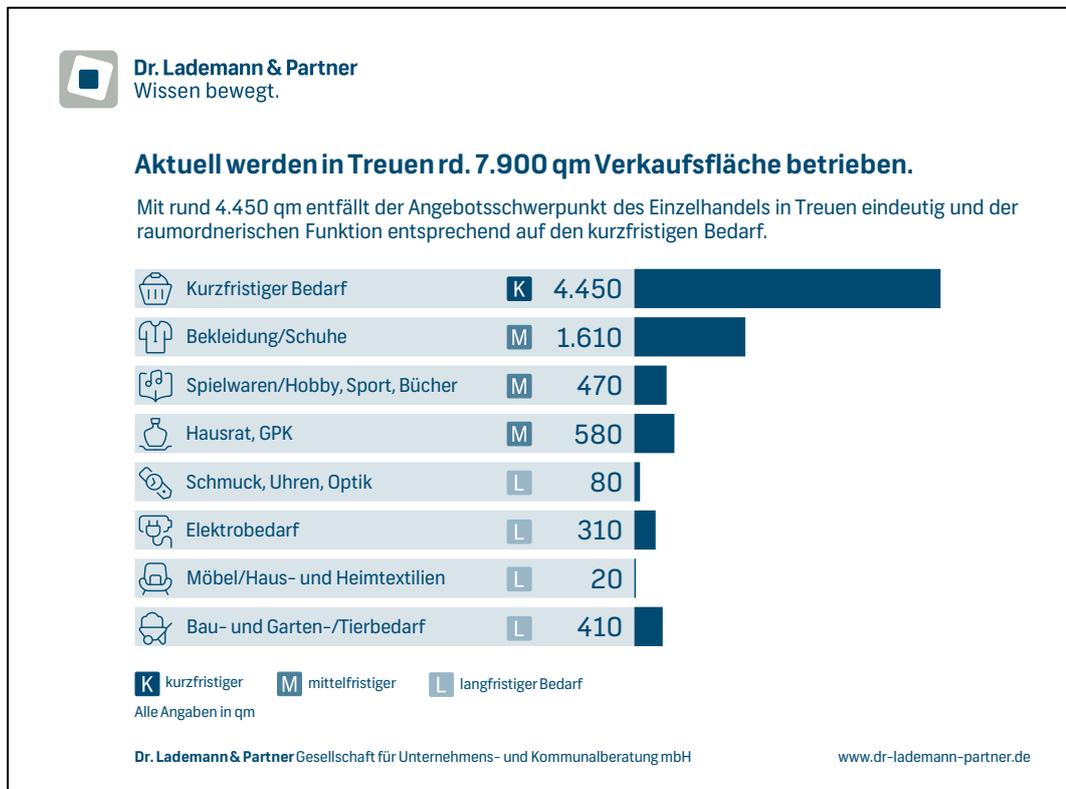


Abbildung 18: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Treuen

<sup>42</sup> Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

Insgesamt gesehen weist der Treuener Einzelhandel eine Branchenstruktur auf, die tendenziell stärker durch Verkaufsflächen des kurzfristigen Bedarfs geprägt ist:

- Mit rd. 4.450 qm entfallen rd. 56 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 51 %. Damit bedient mehr als die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe in Treuen den kurzfristigen Bedarfsbereich.
- Mit rd. 2.660 qm entfallen rd. 34 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich dabei auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 10 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 820 qm) und stellt damit die schwächste Branchengruppe in der Einzelhandelsstruktur Treuens dar. Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil rd. 19 %.

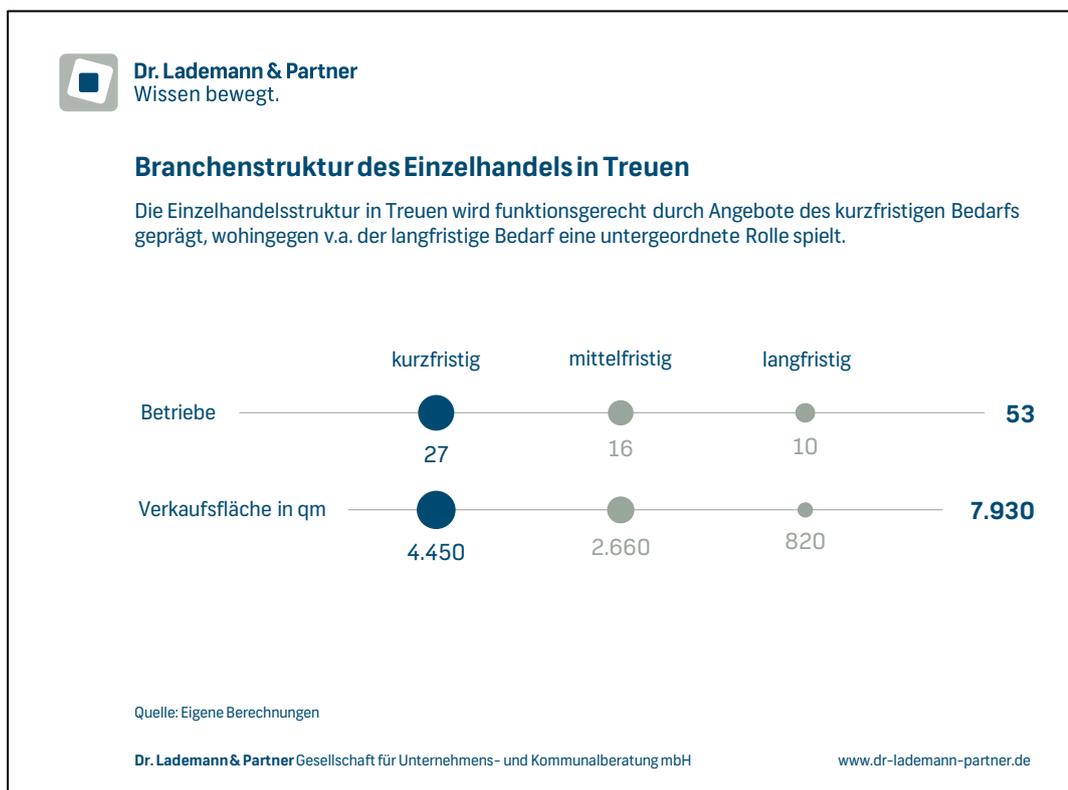


Abbildung 19: Branchenstruktur des Einzelhandels

## 5.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf eine der zentralen Fragestellungen des Gutachtens bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert aufbereitet.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der örtlichen Einzelhandelsstruktur:

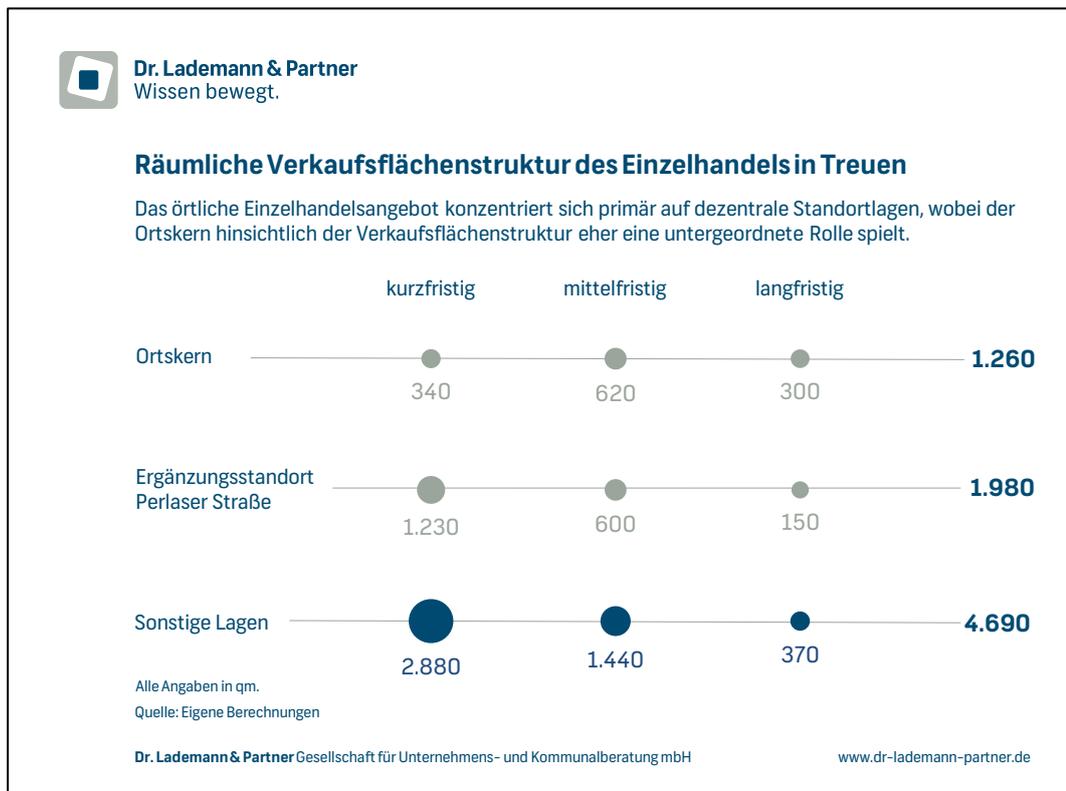


Abbildung 20: Räumlich-funktionale Struktur des Treuener Einzelhandels

Die sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteile verteilen sich auf folgende Standortlagen:

- Lediglich knapp 16 % der Gesamtverkaufsfläche in Treuen werden im **Ortskern** vorgehalten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich hier v.a. bedingt durch die sehr kleinteiligen Bebauungs- und Ladenstrukturen der Altstadt vornehmlich kleine Einzelhandelsgeschäfte konzentrieren, während großflächige Formate vollständig fehlen. Die kleinteilige Einzelhandelsstruktur im Ortskern wird auch durch einen Blick auf den Anteil der Betriebe an der Gesamtbetriebsanzahl in Treuen verdeutlicht, der im Ortskern trotz des geringen Verkaufsflächenangebots mit rd. 40 % relativ hoch ausfällt. Zudem weist der Ortskern einen relativ ausgewogenen Branchenmix auf, wobei der Verkaufsflächenschwerpunkt auf den mittelfristigen Bedarf entfällt. Hinsichtlich der Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung spielt der

Ortskern hingegen eine deutlich untergeordnete Rolle, da im Ortskern lediglich einige Spezialanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer) verortet sind.

- Auf den **Ergänzungsstandort Perlaser Straße** entfallen rd. 25 % der Gesamtverkaufsfläche in Treuen. Einen Schwerpunkt bilden hier die Sortimente des kurzfristigen Bedarfs, weshalb dieser Standort einen gewichtigen Beitrag zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung sowie der Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion leistet. Aperiodische Sortimente werden an diesem Standort ebenfalls in nennenswertem Umfang vorgehalten.
- Unter den **sonstigen Lagen** werden die übrigen Angebotsstandorte erfasst. Dabei handelt es sich vor allem um solitäre Lagen, die sich innerhalb der Kernstadt verteilen. Mit einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in Treuen von rd. 59 % kommt diesen Lagen das größte versorgungsstrukturelle Gewicht innerhalb des Stadtgebiets zu. Von besonderer Bedeutung sind hierbei die Lebensmitteldiscounter Netto (2 x) und Lidl, die sich aufgrund ihres erhöhten Flächenbedarfs, der eng an die in der Vergangenheit stetig gestiegenen Verbraucheransprüche gekoppelt ist, nicht in die kleinteiligen Bebauungsstrukturen des Ortskerns integrieren lassen. Nichtsdestotrotz leisten diese Märkte überwiegend einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung.

### 5.3 Betriebsgrößenstruktur

Hinsichtlich der **Betriebsgrößen** weist der Einzelhandel in der Stadt Treuen erwartungsgemäß kleinteilige Strukturen auf. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 150 qm Verkaufsfläche. Besonders kleinteilig sind die Strukturen dabei im Ortskern von Treuen. Hier liegt die durchschnittliche Betriebsgröße bei lediglich rd. 60 qm Verkaufsfläche. Außerhalb des Ortskerns steigt die durchschnittliche Betriebsgröße dahingegen erheblich an, da hier u.a. auch einige strukturprägende Formate des Lebensmitteleinzelhandels (> 400 qm Verkaufsfläche) angesiedelt sind.

Nach Standortbereichen ergibt sich damit folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Treuen nach Standortbereichen

Branche	Ortskern Treuen		Ergänzungsstandort		Streulage		Gesamt	
	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe
kurzfristig	7	49	4	308	16	180	27	165
mittelfristig	10	62	1	600	5	288	16	166
langfristig	4	75			6	62	10	82
<b>Summe</b>	<b>21</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>396</b>	<b>27</b>	<b>174</b>	<b>53</b>	<b>150</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Treuen nach Standortbereichen

In der Stadt Treuen gibt es derzeit **drei Betriebe, die die Schwelle zur Großflächigkeit (Verkaufsfläche > 800 qm) überschritten haben.** Dabei handelt es sich um den Norma-Discounter am Ergänzungsstandort Perlaser Straße, den Netto-Discounter in der Rudolf-Breitscheid-Straße und den Schuhfachmarkt Mayer's Markenschuhe (Werksverkauf) in Gewerbegebietslage an der Herlasgrüner Straße. Zudem verfügt der Lidl-Discounter in der Oststraße über eine Verkaufsfläche von etwa 800 qm und agiert damit nur knapp unterhalb der Großflächigkeit. Die größten Einzelhandelsbetriebe sind somit mehrheitlich dem **kurzfristigen Bedarf** zuzuordnen.

Mit Ausnahme des Schuhfachmarkts Mayer's Markenschuhe und des Sonderpostenmarkts LilaPetz (Ergänzungsstandort Perlaser Straße), der als Nonfood-Discounter aber auch andere Sortimente (u.a. Bau- und Gartenbedarf) anbietet, ist der **mittelfristige Bedarf** primär durch kleinteilige Angebote, die sich überwiegend auf den Treuener Ortskern konzentrieren, gekennzeichnet.

Sortimente des **langfristigen Bedarfsbereichs**, welche in Treuen ohnehin nur in überschaubarem Umfang vertreten sind, werden ebenfalls eher auf kleineren Flächen angeboten. Flächenextensive Formate (z.B. Baufachmarkt<sup>43</sup>, Möbelhaus), wie sie für den langfristigen Bedarf üblicherweise prägend sind, sind in Treuen nicht vertreten. Dies ist vor dem Hintergrund der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens und der überschaubaren Nachfrageplattform im Marktgebiet aber auch nicht verwunderlich. Ohne hin sei darauf hingewiesen, dass die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben des mittel- und langfristigen Bedarfs nach den in Sachsen aktuell gültigen Zielen der Raumordnung gemäß LEP 2013 (Z 2.3.2.1 Konzentrationsgebot) nicht zulässig ist. Die Ansiedlung flächenextensiver Formate wäre in Treuen also nicht raumordnungskonform.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in Treuen rd. 7.930 qm, wobei der Angebotsschwerpunkt (funktionsgerecht) auf den kurzfristigen Bedarf entfällt. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 150 qm Verkaufsfläche, wobei vor allem der traditionelle Ortskern von Treuen sehr kleinteilig strukturiert ist. Lediglich rd. 16 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots entfallen auf den Ortskern. Dieser erlangt somit ein geringes versorgungsstrukturelles Gewicht und ist auch hinsichtlich der Wahrnehmung des grundzentralen Versorgungsauftrags von untergeordneter Bedeutung. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Treuener Marktgebiet wird hingegen v.a. von den Lebensmittelmärkten außerhalb des Ortskerns (Ergänzungsstandort, Streulage) gesichert.

<sup>43</sup> Der derzeit in Treuen ansässige Baumarkt vertreibt seine Waren nur auf einer (vergleichsweise) kleinen Verkaufsfläche und ist nicht als „klassischer“ Baufachmarkt mit einem weiträumigen Einzugsgebiet zu verstehen. Dessen Angebote richten sich v.a. an die lokale Bevölkerung.

## 5.4 Leerstandssituation

Zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Begehungen standen im Ortskern mehrere Immobilien, die in der Vergangenheit augenscheinlich durch Einzelhandel oder einzelhandelsnahe Nutzungen (z.B. Dienstleistungen) belegt waren, leer. Die Leerstände verteilen sich dabei auf den gesamten Ortskern, wobei eine Ballung in den Nebenlagen (v.a. Albrecht-Dürer-Straße) erkennbar ist. Bei den leerstehenden Ladeneinheiten handelt es sich vorwiegend um relativ kleine Flächen von schätzungsweise jeweils 30 bis 50 qm potenzieller Verkaufsfläche.

**Die Leerstandssituation im Treuener Ortskern ist insgesamt als angespannt zu bewerten.** Selbst der noch bestehende Nutzungsbesatz entlang der Hauptachse (Postplatz - Königstraße - Markt) ist mit einigen leerstehenden Ladeneinheiten durchsetzt. Die Immobilien weisen dabei mehrheitlich baulich-funktionale Mängel auf und lassen sich daher nur noch schwer nachvermieten. Dies wirkt sich sowohl negativ auf die Einkaufs- und Aufenthaltsqualität als auch auf das Erscheinungsbild des Ortskerns aus.



Abbildung 21: Ehemalige Geschäftsfläche im Treuener Ortskern

Insgesamt gilt es somit, die Leerstandssituation genau zu beobachten, da diese v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden kann. So gilt es den Leerstand innerhalb des Ortskerns möglichst abzubauen und entsprechende Nachnutzungen zu fördern, um weiteren Trading-down-Effekten vorzubeugen. Allerdings dürfte sich die Nachvermietung als schwierig erweisen, da die leerstehenden Flächen, soweit einsehbar, nur über geringe Verkaufsflächengrößen verfügen und dementsprechend den heutigen Ansprüchen der Betreiber kaum noch genügen. Leistungsfähige Nahversorgungsformate, die als Frequenzbringer und Magnetbetriebe des Ortskern fungieren

könnten, werden sich in die aktuell leerstehenden Ladenlokale nicht integrieren lassen. Es kämen allenfalls kleinere und stärker spezialisierte Nahversorgungsformate (z.B. Bäcker) in Frage, die im Ortskern aber schon heute vertreten sind.

Grundsätzlich stellen Flächenzusammenlegungen von benachbarten Geschäften hinsichtlich der Beseitigung struktureller Leerstände sowie der Schaffung größerer und marktgerechter Ladenlokale ein geeignetes städtebauliches Instrument dar, welches in vielen Kleinstädten erfolgreich genutzt wird. Dabei müssen jedoch einige Voraussetzungen erfüllt sein, wobei insbesondere die Beschaffenheit der jeweiligen Ladenlokale den Erfolg einer Flächenzusammenlegung maßgeblich beeinflusst. Aufgrund der ausgeprägten Kleinteiligkeit der Bebauungs- und Geschäftsstrukturen im Treuener Ortskern würde es kaum ausreichen zwei benachbarte Ladenlokale zu vereinen, um eine attraktive und zeitgemäß dimensionierte Geschäftsfläche erzeugen zu können. Es müssten entsprechend stärker raumgreifende und mehrere Geschäftseinheiten umfassende bauliche Maßnahmen ergriffen werden. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die finanziellen und eigentumsrechtlichen Aspekte umso stärker in den Vordergrund rücken, je mehr verschiedene Flächen von der Maßnahme tangiert werden.

Erfolgreich sind Flächenzusammenlegungen deshalb vor allem dann, wenn eine leerstehende Fläche durch eine unmittelbar benachbarte, bereits aktiv betriebene und etwas größere Fläche absorbiert wird. Da das derzeit größte und aktiv betriebene Ladenlokal innerhalb des Treuener Ortskerns (Caro Drogerie) aber nicht unmittelbar an (zur Verfügung stehende) Geschäftsflächen angrenzt, lässt sich diese Fläche durch die Integration einer benachbarten Ladeneinheit auch nicht entscheidend vergrößern. Strukturprägende Nahversorgungsformate (z.B. ein Drogeriemarkt), die heute auf Verkaufsflächen von mindestens 400 qm abzielen und somit Ladenlokale mit einer Gesamtfläche von mehr als 500 qm benötigen, sind im Ortskern daher faktisch nicht entwickelbar. Die hierfür notwendige Flächendimensionierung ließe sich selbst im Zuge einer (baulich und finanziell ohnehin nur schwer umsetzbaren) Zusammenlegung mehrerer benachbarter Ladenlokale nicht ansatzweise erreichen.

Mit Blick auf die räumliche Verteilung der Ladenleerstände kommt erschwerend hinzu, dass sich die Leerstände relativ unregelmäßig über den Ortskern verteilen. Es gibt derzeit nur wenige Bereiche in denen mehrere (leerstehende) Ladenlokale in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander konzentriert sind. Dabei sind die Ladenstrukturen zudem von Wohnnutzungen, Verkehrswegen oder öffentlich genutzten Gebäuden durchsetzt (siehe Abbildung 22). Das Potenzial für Flächenzusammenlegungen wird dadurch erheblich eingeschränkt. Ohnehin würden sich derartige städtebauliche Maßnahmen angesichts der örtlichen topographischen Gegebenheiten und der damit verbundenen Fluchtversprünge (siehe Abbildungen 21 und 22) nur unter hohem baulichen und finanziellen Aufwand realisieren lassen, was wiederum sowohl die Eigentümer der Flächen als auch Investoren abschreckt.



Abbildung 22: Von Wohnnutzungen umgebene, ehemalige Geschäftsfläche im Ortskern von Treuen



Abbildung 23: Deutlicher topographischer Höhenversatz innerhalb des Treuener Ortskerns

Die Belebung des Ortskerns allein mit attraktiven Einzelhandelsangeboten wird sich auch unter zusätzlicher Berücksichtigung der aufgezeigten Entwicklungstrends im Einzelhandel und der restriktiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Treuen zukünftig kaum realisieren lassen. Deshalb sollte auch auf eine Nachnutzung

leerstehender Ladenlokale durch zentrenergänzende Funktionen wie Dienstleistungen und Gastronomie hingearbeitet werden. Aber auch das Thema Innerstädtisches Wohnen kann an hierfür geeigneten Standorten eine stärkere Rolle spielen. Zudem sollten sich die Maßnahmen auf einzelne Bereiche innerhalb des Ortskerns konzentrieren, die auch heute noch einen zentrentypischen Nutzungsbesatz aufweisen.

## 5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels in Treuen

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber sowie der erhobenen Verkaufsfläche geschätzt. Demnach beläuft sich der **Bruttoumsatz** aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Treuen (bereinigt um die temporären Effekte der Covid-19-Pandemie<sup>44</sup>) aktuell auf **rd. 28,2 Mio. €**.

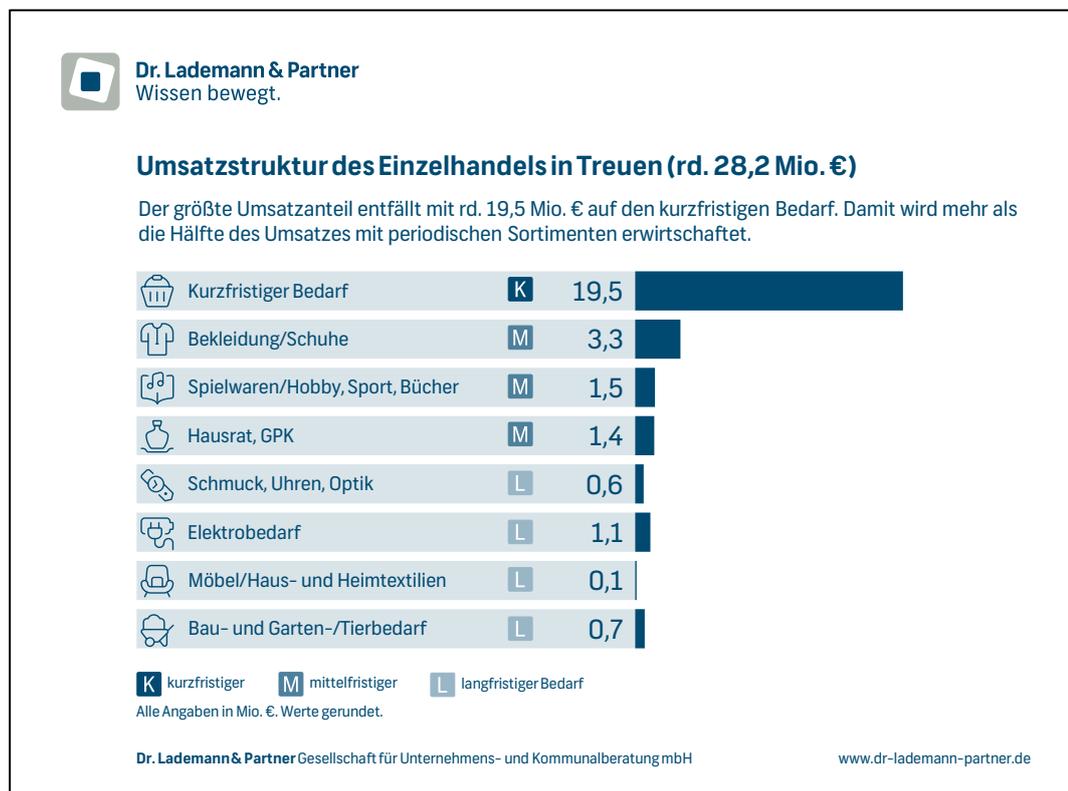


Abbildung 24: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Treuen

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche **Flächenproduktivität** von etwa 3.600 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr. Die Flächenleistung wird dabei insbesondere von dem tendenziell umsatzstarken kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfsbereich geprägt.

<sup>44</sup> Die für 2020 (und das erste Halbjahr 2021) vorliegenden Umsatzzahlen des Einzelhandels zeigen, dass bundesweit der Einzelhandel mit periodischen Bedarfsgütern erhebliche Umsatzzuwächse erzielen konnte. Im mittel- und langfristigen Bedarf waren dagegen aufgrund der angeordneten Geschäftsschließungen teils dramatische Umsatzrückgänge zu beobachten. Lediglich im Segment Fahrräder sowie im Bau- und Gartenbedarf konnte der stationäre Nonfood-Einzelhandel 2020 an Umsatz zulegen.

Dämpfend auf die erzielbare durchschnittliche Flächenleistung wirken das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau in der Stadt Treuen sowie die bestehenden und z.T. intensiven interkommunalen Wettbewerbseffekte, die aus der erhöhten Angebotsdichte im Treuener Umland (v.a. in Richtung Osten) resultieren.

Wie die Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen (Abbildung 20) zeigt, entfällt der Umsatzschwerpunkt im Grundzentrum Treuen funktionsgerecht deutlich auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels in Treuen beträgt dabei rd. 69 % (rd. 19,5 Mio. €). Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.400 € je qm Verkaufsfläche und fällt damit im Branchenvergleich erwartungsgemäß am höchsten aus. Diese wird dabei vor allem von den umsatzstarken Lebensmitteldiscountern (v.a. Lidl) getrieben.

Auf den **mittelfristigen Bedarf** entfällt mit rd. 6,1 Mio. € etwas mehr als ein Fünftel des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 2.300 Mio. € je qm Verkaufsfläche. Während die fachmarktorientierten und eher discountbasierten Anbieter (Mayer's Markenschuhe, LilaPetz) eher geringere Flächenleistungen erzielen, erreichen die kleinteiligen Fachgeschäfte tendenziell ein etwas höheres Produktivitätsniveau.

Da der Angebotsbestand bei den **langfristigen Sortimenten** insgesamt sehr überschaubar ausfällt, liegt auch der Umsatzanteil bei relativ niedrigen rd. 9 % (rd. 2,5 Mio. €). Die Flächenproduktivität fällt mit rd. 3.100 € je qm Verkaufsfläche für diesen Bedarfsbereich allerdings verhältnismäßig hoch aus, da das örtliche Angebot weniger durch die branchentypischen flächenextensiven Angebotsformate mit geringer Flächenproduktivität (z.B. Möbelhaus), sondern stattdessen vielmehr durch mehrere kleine Fachgeschäfte mit höherpreisigen Produkten (z.B. Optiker) geprägt ist. Insgesamt spielt der langfristige Bedarf bei der Umsatzstruktur des Treuener Einzelhandels eine deutlich untergeordnete Rolle.

Nach **Standortlagen** betrachtet, werden von dem gesamten in Treuen generierten Umsatzvolumen lediglich rd. 18 % (rd. 5 Mio. €) im Ortskern erwirtschaftet. Dieser nimmt somit auch bei der Umsatzbetrachtung eine deutlich untergeordnete Rolle im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge ein. Der im Ortskern erzielte Einzelhandelsumsatz entfällt dabei zu nahezu gleichen Anteilen auf den kurzfristigen sowie den mittelfristigen Bedarf. Bezogen auf den kurzfristigen Bedarf werden allerdings lediglich knapp 10 % des städtischen Gesamtumsatzes innerhalb des Ortskerns erwirtschaftet, was verdeutlicht, dass dem Ortskern nur eine eingeschränkte Bedeutung hinsichtlich der Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion zugesprochen werden kann.

Ein ähnlich großer Umsatzanteil entfällt mit rd. 20 % (bzw. rd. 5,7 Mio. €) auf den Ergänzungsstandort Perlaser Straße, wobei hier der kurzfristige Bedarf eindeutig den Umsatzschwerpunkt darstellt. In Hinblick auf den kurzfristigen Bedarf erwirtschaftet

dieser Standortbereich etwas mehr als ein Fünftel des gesamtstädtischen Umsatzvolumens im Einzelhandel. Den insgesamt größten Anteil am Gesamtumsatz (rd. 17,5 Mio. € bzw. rd. 62 %) erwirtschaften die Sonstigen Lagen. Hierzu tragen v.a. die in Streulage befindlichen Lebensmitteldiscounter (Netto [2x] und Lidl) bei.

#### Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Treuener Einzelhandels

Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenpro- duktivität*
Kurzfristiger Bedarf	4.450	19,5	4.400
Nahrungs- und Genussmittel	3.910	17,1	4.400
Gesundheits- und Pflegeartikel	480	2,2	4.500
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	380	1,4	3.700
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	100	0,8	7.600
Tiernahrung	60	0,2	3.700
Mittelfristiger Bedarf	2.660	6,1	2.300
Bekleidung/Wäsche	840	2,2	2.600
Schuhe, Lederwaren	770	1,1	1.400
Spielwaren, Hobbybedarf	70	0,2	3.000
Sportbedarf, Camping	60	0,2	2.800
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	340	1,1	3.100
Hausrat, GPK	580	1,4	2.400
Langfristiger Bedarf	820	2,5	3.100
Optik	40	0,3	6.400
Schmuck, Uhren	40	0,4	9.000
Elektrobedarf	310	1,1	3.600
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	20	0,1	3.700
Möbel	0	0,0	
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	410	0,7	1.700
<b>Summe/Mittelwert</b>	<b>7.930</b>	<b>28,2</b>	<b>3.600</b>

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. \*€ je qm Verkaufsfläche.

**Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Treuener Einzelhandels**

Umsatzseitig wird der Treuener Einzelhandel funktionsgerecht deutlich durch den kurzfristigen Bedarf dominiert. Im Hinblick auf die unterschiedlichen Standortlagen muss festgehalten werden, dass der Ortskern eine deutlich untergeordnete Rolle im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge einnimmt, wohingegen der größte Umsatzanteil auf dezentrale Standortlagen innerhalb des Stadtgebiets entfällt.

