

Wissen schafft Zukunft.

# Auswirkungsanalyse

zu den städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Neuansiedlung des Einzelhandelsstandortes „Neue Kühnichter Heide“ in der Stadt Hoyerswerda

---

Auftraggeber:

Stadt Hoyerswerda  
S.-G.-Frentzel-Str. 1  
02977 Hoyerswerda

30.01.2026

Ihre Ansprechpartner:

Roxana Dähn (Junior Consultant)  
Dr. Ulrich Kollatz (Regionalleiter Ost)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21  
04105 Leipzig

Tel +49 341 98386 73  
E-Mail [kollatz@bbe.de](mailto:kollatz@bbe.de)

# Agenda

---

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung</b>	<b>2</b>
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Planung: Entwicklung des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“ in der Stadt Hoyerswerda

## Ausgangssituation



- In der Stadt Hoyerswerda soll auf der ehemaligen Fläche des früheren Wohnkomplexes IX die Standortentwicklung „Neue Kühnichter Heide“ innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in die Umsetzung überführt werden. Die geplante Bebauung schließt neben einer neuen Wohnbebauung die Ansiedlung von drei zukünftigen Magnetbetrieben ein. Zu dieser Planung gehören die Neuansiedlung eines Vollsortimenters (EDEKA) mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.299 m<sup>2</sup>, eines Lebensmitteldiscounters (ALDI) von ca. 1.049 m<sup>2</sup> sowie eines Einrichtungsmarktes (JYSK) mit ca. 950 m<sup>2</sup> (zzgl. 100 m<sup>2</sup> Outdoorfläche). Das Vorhaben umfasst folglich eine Gesamtverkaufsfläche von 4.398 m<sup>2</sup>.



- Die Stadt Hoyerswerda verfügt über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, erarbeitet durch die BBE Handelsberatung GmbH, welches am 28.10.2025 durch den Stadtrat mehrheitlich beschlossen wurde. Dieses Konzept hat bereits die Etablierung des Standortes „Neue Kühnichter Heide“ als neuen zentralen Versorgungsbereich (B-Zentrum) geprüft und in die Funktionsteilung der Zentren- und Standortstruktur aufgenommen.
- Zur Umsetzung des Planvorhabens ist die Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplans Nr. 33 „ Neue Kühnichter Heide“ vorgesehen. Der Stadtrat der Stadt Hoyerswerda hat die Aufstellung des Bebauungsplans bereits am 25.10.2022 beschlossen. Das Einzelhandelsvorhaben unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO.



- Die Frage der potenziell schädlichen Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens kann nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Marktes, betrieblicher und städtebaulicher Besonderheiten sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche bewertet werden.
- Im Rahmen des Planverfahrens soll gutachterlich geprüft werden, ob das konkretisierte Planvorhaben mit der Ansiedlung der oben genannten Magnetbetriebe schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahе Versorgung in Hoyerswerda oder in Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auslösen würde.
- Das Planvorhaben ist neben der städtebaulichen Verträglichkeit auch auf die raumordnerische Kompatibilität zu prüfen. Weiterhin ist die aktuelle Ausgestaltung des Vorhabens mit der bereits erfolgten Einbindung in das Einzelhandelskonzept abzustimmen.

# Datengrundlagen der Untersuchung

## Methodische Vorgehensweise

### Vor-Ort- und Desktop-Recherche



- Durchführung einer Vor-Ort-Recherche zur Bewertung der Mikrostandort-Situation unter dem Aspekt der Einordnung in die Versorgungsfunktionen im Stadtgebiet Hoyerswerda erfolgte im September 2024 und wurde mittels Desk-Research im Januar 2026 aktualisiert



### Erhebung relevanter Anbieter



- vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmitteldiscounter, Super-/ Verbrauchermärkte, Fachmärkte im Branchenumfeld Wohnen / Einrichten) im Untersuchungsgebiet