## 5.6 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben

Für die folgenden einzelhandelsrelevanten Planvorhaben lagen in der (jüngeren) Vergangenheit bzw. liegen derzeit Anfragen bei der Stadtverwaltung Treuen vor:

- Die discountorientierte Einzelhandelskette **Lidl strebt eine Weiterentwicklung ihres Bestandsmarkts** an der Oststraße im nördlichen Teil des Treuener Kernstadtgebiets an. Dabei ist am Bestandsstandort eine Erweiterung des Lidl-Markts von derzeit etwa 800 qm auf dann etwa 1.300 qm Verkaufsfläche geplant. Die hierfür notwendige Baugenehmigung liegt dem Vorhabenträger bereits vor, sodass der Umsetzung des Vorhabens von genehmigungsrechtlicher Seite nichts mehr im Wege steht. Wenngleich seit der Erteilung der Baugenehmigung bereits einige Zeit verstrichen ist und das Planvorhaben bislang noch nicht realisiert wurde, ist damit zu rechnen, dass das Vorhaben in den kommenden Jahren in die Umsetzung gebracht werden wird. Dr. Lademann & Partner gehen deshalb davon aus, dass der erweiterte Lidl-Markt bis zum Jahr 2025 bereits am Markt aktiv sein wird. Dies wurde in den nachfolgenden Kapiteln entsprechend berücksichtigt.
- Auf einem **weitläufigen und aktuell noch unbebauten Areal an der Perlaser Straße**, welches sich unmittelbar nördlich an die Bestandsbebauung bzw. den dort bereits befindlichen Einzelhandelsstandort (Ergänzungsstandort Perlaser Straße) anschmiegt, plant ein Projektentwickler die **Ansiedlung mehrerer Einzelhandelsbetriebe**. Für dieses Planvorhaben liegt bereits ein Bebauungsplan im Vorentwurf (Bebauungsplan Sondergebiet „Einzelhandel an der Perlaser Straße“) vor, der für den Großteil der betreffenden Fläche die Ausweisung eines Sondergebiets mit der Zweckbestimmung „großflächiger Einzelhandel“ gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO vorsieht.

Dem B-Plan-Entwurf kann entnommen werden, dass neben der Ansiedlung eines Supermarkts bzw. eines Lebensmittelvollsortimenters (max. 1.990 qm Verkaufsfläche zzgl. Bäcker/Fleischer mit max. je 50 qm) sowie eines Lebensmitteldiscounters (max. 1.050 qm Verkaufsfläche) die ergänzende Realisierung weiterer Fachmarktfomate (mit bis zu 400 qm, 600 qm bzw. 700 qm Verkaufsfläche) geplant ist, wobei konkret auch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts zur Diskussion steht. Bei vollständiger Realisierung aller Vorhabenkomponenten würde sich die Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens auf insgesamt rd. 4.800 qm belaufen, wobei der Schwerpunkt ganz überwiegend im periodischen Bedarf liegen soll. Dieses Planvorhaben gilt es vor dem Hintergrund der identifizierten Versorgungsdefizite im Grundzentrum Treuen sowie der definierten Ziele des Einzelhandelskonzepts zu bewerten und einzuordnen.

- Bereits im Jahr 1991 beabsichtigte ein Investor die **Errichtung eines Verbrauchermarkts** auf einem etwa 20.000 qm umfassenden Baugrundstück in der ehemals selbstständigen Gemeinde Eich, welche 1999 nach Treuen eingemeindet wurde und heute einen Ortsteil der Stadt Treuen darstellt. Konkret befindet sich das

hierfür vorgesehene Areal südöstlich der Kreuzung S 299/Rebesgrüner Straße und damit in verkehrsgünstiger, aber räumlich deutlich von den Siedlungsstrukturen des heutigen Treuener Ortsteils Eich abgesetzter Lage. Um das Vorhaben realisieren zu können, wurde zum damaligen Zeitpunkt ein Vorhaben- und Erschließungsplan erarbeitet, welcher für die betreffende Fläche ein Sondergebiet nach § 11 BauNVO festsetzt. Ziel des Vorhaben- und Erschließungsplans, welcher im Mai 1991 durch das Regierungspräsidium Chemnitz genehmigt worden ist und somit Rechtskraft erlangte, war die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts für Lebensmittel und sonstige Waren im Non-Food-Bereich mit einer Verkaufsfläche von 1.800 qm netto.

Aus den Gutachtern unbekanntem Gründen wurde das Vorhaben aber bis heute nicht in die Umsetzung gebracht, sodass der hierfür aufgestellte Vorhaben- und Erschließungsplan seinen Zweck bislang nicht erfüllen konnte. Inwiefern konkrete Entwicklungsabsichten für das Areal bestehen, entzieht sich ebenfalls der Kenntnis von Dr. Lademann & Partner. Da der Vorhaben- und Erschließungsplan seine Gültigkeit allerdings nach wie vor besitzt, könnte das damalige Vorhaben theoretisch auch heute noch jederzeit realisiert werden. Wengleich die Aussagen aus einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept bestehendes Baurecht nicht tangieren, soll die damalige Planung nach heutigen Gesichtspunkten kurz bewertet und in die zentralen Zielstellungen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eingeordnet werden.

## 6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

### 6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Treuen

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Treuen einen Wert von

**rd. 1.020 qm je 1.000 Einwohner (1,0).**

Differenziert nach den unterschiedlichen Einzelhandelsbranchen fällt die Angebotssituation des Treuener Einzelhandels allerdings sehr unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Treuen im Vergleich			
Branchen	Flächendichte*		
	Treuen	Spannbreite Grundzentren**	Freistaat Sachsen***
periodischer Bedarf	571	570-1.000	530
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	207	130-320	240
Sonstige Hartwaren	145	140-370	220
Elektrobedarf/elektronische Medien	40	20-70	80
Möbel/Haus- und Heimtextilien	3	50-290	280
Bau- und Gartenbedarf	53	90-240	340
<b>Summe</b>	<b>1.018</b>	<b>2.190 - 2.880</b>	<b>1.690</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

\* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

\*\* Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner

\*\*\* Vergleichswerte aus dem Handelsatlas Sachsen 2015.

**Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich**

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.800 qm je 1.000 Einwohner (im Freistaat Sachsen bei etwa 1.700 qm je 1.000 Einwohner). Damit liegt die Flächenausstattung in Treuen rein rechnerisch sowohl deutlich unter dem Bundeschnitt als auch deutlich unter dem Landesschnitt des Freistaats Sachsen. Allerdings liegen die Verkaufsflächendichten von Grundzentren – in Abhängigkeit von der Größe des überörtlichen Marktgebiets des Einzelhandels und der interkommunalen Wettbewerbssituation – oftmals unterhalb der bundesdeutschen Durchschnittswerte. Für den unteren Bereich der Spannbreite für Grundzentren haben Dr. Lademann & Partner einen Wert von rd. 1.220 qm je 1.000 Einwohner ermittelt. Selbst diesen Wert kann die Stadt Treuen aktuell jedoch nicht erreichen. Während sich die Flächendichten bei den mittelfristigen Segmenten Bekleidung/Schuhe und Sonstige Hartwaren sowie beim

Elektrobedarf innerhalb der sortimentspezifischen Spannbreite bewegen, weisen v.a. die weiteren Branchen des langfristigen Bedarfs (v.a. Möbel/Haus- und Heimtextilien) Werte auf, die sehr niedrig sind und damit deutlich außerhalb der jeweiligen Spannbreite liegen. Für den periodischen Bedarf ergibt sich hingegen ein Wert, der zwar leicht über dem Durchschnittswert für den Freistaat Sachsen, jedoch am unteren Ende der für Grundzentren typischen Spannbreite rangiert.

Berücksichtigt man zusätzlich, dass die Stadt Treuen auch auf einen, wenn auch überschaubaren, raumordnerisch zugewiesenen überörtlichen Verflechtungsbereich zugreifen kann (Gemeinde Neuensalz), welcher sich nicht mit dem Verflechtungsbereich anderer zentraler Orte überlappt und für welchen das Grundzentrum Treuen die gleichen Grundversorgungsaufgaben wahrnehmen soll wie für das eigenen Stadtgebiet, ist die ermittelte Verkaufsflächendichte etwas zu relativieren. Bezogen auf den gesamten grundzentralen Verflechtungsbereich (Nahbereich) beläuft sich die Verkaufsflächendichte nur auf knapp 800 qm je 1.000 Einwohner.<sup>45</sup> Zudem ist der relativ hohe Ependlerüberschuss zu berücksichtigen, der zusätzliche Kaufkraftpotenziale induziert.

Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der raumordnerisch zugewiesenen Versorgungsfunktion lassen sich für den Treuener Einzelhandel grundsätzlich also noch gewisse Ausbaupotenziale ableiten. Als Grundzentrum hat Treuen dabei den Anspruch bzw. den Auftrag, die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung sowie der Bevölkerung im überörtlichen Verflechtungsbereich adäquat und nachhaltig sicherzustellen. Dabei wird der örtliche Einzelhandel durch den scharfen interkommunalen Wettbewerb sowie den Vormarsch des Online-Handels aber unter Druck gesetzt, was die Entwicklungsmöglichkeiten desselben einschränkt. **Umso wichtiger erscheint es, das örtliche Angebot so zu attraktiveren, dass die Kaufkraft möglichst im Ort gehalten werden kann.** Dementsprechend lassen sich noch Spielräume für die Verkaufsflächenentwicklung in Treuen ableiten, die vor allem zur Sicherung, Stärkung und Entwicklung grundzentraler Angebote im Bereich des kurzfristigen Bedarfs eingesetzt werden sollten.

Die Verkaufsflächendichte in Treuen liegt mit rd. 1.020 qm je 1.000 Einwohner sowohl unter dem Bundes- als auch unter dem Landes-schnitt und ist dabei unter Berücksichtigung des überörtlichen Verflechtungsbereichs sogar noch zu relativieren. Dies gilt auch für den kurzfristigen Bedarf. Um den grundzentralen Versorgungsaufgaben auch zukünftig weiter nachkommen zu können, sollten die daraus abzuleitenden Entwicklungsspielräume für die Erhaltung und Entwicklung attraktiver Nahversorgungsangebote eingesetzt werden.

<sup>45</sup> Hierbei bleiben Verkaufsflächenbestände im Umland bzw. in der Gemeinde Neuensalz allerdings unberücksichtigt. Wenngleich sich hier nur ein sehr rudimentärer Einzelhandelsbestand wiederfinden lässt, wird die Verkaufsflächendichte bezogen auf den Verflechtungsbereich wohl leicht höher ausfallen.

## 6.2 Bedeutung des Ortskerns im Einzelhandelsgefüge

Zum Zeitpunkt der Erhebungen verfügte der Treuener Ortskern in insgesamt 21 Ladengeschäften<sup>46</sup> über eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von **rd. 1.260 qm**. Der Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt beläuft sich auf **rd. 5 Mio. €**.

**Branchenseitig** zeigt der Einzelhandel im Treuener Ortskern folgendes Bild:

- Mit rd. 340 qm entfällt etwas mehr als ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche des Ortskerns auf den **kurzfristigen Bedarf**, wobei ein Drogeriefachgeschäft (Drogerie Caro) den größten Anbieter darstellt.
- Der größte Anteil an der Gesamtverkaufsfläche des Ortskerns entfällt mit rd. 620 qm bzw. rd. 49 % auf den **mittelfristigen Bedarf**. Somit werden auf etwa der Hälfte der Verkaufsfläche des Ortskerns mittelfristige Sortimente angeboten, wobei eine kleinteilige Fachgeschäftsstruktur prägend ist.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden rd. 300 qm Verkaufsfläche (rd. 24 % der Gesamtverkaufsfläche im Ortskern) innerhalb des Ortskerns vorgehalten, womit der geringste Angebotsbestand auf diesen Bedarfsbereich entfällt.



Abbildung 25: Sortimentsstruktur des Einzelhandels im Ortskern von Treuen

<sup>46</sup> Die räumliche Abgrenzung des Ortskerns wird zu einem späteren Zeitpunkt vorgenommen.

Wie bereits dargestellt, ist das Angebot im Ortskern von Treuen insgesamt sehr kleinteilig strukturiert. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei lediglich rd. 60 qm. Darüber hinaus ist darauf zu verweisen, dass einige Ladeneinheiten, neben der ohnehin suboptimalen Verkaufsflächengröße, nicht mehr den Ansprüchen an moderne und leistungsfähige Immobilien entsprechen. Hieraus resultieren in einigen Teilbereichen (auch entlang der Hauptgeschäftsachse) **erhebliche Vermietungsschwierigkeiten und ein Investitionsstau.**

Angesichts der sehr kleinteiligen Bebauungs- und Ladenstruktur und zusätzlich bedingt durch die topografischen Gegebenheiten innerhalb und unmittelbar außerhalb des Ortskerns (deutlicher Höhenversatz innerhalb des Ortskerns sowie nochmals deutlicher Höhenversprung zwischen dem Postplatz und der Bahnhofstraße) sind im Ortskern von Treuen keine größeren Ladeneinheiten zu finden. **Es fehlt vollständig an großflächigen und strukturprägenden Anbietern**, die als Magnetbetriebe und Frequenzbringer fungieren könnten. Aufgrund eines Mangels an ortskernnah gelegenen und ausreichend groß dimensionierten Potenzialflächen wird es auch künftig nicht gelingen können, großflächige Einzelhandelsbetriebe in den Ortskern zu integrieren bzw. diese in unmittelbarer räumlicher Nähe zu diesem anzusiedeln. Das sich größere Ladenflächen auch im Zuge von Flächenzusammenlegungen kaum realisieren lassen werden, wurde in Kapitel 5.4. bereits umfassend thematisiert. Um grundzentrale Versorgungsangebote, die in Ergänzung zu den kleinteiligen und stärker spezialisierten Angeboten im Ortskern stehen würden, aber dennoch entwickeln und dem zugewiesenen Versorgungsauftrag damit adäquat nachkommen zu können, muss daher zwangsläufig auf (möglichst siedlungsstrukturell integrierte) Potenzialflächen außerhalb des Ortskerns zurückgegriffen werden.



Abbildung 26: Die Königstraße im Ortskern von Treuen

Bei der Betrachtung des **Verkaufsflächenanteils des Ortskerns** an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Treuen zeigt sich mit knapp 16 % ein relativ geringer Wert, der die untergeordnete Rolle des Ortskerns im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge verdeutlicht. Dies gilt im Besonderen auch für den kurzfristigen Bedarf, wo lediglich rd. 8 % der Gesamtverkaufsfläche auf den Ortskern entfallen. Hinsichtlich der Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktionen von Treuen ist der Ortskern somit von stark untergeordneter Bedeutung.

Wenngleich der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche auch bei den mittel- und langfristigen Sortimenten eher gering ausfällt, weist der Ortskern aktuell einen insgesamt erfreulichen Branchenmix auf. Dieser wird durch eine größere Zahl von Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben arrondiert. Zudem kann der Ortskern in Teilen mit erhöhten städtebaulichen Qualitäten (z.B. am Marktplatz) aufwarten, die es im Sinne einer Erhöhung der Verweilqualität allerdings noch stärker zu nutzen (z.B. durch eine attraktive Sitzmöblierung) gilt.



**Abbildung 27: Der Treuener Marktplatz**

Da der kleinteilige Innenstadteinzelhandel durch die demografischen Entwicklungen im ländlichen Raum und die Wachstumsdynamik des Online-Handels, die durch die Corona-Pandemie zuletzt nochmals verstärkt wurde, stark unter Druck gesetzt wird, droht perspektivisch die Gefahr weiterer Marktaustritte im Nonfood-Einzelhandel. Da der Treuener Ortskern in Teilen bereits heute nicht mehr als konzentrierter Einzelhandelsstandort wahrgenommen werden kann, wäre hiermit ein weitgehender bzw. sogar vollständiger Funktionsverlust verbunden. Einem weiteren Angebotsausbau bei den zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb des Ortskerns sollte daher restriktiv begegnet werden, um den Treuener Ortskern nicht weiter zu schwächen und dessen Funktionsfähigkeit und Entwicklungsperspektiven nicht noch weiter einzuschränken.

## Einzelhandelsstruktur der Treuener Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Anteil Ortskern an der Gesamt-VKF
Kurzfristiger Bedarf	340	8%
Nahrungs- und Genussmittel	150	4%
Gesundheits- und Pflegeartikel	180	38%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	130	34%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	50	50%
Tiernahrung	10	17%
Mittelfristiger Bedarf	620	23%
Bekleidung/Wäsche	170	20%
Schuhe, Lederwaren	60	8%
Spielwaren, Hobbybedarf	20	29%
Sportbedarf, Camping	50	83%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	160	47%
Hausrat, GPK	160	28%
Langfristiger Bedarf	300	37%
Optik	40	100%
Schmuck, Uhren	0	0%
Elektrobedarf	150	48%
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	20	100%
Möbel	0	0%
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	90	22%
<b>Summe/Mittelwert</b>	<b>1.260</b>	<b>16%</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 10: Verkaufsflächenanteil des Ortskerns an der Gesamtverkaufsflächen Treuens**

Der Ortskern von Treuen verfügt mit rd. 1.260 qm in 21 Ladengeschäften über einen Anteil von lediglich rd. 16 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot und erlangt damit nur eine stark untergeordnete Bedeutung im örtlichen Einzelhandelsgefüge. Dies gilt insbesondere für die kurzfristigen Sortimente, die im Ortskern nur in einem sehr geringen Umfang angeboten werden. Zudem fehlt es dem Ortskern an strukturprägenden Anbietern mit frequenzerzeugender Magnetwirkung, die sich angesichts der sehr kleinteiligen Bebauungsstrukturen innerhalb und unmittelbar außerhalb des Ortskerns aber auch perspektivisch kaum werden ansiedeln lassen.

## 6.3 Nahversorgungssituation in Treuen

Eines der zentralen Ziele der Einzelhandels- und Stadtentwicklung ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Für Grundzentren wie Treuen gilt dies in besonderem Maße, da ihnen diese Aufgabe vonseiten der Raumordnung explizit zugewiesen wird.

Im Stadtgebiet von Treuen sind mit Stand Oktober 2021 insgesamt vier strukturprägende Lebensmittelbetriebe (Lidl, zweimal Netto und Norma) mit insgesamt knapp 3.200 qm Verkaufsfläche<sup>47</sup> ansässig. Der Norma-Markt sowie einer der beiden Netto-Märkte (Rudolf-Breitscheid-Straße) überschreiten dabei auch die Grenze zur Großflächigkeit von 800 qm Verkaufsfläche. Hinzu kommen noch ein Getränkemarkt, zahlreiche Kleinflächen (z.B. Lebensmittelhandwerk, Drogeriefachgeschäft) sowie die Randsortimente anderer Anbieter (z.B. LilaPetz). Inklusive aller Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die Flächendichte im kurzfristigen Bedarf bei

**ca. 570 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner**, bezogen auf das Stadtgebiet.

Die stadtgebietsbezogene Verkaufsflächendichte liegt damit leicht oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 540 qm je 1.000 Einwohner und weist auf eine moderate Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf hin. Allerdings muss die Verkaufsflächendichte vor dem Hintergrund relativiert werden, dass die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz dem grundzentralen Verflechtungsbereich von Treuen ebenfalls vollständig zugeordnet ist und dieser somit eine überörtliche Ausdehnung erfährt. Entsprechend muss davon ausgegangen werden, dass die Verbraucher aus Neuensalz auch auf Versorgungsangebote in Treuen orientiert sind. Bezogen auf den grundzentralen Verflechtungsbereich liegt die Flächendichte im kurzfristigen Bedarf bei lediglich rd. 450 qm je 1.000 Einwohner<sup>48</sup>. Die quantitative Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt aber ohnehin noch nichts über die **Qualität der Nahversorgung** sowie über die **räumliche Verteilung des Angebots** aus.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen – Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 600 qm kartiert. Die 700-m-Isochronen um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich 5 bis 10 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die nachfolgende Karte zeigt, ist der von Wohnstrukturen geprägte Teil des **Kernstadtgebiets räumlich derzeit sehr gut versorgt**. Dies ist vor allem auf die relativ zentrale Lage der beiden Netto-Märkte sowie des Norma-Markts zurückzuführen,

<sup>47</sup> Inklusive aperiodischer Randsortimente.

<sup>48</sup> Ggf. vorhandene Verkaufsflächenbestände in Neuensalz bleiben auch bei dieser Betrachtung unberücksichtigt.

welche die Nahversorgung in weiten Teilen des Kernstadtgebiets absichern. Der im nördlichen Kernstadtgebiet gelegene Lidl-Markt trägt aufgrund seiner Gewerbegebietslage etwas abseits der kernstädtischen Wohnstrukturen hingegen zum überwiegenden Teil dem autokundenorientierten Versorgungseinkauf (z.B. für Pendler) Rechnung. Insgesamt sind für weite Teile der Kernstadtbevölkerung mehrere Einkaufsalternativen vorhanden, wodurch eine wohnortsbezogene Versorgung fast flächendeckend gewährleistet ist.

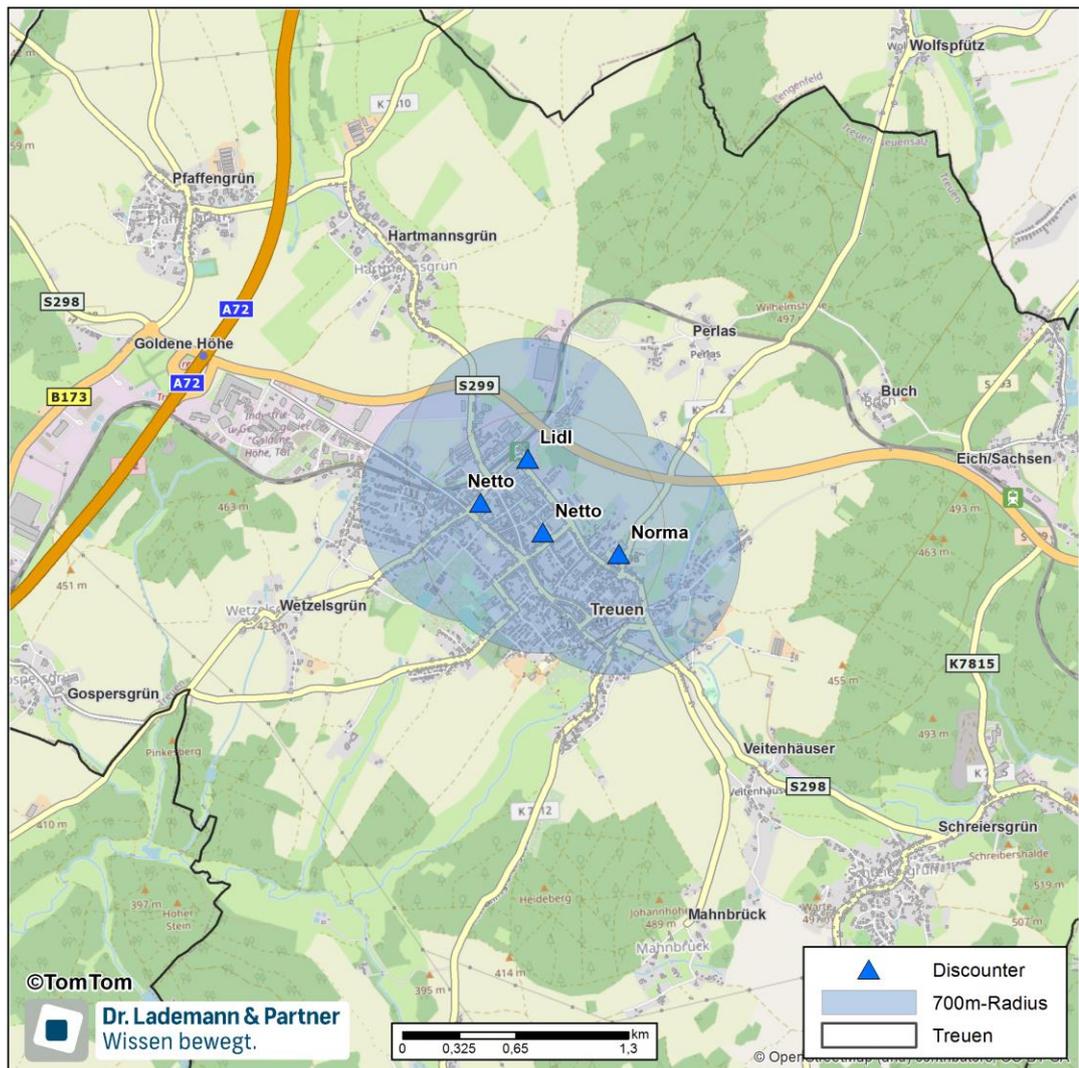


Abbildung 28: Nahversorgungssituation in Treuen

Im Sinne einer wohnortnahen, flächendeckenden Versorgungsstruktur sollten die wohngebietsintegrierten Nahversorgungsstandorte zukunftsfähig abgesichert werden. Diesen Standorten sollte die Möglichkeit eingeräumt werden, sich maßvoll weiterzuentwickeln, um sich an die aktuellen Marktanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels anpassen zu können (siehe hierzu auch Kapitel 8).

Es zeigt sich weiterhin, dass in den dünn besiedelten Randgebieten der Kernstadt sowie den peripheren Ortsteilen der Stadt Treuen, die sich relativ dispers um die Kernstadt verteilen, Versorgungslücken bestehen. Diese werden angesichts wenig kompakter Siedlungsstrukturen und der z.T. abgelegenen Lage der Ortsteile auch künftig kaum zu schließen sein. Wenngleich es Formate gibt, die ausschließlich auf die Nahversorgung der Bevölkerung in kleinen Einzugsbereichen ausgerichtet sind (u.a. Nahkauf als Format der Rewe-Gruppe), ist die Ansiedlung eines solchen Anbieters v.a. aufgrund der stark begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenziale in den peripheren Ortsteilen unrealistisch. Hier kommt es darauf an, alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu schaffen sowie die örtlichen verkehrlichen Erreichbarkeiten, und dabei insbesondere den ÖPNV<sup>49</sup> zu sichern und ggf. zu ertüchtigen<sup>50</sup>.

Als alternatives Versorgungsmodell lässt sich beispielsweise ein Nachbarschafts- bzw. Bürgerladen anführen, der sich dadurch auszeichnet, dass er auf ehrenamtlicher Basis von den örtlichen Bewohnern (z.B. im Rahmen eines Vereines oder einer Genossenschaft) betrieben wird, keine Gewinnabsichten verfolgt und auf kleiner Fläche ein Sortiment der Grundversorgung (v.a. Lebensmittel) anbietet. Um das Angebot dabei auch tatsächlich auf die örtliche Nachfrage zuschneiden zu können, können engagierte Bürger bei der Sortimentsgestaltung und Preispolitik mitwirken. Damit verbunden soll auch erreicht werden, dass sich die Bürger in hohem Maße mit ihrem Laden identifizieren und dort bevorzugt einkaufen, denn eine hohe Kaufkraftabschöpfung im Ort ist die Basis der wirtschaftlichen Tragfähigkeit eines Bürgerladens. Letztlich hat die Stadt Treuen allerdings nur sehr begrenzten Einfluss auf die Etablierung eines solchen Ladens, da hierfür ein großes und dauerhaftes Engagement seitens der örtlichen Bevölkerung notwendig ist.

Nicht-stationäre Versorgungsmodelle können eine weitere Alternative darstellen, um die Grundversorgung auch in dörflich geprägten Siedlungsbereichen und für weniger mobile Bevölkerungsgruppen sicherstellen zu können. Mobile Angebote sind dabei vor allem dort interessant, wo stationäre Versorgungsstrukturen an wirtschaftliche Tragfähigkeitsgrenzen stoßen. Die sog. „mobilen Supermärkte“ fahren zentral gelegene und wohnungsnahe Haltepunkte an und offerieren den Bewohnern ein Grundversorgungsangebot „aus dem Auto heraus“. Dabei besteht teilweise die Möglichkeit im Vorfeld bestimmte Artikel zu bestellen, da ein mobiler Supermarkt nur bedingt dazu in der Lage ist, den vollen Sortimentsumfang eines stationären Anbieters anzubieten. Das solche mobilen Versorgungsmodelle durchaus erfolgreich sein können, haben in den vergangenen Jahren Beispiele aus den Niederlanden gezeigt, wo sich Liederdienste für

---

<sup>49</sup> Vor dem Hintergrund der schrumpfenden Bevölkerungsplattform und der gleichzeitig fortschreitenden demografischen Alterung wird es perspektivisch v.a. darauf ankommen, bedarfsorientierte Formen des ÖPNV (z.B. Rufbusse oder Sammeltaxis) zu etablieren, um eine gute verkehrliche Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote für alle Teile der Bevölkerung aufrechtzuerhalten bzw. verbessern zu können.

<sup>50</sup> Gleiches gilt im Übrigen auch für die Gemeinde Neuensalz, deren Siedlungsgebiet relativ stark zersplittert ist. Die Ansiedlung „klassischer“ Nahversorgungsformate wird hier ebenfalls kaum möglich sein, weshalb die Sicherung der Grundversorgung für die dortige Bevölkerung dem Grundzentrum Treuen aufgetragen wurde.

Lebensmittel einer hohen Akzeptanz erfreuen. Dort greifen nicht nur ältere und auf Bringdienste angewiesene Bevölkerungsgruppen, sondern regelmäßig auch jüngere Familien auf derartige Angebote zurück.

Letztlich können auch durch Nachbarschaftshilfe getragene Versorgungsansätze dazu beitragen, allen Bevölkerungsschichten den Zugang zu Grundversorgungsangeboten zu ermöglichen. Bürgergetragene Fahrgemeinschaften stellen hierfür ein Beispiel dar. Wenngleich der Impuls zur Organisation einer solchen gemeinnützigen Fahrgemeinschaft („Bürgerbus“) grundsätzlich auch von der Kommune ausgehen kann, ist für den langfristigen Erhalt die Einsatzbereitschaft der örtlichen Bevölkerung zwingend erforderlich. Hierauf kann die Stadt wiederum nur bedingt einwirken.

Bei den strukturprägenden Lebensmittelmärkten im Treuener Stadtgebiet handelt es sich um vier Lebensmitteldiscounter. Unter **qualitativen Gesichtspunkten** wird die Nachfrage nach periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Gütern (ohne Berücksichtigung des Getränkemarkts sowie der kleinteiligen Angebote) somit derzeit ausschließlich von discountbasierten Anbietern bedient. Wie die nachstehende Tabelle zeigt, liegt der Anteil vollsortimentierter Angebote im bundesdeutschen Schnitt bei rd. 44 % gemessen an der Anzahl der Betriebe bzw. rd. 62 % gemessen an der Verkaufsfläche der Betriebe. Wenngleich die discountbasierte Versorgungsstruktur auch auf das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau in Treuen bzw. in der Region zurückzuführen ist, ist vor diesem Hintergrund derzeit eine **gravierende Schiefelage zugunsten vollsortimentierter Angebote** in Treuen erkennbar, die auf einen Nachholbedarf hinweist.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)\*

	Anteil Treuen	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	0%	44%	-44%
Discounter	100%	56%	44%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0,0</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2021. \*Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezial Einzelhandel.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)\*

	Anteil Treuen	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	0%	62%	-62%
Discounter	100%	38%	62%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0,0</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2021. \*Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezial Einzelhandel.

**Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels**

Weiterhin fällt auf, dass es im Grundzentrum Treuen derzeit **keinen leistungsfähigen Drogeriefachmarkt** gibt. Zwar konnte die Insolvenz von Schlecker durch die Eröffnung eines kleinen Drogeriefachgeschäfts in Ortskernlage (Drogerie Caro) z.T. aufgefangen werden, in diesem Teilsegment des periodischen Bedarfs kann Treuen seiner grundzentralen Versorgungsfunktion derzeit aber dennoch nur sehr bedingt nachkommen.

Es ist demnach davon auszugehen, dass ein erheblicher Teil der Kaufkraft im Drogerie-segment in die Nachbarorte mit entsprechendem Angebot (z.B. Plauen) abfließt.

Ein Vergleich mit üblichen **Betriebsgrößen** zeigt, dass die in Treuen ansässigen Lebensmitteldiscounter, welche für einen zeitgemäßen Marktauftritt mittlerweile überwiegend zwischen 1.000 und 1.400 qm Verkaufsfläche benötigen, derzeit nur noch bedingt zeitgemäß aufgestellt sind. Dies gilt vor allem für den an der Heinrich-Heine-Straße ansässigen Netto-Markt. Mit einer Verkaufsfläche von lediglich etwas mehr als 700 qm ist dieser selbst für die Vertriebslinie Netto, für welche 800 qm noch als eine typische Mindestgröße anzusehen sind, als zu klein dimensioniert zu bewerten und kann den Flächenansprüchen an moderne Lebensmitteldiscounter damit nicht mehr gerecht werden. Der Netto-Markt an der Rudolf-Breitscheid-Straße erreicht mit einer Verkaufsfläche von etwas mehr als 800 qm zumindest noch eben jene für Netto-Märkte übliche Mindestgröße und ist daher noch annähernd marktadäquat aufgestellt.

Dies gilt für den Lidl-Markt hingegen nicht, da eine Verkaufsfläche von lediglich 800 qm für die Umsetzung des modernen Betriebskonzepts von Lidl heute nicht mehr ausreicht. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Firma Lidl ihren Markt perspektivisch auf eine Verkaufsfläche von etwa 1.300 qm ausdehnen möchte (die notwendige Baugenehmigung liegt vor) und die Stadt Treuen in naher Zukunft somit zumindest über ein modernes und leistungsstarkes Discountformat verfügen wird.

Wenngleich der an der Perlaser Straße ansässige Norma-Markt aktuell den größten Lebensmittelmarkt im Treuener Stadtgebiet darstellt, erreicht auch dieser die für moderne Discountformate notwendige Mindestgröße von etwa 1.000 qm Verkaufsfläche bei weitem nicht. Letztlich muss an dieser Stelle somit festgehalten werden, dass sich für alle in Treuen ansässigen Lebensmitteldiscounter (mit Ausnahme des zu erweiternden Lidl-Markts) ein gewisser Modernisierungsbedarf feststellen lässt.

Strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) in der Stadt Treuen						
Betrieb	Adresse	Typ	Bewertung Größe	Lagetyp		Einwohner im 700m-Radius
Norma	Perlaser Straße 13	DC	o	Ergänzungsstandort	Perlaser Straße	2.826
Netto Markendiscount	Rudolf-Breitscheid-Straße 17	DC	o	Streulage		3.303
Netto Markendiscount	Heinrich-Heine-Straße 3	DC	-	Streulage		2.773
Lidl	Oststraße 96	DC	-	Streulage		2.089

Quelle: Dr. Lademann & Partner. DC = Discounter

+ = entsprechend der Betriebsform/Betriebslinie marktgängige Dimensionierung;

o = für Betriebsform/Betriebslinie übliche Verkaufsfläche;

- = für Betriebsform/Betriebslinie unterdurchschnittliche Dimensionierung

**Tabelle 12: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Treuen**

Wie die vorstehende Tabelle zeigt, verfügt jeder der im Kernstadtgebiet ansässigen Lebensmittelmärkte über eine Einwohnerzahl im 700m-Radius von mindestens 2.000 Personen. Nichtsdestotrotz lassen sich gewisse Unterschiede hinsichtlich der Bedeutung der verschiedenen Anbieter für die wohnortnahe Grundversorgung feststellen. Mit mehr als 3.300 Personen stellt der Netto-Markt in der Rudolf-Breitscheid-Straße

jenen Anbieter dar, der die größte Bevölkerungsplattform in seinem fußläufigen Umfeld ansprechen kann. Dies ist auf seine zentrale Lage im Kernstadtgebiet zurückzuführen und verdeutlicht dessen großen Beitrag zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung. Gleichwohl werden die im fußläufigen Umfeld des Netto-Markts lebenden Verbraucher auch durch die weiteren im Stadtgebiet von Treuen ansässigen Lebensmittelmärkte fußläufig versorgt, weshalb die Einwohnerzahl im überlappungsfreien Teil des 700m-Radius vergleichsweise gering ausfällt.



**Abbildung 29: Der Netto-Markt in der Rudolf-Breitscheid-Straße**

Der Lidl-Discounter an der Oststraße verfügt hingegen über die geringste Einwohnerzahl in einem 700m-Radius rund um seinen Standort. Hinzu kommt, dass der Lidl-Markt aufgrund seiner Gewerbegebietslage etwas abseits der kernstädtischen Wohnstrukturen keinen unmittelbaren räumlichen Bezug zu Wohnbebauung aufweist und für die fußläufige Versorgung der örtlichen Bevölkerung somit von geringerer Bedeutung ist. Stattdessen weist dieser Anbieter eine erhöhte Autokundenorientierung auf.



**Abbildung 30: Der Lidl-Lebensmitteldiscounter an der Oststraße**

Die beiden weiteren Anbieter Netto (Heinrich-Heine-Straße) und Norma verfügen ebenfalls über signifikante Bevölkerungsplattformen in ihrem jeweiligen Nahumfeld und tragen somit ebenfalls zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung bei. Zieht man zusätzlich die Einwohnerzahl im überlappungsfreien Teil des 700m-Radius heran, zeigt sich, dass der Norma-Markt auf die größte nicht durch andere Anbieter versorgte Personenanzahl zurückgreifen kann. Die Einwohnerzahl im überlappungsfreien Teil des 700m-Radius rund um den Netto-Markt an der Heinrich-Heine-Straße fällt ebenfalls relativ hoch aus, da dieser Anbieter auch für die Verbraucher aus den westlichen Randbereichen des Treuener Kernstadtgebiets fußläufig noch gut zu erreichen ist.



Abbildung 31: Netto-Discounter in der Heinrich-Heine-Straße

Rein quantitativ und bezogen auf das Stadtgebiet wird in Treuen derzeit ein angemessenes Nahversorgungsangebot vorgehalten, welches in der Kernstadt eine nahezu lückenlose, wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sicherstellt. Unter Berücksichtigung des zugewiesenen überörtlichen Verflechtungsbereichs (Gemeinde Neuensalz), der kaum eigene Versorgungsstrukturen aufweist, besteht jedoch durchaus noch ein gewisses Ausbaupotenzial. In qualitativer Hinsicht lassen sich mit dem Fehlen eines vollsortimentierten Anbieters sowie eines modernen Drogeriefachmarkts noch Versorgungsdefizite feststellen, die einen Nachholbedarf mit sich bringen.

## 6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Treuen

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die **Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts** im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Treuen eine einzelhandelsrelevante Zentralität von

**rd. 57 %.**

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt demnach rd. 43 % unterhalb der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dies deutet darauf hin, dass ein erheblicher Teil der lokalen Nachfrage an Einzelhandelsstandorte außerhalb des Treuener Stadtgebiets abfließt.<sup>51</sup> Mit anderen Worten: Derzeit kann **nur etwas mehr als die Hälfte der lokalen Nachfrage von Einzelhandelsbetrieben in Treuen gebunden werden**. Da Treuen als Grundzentrum jedoch vorwiegend auf die Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet sein soll, sind Kaufkraftabflüsse in den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs raumordnerisch keinesfalls zu beanstanden. Vielmehr ist es durchaus „gewollt“, dass ein wesentlicher Teil der Nachfrage nach Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs (z.B. Bekleidung/Schuhe) in umliegende Mittel- und Oberzentren (v.a. nach Plauen und an den mittelzentralen Städteverbund „Göltzschtal“) abfließt. Die vor Ort vorhandene Nachfrage in allen Branchen vollständig zu binden, kann und sollte vor dem Hintergrund der zugewiesenen Versorgungsfunktion und der dynamischen Entwicklung des Online-Handels auch zukünftig kein erklärtes Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Treuen sein. **Vielmehr sollte eine sortimentspezifische, der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens entsprechende Erhöhung der Nachfragebindung angestrebt werden.**

Die einzelnen **Branchenzentralitäten** geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Treuen sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

---

<sup>51</sup> Zu beachten ist dabei allerdings, dass bereits ein erheblicher Teil der Kaufkraft (etwa 11 %) in den Online-Handel abfließt und dem stationären Einzelhandel komplett entzogen wird.



Abbildung 32: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Treuen

- Die Branchenzentralität innerhalb des **kurzfristigen Bedarfs** beträgt derzeit rd. 84 %. Sie stellt damit zwar den wesentlichen Treiber der sortimentsübergreifenden Einzelhandelszentralität in Treuen dar, liegt aber dennoch auf einem unterdurchschnittlichen Niveau und das, obwohl von (raumordnerisch so vorgesehenen) Kaufkraftzuflüssen aus dem überörtlichen grundzentralen Verflechtungsbereich (Gemeinde Neuensalz) auszugehen ist. Diese Kaufkraftzuflüsse können die bestehenden beträchtlichen Kaufkraftabflüsse in das Umland nicht kompensieren. Dies ist auch auf den intensiven interkommunalen Wettbewerb mit den benachbarten Zentralen Orten (u.a. mittelzentraler Städteverbund „Göltzschtal“) zurückzuführen. Dort bestehen aktuell nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe, die von Nachfragezuflüssen aus Treuen bzw. den bestehenden Angebotslücken in Treuen profitieren (z.B. Kaufland in Auerbach, Drogeriemärkte in Auerbach und Plauen). Diesem Umstand sollte mit einem attraktiven lokalen Angebot begegnet werden. Ziel sollte es sein, einen für ein Grundzentrum mit einem, wenn auch überschaubaren, überörtlichen Verflechtungsbereich angemessenen Zentralitätswert in Richtung 100 % bzw. im Optimalfall von leicht über 100 % zu erreichen.
- Die Sortimente des **mittelfristigen Bedarfs** weisen mit einer Einzelhandelszentralität von im Schnitt rd. 52 % einen deutlich unterdurchschnittlichen Wert auf. Sortimentsbezogen erreichen dabei die Segmente Bekleidung/Schuhe (rd. 60 %) und Hausrat/GPK (rd. 54 %) höhere Werte. Ein unterdurchschnittlicher Zentralitätswert im mittelfristigen Bedarf ist für Grundzentren jedoch nicht untypisch. Von

raumordnerischer Seite sind Kaufkraftabflüsse in die nächstgelegenen Mittel- und Oberzentren (z.B. Plauen) durchaus vorgesehen. Zudem ist auf die wachsende Bedeutung des Online-Handels zu verweisen, von welchem vor allem die innenstadt-typischen Sortimente wie Bekleidung/Schuhe besonders stark betroffen sind. Es wird somit zukünftig gerade für kleine Grundzentren sehr schwer sein, die vor Ort vorhandene Nachfrage nach Gütern des mittelfristigen Bedarfs im größeren Umfang im lokalen stationären Einzelhandel zu binden. Vor diesem Hintergrund ist allenfalls nur noch eine geringfügige Zentralitätserhöhung als realistisches Ziel zu benennen.

- Der **langfristige Bedarfsbereich** verfügt mit rd. 18 % über eine sehr deutlich unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralität. Hier bestehen starke Kaufkraftabflüsse an andere Einkaufsstandorte. Dies ist v.a. auf den insgesamt niedrigen Angebotsbestand in den Teilsegmenten des langfristigen Bedarfs zurückzuführen. Da sich die Angebotsstruktur im Segment des langfristigen Bedarfs sehr stark auf große Fachmärkte mit weitläufigen Einzugsgebieten fokussiert, die in Kleinstädten wie Treuen nur in Ausnahmefällen zu erreichen sind, wird es auch zukünftig sehr schwer werden, die bestehenden Angebotslücken zu schließen. Stattdessen wird es im langfristigen Bedarf auch perspektivisch zu wesentlichen (und raumordnerisch auch so vorgesehenen) Nachfrageabflüssen an Versorgungsstandorte in höherrangigen Zentralen Orten (wie z.B. Plauen) kommen. Dabei ist auch auf die hohe Sogkraft der großen und bei den Verbrauchern beliebten Möbelvollsortimenter Ikea und Höffner zu verweisen, die über verkehrsgünstig gelegene Standort in Chemnitz verfügen.

Per saldo fließen derzeit rd. 43 % der lokalen Nachfrage an Einkaufsstandorte außerhalb des Treuener Stadtgebiets sowie in den Online-Handel ab. Zwischen den einzelnen Sortimenten sind jedoch deutliche Zentralitätsunterschiede zu konstatieren. Während die Nachfrageabflüsse im kurzfristigen Bedarf (funktionsgerecht) geringer ausfallen, fließen in den Teilsegmenten des mittel- und langfristigen Bedarfs große Teile der in Treuen verfügbaren Kaufkraft ab.

## 6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Treuen in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.<sup>52</sup>

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Treuen (eigene Bevölkerung) über alle Sortimente bei ca. 45 %, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 27 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein **Brutto-Zufluss** von insgesamt etwa 6 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus dem Nachfragezufluss aus dem Umland nach Treuen in Höhe von rd. 3,2 Mio. € zuzüglich dem Streukundenpotenzial von etwa 10 % (rd. 2,8 Mio. €), welches sich aus Gelegenheitskunden, Pendlern und sonstigen Kunden von außerhalb des Treuener Stadtgebiets zusammensetzt. Hier spielen vor allem Kunden aus dem unmittelbaren Umland außerhalb des Nahbereichs (z.B. aus den weiteren Bereichen von Pöhl oder aus Limbach), aber auch die Beschäftigten in den Treuener Betrieben, die nach Treuen einpendeln, eine Rolle.

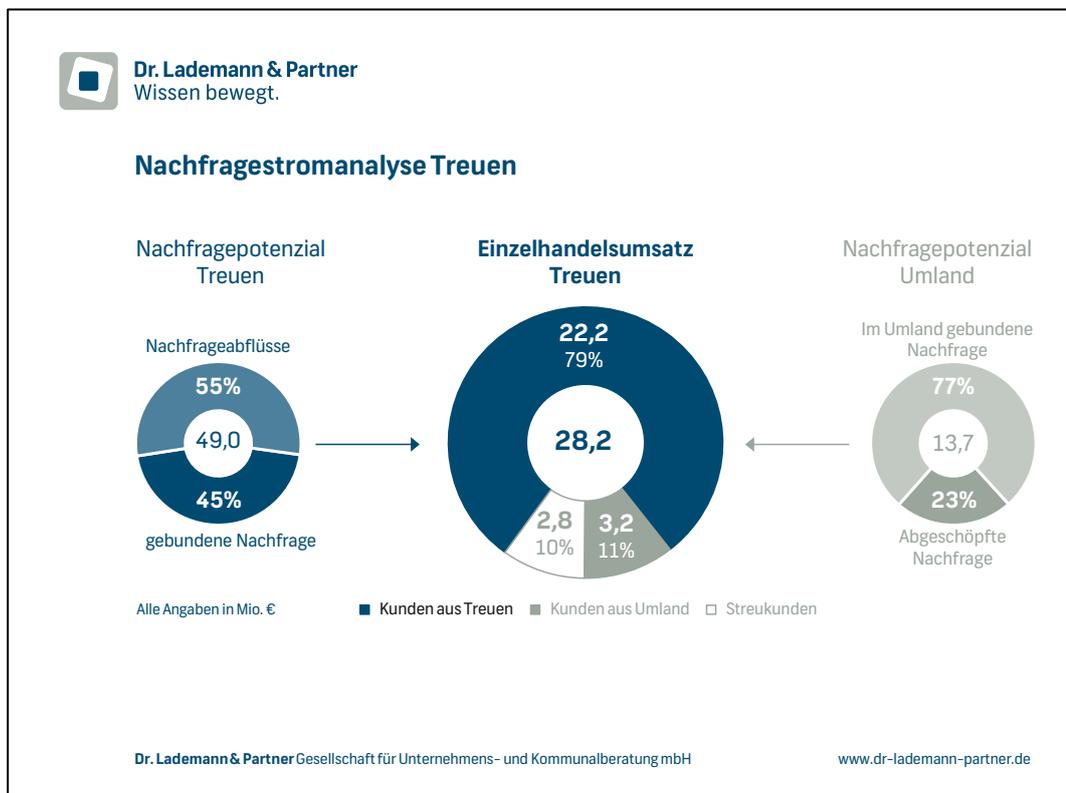


Abbildung 33: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Treuen

<sup>52</sup> Die Nachfragestromanalyse ist um die durch die Covid-19-Pandemie ausgelösten Effekte bereinigt und bildet die Verhältnisse des Vor-Corona-Niveaus ab.

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (kurzfristiger Bedarf) die Nachfragebindung in Treuen mit rd. 65 % am höchsten, da nahversorgungsrelevante Einkäufe in der Regel wohnortnah getätigt werden. Dieser Wert zeigt jedoch zugleich, dass im Bereich der Nahversorgung durchaus noch Ausbaupotenziale bestehen. Bei den mittelfristigen (rd. 43 %) und langfristigen Hauptwarengruppen (rd. 15 %) liegt die Nachfragebindung deutlich niedriger. Hier bestehen zum Teil erhebliche Angebotslücken, die für Grundzentren jedoch nicht untypisch sind. Funktionsgerecht schöpfen die umliegenden Mittel- und Oberzentren einen erheblichen Teil des Kaufkraftvolumens ab. Zudem sind die Segmente des mittel- und langfristigen Bedarfs deutlich onlineaffiner, weshalb damit zu rechnen ist, dass ein bedeutender Teil der Nachfrage in den interaktiven Handel abfließt, was durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie und deren Folgeeffekte in jüngerer Vergangenheit noch verstärkt wurde.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 45 % der eigenen Nachfrage vor Ort binden. Darüber hinaus fließen rd. 6 Mio. € von außen zu (Nachfrageabschöpfung aus dem Verflechtungsbereich sowie Streukundenpotenzial in Höhe von etwa 10 %). Insbesondere im periodischen Bedarf lässt die derzeit erreichte Nachfragebindung noch auf Ausbaupotenziale schließen.

## 6.6 Zusammenfassende Stärken- und Schwächenanalyse zum Einzelhandelsstandort Treuen

Die wichtigsten **Stärken** des Einzelhandelsstandorts Treuen lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Aufgrund der sehr verkehrsgünstigen Lage der Stadt Treuen haben sich in der Vergangenheit zahlreiche Gewerbebetriebe im autobahnnah gelegenen Teil des Stadtgebiets angesiedelt. Hieraus resultieren eine hohe Arbeitsplatzzentralität und ein deutlicher Einpendlerüberschuss. **Damit zählt Treuen zu den wenigen Kommunen im Vogtlandkreis, die einen positiven Pendlersaldo aufweisen.** Hiervon kann auch der lokale Einzelhandel profitieren, da insbesondere im periodischen Bedarf eine häufige Kopplung von Arbeitsweg und Versorgungseinkauf stattfindet.
- Der Stadt Treuen wird von raumordnerischer Seite ein **überörtlicher grundzentraler Verflechtungsbereich** zugewiesen, der überlappungsfrei ausfällt. Wenn gleich dieser nur die Gemeinde Neuensalz umfasst und damit nicht allzu groß ausfällt, lässt sich hierüber ein zusätzliches Nachfragepotenzial für den Treuener Einzelhandel ableiten. Mit einem attraktiven Angebot vor Ort kann dafür Sorge getragen werden, dass dieses auch verstärkt in Treuen gebunden werden kann.
- Aufgrund der **Kompaktheit des Kernstadtgebiets** wird eine gute Erreichbarkeit der Geschäfte durch kurze Wege ermöglicht. Das leistungsfähige Verkehrsnetz (v.a. S 298 bzw. S 299) schließt zudem die dünner besiedelten Teile des weitläufigen Treuener Stadtgebiets gut an die Versorgungsangebote in der Kernstadt an. Dies gilt auch für weite Teile des Treuener Umlands.
- Die **ausgewogene räumliche Verteilung des Nahversorgungsangebots** ermöglicht im Kernstadtgebiet eine fast flächendeckende wohnortbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Für den ganz überwiegenden Teil der Einwohner im Kernstadtgebiet ist der nächstgelegene Nahversorger zu Fuß oder mit dem Rad gut zu erreichen. Signifikante räumliche Versorgungslücken lassen sich in den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen der Kernstadt nicht ausmachen.
- Treuen verfügt über eine **gut erhaltene historische Altstadt**, die eine erhöhte städtebauliche Qualität bietet und sich grundsätzlich positiv auf die Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre im Stadtkern auswirkt. Ein den Einzelhandel flankierendes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot steigert zudem die **Multi-funktionalität des Stadtzentrums**. Durch weitere städtebauliche Maßnahmen (z.B. attraktive Sitzmöblierung) sollte dieses Potenzial insbesondere im Bereich des Marktplatzes noch zielgerichteter ausgenutzt werden.
- Den strukturprägenden Lebensmittelbetrieben sind großzügige Stellplatzanlagen vorgelagert, sodass dem städtischen Einzelhandel insgesamt ein **ausreichendes Parkplatzangebot** zur Verfügung steht. Zudem ist straßenbegleitendes Parken weitgehend möglich.

Die wesentlichen **Schwächen** des Einzelhandels in Treuen lassen sich aus unserer Sicht wie folgt zusammenfassen:

- Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** des Einzelhandels in Treuen (v.a. prognostizierter Bevölkerungsrückgang, demografischer Wandel, niedriges Kaufkraftniveau) wirken sich restriktiv auf die Entwicklungsmöglichkeiten im Stadtgebiet aus. Insbesondere für den stationären Nonfood-Einzelhandel haben sich die Rahmenbedingungen in Folge der Covid-19-Pandemie, die als Wachstumstreiber für den Online-Handel einzuordnen ist, perspektivisch erheblich verschlechtert.
- Aufgrund der räumlichen Nähe zu den nächstgelegenen Zentralen Orten (v.a. Plauen, Lengenfeld und mittelzentraler Städteverbund „Göltzschtal“), welche zum überwiegenden Teil über ein leistungsfähiges und teils überörtlich ausstrahlendes (v.a. Kaufland-Märkte in Plauen sowie Auerbach und Drogeriefachmärkte in Plauen und Auerbach) Nahversorgungsangebot verfügen, besteht ein **intensiver interkommunaler Wettbewerb**. Dieser schränkt das Marktgebiet des Treuener Einzelhandels erheblich ein und schürt zugleich die Gefahr signifikanter Nachfrageabflüsse an Standorte außerhalb dieses Marktgebiets. Entsprechend sollte darauf abgezielt werden, die lokale Nachfrage - v.a. im periodischen Bedarf - noch stärker im Stadtgebiet zu binden.
- In vielen Sortimentsbereichen, auch im kurzfristigen Bedarf, konnten **deutliche Angebots- und Zentralitätsdefizite** identifiziert werden. Während dies in den Segmenten des mittel- und langfristigen Bedarfs aufgrund der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens durchaus hinnehmbar ist, besteht im periodischen Bedarf noch wesentlicher Ausbaubedarf. Dies gilt insbesondere für das Lebensmittelvollsortiment, welches in Treuen derzeit noch überhaupt nicht vertreten ist. Hier fließt ein großer Teil der lokalen Nachfrage ab. Zudem besteht eine Angebotslücke im Drogeriesegment, wodurch die Nachfrageabflüsse zusätzlich verstärkt werden.
- **Die in Treuen ansässigen Lebensmittelbetriebe sind allesamt relativ klein dimensioniert** und nur noch bedingt dazu in der Lage, die aktuellen Marktanforderungen adäquat zu erfüllen. Es fehlt derzeit an einem modernen und großzügig dimensionierten Lebensmittelmarkt. Hierüber lässt sich ein Anpassungsbedarf ableiten, auf welchen durch die angestrebte Erweiterung des Lidl-Markts perspektivisch reagiert werden wird. Die Stadt Treuen wird künftig somit über ein leistungsfähiges Discountformat verfügen.
- Im historischen Ortskern der Stadt Treuen konzentrieren sich **mehrere kleinteilige Ladenleerstände**, die das stadträumliche Erscheinungsbild erheblich trüben. Zudem weisen einige Gebäude teils erheblichen Renovierungsbedarf auf. Um die Ausbreitung städtebaulicher Missstände einzudämmen und weiteren Trading-Down-Tendenzen vorzubeugen, sollte versucht werden, die leerstehenden Ladeneinheiten wieder zu beleben. Hierfür sollten aber nicht nur Einzelhandelsnutzungen, sondern v.a. auch konsumnahe Nutzungen in den Blick genommen werden.

- Der traditionelle **Ortskern von Treuen ist sehr kleinteilig strukturiert**, weshalb viele Ladeneinheiten suboptimale Verkaufsflächengrößen aufweisen und den Anforderungen an marktgerechte Immobilien nicht mehr gerecht werden können. Hieraus resultieren erhebliche Vermietungsschwierigkeiten und ein Investitionsstau. Flächenzusammenlegungen stellen grundsätzlich zwar ein probates städtebauliches Instrument dar, um diesen Missstand zu beheben, lassen sich angesichts der spezifischen örtlichen Gegebenheiten (u.a. von reinen Wohnnutzungen unterbrochener Geschäftsbesatz, erhebliche Höhen- und Fluchtversprünge) aber nur sehr bedingt umsetzen. Im traditionellen Ortskern sind darüber hinaus auch keine offensichtlichen Flächenpotenziale für die Neuansiedlung moderner, großflächiger Betriebe vorhanden, weshalb es auch künftig kaum gelingen wird, das Einzelhandelsangebot im Ortskern auszubauen.

# 7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Treuen

## 7.1 Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025

### 7.1.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Treuen als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Treuen insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- externe Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren des Einzelhandelsstandorts (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Treuen heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die **Einwohnerzahlen** in Treuen und der Region (Vogtlandkreis) werden perspektivisch weiter rückläufig sein und einen Rückgang des Nachfragepotenzials bewirken, was sich wiederum restriktiv auf die künftige Einzelhandelsentwicklung auswirken wird. Zudem bewirkt die **demografische Entwicklung** zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Die **Kaufkraftentwicklung** bzw. die Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben sind je nach Branche unterschiedlich zu bewerten. Während für die meisten Nonfood-Segmente kein Anstieg der Konsumausgaben zu erwarten ist, kann für den periodischen Bedarf durchaus von wachsenden Konsumausgaben ausgegangen werden. Im Nonfood-Segment wirkt vor allem auch die steigende Bedeutung des Online-Handels restriktiv und entzieht dem stationären Handel weiter Kaufkraft.
- Die Betriebstypendynamik schlägt sich auch in der Stadt Treuen nieder: So ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zugunsten der

Großflächen<sup>53</sup> v.a. bei den nahversorgungsrelevanten Anbietern Verkaufsflächenpotenziale entstehen. Dies gilt in Bezug auf Treuen für fast alle strukturprägenden Lebensmittelmärkte (Ausnahme: Lidl), da diese vergleichsweise klein dimensioniert sind und wird durch die Erweiterungsbestrebungen des Lidl-Markts (geplante Verkaufsflächenerweiterung von derzeit etwa 800 qm auf dann etwa 1.300 qm) verdeutlicht. Die Bestandsentwicklung der letzten Jahre zeigt zudem nach wie vor eine ansteigende durchschnittliche Verkaufsfläche je Betriebseinheit. Die Betriebstypendynamik erweist sich als stetiger Prozess.

Darüber hinaus sind **strukturelle Defizite** in Treuen feststellbar:

- Die **Flächenausstattung** liegt in Treuen, verglichen mit der Flächenausstattung im Freistaat Sachsen, zwar auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau, im Vergleich mit anderen Grundzentren liegt die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte jedoch am unteren Ende der Spannbreite. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass dem Grundzentrum Treuen ein überörtlicher und überlappungsfreier Verflechtungsbereich zugewiesen ist, für welchen Treuen die gleichen Grundversorgungsaufgaben wahrnehmen soll wie für das eigene Stadtgebiet. Bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich liegt die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte auf einem unterdurchschnittlichen Niveau. Hieraus lassen sich noch Verkaufsflächenspierräume ableiten, die jedoch immer vor dem Hintergrund des grundzentralen Versorgungsauftrags von Treuen, der sich zudem auf einen eher überschaubaren Verflechtungsbereich bezieht, zu sehen sind.
- Die **Einzelhandelszentralität** bewegt sich mit rd. 57 % auf einem auch für Grundzentren insgesamt niedrigen Niveau. In allen Sortimentsbereichen bestehen z.T. erhebliche Nachfrageabflüsse bzw. markante Zentralitätsdefizite. Während Nachfrageabflüsse im mittel- und langfristigen Bedarf, unter Würdigung des grundzentralen Versorgungsauftrags von Treuen, raumordnerisch nicht zu beanstanden sind und sich für die betreffenden Segmente deshalb auch keine wesentlichen Entwicklungsspierräume ergeben, sollte auf eine Reduzierung der bestehenden Kaufkraftabflüsse im kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf hingewirkt werden. Sollte es nicht gelingen, die lokale Kaufkraft in stärkerem Maße in Treuen zu binden, wird die Stadt ihrem grundzentralen Versorgungsauftrag zukünftig nicht mehr adäquat nachkommen können. Vor dem Hintergrund der scharfen interkommunalen Wettbewerbssituation droht langfristig sogar ein Funktionsverlust des Einzelhandelsstandorts Treuen. Insofern sollten die Verkaufsflächenspierräume für den Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebotsbestands genutzt werden.
- Der **Verkaufsflächenanteil des Ortskerns** am gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestand von aktuell rd. 16 % weist darauf hin, dass dem Ortskern derzeit eine deutlich untergeordnete Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge

---

<sup>53</sup> Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) v.a. im kurzfristigen Bedarfsbereich um etwa 0,5 % p.a. steigen wird.

zukommt. Die Treuener Altstadt ist sehr kleinteilig strukturiert und in Teilen nur noch als bedingt funktionierender Einzelhandelsstandort anzusehen, da es an frequenzbringenden Magnetbetrieben fehlt. Der Nutzungsbesatz hat sich in den vergangenen Jahren weiter ausgedünnt und ist z.T. mit Leerständen und Mindernutzungen durchsetzt. Um einem vollständigen Funktionsverlust des Ortskerns vorzubeugen, sollte der derzeitige Verkaufsflächenbestand im Stadtzentrum gesichert werden. Grundsätzlich wäre auch ein Verkaufsflächenausbau im Ortskern und die Steigerung des Verkaufsflächenanteils am Gesamtverkaufsflächenbestand wünschenswert. Angesichts der sehr kleinteiligen Bebauungsstrukturen und des Fehlens ortskernnaher Potenzialflächen mit ausreichender Dimensionierung wird dies aber auch perspektivisch nur sehr bedingt gelingen können. Die Entwicklung leistungsfähiger grundzentraler Angebote wird nur an Standorten außerhalb des Ortskerns möglich sein. Der Ortskern sollte hingegen als Dienstleistungszentrum und Standort für beratungsintensive Fachgeschäfte gesichert werden.

- Derzeit besteht in der Nahversorgungsstruktur von Treuen eine **gravierende Schiefelage zugunsten vollsortimentierter Anbieter**. Die Nahversorgung in Treuen wird aktuell ausschließlich durch discountbasierte Anbieter gesichert. Während das Discountsegment dabei mit vier, wenn auch z.T. nicht mehr zeitgemäß aufgestellten Anbietern gut abgedeckt ist, fehlt es gegenwärtig vollständig an einem Vollversorger mit erhöhter Service- und Frischekompetenz. Dies geht mit beträchtlichen Kaufkraftabflüssen an Versorgungsstandorte im Treuener Umland einher. Im Lebensmittelvollsortiment besteht somit noch Ausbaupotenzial, wobei dieses idealerweise in möglichst siedlungsstrukturell-integrierter Lage innerhalb des Stadtgebiets genutzt werden sollte.
- Da es der Stadt Treuen an einem Drogeriemarkt mit einem umfassenden Sortiment fehlt, lässt sich auch hier ein **qualitatives Versorgungsdefizit** in der Nahversorgungsstruktur identifizieren. Als Grundzentrum hat Treuen den Anspruch, die Versorgung der lokalen Bevölkerung mit Drogeriewaren sicherzustellen. Insofern bestehen ebenfalls noch Potenziale zum Ausbau des Drogeriesegments.
- Die Analyse der Nahversorgungssituation hat ergeben, dass die im Kernstadtgebiet lebenden Menschen räumlich gut versorgt sind. In den dörflich geprägten Ortsteilen sind aber zum Teil **räumliche Versorgungslücken** in der Nahversorgung gegeben. Diese werden aufgrund fehlender ökonomischer Tragfähigkeitspotenziale jedoch voraussichtlich nicht geschlossen werden können, weshalb sich hieraus auch keine zusätzlichen Entwicklungsspielräume ableiten lassen. In diesem Zusammenhang ist jedoch nochmal darauf hinzuweisen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt und somit zumindest eine adäquate ÖPNV-Anbindung der nicht fußläufig versorgten Ortsteile zu sichern ist.

Über diesen weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen hinaus ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die Berücksichtigung einer verträglichen

Umsatzumverteilung. Denn letztlich wird und kann ein Ansiedlungsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zulasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Umsatzumverteilung). Dabei setzen Dr. Lademann & Partner in einer vorsichtigen Betrachtung mit rd. 8 % eine Umsatzumverteilungsquote unter dem in der Rechtsprechung gängigen Schwellenwert von rd. 10 % an. Damit ist sichergestellt, dass in dieser pauschalen Betrachtung die prospektiven Auswirkungen nicht mehr als unwesentlich sein werden. Bei konkreten Vorhaben ist aber dennoch eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich. Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

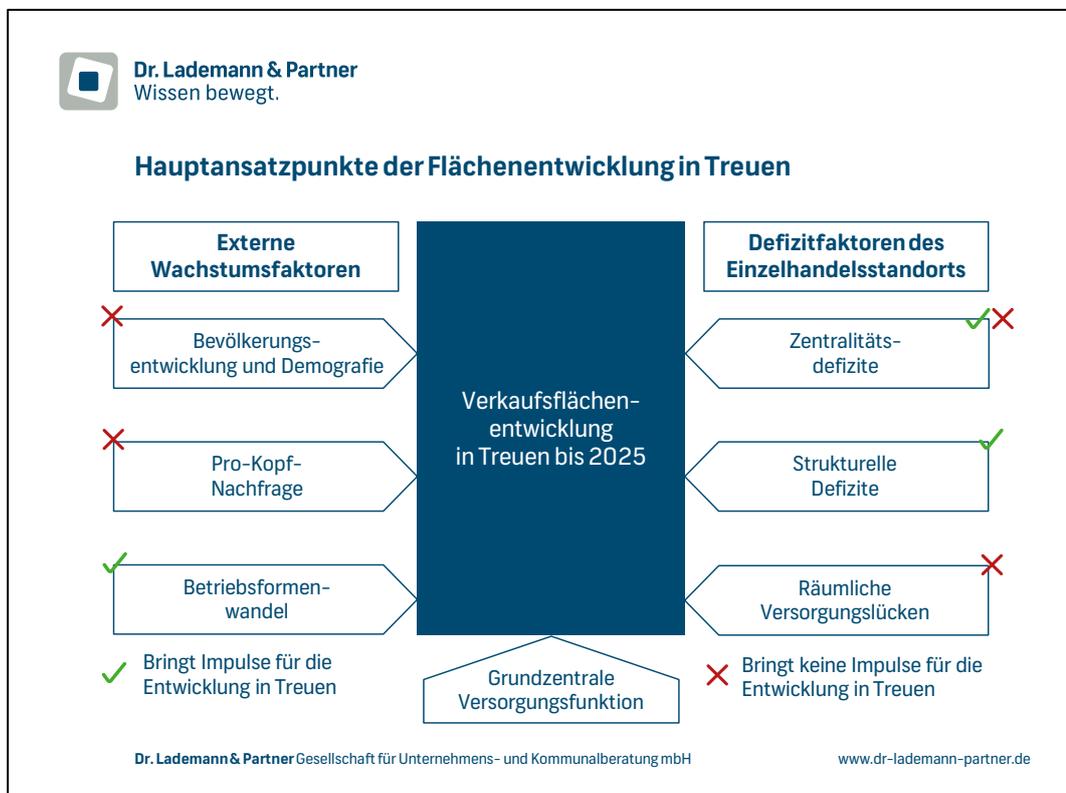


Abbildung 34: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Treuen

## 7.1.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2025

Der Entwicklungsrahmen des Treuener Einzelhandels ergibt sich im Wesentlichen aus einer höheren Nachfragebindung im Marktgebiet bzw. im grundzentralen Verflechtungsbereich, welche durch eine Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots und eine damit verbundene stärkere Ausstrahlungskraft des Treuener Einzelhandels erreicht werden kann. Auch städtebauliche Aufwertungen, arrondierende Nutzungen und weitere städtebauliche Maßnahmen (z.B. Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit) können darüber hinaus zu einer Erhöhung der Nachfragebindung beitragen.

Das definierte Marktgebiet des Treuener Einzelhandels umfasst neben der Stadt Treuen und der Gemeinde Neuensalz, welche beide vollständig dem Nahbereich des Grundzentrums Treuen zuzuordnen sind, auch östliche Bereiche der Gemeinde Pöhl. Diese Bereiche sind dem grundzentralen Verflechtungsbereich von Treuen raumordnerisch nicht zugeordnet, sodass Nachfragezuflüsse aus Pöhl nach Treuen raumordnerisch nicht „gewollt“ sind. Um sicherstellen zu können, dass die ermittelten Verkaufsflächenpotenziale vollständig auf raumordnungskonformen Annahmen beruhen, wurde für die Herleitung zusätzlicher Entwicklungsspielräume ausschließlich auf den grundzentralen Verflechtungsbereich (Nahbereich) und somit nur auf jene Nachfrage abgestellt, welche den Einzelhandelsbetrieben in der Stadt Treuen von raumordnerischer Seite auch zugestanden wird. Von Kaufkraftzuflüssen von außerhalb des Nahbereichs ist der ermittelte Entwicklungsrahmen somit vollständig unabhängig.

Derzeit liegt die Nachfragebindung in Treuen über alle Sortimente bei rd. 45 %. Durch eine Stärkung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen und eine damit verbundene bessere Positionierung des stationären Einzelhandels im interkommunalen Wettbewerb sowie im Wettbewerb mit dem Online-Handel gehen Dr. Lademann & Partner davon aus, dass die Nachfragebindung in Treuen um maximal rd. 20 %-Punkte auf dann rd. 65 % gesteigert werden kann.

Die größte Steigerung der Nachfragebindung wird dabei im **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf** möglich sein. Die derzeitige Nachfragebindung im kurzfristigen Bedarf liegt bei lediglich rd. 65 %, was für ein Grundzentrum deutlich zu wenig ist und in erster Linie aus den qualitativen Versorgungsdefiziten resultiert, die sich v.a. mit dem Fehlen eines modernen Lebensmittelvollsortimenters einstellen. Hier besteht noch erheblicher Ausbaubedarf, wobei eine Nachfragebindung von 95 % erstrebenswert erscheint. Diese ist auch deshalb realistisch erreichbar, weil kurzfristige Bedarfsgüter nur geringfügig von Abflüssen in den Online-Handel betroffen sind<sup>54</sup>.

Im **mittel- und langfristigen Bedarf** sind der Erhöhung der Nachfragebindung enge Grenzen gesetzt – zum einen aufgrund der hohen Bedeutung des Online-Handels, zum anderen aufgrund der interkommunalen Wettbewerbssituation mit den umliegenden Mittel- und Oberzentren. Im mittelfristigen Bedarf erscheint hier allenfalls eine Erhöhung von aktuell 43 % auf künftig 45 % realistisch, im langfristigen Bedarf von aktuell sehr niedrigen 15 % auf künftig 30 %.

Der Treuener Einzelhandel kann derzeit rd. 23 % der Nachfrage aus dem überörtlichen Teil des grundzentralen Verflechtungsbereichs (Zone 2 des Marktgebiets bzw.

---

<sup>54</sup> Gemäß den aktuellsten Daten des Handelsverbands Deutschland (Online-Monitor 2021) beläuft sich der Online-Anteil am Gesamtmarkt bei den kurzfristigen Bedarfsgütern (insbesondere Lebensmittel), trotz überdurchschnittlicher Zuwachsraten in den vergangenen Jahren, auf lediglich rd. 3,3 %. Mit anderen Worten: Fast 97 % des Umsatzes mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden noch immer im stationären Einzelhandel erwirtschaftet. Insofern ist davon auszugehen, dass auch in der Stadt Treuen nur geringfügige Kaufkraftabflüsse in den Online-Handel bestehen und der ganz überwiegende Teil der Nachfrage den stationären Einzelhändlern zur Verfügung steht. Wenn es gelingt, das städtische Grundversorgungsangebot weiter zu qualifizieren und Vertriebslinien in der Stadt zu etablieren, die es derzeit noch nicht in Treuen gibt, kann die Nachfragebindung im periodischen Bedarf durchaus noch erheblich gesteigert werden.

Gemeinde Neuensalz) abschöpfen. Da die Gemeinde Neuensalz dem Nahbereich von Treuen vollständig zugeordnet ist und wesentliche (den periodischen Bedarf betreffende) Kaufkraftströme von Neuensalz nach Treuen somit von raumordnerischer Seite vorgesehen sind, ist dieser Wert als gering einzuschätzen.

Die begrenzte Nachfrageabschöpfung im Umland ist v.a. darauf zurückzuführen, dass die Verbraucher aus Neuensalz auch die Grundversorgungsangebote im ebenfalls angrenzenden Oberzentrum Plauen (und dort v.a. den im Nahversorgungssegment gut aufgestellten Elster-Park) verkehrlich gut erreichen können. Zudem weist das Grundversorgungsangebot in Treuen, wie bereits ausführlich beschrieben, wesentliche qualitative Versorgungsdefizite auf, welche dessen Sogkraft deutlich begrenzen. Um die Nachfrage nach Gütern des periodischen Bedarfs auch unter qualitativen Gesichtspunkten adäquat decken zu können, müssen die Verbraucher aus Neuensalz zwangsläufig auch andere Einkaufsstandorte aufsuchen, was sich negativ auf die derzeit erzielbare Nachfrageabschöpfung des Treuener Einzelhandels auswirkt.

Sofern es dem Treuener Einzelhandel jedoch gelingt, seine Ausstrahlungskraft durch eine Qualifizierung bzw. Ergänzung des grundzentralen Angebots zu erhöhen und damit eine stärkere Marktdurchdringung im Umland zu erreichen, gehen die Gutachter davon aus, dass die Nachfrageabschöpfung im Umland um rd. 11 %-Punkte auf dann rd. 34 % gesteigert werden könnte. Unter Beachtung des grundzentralen Versorgungsauftrags von Treuen würde sich diese Steigerung v.a. aus einer deutlich erhöhten Nachfragebindung im kurzfristigen Bedarf speisen<sup>55</sup>. Entsprechend lassen sich v.a. für den periodischen Bedarf noch Steigerungspotenziale ableiten. Im aperiodischen Bedarf wird der ganz überwiegende Teil der Nachfrage aus dem überörtlichen Verflechtungsbereich auch zukünftig den umliegenden Mittel- und Oberzentren (und auch dem Online-Handel) zufließen.

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für Treuen damit ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

**rd. 3.000 bis 3.600 qm Verkaufsfläche<sup>56</sup>.**

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass Flächenbedarfsprognosen und/oder Rechenmodelle zur Bestimmung künftiger Verkaufsflächenzuwächse nach einem Urteil des EuGHs aus 2018 nicht mehr zulässig sind. Zwar verstoßen solche Prognosen allein noch nicht gegen Art. 14 Nr. 5 der Europäischen Dienstleistungsricht-

---

<sup>55</sup> Für den periodischen Bedarf gehen die Gutachter davon aus, dass eine Erhöhung der Nachfragebindung von derzeit etwa 38 % auf dann rd. 50 % realistisch erscheint. Da die Grundversorgungsangebote im Oberzentrum Plauen für die Verbraucher aus Neuensalz jedoch nach wie vor gut zu erreichen und leistungsfähig aufgestellt sind, wird es auch perspektivisch nicht zu verhindern sein, dass ein beträchtlicher Teil der in Neuensalz vorhandenen Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs nach Plauen abfließen wird.

<sup>56</sup> Die kleinere Zahl der Spannweite entspricht dabei einem weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen. Nimmt man bis zu rd. 8 % Umsatzumverteilung in Kauf, sind Flächenentwicklungen bis zum oberen Bereich der Spannweite rechnerisch möglich. Will man den noch als vertretbar angesehenen Grenzwert von 10 % Umverteilung akzeptieren, so ergeben sich noch weitere Ansiedlungsspielräume, die jedoch sehr genau abgewogen werden sollten.

linie<sup>57</sup> (der EuGH hat klargestellt, dass Einzelhandel eine Dienstleistung ist und damit unter die Europäische Dienstleistungsrichtlinie fällt), da ein Einzelhandelskonzept keine rechtliche Verbindlichkeit entfaltet. Stützt sich jedoch ein Bebauungsplan auf die abgeleiteten Entwicklungskorridore, werden diese in die verbindliche Bauleitplanung überführt und unterliegen damit der Dienstleistungsrichtlinie.

Insofern sollte der ermittelte Expansionsrahmen lediglich als grober Orientierungsrahmen verstanden werden, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile ggf. auch überschritten werden kann. Keinesfalls sollte sich eine Bauleitplanung ausschließlich auf diesen Expansionsrahmen stützen. Vielmehr ist im Rahmen der Bauleitplanung für ein Einzelhandelsvorhaben eine detaillierte, einzelfallbezogene Verträglichkeitsanalyse notwendig.

Der Expansionsrahmen für die Stadt Treuen entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

**Entwicklungsrahmen\* für die Weiterentwicklung des Treuener Einzelhandels bis zum Jahr 2025**

	<b>K</b> kurzfristiger Bedarf	<b>M</b> mittelfristiger Bedarf	<b>L</b> langfristiger Bedarf	<b>Summe</b>
VKF-Bestand	4.450	2.660	820	<b>7.930</b>
Verdrängungsneutraler Expansionsrahmen	1.710	80	1.200	<b>2.990</b>
Potenziale aus der Umsatzumverteilung von max. 8 %	360	210	70	<b>630</b>
<b>Summe 2025</b>	<b>2.070</b>	<b>290</b>	<b>1.270</b>	<b>3.630</b>

\*Werte gerundet. Alle Angaben in qm

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
www.dr-lademann-partner.de

**Abbildung 35: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels**

<sup>57</sup> Art. 14 Nr. 5 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie: Die Mitgliedstaaten dürfen die Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit in ihrem Hoheitsgebiet nicht von einer der folgenden Anforderungen abhängig machen [...] einer wirtschaftlichen Überprüfung im Einzelfall, bei der die Erteilung der Genehmigung vom Nachweis eines wirtschaftlichen Bedarfs oder einer Marktnachfrage abhängig gemacht wird, oder der Beurteilung der tatsächlichen oder möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen der Tätigkeit oder der Bewertung ihrer Eignung für die Verwirklichung wirtschaftlicher, von der zuständigen Behörde festgelegter Programmziele; dieses Verbot betrifft nicht Planungserfordernisse, die keine wirtschaftlichen Ziele verfolgen, sondern zwingenden Gründen des Allgemeininteresses dienen; [...].

Untergliedert in die einzelnen Branchengruppen ist Folgendes festzuhalten:

■ **Kurzfristiger bzw. periodischer Bedarf:**

Für den kurzfristigen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf ergeben sich insgesamt Flächenpotenziale zwischen **rd. 1.700 und 2.100 qm** Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsrahmen sollte schwerpunktmäßig für den Abbau der identifizierten qualitativen Versorgungsdefizite genutzt werden. Dabei drängt sich in erster Linie die Ansiedlung eines leistungsfähigen Vollsortimenters mit hoher Service- und Frischekompetenz auf, da ein solcher Anbieter in der aktuell discountbasierten Nahversorgungsstruktur der Stadt Treuen vollständig fehlt, die Grundversorgung in Treuen erheblich aufwerten und den grundzentralen Versorgungsanspruch der Stadt Treuen langfristig absichern würde.

Zu berücksichtigen ist an dieser Stelle jedoch, dass ein Teil des ermittelten Expansionsrahmens bereits durch die baurechtlich gesicherte und den aktuellen Markttrends entsprechende Erweiterung des Lidl-Markts genutzt werden wird<sup>58</sup>. Da die Discountmärkte in Treuen nur noch bedingt zeitgemäß aufgestellt sind, wird dieses Vorhaben jedoch ebenfalls zu einer Qualifizierung der örtlichen Nahversorgungsstruktur beitragen können. Ohnehin ist auch nach der Umsetzung dieses Planvorhabens weiterhin gewährleistet, dass der ermittelte Expansionsrahmen auch bei einer zeitgemäßen Verkaufsflächendimensionierung eines anzusiedelnden Vollversorgers<sup>59</sup> nicht überreizt werden würde.

Der hergeleitete Expansionsrahmen im periodischen Bedarf sollte grundsätzlich auch einer maßvollen Verkaufsflächenerweiterung der für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtigen Anbieter (Netto-Märkte) zugutekommen, um deren Bestand nachhaltig abzusichern. Wie bereits dargelegt, wird dies aufgrund der faktischen städtebaulichen Verhältnisse und eigentumsrechtlicher Restriktionen gleichwohl nur schwer möglich sein wird.

Letztlich bietet sich das ermittelte Verkaufsflächenentwicklungspotenzial auch dafür an, die ebenfalls identifizierte Angebotslücke im Drogeriesegment durch die Ansiedlung eines leistungsfähigen Drogeriefachmarkts<sup>60</sup> zu schließen. Wenngleich die grundzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Treuen hierdurch weiter gestärkt werden würde, käme es bei gleichzeitiger Ansiedlung eines modernen Vollsortimenters (und der ebenfalls zu berücksichtigenden Erweiterung des Lidl-Markts) zu

<sup>58</sup> Der Lidl-Markt wird seine Verkaufsfläche von derzeit rd. 800 qm auf dann rd. 1.300 qm Verkaufsfläche erweitern. Der vorhabeninduzierte Netto-Verkaufsflächenzuwachs beläuft sich somit auf rd. 500 qm. Unter Berücksichtigung des für Lebensmitteldiscounter üblichen Verkaufsflächenanteils für aperiodische Randsortimente in Höhe von rd. 10 % entspricht dies einer Verkaufsflächenerweiterung im periodischen Bedarf um rd. 450 qm.

<sup>59</sup> Um die volle Sortimentsbreite und -tiefe und ein umfassendes Frischeangebot offerieren zu können und sich damit entscheidend von den Discountern, deren Flächenbedarf in den vergangenen Jahren ebenfalls erheblich gestiegen ist und den Wettbewerbsdruck auf die Verbrauchermärkte erhöht hat, abzuheben, benötigen leistungsfähige Vollversorger üblicherweise Verkaufsflächen von mindestens 1.500 qm (davon etwa 1.350 qm im periodischen Bedarf). Damit wird auch den gestiegenen Ansprüchen der Verbraucher und der Generationenfreundlichkeit Rechnung getragen.

<sup>60</sup> Moderne Drogeriefachmärkte benötigen zur Verwirklichung ihres Betriebskonzepts eine Verkaufsfläche von 600 bis 800 qm (davon etwa 400 bis 600 qm im periodischen Bedarf).

einer Überschreitung des ermittelten Expansionsrahmens. Über den Expansionsrahmen hinausgehende Entwicklungen würden sodann zulasten der bestehenden Strukturen gehen, weshalb dessen Überschreitung sorgfältig abzuwägen und durch ein vorhabenspezifisches Verträglichkeitsgutachten zu untersetzen ist.

#### ■ **Mittelfristiger Bedarf:**

Den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs stehen insgesamt Verkaufsflächenspielflächen von **maximal rd. 290 qm** zur Verfügung. Diese Potenziale reichen allerdings nicht aus, um großflächige Einzelhandelsbetriebe anzusiedeln. Raumordnerisch ist dies im Grundzentrum Treuen jedoch auch nicht vorgesehen. Sollte es gelingen, marktgängige Flächen im Ortskern zu schaffen, sollte der Flächenrahmen prioritär zur handelsseitigen Stärkung des Ortskerns genutzt werden. Eine Wiederbelebung des sehr kleinteiligen Einzelhandels im Ortskern ist hingegen nur bedingt realistisch. Einem Angebotsausbau im mittelfristigen Bedarf an Standorten außerhalb des Ortskerns sollte restriktiv begegnet werden, um dem Ortskern seine Funktionsfähigkeit nicht vollständig zu entziehen.

#### ■ **Langfristiger Bedarf:**

Der ermittelte Entwicklungsrahmen für den langfristigen Bedarf bewegt sich in einer Spannbreite zwischen rd. 1.200 und 1.300 qm. Der Angebotsbestand im langfristigen Bedarf fällt in der Stadt Treuen derzeit recht gering aus, wobei kein größerer Anbieter im Stadtgebiet von Treuen verortet ist. Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion Treuens ist ein Angebotsausbau im langfristigen Bedarf dennoch nur maßvoll umsetzbar. Dabei wären lediglich kleinere (und die Grenze zur Großflächigkeit nicht überschreitende) Fachmarktformate (z.B. im Bereich Bau- und Gartenbedarf) mit geringer überörtlicher Ausstrahlung denkbar. Da großvolumige Güter vorrangig mit dem Auto transportiert werden müssen, sollten solche Formate vorzugsweise an (einzelhandelsseitig vorgeprägten) Verkehrsachsen oder im Umfeld bestehender Agglomerationen mit Autokundenbezug (v.a. Ergänzungsstandort Perlaser Straße) angesiedelt werden.

Der Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Treuen beträgt rd. 3.000 bis 3.600 qm Verkaufsfläche. Der Großteil hiervon entfällt auf den kurzfristigen Bedarfsbereich. Die ermittelten Verkaufsflächenspielflächen sollten vornehmlich zur Qualifizierung der lokalen Nahversorgungsstruktur und damit zur Absicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion genutzt werden.

## 7.2 Strategische Orientierungsprinzipien

Im Rahmen der Strategiediskussion soll die Bandbreite künftiger Strategieentwürfe dargestellt werden:

### Strategieoption „Erhalt des Status quo“:

Mit der Strategieoption „Erhalt des Status quo“ lässt sich ein Konzept abgrenzen, das im Wesentlichen auf die Konservierung der heutigen Einzelhandelsstruktur abzielt. Dies schließt eine konsequente Ablehnung von (großflächigen) Ansiedlungsbegehren sowie umfänglicheren Erweiterungen bestehender Betriebe, insbesondere außerhalb des Ortskerns, ein. Diese Strategie erlaubt, soweit überhaupt möglich, lediglich eine geringfügige Arrondierung des Einzelhandelsangebots im Ortskern. Weitere Entwicklungen werden nicht forciert (Deckelung des Status quo), bestehende Planvorhaben würden nicht weiter vorangetrieben werden. Dies würde zwar zum Schutz der bestehenden Anbieter beitragen. Da die identifizierten Angebotsdefizite nicht beseitigt werden könnten, bestünde jedoch gleichzeitig die Gefahr, dass sich die Kaufkraftabflüsse verstetigen und die Stadt Treuen im interkommunalen Wettbewerb weiter zurückfällt und ihre Bedeutung als (grundzentraler) Einzelhandelsstandort mittel- bis langfristig vollständig verliert, wenn keine Möglichkeiten eingeräumt werden, die bestehenden Strukturen weiterzuentwickeln.

Wie aus den bisherigen Ausführungen deutlich geworden ist, kann ein **vollständiger Stillstand der Einzelhandelsentwicklungen in Treuen angesichts des scharfen interkommunalen Wettbewerbs nicht als zukunftsfähige Alternative angesehen werden.** Dies würde zu einer Verstetigung und weiteren Zunahme von Kaufkraftabflüssen an Standorte außerhalb Treuens (v.a. Plauen und Auerbach) führen und die Funktionsfähigkeit des grundzentralen Einzelhandelsstandorts Treuen mittel- bis langfristig in Frage stellen.

### Strategieoption „Freies Spiel der Kräfte“:

Die Strategieoption ‚Freies Spiel der Kräfte‘ umfasst eine weitgehend dem Markt überlassene (auch hinsichtlich der Sortimentsstruktur), unregulierte Entwicklung aller Vorhaben und Anfragen. Die Position Treuens im interkommunalen Wettbewerb könnte hierüber sicherlich gestärkt werden. Diese Option wäre jedoch auch mit deutlichen Risiken behaftet: Diese Strategie birgt die Gefahr einer Überschätzung der tatsächlichen Einzelhandelspotenziale und eines nicht mehr maßvollen Flächenzuwachses. Die Folge wäre eine Flächenübersättigung und die Destabilisierung vorhandener und für die Versorgung der Bevölkerung wichtiger Standorte. Dabei könnte die flächendeckende wohnortnahe Versorgung der lokalen Bevölkerung gefährdet werden, wenn die hierfür notwendigen Anbieter aufgrund unkontrollierter Entwicklungen an dezentralen Standorten wegbrechen. Ein Aktivieren neuer Standorte ginge also u.U. mit der Zersplitterung des Standortnetzes und einer Funktionsgefährdung der Nahversorgung einher.

Zudem sei darauf hingewiesen, dass die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Treuen den gesetzlichen und landesplanerischen Bestimmungen unterliegt. Nicht alles, was sich marktseitig realisieren ließe, lässt sich mit den raumordnerischen und landesplanerischen Bestimmungen in Einklang bringen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich der Standorte und der Verkaufsflächendimensionierungen.

**Diese Strategieoption wird ebenfalls nicht empfohlen, da die ermittelten Entwicklungspotenziale begrenzt sind und ein ungesteuerter Ausbau des Angebots die verbrauchernahe Versorgung in ihrer Funktionsfähigkeit erheblich belasten würde. Zudem stünden dieser Strategieoption auch die Ziele der Raumordnung entgegen.**

#### **Strategieoption „Spezialisieren bzw. Konzentrieren“:**

Die Strategieoption ‚Spezialisieren‘ zielt auf die Vertiefung der räumlich-funktionalen Spezialisierung des Standortnetzes ab und würde die arbeitsteilige Struktur der bestehenden Einzelhandelsstandorte in Treuen mit ihren unterschiedlichen Profilen aufgreifen. Insgesamt wäre so ein konzentriertes und gezieltes Ausnutzen des Entwicklungsrahmens mit dem klaren Ziel einer Stärkung der bestehenden, unterschiedlich profilierten Einzelhandelsstandorte möglich. Der Fokus würde hierbei auf einem standortadäquaten und zielgerichteten Ausbau bzw. einer Qualifizierung des Nahversorgungsangebots liegen. Dabei werden sowohl dem Ortskern (sofern realisierbar) als auch den ergänzenden Standorten, die für die grundzentrale Versorgungsfunktion eine maßgebliche Rolle spielen, Entwicklungsprioritäten eingeräumt, wenngleich dafür Sorge zu tragen ist, dass integrierte Einzelhandelsstandorte nicht in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt werden.

**Es wird empfohlen, die künftige Einzelhandelsentwicklung in Treuen an dieser Strategieoption auszurichten. Dies beinhaltet einen – unter Berücksichtigung der ermittelten Entwicklungspotenziale – angemessenen Ausbau der örtlichen Angebotsstrukturen sowie eine Absicherung der verbrauchernahen Versorgung in Treuen.**

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch seine Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung sollte daher versucht werden, die Bauleitplanung im Einzelhandel in Treuen **am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung** des Standortnetzes zu orientieren.



**Abbildung 36: Übergeordnete strategische Orientierungsprinzipien**

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne **bauleitplanerische Rahmenbedingungen** erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine verträgliche und standortspezifische Verkaufsflächenentwicklung innerhalb des Stadtgebiets sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen am Handelsstandort sicherzustellen.

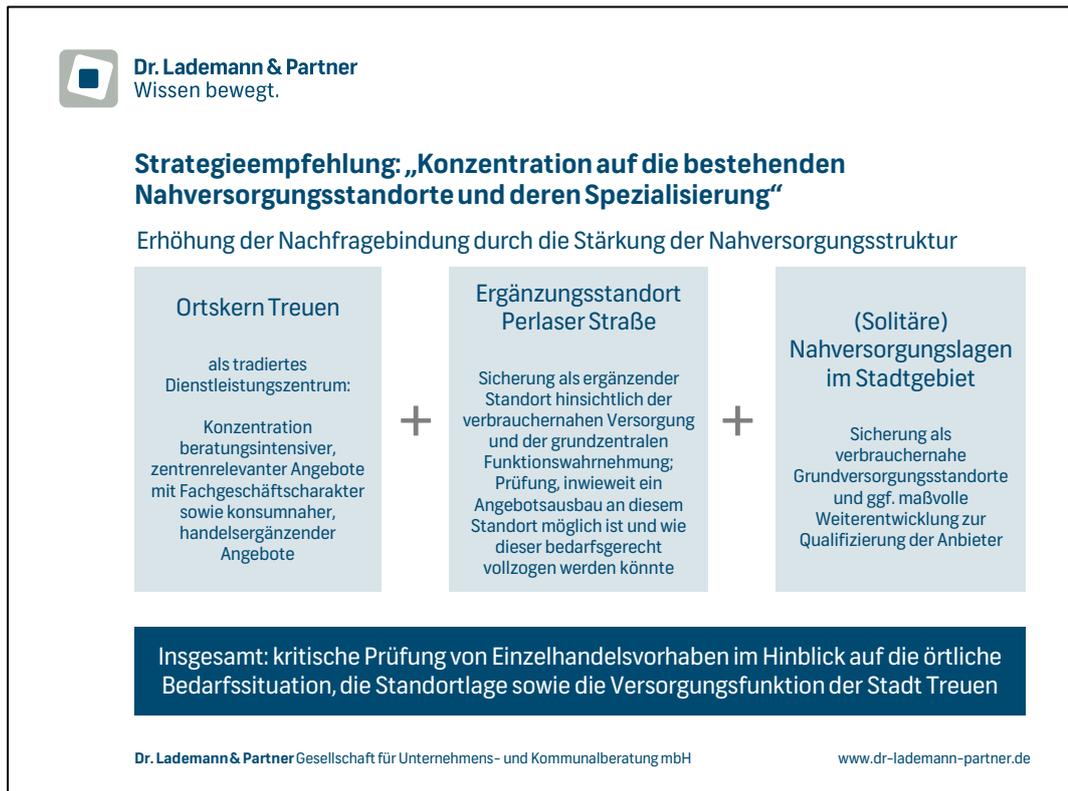
Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Das **Prinzip der dezentralen Konzentration** lässt je nach Stadtgröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

Als Herausforderung ist dabei der intensive interkommunale Wettbewerb mit den umliegenden zentralen Orten (u.a. Städteverbund „Göltzschtal“) auf der einen Seite und der wachsende Online-Handel auf der anderen Seite anzusehen. **Die zentralörtliche Position der Stadt Treuen sollte vor dem Hintergrund der grundzentralen Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung gesichert und gestärkt werden.**

Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei künftig in erster Linie an einem räumlich fokussierten Angebotsausbau sowie an einer **qualitativen Verbesserung** orientiert werden, sodass u.a. die Ergänzung und Modernisierung der Versorgungsstrukturen zu

Attraktivitätssteigerungen führen. Insbesondere sollten die Bemühungen darauf abzielen, den Ortskern und die bestehenden Nahversorgungsstandorte als wichtigste grundzentrale Einzelhandelsstandorte zu sichern, zielorientiert weiterzuentwickeln und damit nachhaltig zu stärken.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:



**Abbildung 37: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die bestehenden Nahversorgungsstandorte“**

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Konzentration auf bestehende Nahversorgungsstandorte, hierbei:

- **Sicherung des historischen Ortskerns als tradiertes Dienstleistungszentrum** einerseits durch die Konzentration beratungsintensiver Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Angeboten und einem möglichst breiten Branchen- und Sortimentsmix. Aufgrund der Entwicklungstrends im Einzelhandel, der restriktiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen am Makrostandort und der kleinteiligen Bebauungsstrukturen wird es jedoch nur schwer möglich sein, den Einzelhandelsbesatz im Ortskern auszubauen. Selbst wenn es durch die Zusammenlegung von Flächen oder die Reaktivierung mindergenutzter Flächenpotenziale gelingen sollte, attraktive Ladenlokale zu schaffen, wird die marktseitige Nachfrage nach solchen Flächen nur sehr gering sein. Insofern wird es andererseits darauf ankommen, den traditionellen Ortskern als mischgenutzten Standortbereich weiterzuentwickeln und die leerstehenden Ladeneinheiten durch zentrenergänzende Funktionen wie

Dienstleistungen und Gastronomie nachzunutzen und zu beleben. Dabei sollte auch das Thema des innerstädtischen Wohnens in den Blick genommen werden. Denn die Immobilieneigentümer brauchen eine Perspektive – nur dann ist eine Instandsetzung der z.T. maroden Bausubstanz realistisch.

Grundsätzlich wäre es erstrebenswert, einen strukturprägenden Anbieter des periodischen Bedarfs im Ortskern anzusiedeln, um dessen Position im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge und dessen Bedeutung hinsichtlich der Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion zu verbessern. Angesichts mangelnder Flächenpotenziale wird dies jedoch auch perspektivisch nicht gelingen können, so dass letztlich nur die Belebung bzw. der Erhalt des kleinteiligen Nutzungsbesatzes eine Entwicklungsoption für den Ortskern darstellen kann.

- Der **Ergänzungsstandort Perlaser Straße** leistet v.a. mit dem hier ansässigen Norma-Discounter trotz seiner eher randstädtischen und verkehrsorientierten Lage bereits heute einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung. Aufgrund der beschriebenen eingeschränkten standortseitigen Entwicklungspotenziale des Ortskerns im Hinblick auf die Neuansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben kommt diesem Standortbereich zur Ausnutzung der ermittelten Entwicklungspotenziale im periodischen Bedarf und damit zur Absicherung und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion eine wichtige Bedeutung zu. Perspektivisch sollte dieser Standort daher als ortskernergänzender Einzelhandelsstandort begriffen werden, der dazu in der Lage ist, die standort- und flächenseitigen Potenziale zur Neuansiedlung von großflächigen Nahversorgungsanbietern zu offerieren.
- Die **(solitären) Nahversorgungslagen** im Stadtgebiet sollten als wichtige Standorte hinsichtlich einer flächendeckenden verbrauchernahen Grundversorgung gesichert werden. Hervorzuheben ist der Netto-Markt in der Rudolf-Breitscheid-Straße, welchem aufgrund seiner zentralen Lage und der massiven Bevölkerungsplattform in seinem Nahumfeld (700m-Radius) diesbezüglich eine hervorgehobene Bedeutung beizumessen ist. Um den Bestand der Nahversorgungsstandorte langfristig zu erhalten, wäre eine maßvolle Weiterentwicklung zur Qualifizierung der entsprechenden Anbieter (unabhängig von der tatsächlichen Umsetzbarkeit) nicht nur denkbar, sondern auch wünschenswert.
- Darüber hinaus sollte eine **restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen** erfolgen, um eine Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden und den Wettbewerbsdruck auf die städtebaulich gewünschten und versorgungsstrukturell zu sichernden Standorte einzudämmen. Auch die Entwicklung eines weiteren (peripheren) Einzelhandelspols ist vor dem Hintergrund des begrenzten Flächenrahmens weder möglich noch empfehlenswert. Bestehende kleinflächige Angebote, die der wohnortnahen Grundversorgung dienen, sollten in ihrem Bestand jedoch gesichert werden. Dazu gehören z.B. Bäcker in Wohngebieten oder in peripher gelegenen Ortsteilen Treuens. Vorhaben mit nicht-

zentrenrelevanten Kernsortimenten sind prinzipiell auch außerhalb der zentralen Kernstadtlagen vorstellbar, sollten aber vorzugsweise auf den Ergänzungsstandort an der Perlaser Straße fokussiert werden und eine der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens entsprechende angemessene Dimensionierung aufweisen.

## 8 Zentrenkonzept für die Stadt Treuen

### 8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Treuen unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben dem eigentlichen zentralen Versorgungsbereich (Ortskern) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Sonderstandorte) sowie ergänzende Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrenstypen (Innenstadt, Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche not-

wendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die **Rechtsprechung und die kommentierende Literatur**<sup>61</sup> haben dazu eine Reihe von **Kriterien** aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs – solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann – möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht verfügen. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

**Kein zentraler Versorgungsbereich** sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegene Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Ebenfalls nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind solitär gelegene Standorte des Lebensmitteleinzelhandels, die für die wohnortnahe Grundversorgung

---

<sup>61</sup> Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 – 7 D 1/09.NE –, S. 27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

eine wichtige Funktion einnehmen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich im Wesentlichen auf das nahe gelegene Umfeld oder räumlich abgesetzte Ortsteile. Ergänzende Funktionen weisen die Standorte in der Regel nicht auf. Insofern geht von diesen Standorten auch kein Zentrumscharakter aus. Da das Baurecht keinen einzelbetrieblichen Konkurrenzschutz vorsieht, entfaltet sich demnach für solche Nahversorgungsstandorte auch nicht der Schutzstatus der zentralen Versorgungsbereiche. Nach Vorstellungen des Städtebaurechts und der Landes- und Regionalplanung sind diese aus Sicht der Stadt Treuen dennoch bedeutsame Nahversorgungsstandorte, da diese als ergänzendes Rückgrat zu den Zentren eine funktionsfähige und verbrauchernahe Nahversorgung sichern.

Die im Folgenden näher erläuterten **funktionalen und städtebaulichen Kriterien** ermöglichen neben einer **hierarchischen Einordnung** auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Treuen. Entscheidende Kriterien sind insbesondere:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.

Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

#### **Innenstadt/Ortskern**

- Größerer Einzugsbereich: In der Regel gesamtes Stadtgebiet und ggf. Umland
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf; diverse zentrenergänzende Nutzungen

#### **Nahversorgungs- und Nebenzentren**

- Kleiner bis mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke und Stadtteile größerer Städte

- Begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und Sortimente des kurzfristigen Bedarfs

Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung, die jedoch die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht vollständig erfüllen, sind insbesondere:

#### (Integrierte) Nahversorgungsstandorte

- Einzugsbereich: direkter Nahbereich (wohnungsnah Grundversorgung)
- oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder Verbundstandort mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- In der Regel keine oder nur eingeschränkte ergänzende Nutzungen
- Kein bis geringer Wettbewerb am Standort

#### Zentralitätsbildender Sonderstandort/Ergänzungsstandort

- Zumeist gesamtgemeindlicher und z.T. auch überörtlicher Einzugsbereich
- Zumeist flächenextensive Sortimente aller Bedarfsstufen
- Agglomeration funktionaler Fachmarktconzepte, die sich i.d.R. in autokundenorientierter Lage befinden
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

## 8.2 Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Treuen

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Treuen konkretisiert die Entwicklungsvorstellungen für städtebaulich sinnvolle Standortlagen. Dabei wurden die Einstufung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche auf Basis der o.g. quantitativen als auch qualitativen Kriterien vorgenommen.

In Treuen lässt sich lediglich ein Standortbereich identifizieren, der im Sinne des § 34 BauGB sämtliche Kriterien zur Einstufung eines **zentralen Versorgungsbereichs** weitgehend erfüllen kann. Dabei handelt es sich um den historischen **Ortskern**, der sich insbesondere zwischen dem Postplatz und dem Markt entlang der Königstraße erstreckt.

Mit dem **ortskernergänzenden Sonderstandort Grundversorgung Ergänzungsstandort Perlaser Straße** gibt es allerdings noch einen weiteren Standortbereich, der zwar nicht als zentraler Versorgungsbereich zu definieren ist, für die Standortstruktur des Einzelhandels aber dennoch eine wichtige ortskernergänzende Funktion einnimmt, indem hier Nutzungen vorgehalten werden und perspektivisch zu etablieren sind, für die der kleinteilige Ortskern keine marktgängigen Flächenpotenziale bieten kann.

Wie u.a. die extern durchgeführte Standortalternativenprüfung zeigt, wird es v.a. aufgrund standortseitiger Restriktionen nicht möglich sein, einen signifikanten Angebotsausbau innerhalb des Ortskerns zu realisieren. Zur nachhaltigen Sicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens wird ein Ausbau des Einzelhandelsangebots – vor allem im Segment des periodischen Bedarfs – jedoch erforderlich sein, um sich gegenüber den umliegenden Zentralen Orten zukunftsfähig aufstellen und den Bewohnern Treuens ein attraktives Grundversorgungsangebot offerieren zu können.

Dies macht die Ausweisung **eines ortskernergänzenden atypischen Sonderstandorts zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung** erforderlich. Der Ergänzungsstandort an der Perlaser Straße (Norma) leistet schon heute einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung. Perspektivisch könnte dieser Standortbereich zu einem (noch stärker) ortskernergänzenden Sonderstandort zur Sicherung der gesamtstädtischen, qualifizierten Grundversorgung mit Angeboten des periodischen Bedarfs weiterqualifiziert werden. So handelt es sich um einen bereits bestehenden Einzelhandelsstandort, dessen Weiterentwicklung keine weitere „Zersplitterung“ der Angebotsstrukturen zur Folge hätte. Zudem ist der Standort vom gesamten Stadtgebiet aus verkehrlich gut zu erreichen und im direkten Standortumfeld der bereits heute bestehenden nahversorgungsorientierten Handelsagglomeration finden sich auch entsprechende Flächenpotenziale.

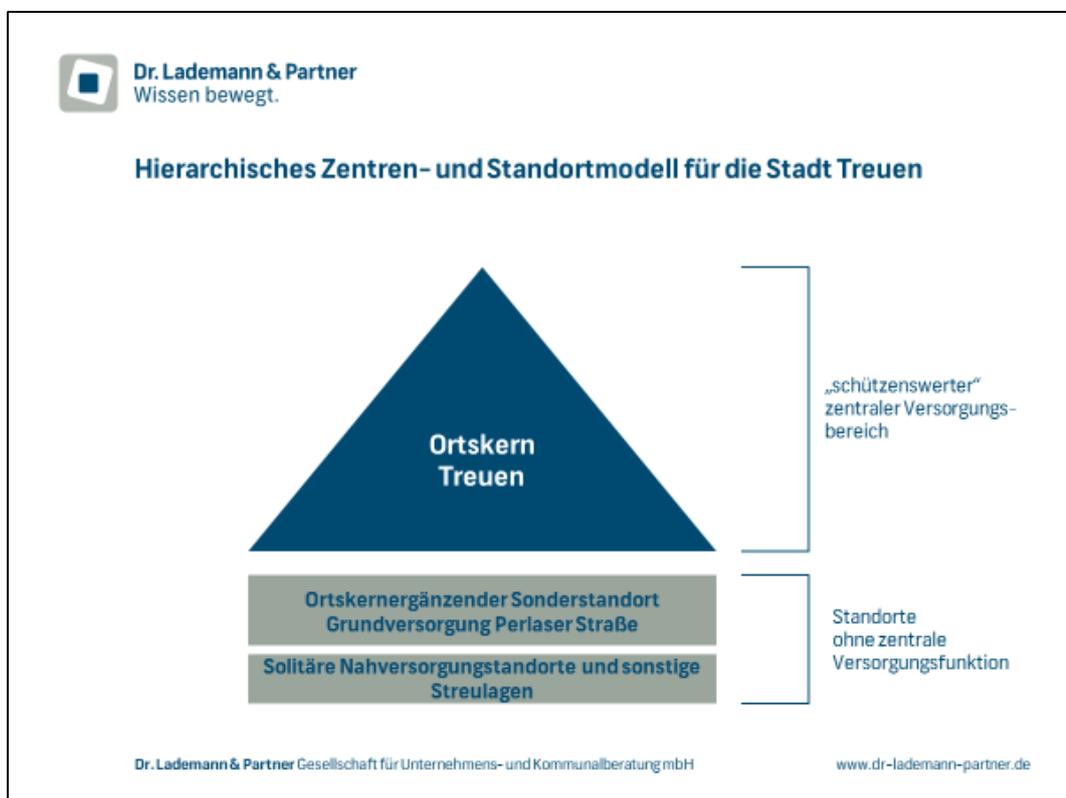


Abbildung 38: Hierarchisches Standortmodell für die Stadt Treuen.

**Als zentraler Versorgungsbereich wird dieser Standort jedoch nicht eingestuft**, da es zum einen an der für zentrale Versorgungsbereiche typischen Funktionsvielfalt fehlt. Sowohl aktuell als auch perspektivisch werden hier keine zentrentypischen Komplementärnutzungen zu erwarten sein, die für zentrale Versorgungsbereiche charakteristisch sind. Zum anderen ist nicht zu erwarten, dass dieser Standort perspektivisch die städtebaulichen Qualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs erlangen kann. Auch ist zu berücksichtigen, dass es in einer Kleinstadt wie Treuen weder versorgungsstrukturell notwendig noch städtebaulich sinnvoll erscheint, neben dem Ortskern noch einen weiteren zentralen Versorgungsbereich auszuweisen, der dann für alle Arten von großflächigem Einzelhandel und arrondierenden Nutzungen legitimiert wäre. Vielmehr drängt sich hier eine Ausweisung als Sonderstandort mit einer entsprechenden Funktionszuweisung auf, um den Status des Ortskerns als multifunktional ausgeprägte und inmitten des Kernstadtgebiets gelegene Standortlage nicht zu konterkarieren und hinsichtlich der Hierarchisierung vom Sonderstandort an der Perlaser Straße abzuheben.

Sowohl der Netto-Discounter an der Rudolf-Breitscheid-Straße als auch der Netto-Discounter an der Heinrich-Heine-Straße verfügen über einen unmittelbaren Bezug zu umliegenden Wohnstrukturen. Für den **Netto-Markt an der Rudolf-Breitscheid-Straße** gilt dies in besonderem Maße, da dieser recht zentral in das Kernstadtgebiet eingebettet und damit auch in räumlicher Nähe zum Treuener Ortskern gelegen ist. Dies spiegelt auch die Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsgebiet bzw. 700m-Radius rund um den Anbieter wider, wo derzeit rd. 3.300 Personen leben. Damit erreicht der Netto-Markt hier den höchsten Wert aller strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Treuen. Einschränkend ist jedoch anzuführen, dass die im 700m-Radius um den Netto-Markt an der Rudolf-Breitscheid-Straße lebenden Verbraucher fast vollständig auch durch andere strukturprägende Lebensmittelmärkte versorgt sind. Die Einwohnerzahl im überlappungsfreien Teil des fußläufigen Einzugsbereichs fällt entsprechend sehr gering aus.

Im fußläufigen Umfeld des **Netto-Markts in der Heinrich-Heine-Straße** leben derzeit rd. 2.770 Personen, womit auch dieser Anbieter auf eine signifikante Nachfrageplattform in seinem fußläufigen Umfeld zurückgreifen kann. Hinzu kommt, dass dieser Netto-Markt über eine nennenswerte Einwohnerzahl (rd. 380 Personen) im überlappungsfreien Teil seines fußläufigen Einzugsbereichs verfügt. Dabei stellt der Anbieter v.a. für die Bevölkerung aus den westlichen Randbereichen des Treuener Kernstadtgebiets die nächstgelegene und zugleich einzige fußläufig erreichbare Einkaufsalternative dar.

Der **Lidl-Markt an der Oststraße** spielt aufgrund seiner Gewerbegebietslage am Rand der kernstädtischen Wohnstrukturen, des fehlenden unmittelbaren Wohngebietsbezugs und der vergleichsweise geringen Einwohnerzahl in seinem fußläufigen Einzugsgebiet (700m-Radius) hingegen nur eine untergeordnete Rolle für die Sicherung der Nahversorgung. Dessen Nahumfeld deckt zudem kaum (Wohn-)Siedlungsbereiche ab,

die nicht ohnehin schon durch die fußläufigen Einzugsgebiete anderer Lebensmittelmärkte abgedeckt werden. Insofern steht dieser Markt eher in Konkurrenz zu den siedlungsintegrierten und für die verbrauchernahe Versorgung weitaus bedeutenderen Nahversorgungslagen. Wenngleich die bereits genehmigte Erweiterung dieses Anbieters zu einer gewissen Qualifizierung der örtlichen Nahversorgungsstruktur, im Sinne der Etablierung eines modern aufgestellten Discountformats, beitragen wird, wird diese die weiteren und besser integrierten Discountformate unter Druck setzen.

Als **besondere, solitäre Nahversorgungsstandorte** im Stadtgebiet, die für die wohnortnahe Grundversorgung in Ergänzung zum Sonderstandort (und sehr eingeschränkt zum Ortskern) eine besonders wichtige Rolle spielen, lassen sich ausgehend von der siedlungsintegrierten Lage, dem jeweiligen Wohngebietsbezug und den Einwohnerzahlen im fußläufigen Einzugsgebiet (Tabelle 12) somit die beiden Netto-Discounter an der Rudolf-Breitscheid-Straße sowie an der Heinrich-Heine-Straße identifizieren.

Um die beiden Netto-Märkte als für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtige Anbieter langfristig sichern zu können, sollten diesen beiden Märkten, wie bereits dargestellt, grundsätzlich gewisse Entwicklungsspielräume eingeräumt werden. Dabei kämen v.a. maßvolle Verkaufsflächenerweiterungen an den Bestandsstandorten in Betracht, wobei eine Verkaufsfläche von 800 - 1.000 qm als eine für Netto-Discounter marktgängige Verkaufsflächendimensionierung anzusehen ist. Betriebsverlagerungen dieser Anbieter an (im Sinne der verbrauchernahen Versorgung) weniger geeignete Standorte sollten in diesem Zusammenhang jedoch ausgeschlossen werden.

Ein Blick auf die städtebaulichen Verhältnisse offenbart jedoch, dass die Weiterentwicklung der beiden Nahversorgungsstandorte nur in sehr begrenztem Maße möglich sein wird. Während die Bebauungsstrukturen rund um den Netto-Markt in der Rudolf-Breitscheid-Straße bereits heute stark verdichtet sind und eine Flächenausdehnung an diesem Standort entsprechend kaum ermöglichen, besteht westlich des Netto-Markts an der Heinrich-Heine-Straße eine größere Potenzialfläche. Diese wäre grundsätzlich zwar für die Erweiterung des Netto-Markts oder eine Angebotsarrondierung am Standort (z.B. durch einen Drogeriemarkt) geeignet, steht (nach Angaben der Stadt) für eine handelsseitige Entwicklung aufgrund eigentumsrechtlicher Restriktionen aber nicht zur Verfügung. Wenngleich sich der Gesamtstandort unter siedlungsstrukturellen Gesichtspunkten hierfür in jedem Fall eignen würde, ist es aus diesem Grund nicht möglich, die Ausweisung eines ortskerner ergänzenden Grundversorgungsstandorts auf diesen Bereich zu lenken. Denkbar wäre aber die Nachnutzung der ehemals von Schlecker belegten Fläche (z.B. durch eine Flächenzusammenlegung), womit zumindest die Neuaufstellung des Netto-Markts bewerkstelligt werden könnte.

Insgesamt ist die Weiterentwicklung der beiden Nahversorgungsstandorte also deutlichen Restriktionen unterlegen, weshalb es hinsichtlich der angestrebten Aufwertung der verbrauchernahen Versorgung im Kernstadtgebiet sowie der Sicherung und

Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Treuen auch vor diesem Hintergrund der Ausweisung eines ergänzenden Standortbereichs bedarf.

Das anzustrebende arbeitsteilige Standortprofil zwischen dem Ortskern einerseits und dem Sonderstandort zur grundzentralen Funktions-sicherung sowie den solitären Nahversorgungslagen andererseits kann dazu beitragen, **die Gesamtattraktivität des Einzelhandelsstandorts Treuen zu erhöhen und die aktuell bestehenden Kaufkraftabflüsse zu reduzieren.**

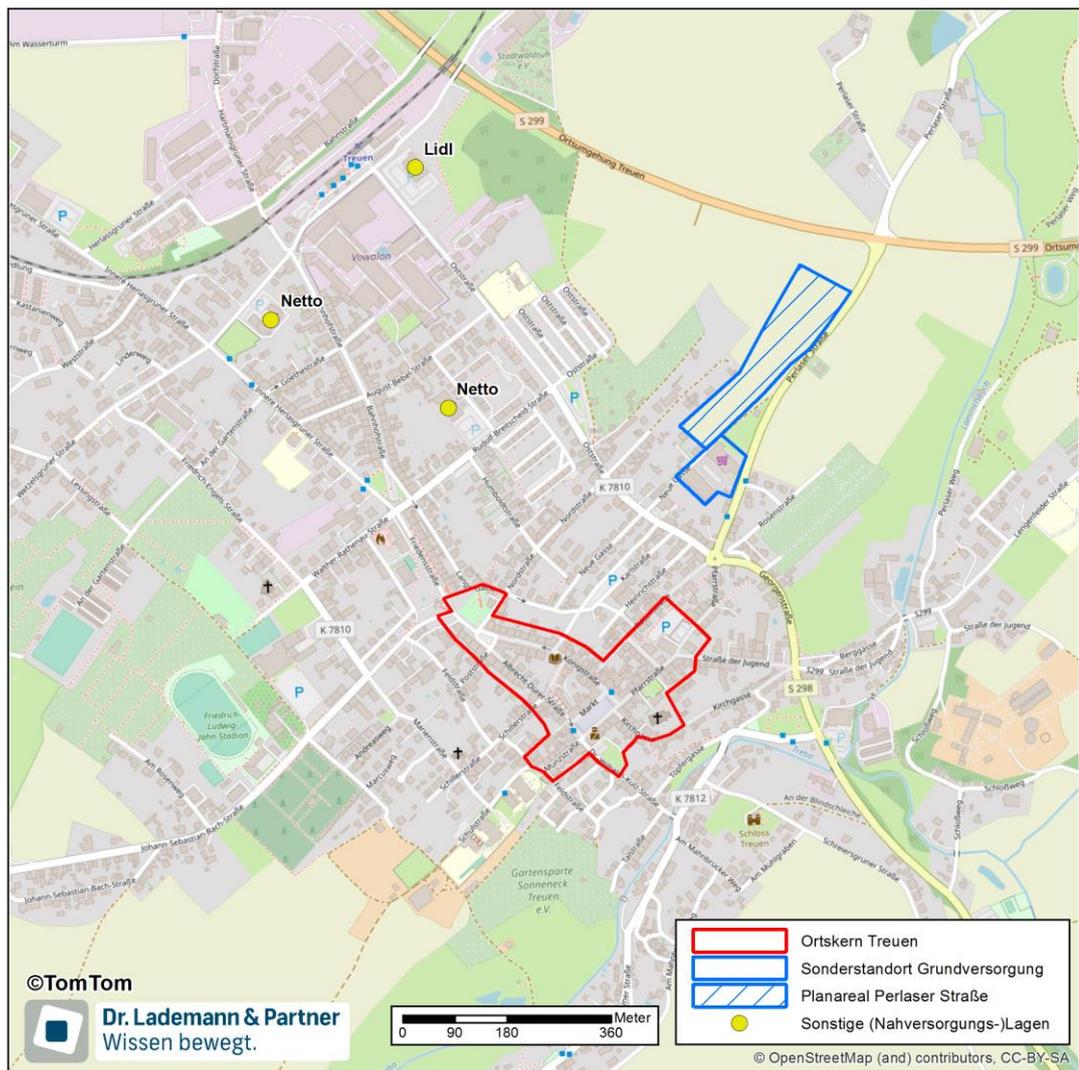


Abbildung 39: Zentren- und Standortstruktur in der Stadt Treuen

Nachfolgend wird der Ortskern von Treuen einer gründlichen städtebaulichen und funktionalen Analyse unterzogen und kartografisch abgegrenzt. Dabei erfolgt eine kriteriengestützte Beschreibung und Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs sowie die Formulierung standortspezifischer Handlungsempfehlungen. Der weitere identifizierte Standortbereich mit besonderer Versorgungsbedeutung (Ergänzungsstandort Perlaser Straße) wird ebenfalls kurz charakterisiert.

## 8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Treuen

Die im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept vorgenommene **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** umfasst in seiner Nordwest-Südost-Ausdehnung im Wesentlichen die beiden nahezu parallel zueinander verlaufenden Straßenzüge der Königstraße und der Albrecht-Dürer-Straße, welche beide als Bindeglieder zwischen dem Postplatz und dem städtischen Marktplatz fungieren. Der Postplatz stellt zugleich den nordwestlichen Abschluss des Zentrums dar, wobei hier noch kleinere Teile der Nordstraße sowie der Friedensstraße mit in die Abgrenzung aufgenommen wurden. In den Bereichen südlich und östlich des Marktplatzes und von diesem abweigend können ebenfalls noch weitere Straßenabschnitte dem Ortskern zugeordnet werden. Hierzu zählen neben der Münzstraße (bis zur Kreuzung mit der Feldstraße) und der Kirchgasse (bis auf Höhe der Kirche St. Bartholomäus) insbesondere die Pfarrstraße sowie die hiervon abzweigende Querstraße. Der nordöstliche Abschluss des Ortskerns erfolgt am Parkplatz hinter dem Sparkassengebäude.

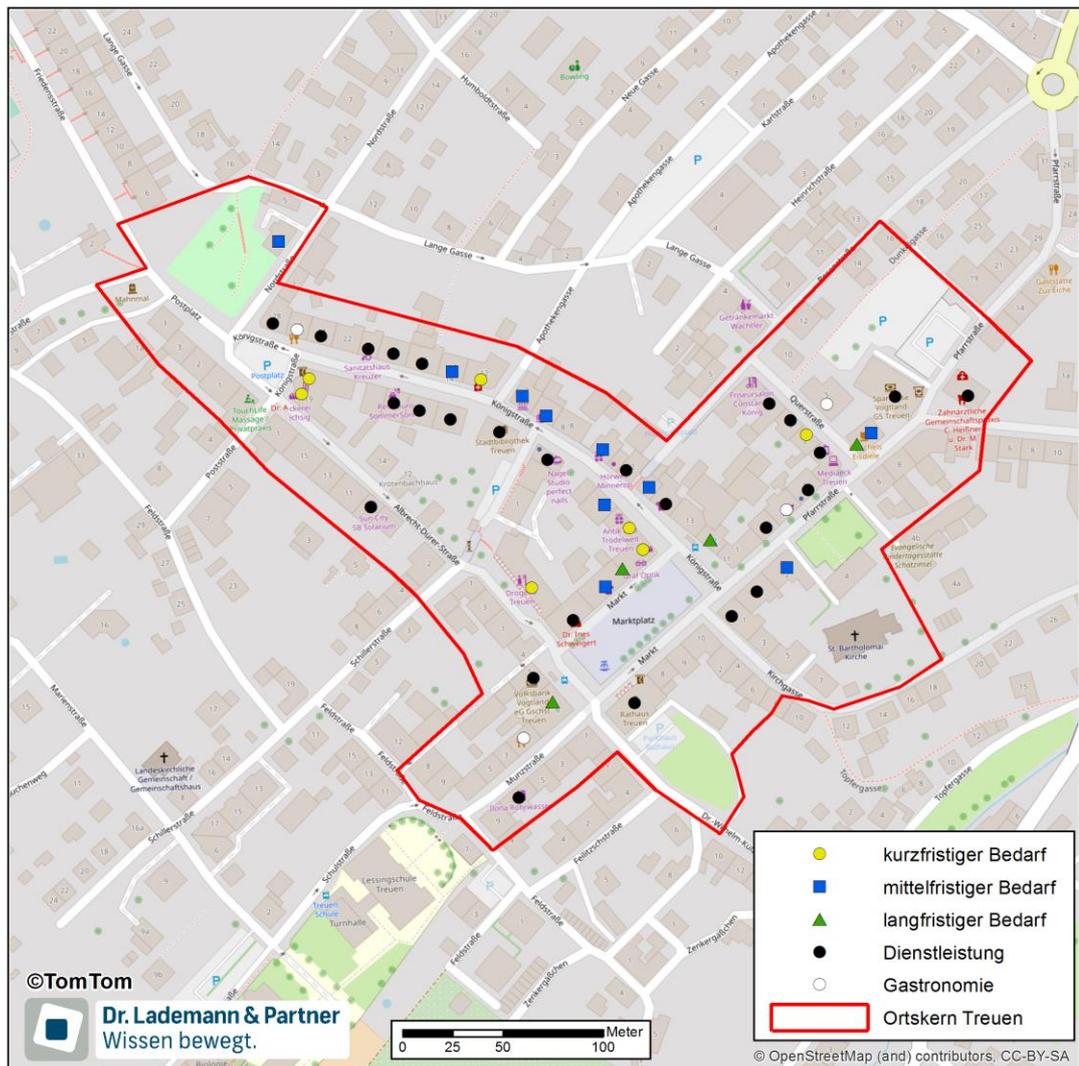


Abbildung 40: Räumliche Abgrenzung des ZVB Ortskern

Die z.T. noch mit kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen besetzte Bahnhofstraße kann dem zentralen Versorgungsbereich aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner aufgrund der örtlichen topografischen Gegebenheiten, die sich mit einem erheblichen Höhenversatz zwischen dem in Abb. 36 dargestellten Ortskern und der Bahnhofstraße im Stadtbild niederschlagen und von denen v.a. für immobile Bevölkerungsgruppen eine nicht unerhebliche Barrierewirkung ausgeht, nicht mehr zugeordnet werden. Da entlang der Friedensstraße, die den Postplatz mit dem Bismarckplatz bzw. der Bahnhofstraße verbindet, keinerlei zentrentypische Nutzungen vorhanden sind, fehlt es zudem an einer räumlich-funktionalen Verknüpfung der beiden Standortbereiche.

Als Hauptgeschäftsbereich mit der höchsten Nutzungsdichte innerhalb des Ortskerns lässt sich die Achse Postplatz – Königstraße – Marktplatz identifizieren. Entlang der Königstraße zeigt sich dabei ein annähernd durchgängiger Nutzungsbesatz, wobei dieser aber nicht frei von Leerständen ist und handelsergänzende Funktionen dominieren. Während sich auch die Pfarrstraße sowie die Querstraße noch durch eine erhöhte Konzentration ortskerntypischer Nutzungen kennzeichnen lassen, nimmt die Nutzungsdichte in den weiteren Nebenlagen teils deutlich ab. Insbesondere die Albrecht-Dürer-Straße weist kaum noch einzelhandelsseitige oder konsumnahe Angebote auf.



Abbildung 41: Der Postplatz sowie die Königstraße im Ortskern von Treuen

# Zentrenpass

## Räumliche Analyse

### Lagebeschreibung

Zentrale Lage im Kernstadtgebiet; dabei umfasst der Ortskern neben der Hauptgeschäftsachse Postplatz – Königstraße – Markt auch einige Nebenlagen mit mehr oder weniger ausgeprägtem Nutzungsbesatz (u.a. Bereich Pfarrstraße)

### Versorgungsfunktion

Gesamtstädtische Versorgungsfunktion sowie grundsätzlich Versorgungsfunktion für Teile des Umlands (Neuensalz), die aber nur sehr eingeschränkt wahrgenommen werden kann

### Umfeldnutzungen

Im unmittelbaren Umfeld des Ortskerns finden sich überwiegend mischgenutzte Strukturen mit einem signifikanten Wohnanteil wieder; südwestlich schließt u.a. ein Schulgelände an

## Funktionale Analyse

### Einzelhandelsstruktur

sehr kleinteilige Nutzungsstrukturen, weshalb inhabergeführte und beratungsintensive Fachgeschäfte dominieren; mittel- und großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Filialkonzepte fehlen hingegen vollständig

### Branchen-Mix

Angebotsschwerpunkt mit rd. 620 qm im mittelfristigen Bedarf; der kurz- und der langfristige Bedarf sind in ähnlicher Größenordnung vertreten; insgesamt ausgewogener Branchenmix

### Magnetbetriebe

Es fehlt dem traditionellen Ortskern vollständig an sogkräftigen und frequenzerzeugenden Magnetbetrieben; das Drogeriefachgeschäft „Caro“ kann diese Funktion nur sehr bedingt erfüllen

### Ergänzende Nutzungen

recht ausgeprägter und differenzierter Besatz konsumnaher Nutzungen, wobei ein Ausbaupotenzial beim gastronomischen Angebot und räumlich gesehen im Bereich des Markts besteht

## Städtebauliche Analyse

### Bebauungsstruktur

kernstädtisch geprägter Straßenraum mit äußerst kleinteiliger Altbausubstanz, wobei v.a. entlang der Hauptgeschäftsachse eine weitgehend geschlossene, straßenbegleitende und verdichtete Bebauungsstruktur vorherrscht; aufgelockerte Bereiche in Randlage (u.a. am Postplatz)

### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Der Ortskern ist über ein dichtes Straßennetz (z.T. Einbahnstraße) gut erreichbar, wenngleich keine Anbindung an eine übergeordnete Verkehrsachse besteht; Bushaltepunkte (u.a. am Markt) sichern die ÖPNV-Anbindung

### Fußläufige Erreichbarkeit

weite Teile des Ortskerns sind von Wohnstrukturen umgeben oder werden selbst zum Wohnen genutzt, sodass die fußläufige Erreichbarkeit grundsätzlich als gut zu bewerten ist; nordöstlich des Postplatzes und entlang der Friedensstraße behindert die Topografie (Höhenversprung) jedoch die fußläufige Anbindung an das nordöstlich des Ortskerns gelegene Kernstadtgebiet

### Stellplatzangebot

das Parkraumangebot ist als ausreichend zu bewerten; die straßenbegleitenden Parkmöglichkeiten werden durch einen größeren Sammelplatz (nördlich der Sparkasse) ergänzt

### Aufenthaltsqualitäten

höhere Aufenthaltsqualitäten ergeben sich im Bereich des städtebaulich attraktiven Markts; allerdings ist dieser derzeit zu wenig belebt und offeriert nur wenige frequenzerzeugende Angebote; in weiteren Teilen des Ortskerns nehmen Ladenleerstände und teils marode Baukörper zu, was die Verweilqualität schmälert; insgesamt mangelt es v.a. an gastronomischen Angeboten

### Leerstandssituation

alle Teilbereiche des Ortskerns weisen Leerstände oder mindergenutzte Immobilien auf, wobei die Leerstandsanzahl insgesamt (noch) überschaubar ausfällt

Insgesamt zeichnet sich der Ortskern von Treuen durch einen Mix aus Einzelhandel, zentrentypischen Komplementärnutzungen und Wohnnutzungen aus und weist damit grundsätzlich eine erhöhte Multifunktionalität auf, die entsprechend unterschiedliche Besuchsanlässe auslöst. Die durchaus vorhandenen städtebaulichen Qualitäten (v.a. im Bereich des Marktplatzes) können derzeit aber noch nicht ausreichend genutzt werden, um die Kunden häufiger in den Ortskern zu locken oder länger dort zu halten. In erster Linie mangelt es an publikumsintensiven Nutzungen und dabei v.a. an attraktiven gastronomischen Angeboten, deren Konzentration räumlich gesehen v.a. am Marktplatz sinnvoll wäre. Die Besucherfrequenz wird darüber hinaus durch die in Teilen eingeschränkte fußläufige Anbindung des Ortskerns an das weitere Kernstadtgebiet gemindert, die aus den lokalen topografischen Gegebenheiten resultiert.

Angebotsseitig weist der Ortskern v.a. im periodischen Bedarf, welcher hinsichtlich der Erzeugung von Kundenfrequenzen aber eine zentrale Rolle spielt, einen geringfügig ausgeprägten Einzelhandelsbesatz auf, wodurch dessen Beitrag zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung sowie der Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Treuen gering ausfällt. Bedingt durch die äußerst kleinteilige Einzelhandelsstruktur und das Fehlen von sogkräftigen Magnetbetrieben (insbesondere im Bereich des periodischen Bedarfs) kommt dem Ortskern im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge eine stark untergeordnete Bedeutung zu, die sich auch künftig nur sehr bedingt wird erhöhen lassen. Das es auch durch die Zusammenlegung von benachbarten und derzeit leerstehenden Ladenlokalen nur sehr begrenzt möglich sein wird marktgängige Geschäftsflächen zu schaffen, wurde im Rahmen von Kapitel 5.4 bereits deutlich gemacht. Städtebauliche Maßnahmen werden durch die örtlichen topographischen Gegebenheiten ohnehin erheblich erschwert.

Wesentliches Entwicklungsziel für den Ortskern sollte deshalb die Absicherung der derzeitigen primär dienstleistungsorientierten Versorgungsfunktion sein. Dafür müssen beratungsintensive Fachgeschäfte und konsumnahe Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie) auf den Ortskern konzentriert werden, um Besuchsanlässe zu erhalten bzw. zusätzlich auszulösen und die Entstehung weiterer Leerstände zu verhindern und die Leerstandsquote bestenfalls zu reduzieren. Für eine Erhaltung oder ggf. Ergänzung des bestehenden Handelsangebots sollten die ohnehin begrenzten Entwicklungspotenziale für den mittel- und langfristigen Bedarf prioritär auf den Ortskern fokussiert werden.

## 8.2.2 Ortskernergänzender Sonderstandort Grundversorgung Perla- ser Straße

Da der Ortskern keine marktgängigen Flächenpotenziale zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe bietet, die Stadt Treuen vor dem Hintergrund der Angebotsdefizite und des intensiven interkommunalen Wettbewerbs aber einen Flächenausbau zur Absicherung ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion anstrebt, bedarf es eines Standorts neben dem Ortskern, der für großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zu legitimieren ist. Dieser Standort sollte einen räumlich-funktionalen Bezug zu den Siedlungsbereichen der Kernstadt haben, darf den Ortskern in seiner Funktionsfähigkeit nicht nachhaltig beeinträchtigen und muss seinen Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf haben.

Zur Erreichung des städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Ziels, die Grundversorgung für das gesamte Stadtgebiet durch ein attraktives und zukunftsfähiges Angebot an nahversorgungsrelevanten Nutzungen nachhaltig absichern zu können, bietet sich ein Ausbau des bereits bestehenden Nahversorgungsstandorts rund um die bestehende Einzelhandelsagglomeration an der Perlaser Straße an. Der Standort ist bereits durch großflächigen Einzelhandel vorgeprägt und verfügt über die als Hauptzufahrtsstraße zur Kernstadt bzw. Zubringer zur Umgehungsstraße S 298 bzw. S 299 fungierende Perlaser Straße über eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und eine hohe Visibilität. Dabei ist der Standort auch für einen großen Teil der Bevölkerung aus den peripheren Treuener Ortsteilen (v.a. aus Perlas, Schreiersgrün und Eich) gut zu erreichen, da diese u.a. über die nahe gelegene S 299 an das Kernstadtgebiet angebunden ist. Zudem fungiert die Auerbacher Straße, die in den südlich des Standorts gelegenen Kreisverkehr mündet, als wichtiger Zubringer zum Kernstadtgebiet. Letztlich ist auch die Anbindung an den ÖPNV durch eine vorgelagerte Bushaltestelle gegeben.

Weiterhin schließt der Standortbereich unmittelbar nordöstlich an das Hauptsiedlungsgebiet von Treuen an und leistet einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der fußläufigen Grundversorgung der Bevölkerung. Im fußläufigen Einzugsbereich des Grundversorgungsstandorts (700m-Radius) leben insgesamt etwa 2.800 Personen. Zudem leben in diesem Bereich fast 400 Personen, die keinen weiteren Lebensmittelmarkt in ihrem fußläufigen Nahumfeld vorfinden können und hinsichtlich der wohnortnahen Grundversorgung auf den am Standort ansässigen Norma-Markt angewiesen sind. Insofern ist der Standort trotz seiner Randlage einerseits fußläufig oder mit dem Rad noch gut zu erreichen und weist andererseits zugleich auch eine hohe Autokundenorientierung auf, die im Hinblick auf die angedachte Funktionswahrnehmung als Standort für großflächigen, nahversorgungsrelevanten Einzelhandel mit gesamtstädtischer Bedeutung für das Grundzentrum Treuen förderlich ist.

Überdies sind unmittelbar nördlich an diesen Standort angrenzend Flächenpotenziale vorhanden. Das derzeit nicht bebaute und überwiegend landwirtschaftlich genutzte

Areal verfügt über die notwendige ausreichend große Dimensionierung, um eine Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu ermöglichen.

Gleichwohl soll dieser Standort keine ortskernersetzende, sondern eine ortskernergänzende Funktion wahrnehmen. Insofern gilt es darauf hinzuwirken, dass eine Weiterentwicklung dieses Standorts nur unter der Maßgabe erfolgen sollte, dass der Ortskern in seiner Funktion nicht maßgeblich beeinträchtigt wird. So sollte insbesondere die Dienstleistungsfunktion des Ortskerns durch diesen Standort nicht in Frage gestellt werden und es sollten noch ausreichende Entwicklungspotenziale – vor allem im Hinblick auf den mittel- und langfristigen Bedarf sowie im Hinblick auf handelsergänzende Funktionen (z.B. Dienstleister, Gastronomie) – dem Ortskern vorbehalten bleiben.



Abbildung 42: Die bestehende Handelsagglomeration am Grundversorgungsstandort Perlaser Straße



Abbildung 43: Die nördlich an den Ergänzungsstandort Perlaser Straße angrenzende Potenzialfläche

## 8.3 Zur Zentrenrelevanz der „Treuer Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung in Treuen:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Treuer Sortimentsliste")

nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Lebensmittel	Bekleidung, Wäsche	Möbel, Küchen
Getränke	Lederwaren, Schuhe	Campingartikel und -möbel
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	Hausrat/ Haushaltswaren	Antiquitäten/Kunst
Zeitungen, Zeitschriften	Glas, Porzellan, Keramik	Bettwaren, Matratzen
pharmazeutischer Bedarf	Geschenkartikel, Wohnaccessoires	Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
Schnittblumen	Foto, Film, Optik, Akustik	Bodenbeläge, Teppiche
Tiernahrung	Uhren, Schmuck, Silberwaren	Kfz-Zubehör
	Sportartikel und -bekleidung	Bau- und Heimwerkerbedarf
	Bücher	Gartenbedarf, Pflanzen
	Papier, Schreibwaren	Tierbedarf (exkl. Tiernahrung)
	Unterhaltungselektronik, Computer und Telekommunikation	Lampen/Leuchten/ Sonstige Elektroartikel
	Spielwaren	Weißer Ware/Haushaltselektronik
	Baby- und Kinderartikel	Fahrräder und Zubehör
	Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Stoffe	
	Musikalien, Musikinstrumente, Tonträger	
	Waffen und Jagdbedarf	
	Sanitätswaren	
	Parfümerie	

Quelle: Dr. Lademann & Partner. \* zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant.

Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

**Tabelle 13: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Treuer Liste“)**

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.

## 9 Maßnahmen- und Steuerungsempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Treuen

### 9.1 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Treuen

Die folgenden Steuerungsempfehlungen bzw. Ansiedlungsleitsätze zeigen auf, an welchen Standorten im Stadtgebiet Einzelhandelsvorhaben mit welchen Sortimenten und welchen Größenordnungen im Sinne der Ziele des Einzelhandelsentwicklungskonzepts zugelassen werden können<sup>62</sup>. Auf der Grundlage eines einheitlichen Prüfschemas, welches auf den nachfolgend definierten Ansiedlungsleitsätzen basiert bzw. diese zusammenfasst, ist es jedoch möglich, künftige einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Treuen hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den Bestimmungen und Zielstellungen des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts nach einem einheitlichen Muster bewertet werden. Dabei handelt es sich jedoch nur um theoretische Steuerungsempfehlungen.

#### **Ansiedlungsleitsatz 1: Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente<sup>63</sup>**

- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist grundsätzlich nur im zentralen Versorgungsbereich „Ortskern Treuen“ uneingeschränkt zulässig.
- b. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist darüber hinaus am „Sonderstandort Grundversorgung Perlaser Straße“ zulässig – auch über die Grenze der Großflächigkeit von 800 qm Verkaufsfläche hinaus. Der Vorhabenträger hat dafür über ein mit der Stadt abgestimmtes Verträglichkeitsgutachten nachzuweisen, dass davon keine Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereichs „Ortskern Treuen“ sowie der verbrauchernahen Versorgung ausgeht und die einzelhandelsrelevanten Ziele der Raumordnung eingehalten werden.
- c. Vor dem Hintergrund der begrenzten Entwicklungspotenziale und der Gefahr einer Zersplitterung des Angebots ist die Neuansiedlung großflächiger nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetriebe (> 800 qm Verkaufsfläche) in den übrigen Lagen

---

<sup>62</sup> Es handelt sich hierbei allerdings um rein theoretische Steuerungsempfehlungen. Ob sich mögliche Einzelhandelsvorhaben an den einzelnen Standorten vor dem Hintergrund der jeweiligen städtebaulichen Situation in der Praxis auch tatsächlich umsetzen lassen, kommt hierüber nicht zum Ausdruck.

<sup>63</sup> Gemäß „Treuer Liste“.

des Stadtgebiets auszuschließen. Gemäß dem Strategieprinzip „Konzentration auf die bestehenden Nahversorgungsstandorte“ sollte ein weiterer Angebotsausbau nur im Ortskern oder am Sonderstandort Perlaser Straße zugelassen werden. Bereits bestehenden und für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtigen Nahversorgungsstandorten kann eine maßvolle Weiterentwicklungsmöglichkeit (auch in die Großflächigkeit) zum Zweck der langfristigen Bestandssicherung eingeräumt werden.<sup>64</sup>

- d. Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche ist grundsätzlich auch in sonstigen Lagen möglich. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass der Standort siedlungsstrukturell integriert ist (wesentlicher Wohnnutzungsanteil im Umfeld), die Ansiedlung der Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung dient (Schließung einer räumlichen Versorgungslücke/Unterversorgung) und durch ein mit der Stadt abgestimmtes Verträglichkeitsgutachten nachgewiesen werden kann, dass von dem Vorhaben keine Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereichs „Ortskern Treuen“ sowie des „Sonderstandorts Grundversorgung Perlaser Straße“ ausgeht.
- e. Die Ansiedlung, Verlagerung und Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bis zu einer Größe von 100 qm Verkaufsfläche ist ohne Einschränkung innerhalb des Stadtgebiets möglich.<sup>65</sup> Gleichwohl sollte zur Stärkung des Ortskerns darauf hingewirkt werden, dass auch solche Betriebe auf den Ortskern gelenkt werden.
- f. Außerhalb des ZVB „Ortskern Treuen“ sowie des „Sonderstandorts Grundversorgung Perlaser Straße“ sind nahversorgungsrelevante Randsortimente (z.B. bei Sonderpostenmärkten) auf max. 10 % der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche des Betriebs zu begrenzen.

### **Ansiedlungsleitsatz 2: Zentrenrelevante Hauptsortimente<sup>66</sup>**

- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist nur im zentralen Versorgungsbereich „Ortskern Treuen“ zulässig, wobei die Grenze zur Großflächigkeit gemäß Z 2.3.2.1 LEP Sachsen aber nicht überschritten werden darf. Der Ortskern stellt das Investitionsvorranggebiet dar.
- b. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten am „Sonderstandort Grundversorgung Perlaser Straße“ ist, trotz der kleinteiligen Struktur des Ortskerns, welche sich restriktiv auf die Ansiedlung marktgängiger Handelsformate auswirkt, auszuschließen. Ein

---

<sup>64</sup> Die bereits genehmigte Erweiterung des Lidl-Markts bleibt davon unbenommen.

<sup>65</sup> Hierunter fallen z.B. Bäcker, Metzger, Kioske, Apotheken.

<sup>66</sup> Gemäß „Treuer Liste“.

Angebotsausbau der zentrenrelevanten Sortimente an diesem grundversorgungsorientierten Sonderstandort würde die (ohnehin begrenzten) Entwicklungsperspektiven des Ortskerns noch weiter einschränken.

- c. In allen übrigen Bereichen des Stadtgebiets sind Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ebenfalls konsequent auszuschließen.
- d. Zentrenrelevante Randsortimente (z.B. in einem Baumarkt) sind an dezentralen Standorten möglich, sofern sie lediglich auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche und max. 800 qm VKF angeboten werden.

### **Ansiedlungsleitsatz 3: Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente<sup>67</sup>**

- a. Die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet zulässig, wobei die Grenze der Großflächigkeit aber auch in diesem Fall nicht überschritten werden darf (Z 2.3.2.1 LEP Sachsen). Grundsätzlich sollten nicht-zentrenrelevante Sortimente möglichst auf den Ortskern und den Sonderstandort an der Perlaser Straße konzentriert werden. Diese Betriebe müssen jedoch auf mindestens 90 % ihrer Gesamtverkaufsfläche nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste anbieten. Zentrenrelevante Randsortimente sollten einen thematischen Bezug zum jeweiligen Kernsortiment aufweisen und auf nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche angeboten werden.
- b. Die Ansiedlung von Betrieben mit transportsensiblen, nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist möglichst an durch Einzelhandel vorgeprägten Bestandsstandorten (z.B. Sonderstandort Perlaser Straße) und in verkehrlich gut erreichbaren Lagen zu konzentrieren. Nicht durch Einzelhandel vorgeprägte Standortlagen sowie Gewerbegebiete, die durch produzierendes und verarbeitendes Gewerbe sowie durch Handwerk geprägt sind, sollten möglichst vollständig frei von Einzelhandelsnutzungen gehalten werden, um die Flächenpotenziale für klassische Gewerbebetriebe zu sichern.

### **Ansiedlungsleitsatz 4: Annexhandel**

Ausgenommen von den Ansiedlungsleitsätzen ist der sogenannte Annexhandel oder Werksverkauf, der auch außerhalb des Ortskerns zulässig ist, sofern er dem produzierenden, reparierenden oder verarbeitenden Gewerbebetrieb deutlich untergeordnet bleibt und eine Verkaufsfläche von 150 qm nicht überschreitet.

---

<sup>67</sup> Gemäß „Treuer Liste“.

Zusammenfassend empfehlen Dr. Lademann & Partner, künftige Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich nach dem folgenden, einheitlichen Prüfschema zu bewerten:



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

### Steuerungsempfehlungen

✓ zulässig  
○ eingeschränkt zulässig  
✗ unzulässig

	Nahversorgungsrelevante Sortimente		Zentrenrelevante Sortimente		Nicht-zentrenrelevante Sortimente		Anmerkung
	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	
<b>ZVB Ortskern</b>	✓	✓	✗	✓	✗	✓	Alle Sortimente zulässig; Beachtung von Ziel 2.3.2.1 LEP Sachsen
<b>Sonderstandort Grundversorgung Perlaser Straße</b>	✓	✓	✗	✗	✗	✓	Schwerpunkt kurzfristiger Bedarf - Ortskernergänzung
<b>Besondere Nahversorgungslagen (Netto-Märkte)</b>	✓	✓	✗	✗	✗	✓	Weiterentwicklungsspielräume im Sinne einer Stärkung der Nahversorgung
<b>Sonstige Lagen</b>	✗	○	✗	✗	✗	✓	Möglichst geringfügiger Angebotsausbau

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente sind bis maximal 10 % des Gesamtvorhabens zulässig. Agglomerations- und Gemengelagen kleinflächiger Betriebe sind kumuliert zu betrachten

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
www.dr-lademann-partner.de

**Abbildung 44: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung**

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die gemeindlichen Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung lediglich den kommunalen Rahmen abstecken. Ferner bedarf es bei großflächigen Vorhaben stets der Einzelfallprüfung, ob eine Konformität mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung erreicht werden kann. Zudem sei darauf hingewiesen, dass die Ansiedlungsleitsätze bestehende Baurechte nicht „aushebeln“ und erteilte Baugenehmigungen auch dann Bestand haben, wenn deren Ausnutzung nicht mit den Ansiedlungsleitsätzen konform ist.

## 9.2 Allgemeine Empfehlungen zur Umsetzung des Konzepts

Alle zukünftigen Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Treuen sollten darauf hinsteuern, die Kaufkraftbindung im Grundzentrum Treuen zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Generell sollte eine Reihe allgemeiner Maßnahmen zur Profilierung der Stadt Treuen als attraktiver grundzentraler Einzelhandelsstandort sowohl von den Händlern/Gewerbetreibenden als auch vonseiten der Stadt ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden. Der folgende Maßnahmenkatalog enthält auch Aktivitäten, die schon durchgeführt werden, deren Wichtigkeit aber noch einmal betont werden soll, damit sie nicht aus den Augen verloren werden bzw. damit weiterhin Mittel dafür zur Verfügung stehen. Insgesamt ist es zum einen für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Zum anderen sind aber auch eine Zusammenarbeit aller Beteiligten bzw. ein aktiver Dialog erforderlich.

### Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts z.B. durch einen entsprechenden Stadtratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So kann Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Treuener Einzelhandel erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelsentwicklungskonzept und die darin festgeschriebenen Entwicklungsziele und den schützenswerten zentralen Versorgungsbereich erfolversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Stadtratsbeschluss vonseiten der Verwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept – inkl. der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Sortimentsliste sowie der Ziel- und Strategieaussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung – beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und für die strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

## **Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts**

Die Stadt Treuen verfolgt i.d.R. eine Steuerung des Einzelhandels über die Aufstellung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- **Gewünschte Ansiedlungsvorhaben** sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden. **Hierfür sollten bestehende Bebauungspläne entweder überarbeitet oder neue Bebauungspläne aufgestellt werden.** Nur in Ausnahmefällen sollten großflächige Einzelhandelsvorhaben ohne Bauleitplanung auf der Basis von § 34 BauGB umgesetzt werden.
- An Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft **nicht mehr in Frage kommen sollen**, gilt es die u.U. bestehenden Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neue Bebauungspläne aufzustellen. Diesbezüglich sei explizit auch auf die Möglichkeit hingewiesen, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung im Rahmen von **einfachen Bebauungsplänen nach § 9 Abs. 2a BauGB** Einzelhandelsnutzungen auszuschließen. Das Einzelhandelskonzept stellt hierfür den wesentlichen Begründungszusammenhang her.
- In **Gewerbegebieten** empfiehlt sich ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten und um bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Zur Umsetzung der Ziele des beschlossenen Einzelhandelskonzepts ist es darüber hinaus erforderlich, für „Verdachtsbereiche“ im unbeplanten Innenbereich, in denen großflächiger Einzelhandel nach § 34 Abs. 1 BauGB als zulässig bewertet werden kann, diesen mit den Instrumenten der Bauleitplanung (durch einen Aufstellungsbeschluss<sup>68</sup> für einen Bebauungsplan) auszuschließen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

---

<sup>68</sup> Der Aufstellungsbeschluss darf sich allerdings nicht nur darauf beschränken, welche Bauvorhaben künftig unzulässig sein sollen. Vielmehr muss daneben erläutert werden, welche positiven Konzeptionen die Stadt mit dem Bebauungsplan verfolgt und aus welchem Grund ein Planungserfordernis besteht.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen oder zur Sicherung eines zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der jeweilige zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

### **Umgang mit bestehenden Leerstandsflächen**

Angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge und des weiteren Vormarschs des Online-Handels sowie der Nachfolgeproblematik im Fachhandel ist damit zu rechnen, dass es zu weiteren Marktaustritten von vor allem kleineren, inhabergeführten Fachgeschäften kommen wird. Vor diesem Hintergrund empfehlen Dr. Lademann & Partner ein Flächen-/Leerstandsmanagement aufzubauen, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können.

Die oberste Priorität sollte einer langfristigen und zukunftsfähigen Nachnutzung der leerstehenden Ladenlokale beigemessen werden. Der Großteil der kleinteilig strukturierten Leerstandsflächen ist für eine einzelhandelsrelevante Nachnutzung jedoch als nicht mehr marktfähig zu bewerten. Hier sollten die Eigentümer auch eine anderweitige Nutzung als die Einzelhandelsnutzung in Betracht ziehen (z.B. gewerbliches Wohnen, Dienstleistungen). Dies gilt vor allem für die Leerstände entlang der Königstraße.

Einige der Leerstandsflächen innerhalb des Ortskerns könnten unter Einsatz von Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen jedoch durchaus noch einer potenziellen Einzelhandelsnachnutzung zugeführt werden. Trotz der eher ungünstigen Rahmenbedingungen empfehlen die Gutachter auch eine Prüfung, ob durch Zusammenlegung bzw. immobilienseitige Neugestaltung attraktive und moderne Flächenzuschnitte geschaffen werden können. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten könnten hier beispielsweise der Abriss nicht erhaltungswürdiger Bausubstanz und die Einbeziehung daran angrenzender Nachverdichtungsflächen eine Möglichkeit sein. Um dieser Zielsetzung bei erhaltungswürdigen Gebäuden gerecht werden zu können, muss es sich um ausreichend groß dimensionierte Objekte handeln, die im Einzelfall den Nutzungsanforderungen vollständig gerecht werden.

Gleichwohl erscheint es nicht realistisch, dass die Leerstände kurzfristig und allesamt beseitigt werden können. Um das Erscheinungsbild des Ortskerns jedoch nicht weiter zu belasten, empfiehlt es sich, die entsprechenden Flächen in geeigneter Form zwischenzunutzen. So können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Ort genutzt werden. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren eigenes

Erscheinungsbild und das des Ortskerns aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen, um funktionale Lücken zu minimieren und die Bausubstanz zu pflegen. Gebäude mit stark maroder Bausubstanz sollten bei Sanierungsmaßnahmen prioritär behandelt werden, da sie sich stark negativ auf die Wahrnehmung des Ortskerns auswirken.

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leerstehenden Ladeneinheiten. Die Stadt Treuen sollte allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass die Stadt als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Ausstellern/Werbenden fungiert.

### **Konsequente Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in den prägenden Standortlagen der Stadt Treuen**

Um den Einzelhandelsstandort Treuen langfristig zu sichern und zu stärken, haben Dr. Lademann & Partner ein einzelhandelsseitiges Entwicklungspotenzial errechnet, dessen Ausnutzung bis zum Jahre 2025 zu empfehlen ist und welches auf einer verstärkten Bindung der örtlichen Nachfrage fußt.

Dr. Lademann & Partner empfehlen eine konsequente Ausnutzung der Entwicklungspotenziale in den beiden im Zentren- und Standortstrukturmodell definierten Standortlagen Ortskern und Sonderstandort Perlaser Straße. Dabei sind unterschiedliche Schwerpunkte zu beachten:

- Der Ortskern ist grundsätzlich sowohl als Standort für den kurzfristigen Bedarf als auch als Standort für den mittel- und langfristigen Bedarf zu sichern und zu stärken. Angesichts des Mangels an marktgängigen Flächenpotenzialen bildet der Ortskern vor allem den Schwerpunkt für den kleinteiligen Einzelhandel und weist ein multifunktionales Standortprofil auf, zu dem neben dem Einzelhandel auch ergänzende Nutzungen, wie z.B. Gastronomie, Dienstleistungen oder öffentliche Einrichtungen, zählen. Alle Vorhaben, die zur Stabilisierung des Ortskerns beitragen und der Leerstandsentwicklung entgegenstehen, sind zu begrüßen.
- Der Sonderstandort Perlaser Straße soll perspektivisch als Träger der grundzentralen Versorgungsfunktion im Hinblick auf großflächige Angebote des kurzfristigen Bedarfs entwickelt werden, für die es im Ortskern keine marktgängigen Flächenpotenziale gibt. Der Sortimentsschwerpunkt sollte demnach auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen, die allenfalls durch maßvoll dimensionierte Angebote des langfristigen Bedarfs arrondiert werden könnten.
- Den integrierten Nahversorgungsstandorten (Netto-Märkte) wird die Möglichkeit eingeräumt, sich an ihren Bestandsstandorten maßvoll weiterzuentwickeln. Insbesondere für den Netto-Markt an der Heinrich-Heine-Straße ergibt sich die Chance, seine Verkaufsfläche durch die Integration der ehemals von Schlecker genutzten

und derzeit leerstehenden Ladenfläche in Richtung einer für Netto-Discounter marktgängigen Größendimensionierung zu erhöhen. Da es aufgrund städtebaulicher und eigentumsrechtlicher Restriktionen aber nicht möglich sein wird, das Angebot im periodischen Bedarf an einem dieser beiden Standorte wesentlich auszubauen und die angestrebte Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens dort zu erreichen, rückt diesbezüglich wiederum der Sonderstandort Perlaser Straße in den Blickpunkt.

Angesichts der begrenzten Entwicklungspotenziale sollten außerhalb der beiden definierten Standortlagen des Einzelhandels keine prägenden Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten mehr zugelassen werden, um die Entwicklungsperspektiven der legitimierten Standortbereiche für den großflächigen Einzelhandel zu sichern. An den für die wohnortnahe Grundversorgung wichtigen Nahversorgungsstandorten wäre eine maßvolle Weiterentwicklung der dort ansässigen Lebensmittelmärkte durchaus zu begrüßen, sofern sich diese verträglich in die bestehenden Einzelhandelsstrukturen einfügt. Lediglich Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der beiden definierten Standortlagen vorstellbar, wenngleich auch diese prioritär auf den Sonderstandort Perlaser Straße zu lenken sind.

Sortimentsseitig bestehen die größten Entwicklungsspielräume im kurzfristigen Bedarf, der für die Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion maßgeblich ist und für den im Rahmen der Angebots- und Nachfrageanalyse Angebotsdefizite festgestellt wurden. Ein signifikanter Ausbau im mittel- und langfristigen Bedarf mit überörtlicher Ausstrahlung ist von raumordnerischer Seite für Treuen weder vorgesehen noch ergeben sich angesichts der steigenden Bedeutung des Online-Handels in diesem Segment hierfür entsprechende Entwicklungspotenziale. Gleichwohl ist die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere zur einzelhandelsseitigen Aufwertung des Ortskerns und zur Reaktivierung von Leerstandsflächen, dennoch zu begrüßen.

Bei der Ausdifferenzierung und Attraktivität des Angebots geht es neben einem quantitativen Ausbau durch die Neuansiedlung von mittel- bis großflächigen Magnetbetrieben auch um eine Qualitätssteigerung.

Von Handelsunternehmen werden in der Regel folgende Verkaufsflächengrößen nachgefragt:

- Kleinflächen: 60 bis 100 qm Verkaufsfläche (v.a. lokale und regionale Anbieter, z.T. Nischenkonzept mit lokalen Bezügen);
- Mittelflächen: 100 bis 300 qm Verkaufsfläche (hier spielen neben inhabergeführten Fachgeschäften auch lokale/regionale Franchisenehmer sowie kleinere Filialkonzepte eine Rolle);

- Größere Flächen: 400 bis 800 qm Verkaufsfläche (angesichts der kleinteiligen Struktur des Ortskerns sind diese Flächen aktuell nicht vorhanden; die örtlichen Rahmenbedingungen lassen zudem nicht erwarten, dass größere Flächen durch die Zusammenlegung mehrerer kleinerer Flächen entstehen können);
- Die Ansiedlung zusätzlicher großflächiger Magnetbetriebe (> 800 qm Verkaufsfläche) wird innerhalb des tradierten, kleinteiligen Ortskerns nicht gelingen; in den Fokus rücken hier ortskernergänzende Standortlagen (Perlaser Straße).

### **Aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler**

Um das hergeleitete einzelhandelsseitige Entwicklungspotenzial ausschöpfen zu können, ist eine aktive und gezielte Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler notwendig. Auf Basis des vorliegenden Konzepts bzw. dessen zentraler Ergebnisse gilt es ein Exposé zu verfassen, welches die Stärken und wesentlichen Entwicklungsziele der Stadt Treuen zusammenfassend darstellt. Ein Ausblick auf mögliche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen sollte dabei ebenso enthalten sein wie eine Übersicht leerstehender Ladeneinheiten und potenzieller Flächen für Neubauten bzw. bereits bestehender einzelhandelsrelevanter Planvorhaben.

Mit diesem Exposé gilt es vor allem, Projektentwickler sowie lokale/regionale, aber auch national tätige Filialbetriebe und Franchisenehmer gezielt anzusprechen, von den Standortvorteilen der Stadt Treuen zu überzeugen und Frequenzbringer zu akquirieren. Erfahrungen aus anderen Kommunen haben gezeigt, dass es auch für Mittel- und Kleinstädte bei entsprechendem Einsatz möglich sein kann, attraktive Einzelhandelsanbieter zu gewinnen. Gleichwohl ist nochmals zu betonen, dass es sich hierbei vorwiegend nur um Formate handeln kann, die auf die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet sind. Ein nennenswerter Angebotsausbau im mittel- und langfristigen Bedarf wird in Treuen auch zukünftig nicht realistisch sein. Neben Einzelhändlern erscheint zudem die Ansprache von regional tätigen Gastronomen oder aber von im Bundesgebiet agierenden Franchise-Konzepten aus der Systemgastronomie sinnvoll. Dies kann die Aufenthaltsqualität des Ortskerns verbessern und damit die Verweildauer im Zentrum erhöhen, was wiederum dem lokalen Einzelhandel zugutekommt.

Generell erscheint es ratsam, die Bemühungen um neue Einzelhandelsanbieter zwischen der Stadt und den Eigentümern leerstehender Ladeneinheiten bzw. potenzieller Ansiedlungsflächen zu koordinieren und potenzielle Investoren und Einzelhändler gemeinsam anzusprechen.

Weiterhin ist der für ein Grundzentrum spezifische Nahversorgungscharakter zur marktfähigen Positionierung gegenüber den umliegenden zentralen Orten zu stärken (z.B. durch eine qualitative Verbesserung des Angebots, die Ansiedlung sogkräftiger Nahversorgungsformate und die Ansiedlung arrondierender Angebote). Das Grundzentrum Treuen sollte sich dabei hinsichtlich seiner Angebotsausstattung im

periodischen Bedarf sowie der angebotenen Sortimentsbreite und –tiefe vor allem gegenüber den unmittelbar umliegenden Zentralen Orten wettbewerbsfähig aufstellen.

### **Einzelbetriebliche Maßnahmen und Engagement der Gewerbetreibenden**

Eine vom breiten Engagement der Gewerbetreibenden getragene Einzelhandels- und Stadtentwicklung wirkt einerseits identitätsstiftend. Andererseits können so Alleinstellungsmerkmale zu anderen Einkaufsorten weiter ausgebaut werden: Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem qualitative Merkmale der Ortskernangebote, wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale, eine wichtige Rolle. Es können bereits mit einfachen und kurzfristig realisierbaren Maßnahmen, wie mit einem neuen Anstrich der Fassade, positive Wirkungen auf das Umfeld induziert werden.

Die Verbesserung des Marktauftritts und des gesamten Erscheinungsbilds der Einkaufslagen stärken nicht nur die einzelnen Betriebe, sondern auch den Einzelhandelsstandort Treuen insgesamt. Folgende Kriterien sind besonders zu berücksichtigen:

- Das Leistungsspektrum des jeweiligen Betriebs spiegelt sich in der Schaufenstergestaltung wider. Insbesondere im Bereich des Spontankaufs bildet das Schaufenster den attraktivsten und effektivsten Werbeträger eines Unternehmens. Das Schaufenster soll dabei einen Überblick über das angebotene Warenspektrum geben und saison- und anlassgerechte Kaufanregungen geben. Wichtig sind dabei: Ausleuchtung, Attraktivität der Blickfänge, Auszeichnung und Preisschilder, Präsentation der angebotenen Waren und Gesamtwirkung.
- Der Eingangsbereich eines Geschäfts sollte besonders ansprechend gestaltet sein, um den Passanten zum Einkaufen einzuladen und diesen in das Geschäft „hineinzulocken“. Die häufigsten Mängel sind dabei zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung bzw. schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereichs.
- Auch die Innengestaltung eines Ladenlokals hat einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Kunden. Spontane Kaufentscheidungen werden vor allem in einer entspannten Einkaufsatmosphäre angeregt, die durch eine attraktive Warenpräsentation, eine gute Übersichtlichkeit und Kundenführung sowie die optische und funktionale Gliederung der Bereiche geschaffen werden kann. Neben einer ausreichenden Grundausleuchtung wirkt auch die gezielte und akzentuierte Ausleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente stimulierend auf die Verbraucher. In einem Lebensmittelmarkt wirkt sich beispielsweise eine besonders ansprechende Präsentation von frischen Artikeln (wie Obst und Gemüse) äußerst positiv auf das Kaufverhalten der Verbraucher aus.
- Darüber hinaus sollte konsequent an der individuellen Service- und Beratungsqualität gearbeitet werden. Während der Online-Handel vor allem durch den Preisvergleich in Verbindung mit der Bequemlichkeit punktet, wird es zukünftig noch mehr darum gehen, die Stärken des stationären Handels auszubauen und zu vermarkten

(Erlebnis, Haptik, Verfügbarkeit, Service). Wichtig wäre auch die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen).

- Auch lokale Händler können vom Online-Handel profitieren, ohne einen eigenen Online-Shop aufbauen zu müssen. So bietet es sich z.B. an, auf Marktplätzen wie Amazon, eBay oder real.de Waren anzubieten und damit den potenziellen Kundenkreis zu erweitern. Zwingende Voraussetzung im Zeitalter der Digitalisierung ist aber die Online-Auffindbarkeit (z.B. bei Google/Maps). Um sich bestmöglich zu präsentieren, existiert im besten Fall eine entsprechende Verlinkung auf die unternehmenseigene Homepage.

### Allgemeine Handlungsempfehlungen

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Treuener Einzelhandels positiv beeinflussen können. Zudem können gezielte Maßnahmen auf eine Stabilisierung der Nachfrageplattform hinwirken:

- Sicherung und Ausbau der Stadt als **Arbeitsplatzstandort**; dabei insbesondere Sicherung der bestehenden Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe sowie zusätzliche Ansiedlung weiterer Betriebe zur Verstetigung des **Einpendlerstroms** und dem weiteren Ausbau der Arbeitsplatzzentralität; vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so einwohnerückgangsbedingte Nachfragerückgänge kompensiert werden.
- Profilierung der Stadt als interessanter **Wohnstandort** der Region, um die Einwohnerzahlen in Treuen, wie zuletzt gelungen, möglichst zu stabilisieren bzw. deren Rückgang auszubremsen. Da in Treuen bereits heute zahlreiche, auch regional bedeutende Arbeitgeber angesiedelt sind, besteht durchaus die Chance, Arbeitnehmer, die täglich nach Treuen einpendeln, von den Wohnqualitäten der Stadt zu überzeugen und dauerhaft im Stadtgebiet zu binden.
- Ausbau und Modernisierung der **Beherbergungskapazitäten** und touristischer Attraktionen, um den Tourismus in der Region auszubauen und zusätzliche Kaufkraftpotenziale zu generieren.
- Kontinuierliche **Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur** (auch ruhender Verkehr und insbesondere ÖPNV), sodass auch Kunden aus den dörflich geprägten Stadtteilen Treuens die Einzelhandelsangebote in der Kernstadt bequem erreichen können. Damit können Kaufkraftabflüsse an umliegende, derzeit z.T. besser erreichbare Versorgungsstandorte abgeschwächt werden.
- Schaffung/Sicherung eines **investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas**, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung) regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlungen besteht.

# 10 Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Mit Stand Oktober 2021 liegen in der Stadt Treuen zwei sehr konkrete bzw. teilweise bereits bauplanungsrechtlich abgesicherte einzelhandelsrelevante Planvorhaben vor. Die geplanten Einzelhandelsentwicklungen sollen zwar primär die Ansiedlung bzw. Verlagerung/Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten umfassen, sehen z.T. aber auch einen weiteren Angebotsausbau im mittel- und langfristigen Bedarf vor. Zudem beziehen sich die Planvorhaben auf unterschiedliche Standortlagen innerhalb des Treuener Stadtgebiets. Konkret handelt es sich um die folgenden Vorhaben, die in Kapitel 5.6 bereits näher beschrieben wurden und in der Folge hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bewertet werden sollen.

Darüber hinaus bestand in der Vergangenheit eine weitere einzelhandelsrelevante Planung, die zum damaligen Zeitpunkt zwar bereits baurechtlich abgesichert, allerdings nicht in die Umsetzung gebracht wurde. Wenngleich das bestehende Baurecht von den Aussagen des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts unberührt bleibt, soll auch diese Planung nach heutigen Gesichtspunkten und vor dem Hintergrund der zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts kurz bewertet bzw. eingeordnet werden.

## 10.1 Erweiterungsvorhaben des Lidl-Markts

Für den an der Oststraße im nördlichen Teil des Treuener Kernstadtgebiets gelegenen Lidl-Markt ist an seinem Bestandsstandort eine **Erweiterung von derzeit rd. 800 qm Verkaufsfläche auf dann rd. 1.300 qm Verkaufsfläche** vorgesehen. Hiermit möchte die Firma Lidl der aktuellen Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel Rechnung tragen und ihr modernes Betriebskonzept zukünftig auch am Standort in Treuen verwirklichen.

Aufgrund seiner Gewerbegebietslage am nördlichen Rand der Wohnsiedlungsstrukturen der Kernstadt und des fehlenden unmittelbaren Wohngebietsbezugs ist der Lidl-Markt vordergründig auf den autoorientierten Versorgungseinkauf ausgerichtet. Sein Beitrag zur Sicherung einer fußläufigen wohnortnahen Grundversorgung hält sich hingegen in Grenzen, was auch die von allen Lebensmittelmärkten in Treuen geringste Einwohnerzahl im 700m-Radius rund um den Markt verdeutlicht. **Nichtdestotrotz wird mit der angestrebten Erweiterung des Lidl-Markts eine Qualifizierung der örtlichen Nahversorgungsstruktur verbunden sein.** Derzeit sind die in Treuen ansässigen Discountformate allesamt nur noch bedingt zeitgemäß aufgestellt. In die für

moderne Lebensmitteldiscounter markttypische Größenordnung stößt in der heutigen Struktur keiner der Bestandsmärkte vor. Zukünftig werden die Verbraucher aus Treuen aber auf einen sehr modernen und zeitgemäß aufgestellten Lebensmitteldiscounter zurückgreifen können, sodass dem Vorhaben eine Aufwertung der örtlichen Grundversorgungsstruktur nicht abgesprochen werden kann. Da die für die Erweiterung notwendige Baugenehmigung bereits erteilt wurde, könnte einer zeitnahen Umsetzung des Planvorhabens aber ohnehin nicht mehr entgegengewirkt werden.

Wenngleich der Lidl-Markt nur einen geringen Beitrag hinsichtlich der fußläufigen Grundversorgung der Treuener Bevölkerung leistet, wird das geplante Erweiterungsvorhaben zur Qualifizierung der Nahversorgungsstruktur beitragen können, da die Verbraucher zukünftig auf ein leistungsfähig aufgestelltes Discountformat zurückgreifen können. Die Umsetzung des Vorhabens kann aber ohnehin nicht mehr unterbunden werden, da die Baugenehmigung bereits vorliegt.

## 10.2 Weiterentwicklung des Sonderstandorts Perlaser Straße

Bei diesem Vorhaben handelt es sich um die geplante Entwicklung eines Einzelhandelskomplexes auf einem an bereits bestehende Handelsstrukturen anschließenden und derzeit unbebauten Areal entlang der Perlaser Straße im nordöstlichen Bereich des Treuener Kernstadtgebiets. Nach den Vorstellungen des Vorhabenträgers soll hier ein Verbundstandort aus einem Vollsortimenter, einem Lebensmitteldiscounter und weiteren Fachmarkteinheiten, wobei konkret auch die Ansiedlung eines Drogeriefachmarkts geplant ist, entstehen. Die Gesamtverkaufsfläche würde gemäß dem bereits erstellten B-Plan-Entwurf knapp 4.800 qm betragen und sich auf 1.990 qm für den Vollsortimenter (zzgl. 100 qm für einen Backshop sowie einen Fleischer), 1.050 qm für den Discounter und knapp 400 qm, 600 qm sowie 700 qm für ergänzende Fachmärkte verteilen. Der Branchenschwerpunkt läge eindeutig auf dem kurzfristigen Bedarf, womit das Vorhaben zumindest zu großen Teilen dem grundzentralen Versorgungsauftrag Treuens Rechnung tragen würde.

Grundsätzlich sollte ein Angebotsausbau im nahversorgungsrelevanten Bedarf auf den definierten zentralen Versorgungsbereich Ortskern Treuen konzentriert werden, um dessen derzeit stark untergeordnete Position im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge zu verbessern und seinen Beitrag zur Sicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion zu erhöhen. Wie bereits mehrfach beschrieben, sind die

Entwicklungspotenziale des kleinteiligen Ortskerns jedoch stark eingeschränkt, da es sowohl innerhalb als auch unmittelbar angrenzend an Potenzialflächen fehlt, die sich für die Ansiedlung marktgängiger Formate des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels eignen würden. Die Etablierung sogkräftiger Magnetbetriebe im Ortskern wird somit auch perspektivisch nicht gelingen können. **Um das definierte Entwicklungsziel, die grundzentrale Versorgungsfunktion Treuens langfristig abzusichern und auszubauen und die Kaufkraftabflüsse an das Umland zu reduzieren, dennoch erreichen zu können, muss daher zwangsläufig auf Potenzialflächen an geeigneten Standorten außerhalb des Ortskerns zurückgegriffen werden.**

Grundsätzlich sind hierfür v.a. jene Standorte geeignet, die bereits heute über (großflächige) Einzelhandelsstrukturen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten verfügen und damit bereits im Bewusstsein der Verbraucher als Nahversorgungsstandort verankert sind. Somit könnte einer weiteren Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges entgegengewirkt werden. Zudem sollte der entsprechende Standort verkehrlich, insbesondere auch über den ÖPNV, gut angebunden sein und ein signifikantes fußläufiges Einzugsgebiet ansprechen können bzw. einen Bezug zu Wohnsiedlungsstrukturen aufweisen. **Sowohl nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner als auch auf der Grundlage einer durch ein externes Planungsbüro erarbeiteten Standortalternativenprüfung für das Stadtgebiet von Treuen erweist sich der vom Vorhabenträger anvisierte Standort an der Perlaser Straße hinsichtlich der Entwicklung grundzentraler Angebote gegenwärtig als am besten geeignet.** Der Standortbereich schmiegt sich direkt an bestehende Grundversorgungsstrukturen (v.a. Norma) an, ist verkehrlich über die Perlaser Straße, die als eine der Haupteinfallstraßen nach Treuen fungiert, sowie eine nahegelegene Bushaltestelle sehr gut zu erreichen und in räumlicher Nähe zu den Wohnstrukturen der Kernstadt gelegen. Wie die Ergebnisse der Standortalternativenprüfung weiterhin nahelegen, gibt es im Stadtgebiet von Treuen derzeit keinen besser integrierten Potenzialstandort, der die Voraussetzungen zur Ansiedlung marktgängiger Nahversorgungsformate mitbringt.

Vor diesem Hintergrund wurde der Ergänzungsstandort Perlaser Straße mit der konkreten Funktionszuweisung versehen, die qualifizierte Grundversorgung der Bevölkerung im Treuener Verflechtungsbereich bzw. Marktgebiet durch die Ansiedlung zukunftsfähiger Formate des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, für die es im Ortskern keine marktgängigen Flächenpotenziale gibt, zu übernehmen und somit in Ergänzung zum dienstleistungsorientierten Ortskern zu treten. Im Hinblick auf diese Funktionszuweisung und die grundzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Treuen sind die aktuellen Planungen des Vorhabensträgers wie folgt einzuordnen:

Bei dem geplanten **Lebensmittelvollsortimenter** handelt es sich um ein Format, welches in Treuen derzeit noch überhaupt nicht vertreten ist. Die Nahversorgung der lokalen Bevölkerung wird gegenwärtig ausschließlich durch discountorientierte Formate gewährleistet. Ein Grundzentrum wie Treuen sollte jedoch den Anspruch haben, die

Grundversorgung der Bevölkerung auch unter qualitativen Gesichtspunkten adäquat sicherzustellen, was nur mit einer entsprechenden Sortimentsbreite und -tiefe möglich ist. Das derzeitige qualitative Versorgungsdefizit zieht beträchtliche Kaufkraftabflüsse an Versorgungsstandorte außerhalb des Treuener Stadtgebiets nach sich, da die Verbraucher nicht auf ein umfassendes Frischeangebot vor Ort zurückgreifen können. **Die Ansiedlung eines modernen Vollversorgers mit hoher Service- und Frischekompetenz würde somit einer sinnvollen Ergänzung des bestehenden Angebots entsprechen, könnte das qualitative Versorgungsdefizit im Lebensmittelsegment beheben und die Nachfrageabflüsse an Standorte außerhalb Treuens deutlich reduzieren. Dies käme letztlich einer deutlichen Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens gleich.**

Die Ansiedlung eines modernen Vollversorgers<sup>69</sup> würde auch nicht dazu führen, dass der für den kurzfristigen Bedarf ermittelte Expansionsrahmen (rd. 1.700 bis rd. 2.100 qm Verkaufsfläche) überschritten werden würde. Dies gilt auch unter Berücksichtigung der oben beschriebenen und bereits baurechtlich gesicherten Erweiterung des Lidl-Markts, welche etwa 450 qm des Expansionsrahmens beanspruchen würde<sup>70</sup>. Nichtsdestotrotz müsste im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsuntersuchung noch untersucht werden, ob negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum ausgeschlossen werden können. Da der Verbrauchermarkt in wesentlichem Maße derzeit abfließende Kaufkraft nach Treuen zurückholen würde, eher in Angebotsergänzung zu den bestehenden Discountmärkten steht und im Ortskern von Treuen keine mit diesem Anbieter vergleichbaren Angebotsstrukturen bestehen, kann tendenziell davon ausgegangen werden, dass sich das Vorhaben verträglich einfügen wird<sup>71</sup>.

Anders ist dies hinsichtlich der ebenfalls geplanten Ansiedlung eines **Lebensmittel-discounters** (konkret ist hier die Ansiedlung des besonders leistungsfähigen Formats Aldi vorgesehen) am Planstandort an der Perlaser Straße zu bewerten, welche grundsätzlich ebenfalls der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens entspräche. Das Discountsegment ist mit vier in Treuen ansässigen Anbietern bereits gut abgedeckt. Hier besteht aus quantitativer Sicht also kein Ausbaubedarf mehr. Lediglich unter qualitativen Gesichtspunkten lässt sich ein gewisser Anpassungsbedarf ableiten, da die in

---

<sup>69</sup> Zeitgemäß aufgestellte Verbrauchermärkte benötigen in Grundzentren üblicherweise Verkaufsflächen zwischen 1.500 und 1.800 qm, um ihr modernes Betriebskonzept umsetzen und sich gegenüber den discounterorientierten Anbietern profilieren zu können. Die dem B-Plan-Entwurf entnehmbare Verkaufsflächengröße von 1.990 qm (zzgl. 100 qm für Bäcker/Fleischer) für den Vollversorger erscheint vor diesem Hintergrund leicht überdimensioniert und sollte aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner noch leicht nach unten angepasst werden, um eine Überschreitung des Expansionsrahmens zu vermeiden.

<sup>70</sup> Wenngleich den integrierten Nahversorgungsstandorten (Netto-Märkte) gewisse Entwicklungsspielräume eingeräumt wurden, erscheint es derzeit nicht wahrscheinlich, dass es zu Erweiterungsbestrebungen der beiden Märkte kommen wird. Dies ist v.a. auf städtebauliche und eigentumsrechtliche Restriktionen an den jeweiligen Standorten zurückzuführen, die von der Stadt Treuen kaum beeinflusst werden können.

<sup>71</sup> Sofern neben dem Verbrauchermarkt allerdings noch weitere Anbieter am Standort realisiert werden sollen (wie es die aktuellen Planungen vorsehen), müsste das Gesamtvorhaben auf seine städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit hin geprüft werden. Hier würde in die Wirkungsanalyse nicht nur der Umsatz des Verbrauchermarkts einfließen, sondern es würde eine kumulierte, alle anzusiedelnden Betriebe umfassende Wirkungsbetrachtung stattfinden müssen.

Treuen verorteten Discounter allesamt nur noch bedingt zeitgemäß aufgestellt und damit nur noch eingeschränkt attraktiv sind. Lediglich dem Lidl-Markt, der sich perspektivisch neu aufstellen wird, kann ein zukunftsfähiger Marktauftritt attestiert werden. **Wenngleich die Ansiedlung eines modernen Discountformats die Nahversorgung in Treuen qualitativ aufwerten würde, wäre angesichts der bereits hohen Wettbewerbsdichte im Discountsegment mit wesentlichen Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen. Die Umsatzrückgänge würden dabei v.a. zulasten der bereits in Treuen ansässigen typgleichen Lebensmitteldiscounter gehen und könnten mit Betriebsaufgaben verbunden sein.**

Dies zeigt sich allein schon dadurch, dass die Ansiedlung eines Discounters, bei gleichzeitiger Ansiedlung eines Verbrauchermarkts, zu einer wesentlichen Überschreitung des ermittelten Expansionsrahmens im kurzfristigen Bedarf führen würde. Ein weitgehend verdrängungsneutraler Angebotsausbau wäre sodann nicht mehr gegeben. Die zusätzliche Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters am Vorhabenstandort ist unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten insofern sorgfältig abzuwägen.

Im Rahmen eines vorhabenbezogenen Verträglichkeitsgutachtens müsste in jedem Fall untersucht werden, ob die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters (bei gleichzeitiger Ansiedlung eines Verbrauchermarkts) Marktaustritte erwarten ließe und ob hiermit eine Störung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung im Treuener Marktgebiet einherginge. Dies wäre dann der Fall, wenn es zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtigen Anbietern und einer damit verbundenen Entstehung von Versorgungslücken käme. Da aber weder das Baurecht noch das Raumordnungsrecht einen einzelbetrieblichen Konkurrenzschutz vorsieht, wären Marktaustritte von für die Nahversorgung weniger bedeutenden Anbietern hingegen hinnehmbar. Sollte es beispielsweise zu einem Marktaustritt von Norma kommen, der aufgrund der unmittelbaren Nachbarschaft zum Planstandort, der großen Angebotsüberschneidungen und der Wettbewerbsnachteile gegenüber anderen und leistungsfähigeren Discountformanten aus Marktsicht am wahrscheinlichsten erscheint, würde dieser Anbieter durch einen attraktiveren Anbieter mit gleicher Funktion ersetzt werden, wodurch es zu keiner Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung käme. Allerdings müsste die dann leerfallende Norma-Immobilie einer adäquaten Nachnutzung zugeführt werden, um die Entstehung eines städtebaulichen Missstands zu vermeiden.

Die zusätzliche Ansiedlung weiterer Fachmarktformate am Planstandort ist differenziert zu bewerten. **Die konkret angedachte Arrondierung der Lebensmittelmärkte durch einen Drogeriefachmarkt entspricht der grundzentralen Versorgungsfunktion von Treuen und erscheint vor dem Hintergrund der quantitativen und v.a. qualitativen Angebotslücke im Drogeriesegment grundsätzlich sinnvoll und**

**nachvollziehbar.** Damit könnten weitere Teile der derzeit an Standorte außerhalb des Treuener Stadtgebiets abfließenden Nachfrage nach Gütern des periodischen Bedarfs nach Treuen zurückgeholt werden, was die grundzentrale Versorgungsfunktion Treuens weiter stärkt.

Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass das Nachfragepotenzial für Drogeriewaren innerhalb des Treuener Marktgebiets begrenzt ist. Es muss dafür Sorge getragen werden, dass der ökonomisch tragfähige Betrieb eines Drogeriefachmarkts auch auf der Basis der örtlichen (bzw. innerhalb des Treuener Verflechtungsbereichs vorhandenen) Nachfrageplattform erfolgen kann und ein solcher Anbieter nicht auf wesentliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Marktgebiets angewiesen wäre. Denn dies entspräche einem Verstoß gegen das Kongruenzgebot (LEP Sachsen 2013 Z 2.3.2.4), welches im Rahmen der Bauleitplanung als Ziel der Raumordnung zwingend zu beachten wäre und nicht „weggewogen“ werden kann. Insofern ist zwingend darauf zu achten, dass der Drogeriefachmarkt eine angemessene Dimensionierung aufweist. Im Rahmen einer Verträglichkeitsprüfung, welche ohnehin untersuchen müsste, ob sich die Ansiedlung eines Drogeriefachmarkts verträglich in die bestehenden Versorgungsstrukturen einfügen würde, wäre also zudem herzuleiten, welche Verkaufsflächengröße für einen Drogeriefachmarkt maximal möglich wäre, um diesem einen tragfähigen Betrieb aus dem örtlichen Kaufkraftpotenzial zu sichern, ohne dabei auf mehr als unwesentliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Treuener Verflechtungsbereichs angewiesen zu sein.

**Eine Etablierung von Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten wäre hingegen sehr kritisch zu sehen und sollte aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner in jedem Fall unterbunden werden.** Ein wesentlicher Angebotsausbau im mittelfristigen Bedarf entspricht weder der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens noch den zentralen Zielstellungen des vorliegenden kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts und würde auch zulasten des Ortskerns gehen und dessen Entwicklungsperspektiven weiter einschränken. Ohnehin stünde ein Angebotsausbau an einem Standort außerhalb des Ortskerns vor hohen genehmigungsrechtlichen Hürden, da dadurch mit großer Wahrscheinlichkeit ein Verstoß gegen das raumordnerische Beeinträchtigungsverbot (LEP Sachsen 2013 Z 2.3.2.5) vorliegen würde. Der ohnehin begrenzte Entwicklungsspielraum im mittelfristigen Bedarf sollte entsprechend dem Ortskern vorbehalten werden.

Zudem ist der Standort an der Perlaser Straße mit der Funktionszuweisung „Sicherung der Grundversorgung“ verbunden. Angebote des mittelfristigen Bedarfs zählen nicht zur Grundversorgung, die sich vor allem auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert, weshalb die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs (sowohl klein- als auch großflächige) hier nicht zielführend erscheint. Stattdessen könnte die zusätzliche Ansiedlung eines Anbieters mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten erwogen werden, wobei diesbezüglich vor allem ein

verhältnismäßig dimensionierter Tierfutterfachmarkt in Frage käme. Ein solcher spezialisierter Anbieter ist in Treuen derzeit noch nicht ansässig, weshalb eine weitere Angebotslücke geschlossen werden könnte und dessen Ansiedlung auch nur geringfügige Verdrängungseffekte innerhalb des Treuener Stadtgebiets auslösen würde<sup>72</sup>.

**Vorstellbar wäre am Standort zudem die Ergänzung der Grundversorgungsangebote durch einen Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.** Da die Angebotsausstattung im langfristigen Bedarf, auch unter Berücksichtigung des grundzentralen Versorgungsauftrags Treuens, sehr gering ausfällt, lassen sich für diesen Bedarfsbereich noch nennenswerte Verkaufsflächenspielräume ableiten (siehe Kapitel 7). Bezogen auf das Ziel 2.3.2.1 wäre dies grundsätzlich auch aus raumordnerischer Perspektive denkbar, sofern dieser Fachmarkt über eine für ein Grundzentrum angemessene Größendimensionierung verfügen würde<sup>73</sup>.

Bezogen auf das Gesamtvorhaben wäre jedoch auch das Z 2.3.2.7 LEP Sachsen zu berücksichtigen, welches besagt, dass die Ziele 2.3.2.1 bis 2.3.2.5 auch für die Ansiedlung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen gelten, sofern diese in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen gelegen sind. Bei strenger Auslegung dieses raumordnerischen Ziels wäre auch ein kleinflächiger Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten am Standort Perlaser Straße unzulässig, da er in direkter Nachbarschaft zu einem oder mehreren großflächigen Einzelhandelseinrichtungen entstehen und das Z 2.3.2.1 LEP Sachsen entsprechend greifen würde.

Aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner erscheint es hinsichtlich der Bewertung des Agglomerationsverbots aber legitim, eine Differenzierung zwischen nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorzunehmen. Die Ansiedlung eines einzelnen kleinflächigen Fachmarkts mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment hätte (anders als die Ansiedlung eines Anbieters mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten) kaum Auswirkungen auf die örtlichen Bestandsstrukturen. Sofern man einen solchen Anbieter mit Verweis auf das Agglomerationsverbot nicht in unmittelbarer Nachbarschaft zu Fachmärkten mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zulässt, käme es zwangsläufig zu vermehrten Ansiedlungen solcher Anbieter an Solitärstandorten, da kleinere Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten gerade in stärker ländlich geprägten Räumen zum üblichen Angebotsspektrum eines Grundzentrums gehören. Die damit verbundene Zersplitterung des örtlichen Einzelhandelsgefüges würde weder dem Prinzip der

---

<sup>72</sup> Tiernahrung wird derzeit fast ausschließlich als Randsortiment der Lebensmittelmärkte angeboten. Die mit der möglichen Ansiedlung eines Tierfutterfachmarkts verbundenen Umsatzrückgänge würden insofern nur einen Bruchteil der Verkaufsfläche und Umsatzbasis dieser Lebensmittelmärkte betreffen.

<sup>73</sup> Zu beachten ist an dieser Stelle das raumordnerische Konzentrationsgebot (LEP Sachsen Z 2.3.2.1), welches besagt, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe (Ausnahme: nahversorgungsrelevantes Kernsortiment gemäß Z 2.3.2.2) nur in Mittel- und Oberzentren zulässig sind. Ein Fachmarkt mit aperiodischem Kernsortiment dürfte die Schwelle zur Großflächigkeit (> 800 qm VKF) insofern nicht überschreiten.

dezentralen Konzentration von Einzelhandelsstandorten Rechnung tragen noch wäre sie im Sinne einer anzustrebenden Optimierung der Zeit- und Wegeaufwände für die Verbraucher. Insofern halten Dr. Lademann & Partner die Ansiedlung eines kleineren Fachmarktformats mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment und geringfügiger überörtlicher Ausstrahlungskraft, welches in Treuen derzeit noch nicht angesiedelt ist (z.B. ein Sonderpreisbaumarkt), am Standort Perlaser Straße für vertretbar.

Zusammenfassend lässt sich an dieser Stelle festhalten, dass die geplante Ansiedlung von Anbietern mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten am Sonderstandort Grundversorgung Perlaser Straße den grundzentralen Versorgungsaufgaben der Stadt Treuen sowie der Funktionszuweisung dieses Standorts entspricht und somit grundsätzlich zu befürworten ist. Allerdings käme es bei der gleichzeitigen Realisierung aller nahversorgungsrelevanter Vorhabenkomponenten in den vom Vorhabenträger angedachten Größendimensionierungen<sup>74</sup> zu einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Expansionsrahmens für den kurzfristigen Bedarf, sodass für ein solches Vorhaben von erheblichen Umsatzumverteilungseffekten ausgegangen werden muss.

Ob sich diese mit einer (zu verhindernden) Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung in Einklang bringen lassen, müsste im Rahmen einer zwingend zu erbringenden vorhabenbezogenen Verträglichkeitsuntersuchung noch näher untersucht werden. In dessen Rahmen müsste zusätzlich geprüft werden, ob dieser neue und sogkräftige Verbundstandort womöglich wesentliche und raumordnerisch bedenkliche Kaufkraftabflüsse aus Bereichen von außerhalb des Treuener Verflechtungsbereichs induzieren würde. Gegebenenfalls sind Reduzierungsempfehlungen auszusprechen, um die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit sicherzustellen und dem der Funktionsstärkung des Grundzentrums Treuen zuträglichen Vorhaben dennoch eine Umsetzungsperspektive zu liefern.

Hinsichtlich des Planvorhabens an der Perlaser Straße bleibt festzuhalten, dass sich der angedachte Standort gegenwärtig als am besten geeigneter Standort hinsichtlich der Entwicklung grundzentraler Angebote erweist und als im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesener Sonderstandort für die Grundversorgung damit in Ergänzung zum äußerst kleinteilig strukturierten und eher dienstleistungsorientierten Ortskern, welcher keine Flächenpotenziale für die Ansiedlung marktgängiger Handelsformate bietet, steht.

<sup>74</sup> Ohnehin ist insgesamt darauf zu achten, dass das Gesamtvorhaben eine für ein Grundzentrum angemessene Dimensionierung nicht überschreitet. Die dem vorliegenden B-Plan-Entwurf entnehmbare Gesamtverkaufsfläche für das Vorhaben von rd. 4.800 qm erscheint jedenfalls überdimensioniert, weshalb Dr. Lademann & Partner eine Reduzierung der vorgesehenen Verkaufsfläche für das Planvorhaben empfehlen.

Die geplanten nahversorgungsrelevanten Vorhabenkomponenten (v.a. Vollsortimenter und Drogeriemarkt) können dazu beitragen, die identifizierten quantitativen und qualitativen Versorgungsdefizite abzubauen, die derzeit bestehenden Nachfrageabflüsse an Standorte außerhalb Treuens deutlich zu reduzieren und damit die grundzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Treuen vor dem Hintergrund des intensiven interkommunalen Wettbewerbs nachhaltig abzusichern.

Eine Realisierung aller nahversorgungsrelevanten Vorhabenkomponenten (und insbesondere die Ansiedlung eines Discountformats) würde allerdings zu einer wesentlichen Überschreitung des ermittelten Expansionsrahmens im kurzfristigen Bedarf führen und entsprechend mit erheblichen Umsatzumverteilungseffekten verbunden sein. Im Rahmen einer zwingend zu erbringenden vorhabenbezogenen Verträglichkeitsuntersuchung müsste der Nachweis erbracht werden, dass diese weder mit einer Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum noch wesentlichen Kaufkraftabzügen von außerhalb des Treuener Verflechtungsbereichs verbunden wären.

Die Ansiedlung ergänzender Fachmarktformate ist zwingend auf nahversorgungsrelevante sowie nicht-zentrenrelevante Kernsortimente zu beschränken, wobei jeweils auf eine angemessene Größendimensionierung zu achten ist.

## 10.3 B-Plan im Treuener Ortsteil Eich

Im Jahr 1991 bestand seitens eines Investors die Planung zur Ansiedlung eines Verbrauchermarkts in der ehemals selbstständigen Gemeinde Eich, welche seit ihrer Eingemeindung nach Treuen im Jahr 1999 einen Ortsteil der Stadt Treuen bildet. Das Vorhabenareal befindet sich unmittelbar südöstlich des Kreuzungsbereichs der S 299 mit der Rebesgrüner Straße und damit am äußersten südlichen Rand der Gemarkung Eich. Zwar zeichnet sich der Standort durch eine sehr verkehrsgünstige Lage an der Umgehungsstraße S 299, die Treuen unmittelbar mit der Stadt Auerbach verbindet, aus, jedoch weist er weder einen räumlichen Bezug zu den Siedlungsstrukturen des Treuener Kernstadtgebiets noch zu den Siedlungsstrukturen des Ortsteils Eich auf. Es handelt sich somit um einen rein autoorientierten Standort ohne einen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit Wohnstrukturen.

Für die Umsetzung des Vorhabens wurde zum damaligen Zeitpunkt ein Vorhaben- und Erschließungsplan erarbeitet, der für die betreffende Fläche ein Sondergebiet nach § 11 BauNVO festsetzt und dem Zweck der Ansiedlung eines Verbrauchermarkts für Lebensmittel und sonstige Waren im Nonfood-Bereich mit einer Verkaufsfläche von netto 1.800 qm dient. Der Vorhaben- und Erschließungsplan wurde im Mai 1991 vom Regierungspräsidium Chemnitz genehmigt und entfaltet seither Rechtskraft. Allerdings wurde das Vorhaben aus den Gutachtern nicht bekannten Gründen nicht umgesetzt, weshalb der Vorhaben- und Erschließungsplan seinen eigentlichen Zweck bis heute nicht erfüllt hat. Allerdings ist dieser auch weiterhin rechtskräftig, sodass die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts mit einer Verkaufsfläche von 1.800 qm am beschriebenen Standort im Treuener Ortsteil Eich theoretisch jederzeit möglich wäre.

**Aufgrund der Lage außerhalb des Treuener Kernstadtgebiets sowie der weiteren Standorteigenschaften wäre die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts an diesem Standort aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner kritisch einzuordnen.** Wenngleich hiermit grundsätzlich eine qualitative Angebotslücke in der Nahversorgungsstruktur geschlossen werden könnte, würde dies an einem Standort geschehen, der für die Treuener Bevölkerung fußläufig überhaupt nicht erreichbar ist. Entsprechend könnten auch nicht alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen an der qualitativen Aufwertung der Grundversorgung partizipieren, sodass v.a. für immobile Kundengruppen, deren Anteil an der Gesamtbevölkerung perspektivisch weiter zunehmen wird, Nachteile hinsichtlich der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs entstehen würden. Ein Verbrauchermarkt an diesem ausschließlich autoorientierten und abseits von Wohnstrukturen gelegenen Standort würde somit nur sehr bedingt zur Sicherung bzw. Aufwertung der verbrauchernahen Versorgung im Grundzentrum Treuen beitragen können und diesem erklärten Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts nicht entsprechen.

Zudem käme es zu einer weiteren Zersplitterung des örtlichen Einzelhandelsgefüges, da ein neuer und sogkräftiger Einzelhandelsstandort weit abseits der etablierten Handelslagen entstünde. Dies wäre für die Verbraucher mit erhöhten Zeit- und Wegeaufwänden verbunden und würde auch das Verkehrsaufkommen innerhalb des Treuener Stadtgebiets steigern. **Insgesamt würde die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts, die in geeigneter Lage innerhalb des Treuener Stadtgebiets grundsätzlich zu befürworten ist, an diesem Standort den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts entgegenstehen.**

Darüber hinaus bestünde die Gefahr von weiträumigen Kaufkraftabzügen von außerhalb des Treuener Verflechtungsbereichs, da dieser Standort sowohl für Verbraucher aus Lengsfeld (über die Treuener Straße sowie die S 299) als auch aus Auerbach verkehrlich sehr gut zu erreichen wäre. Aus heutiger Perspektive würde hierdurch mit großer Wahrscheinlichkeit ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot gemäß Z 2.3.2.4 LEP Sachsen vorliegen, welches ein verbindliches Ziel der Raumordnung darstellt und den

Einzugsbereichen von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen die wesentliche Überschreitung des zentralörtlichen Verflechtungsbereichs (in diesem Fall des grundzentralen Verflechtungsbereichs von Treuen) untersagt.

Sowohl der Regionalplan für die Region Südwestsachsen aus dem Jahr 2011 als auch der aktuelle Entwurf des Gesamt-Regionalplans für die Region Chemnitz lenken großflächige Einzelhandelseinrichtungen auf die Versorgungs- und Siedlungskerne der Grundzentren (Z 1.7.1). Für die Stadt Treuen ist gemäß Z 1.2.4 im Regionalplan das Kernstadtgebiet als Versorgungs- und Siedlungskern festgelegt. Der Ortsteil Eich ist hingegen kein Versorgungs- und Siedlungskern und kommt im Sinne der Regionalplanung damit auch nicht als Standort für großflächigen Einzelhandel in Betracht. Die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts am Standort im OT Eich wäre somit auch mit diesem Ziel der Raumordnung nicht vereinbar.

Wenngleich das bestehende Baurecht am Standort sowohl von den heutigen Zielen der Raumordnung als auch von den Inhalten des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts grundsätzlich unberührt bleibt, **würden Dr. Lademann & Partner der Stadt Treuen vor dem Hintergrund dieser Ausführungen empfehlen, Möglichkeiten zu eruieren, inwiefern das bestehende Baurecht an diesem für die Ansiedlung eines Verbrauchermarkts ungeeigneten Standort rückabgewickelt werden könnte.** Somit könnte sichergestellt werden, dass die ermittelten Entwicklungspotenziale an hierfür geeigneten Standorten ausgenutzt werden, die perspektivische Einzelhandelsentwicklung in Treuen raumordnungskonform vonstattengeht und hiermit auch tatsächlich eine Aufwertung der verbrauchernahen Versorgung verbunden wäre.

Für den baurechtlich gesicherten Standort im OT Eich empfehlen Dr. Lademann & Partner auf eine Rückabwicklung des bestehenden Baurechts hinzuwirken, da dieser Standort für die Ansiedlung großflächiger Nahversorgungsformate ungeeignet ist und eine solche sowohl den heutigen Zielen der Raumordnung als auch den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts entgegenstehen würde.

# 11 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Treuen Folgendes festhalten:

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** für den Einzelhandel in der Stadt Treuen sind durch einen stetigen, wenn auch zuletzt vorübergehend gestoppten, Bevölkerungsrückgang, die fortschreitende demografische Alterung und ein im regionalen Vergleich durchschnittliches Kaufkraftniveau gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund sind die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Treuen überwiegend restriktiv zu bewerten. Gleichwohl haben sich in Treuen aufgrund der sehr verkehrsgünstigen Lage der Stadt und der Flächenverfügbarkeit in Autobahnnähe zahlreiche, auch regional und überregional bedeutsame Gewerbebetriebe angesiedelt. Damit verbunden weist Treuen eine hohe Arbeitsplatzzentralität auf und zählt zu den wenigen Kommunen im Vogtlandkreis mit einem positiven Pendlersaldo. Hiervon kann auch der lokale Einzelhandel profitieren, sofern ein attraktives Angebot vorgehalten wird.

Vonseiten der Raumordnung wird der Stadt Treuen eine **grundzentrale Versorgungsfunktion** zugewiesen. Als Grundzentrum soll Treuen die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs sicherstellen. Darüber hinaus ist dem Grundzentrum Treuen ein überörtlicher grundzentraler Verflechtungsbereich zugewiesen, für welchen die gleichen Grundversorgungsaufgaben wahrzunehmen sind wie für das eigene Stadtgebiet. Wenngleich dieser nur die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz umfasst und damit überschaubar ausfällt, sichert dies dem Treuener Einzelhandel zusätzliche Umsatzpotenziale. Gleichzeitig wird die Stadt aber auch vor die Herausforderung gestellt, adäquate Versorgungsstrukturen für die Bevölkerung im gesamten Nahbereich (Treuen + Neuensalz) bereitzustellen.

Das **Marktgebiet** des Treuener Einzelhandels umfasst neben dem eigenen Stadtgebiet auch die südwestlich angrenzende Gemeinde Neuensalz sowie die östlichen Bereiche der Gemeinde Pöhl (u.a. OT Herlasgrün). Damit überschreitet das Marktgebiet den grundzentralen Verflechtungsbereich von Treuen nur unwesentlich und entspricht weitgehend den raumordnerischen Vorgaben. Im Marktgebiet leben aktuell insgesamt etwa 10.470 Personen, wovon der überwiegende Teil auf die Stadt Treuen entfällt. Vor dem Hintergrund des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs in der Stadt sowie im Umland wird sich die Bevölkerungsplattform im Marktgebiet perspektivisch weiter verringern. Damit verbunden wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 auf rd. 65 Mio. € absinken, wovon ein beträchtlicher Teil in den Online-Handel (vor allem in den Nonfood-Segmenten) abfließt, der – befeuert durch die Folgeeffekte der Corona-Pandemie – perspektivisch noch weiter zunehmen wird und die Entwicklungsperspektiven des über den periodischen Bedarf hinausgehenden Einzelhandels zusätzlich einschränkt.

Aktuell beträgt das **Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Treuen rd. 7.930 qm**. Der Großteil des Angebots entfällt funktionsgerecht auf den kurzfristigen Bedarf. Die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs spielen, wie für Grundzentren typisch, eine eher untergeordnete Rolle und werden in geringem Umfang vorgehalten. Auf den Treuener Ortskern entfallen lediglich rd. 16 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots. Bezogen auf den kurzfristigen Bedarf, der für die Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion maßgeblich ist, beläuft sich der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns auf weniger als 10 %. **Damit kommt dem Ortskern sowohl hinsichtlich der verbrauchernahen Grundversorgung der lokalen Bevölkerung als auch im Hinblick auf die Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsaufgaben eine stark untergeordnete Bedeutung zu.**

Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass der **Ortskern durch äußerst kleinteilige Bebauungsstrukturen gekennzeichnet ist**, die eine Ansiedlung moderner Handelsformate erheblich erschweren. Insofern konzentrieren sich auf den Ortskern v.a. beratungsintensive Fachgeschäfte sowie handelsergänzende Angebote (v.a. diverse konsumnahe Dienstleistungen), während es vollständig an sogkräftigen Magnetbetrieben fehlt. Der bestehende Nutzungsbesatz, der entlang der Hauptgeschäftsachse Postplatz – Königstraße – Marktplatz am stärksten ausgeprägt ist, ist zudem von Mindernutzungen und Leerständen durchsetzt, was sich negativ auf die Einkaufsatmosphäre im Ortskern auswirkt. Es wird zukünftig zunehmend schwieriger werden, diese leerstehenden Ladenlokale erfolgreich mit Einzelhandelsnutzungen zu belegen. Insofern sollte die Multifunktionalität, die der Ortskern bereits heute aufweisen kann, gesichert und ausgebaut werden.

Verglichen mit anderen Grundzentren weist die **Verkaufsflächendichte** in Treuen (insgesamt rd. 1.020 qm VKF/1.000 Einwohner) größtenteils unterdurchschnittliche Werte auf. Unter Berücksichtigung des überörtlichen Verflechtungsbereichs (Neuensalz), dessen Kaufkraftpotenzial für periodische Sortimente von raumordnerischer Seite vollständig dem Grundzentrum Treuen zugeordnet ist, fällt dieser Wert nochmals geringer aus. Dies gilt auch für den periodischen Bedarf, wobei sich die nahversorgungsrelevante **Einzelhandelszentralität** auf lediglich rd. 84 % beläuft. Die erheblichen Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Treuener Stadtgebiets können durch die „gewollten“ Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland-Verflechtungsbereich (Neuensalz) bei Weitem nicht kompensiert werden. Ursächlich hierfür sind eine den periodischen Bedarf betreffende intensive interkommunale Wettbewerbssituation (u.a. mit dem mittelzentralen Städteverbund „Göltzschtal“ oder dem Oberzentrum Plauen) und die eigenen v.a. auch **qualitativen Angebotsdefizite**. So ist die nahversorgungsrelevante Angebotsstruktur aktuell ausschließlich durch discountbasierte Anbieter (insgesamt vier Lebensmitteldiscounter finden sich im Stadtgebiet von Treuen) geprägt. Ein Vollversorger mit erhöhter Service- und Frischekompetenz ist in Treuen hingegen genauso wenig ansässig wie ein leistungsfähiger Drogeriefachmarkt. Diese

Handelsformate sind an Versorgungsstandorten im Umland (z.B. in Plauen und Auerbach) allerdings vertreten, weshalb davon ausgegangen werden muss, dass Verbraucher aus Treuen diese Standorte regelmäßig aufsuchen und entsprechende Kaufkraft aus Treuen abfließt. Vor diesem Hintergrund bestehen im kurzfristigen Bedarf noch signifikante Ausbaupotenziale.

Gleichwohl sind die bestehenden Nahversorger in der Lage, eine **fast flächendeckende wohnortsbezogene Versorgung** der Kernstadtbevölkerung sicherzustellen. Hierzu leistet neben den beiden relativ zentral im Kernstadtgebiet gelegenen Netto-Märkten auch der Ergänzungsstandort an der Perlaser Straße einen gewichtigen Beitrag, wohingegen der Ortskern nur geringfügig hierzu beitragen kann. Im Kernstadtbereich lassen sich keine räumlichen Versorgungslücken identifizieren.

Der ermittelte **Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel** in Treuen bis zum Jahr 2025 bewegt sich zwischen rd. 3.000 und rd. 3.600 qm zusätzlicher Verkaufsfläche. Während die Expansionsspielräume im mittel- und langfristigen Bedarf aufgrund der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens, den damit verbundenen vorgesehenen Kaufkraftabflüssen an umliegende Mittel- und Oberzentren und der dynamischen Entwicklung des Online-Handels in diesen Bedarfsgruppen stark begrenzt sind, ergibt sich das größte Entwicklungspotenzial mit rd. 1.700 bis rd. 2.100 qm für den kurzfristigen Bedarf. Diese Entwicklungsspielräume sollten dafür genutzt werden, die grundzentrale Nahversorgungsstruktur sowohl quantitativ als auch qualitativ aufzuwerten und die lokale Nachfrage damit stärker im Stadtgebiet von Treuen zu binden.

Räumlich gesehen wäre ein Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots bzw. die Ansiedlung sogkräftiger und frequenzerzeugender Magnetbetriebe im Treuener Ortskern grundsätzlich wünschens- und erstrebenswert bzw. auch zu priorisieren, um dessen Bedeutung im örtlichen Einzelhandelsgefüge zu erhöhen und seine Funktionsfähigkeit langfristig zu sichern. Angesichts der sehr kleinteiligen Bebauungsstrukturen, der örtlichen topografischen Gegebenheiten und des Mangels an ausreichend groß dimensionierten Potenzialflächen innerhalb und unmittelbar außerhalb des Ortskerns wird dies perspektivisch aber nicht gelingen können. Damit Treuen im interkommunalen Wettbewerb mit den umliegenden Zentralen Orten aber nicht noch weiter zurückfällt und die **grundzentrale Versorgungsfunktion langfristig absichern kann**, ist die Stadt dazu angehalten bzw. dazu gezwungen, einen alternativen Standort außerhalb des Ortskerns zur Ansiedlung attraktiver Nahversorgungsangebote zu etablieren.

Das künftige **Standort- und Zentrenmodell des Treuener Einzelhandels** sieht daher neben dem Ortskern als einzigem zentralem Versorgungsbereich perspektivisch noch einen Sonderstandort Grundversorgung an der Perlaser Straße vor. Hier befindet sich bereits eine für die Sicherung der Nahversorgung wichtige Handelsagglomeration, in deren Standortumfeld ausreichend große Flächenpotenziale zur Ansiedlung weiterer (nahversorgungsrelevanter) Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung stehen. Die durch

ein externes Planungsbüro erarbeitete Standortalternativenprüfung ist zu dem Ergebnis gekommen, dass der ins Auge gefasste Potenzialstandort an der Perlaser Straße den gegenwärtig am besten geeigneten Standort zur Ansiedlung grundzentraler Angebote darstellt. Dieser **ortskernergänzende Sonderstandort Grundversorgung** ist mit der Funktionszuweisung versehen, die qualifizierte Grundversorgung für die Bevölkerung des gesamten Stadtgebiets bzw. des gesamten Treuener Marktgebiets mit zukunftsfähigen, die aktuell bestehenden Grundversorgungsangebote bedarfsgerecht und sinnvoll ergänzenden Formaten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, für die es im Ortskern keine marktgängigen Flächenpotenziale gibt, zu übernehmen.

**Aktuelle Planungen**, die aus dem bereits erarbeiteten B-Plan-Entwurf für diesen Sonderstandort hervorgehen, sehen neben der Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters und eines Lebensmitteldiscounters auch die Neuansiedlung weiterer Fachmärkte vor, wobei konkret auch die Etablierung eines Drogeriefachmarkts zur Diskussion steht. Die aktuell geplante Gesamtverkaufsfläche soll sich auf rd. 4.800 qm belaufen und im Kern nahversorgungsrelevante Sortimente umfassen. Aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner lässt sich das Vorhaben im Hinblick auf die formulierten Ziele und Grundsätze wie folgt einordnen:

- Mit der **Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters** könnten die bestehenden Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel sinnvoll ergänzt werden. Zudem könnte hiermit das derzeit bestehende qualitative Versorgungsdefizit, welches sich aus der ausschließlich discountbasierten Nahversorgungsstruktur ergibt, langfristig abgebaut werden. Die derzeit bestehenden Kaufkraftabflüsse würden verringert und die grundzentrale Versorgungsfunktion Treuens damit erheblich gestärkt werden. Zudem würde sich ein zeitgemäß aufgestellter Vollversorger auch unter Berücksichtigung der bereits baurechtlich gesicherten Erweiterung des Lidl-Discounters (um rd. 450 qm im periodischen Bedarf) in den ermittelten Expansionsrahmen für den periodischen Bedarf einfügen.
- Das ebenfalls geplante **Ansiedlungsvorhaben eines Discountformats** entspricht grundsätzlich sowohl den Versorgungsaufgaben eines Grundzentrums als auch der Funktionszuweisung des Sonderstandorts an der Perlaser Straße. Da die Stadt Treuen im Discountsegment, v.a. unter zusätzlicher Berücksichtigung der bereits genehmigten Lidl-Erweiterung, aber bereits breit aufgestellt ist, würde die zusätzliche Ansiedlung eines Discounters zu erheblichen Umsatzumverteilungseffekten innerhalb des Treuener Stadtgebiets führen. Diese ergeben sich schon allein daraus, dass der ermittelte Expansionsrahmen bei der gleichzeitigen Ansiedlung eines Vollsortimenters und eines Discounters deutlich überschritten werden würde. Im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsuntersuchung wäre diesbezüglich zu prüfen, ob die vorhabeninduzierten Umsatzumverteilungseffekte mit Marktaustritten bestehender Nahversorgungsanbieter einhergehen könnten und

damit womöglich zu einer wesentlichen Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung führen würden.

- Mit der avisierten **Ansiedlung eines modernen Drogeriefachmarkts** könnte eine weitere identifizierte Angebotslücke in der örtlichen Nahversorgungsstruktur geschlossen und die grundzentrale Versorgungsfunktion Treuens weiter aufgewertet werden. Allerdings ist dabei unter raumordnerischen Gesichtspunkten zwingend zu berücksichtigen, dass der entsprechende Drogeriefachmarkt so dimensioniert sein müsste, dass dieser für einen tragfähigen Betrieb nicht auf wesentliche Kaufkraftabflüsse von außerhalb des Treuener Verflechtungsbereichs angewiesen wäre, da sonst ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot (LEP Sachsen 2013 - Z 2.3.2.4) vorläge. Die entsprechende Dimensionierung wäre im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung herzuleiten, mithilfe welcher ohnehin nachgewiesen werden müsste, dass die Ansiedlung eines Drogeriefachmarkts nicht zu einer Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung im Untersuchungsraum führt.
- Eine **ergänzende Ansiedlung von Fachmarktformaten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten** ist aus der Sicht von Dr. Lademann & Partner in jedem Fall abzulehnen, da eine solche weder mit der grundzentralen Versorgungsfunktion Treuens noch den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts im Einklang steht und den Ortskern in seiner Entwicklungsperspektive weiter einschränken würde. Denkbar wäre stattdessen die Ergänzung der nahversorgungsrelevanten Vorhabenkomponenten durch einen **angemessen dimensionierten Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten**.

Der Ortskern sollte in seiner Funktion als multifunktionales Dienstleistungszentrum erhalten und gestärkt werden. Wenngleich eine Ausdehnung des derzeitigen Einzelhandelsbesatzes nur schwer möglich sein wird, sollten v.a. Dienstleistungs- und Gastronomieangebote konsequent auf den Ortskern gelenkt werden. Zudem ist eine Erhöhung der Aufenthalts- und Verweilqualität (v.a. im Bereich des Marktplatzes) durch die Umsetzung zielgerichteter städtebaulicher Maßnahmen anzustreben.

Hamburg/Dresden, 08. März 2022

Boris Böhm

Jonas Hopfmann

Dr. Lademann & Partner GmbH

# I Glossar<sup>75</sup>

## Betriebstypen im Einzelhandel:

### Food-Einzelhandel

#### ■ Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

#### ■ Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

#### ■ Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

#### ■ Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

#### ■ SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

#### ■ Vollsortimenter

Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf den periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte

---

<sup>75</sup> Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handelslexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014.

sind regelmäßig als Vollsortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

### **Nonfood-Einzelhandel**

#### ■ Fachgeschäft

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

#### ■ Fachmarkt

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

#### ■ Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.

#### ■ Kaufhaus

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser).

#### ■ Sonderpostenmarkt

Discountorientierter Fachmarkt, der nicht an speziellen Warengruppen oder Bedarfsbereichen ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

### **Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen**

#### ■ Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

#### ■ Fachmarktzentrum

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

#### ■ Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die – einheitlich geplant und gemanagt – Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

#### ■ Outlet-Center (auch Factory Outlet Center oder Designer Outlet Center)

Eine besondere Form eines Einkaufszentrums, in der in einer Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage – meist an autoorientierten Standorten – Waren mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % direkt vom Hersteller verkauft werden. Der Schwerpunkt liegt auf Markenartikeln des gehobenen Bedarfs sowie auf dem Premium- und Luxussegment. Das Warenangebot umfasst dabei B-Ware, Überproduktionen, Retouren, Vorsaison-Ware und Produktmuster.

#### ■ Distanzhandel

Bestimmte Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem der Käufer den Anbieter nicht in dessen Geschäft aufsucht, um einen Kauf auszulösen, sondern andere Formate gewählt werden, um die Ware zu präsentieren, die Bestellung vorzunehmen und die Ware zu übergeben. Unter Distanzhandel werden vor allem der Onlinehandel, der Kataloghandel sowie Teleshopping zusammengefasst.

#### ■ Filialbetrieb (Filialist)

Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

### Begriffe aus dem Bauplanungsrecht<sup>76</sup>

#### ■ Großflächigkeit

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i.S.v. § 7

---

<sup>76</sup> Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.

BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind, sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht widerlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

#### ■ Zentraler Versorgungsbereich

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde, dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

### Sonstige Definitionen

#### ■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

#### ■ Ausgabesatz

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

#### ■ Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

#### ■ Flächenproduktivität

Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

#### ■ Periodischer Bedarf

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

#### ■ Aperiodischer Bedarf

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.

#### ■ Nahversorgung

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 Gehminuten für angemessen erachtet, was ca. 500 bis 800 m Laufweg entspricht.