### Umsatzschätzung



- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern



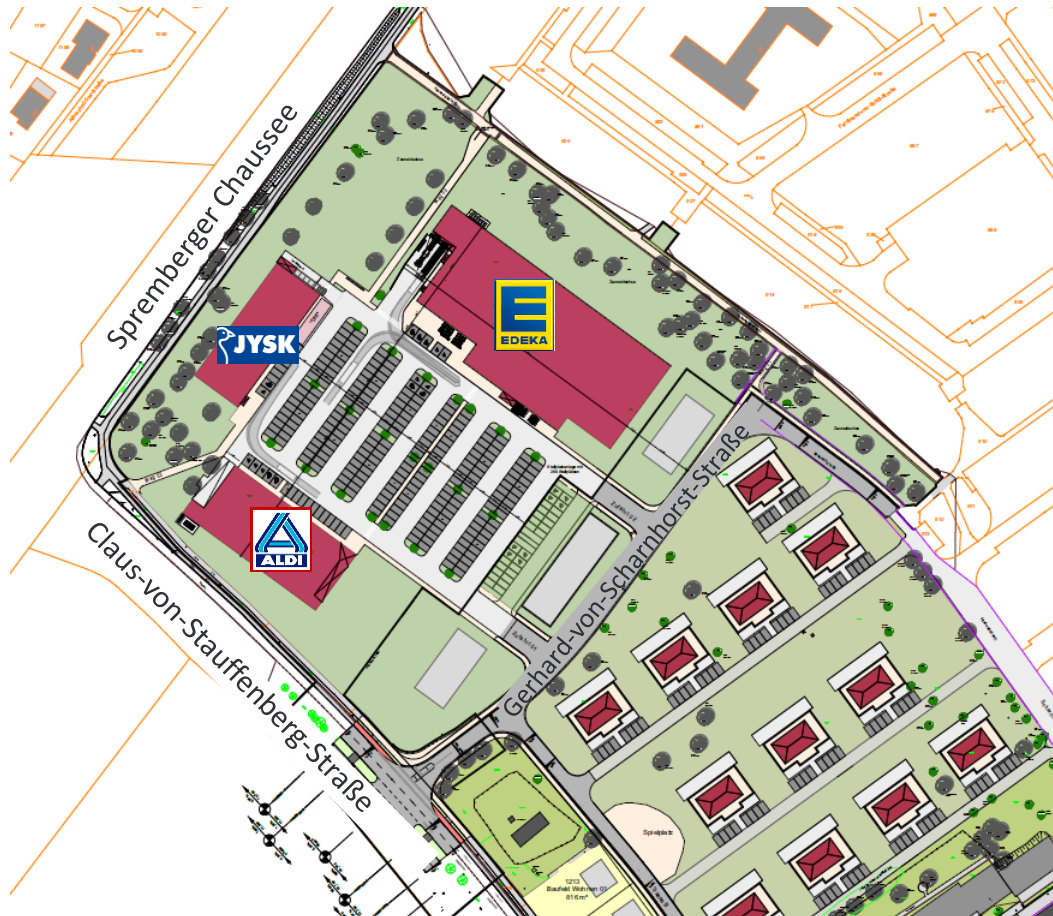
### Nutzung sekundärstatistischer Daten



- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben)
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und weiteren Unterlagen (u. a. aktuelle Bevölkerungsdaten, Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Große Kreisstadt Hoyerswerda (2025)).

# Projektplanung mit modernem Vollsortimenter, Discounter und Einrichtungsmarkt

## Projektplanung – Standortentwicklung innerhalb des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“



Quelle: halsdorfer + ingenieure projekt gmbh, Lageplan (17.09.2025)

- Das Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“ sieht die Ansiedlung von zwei nahversorgungsrelevanten Magnetanbietern (EDEKA, ALDI) sowie eines Einrichtungsmarktes (JYSK) im Norden der Hoyerswerdaer Neustadt vor. Nebenstehende Abbildung zeigt die Lage und Anordnung des Planvorhabens im Kreuzungsbereich Spremberger Chaussee und Claus-von-Stauffenberg-Straße. Die Zufahrt des Areals erfolgt dabei über die Claus-von-Stauffenberg-Straße und die Gerhard-von-Scharnhorst-Straße.
- Die Neuansiedlung eines EDEKA-Vollsortimenters umfasst eine Verkaufsfläche von 2.299 m<sup>2</sup>. Für den geplanten ALDI-Markt wird eine Verkaufsfläche von 1.049 m<sup>2</sup> avisiert. Ergänzt werden die nahversorgungsrelevanten Magnetanbieter von dem Einrichtungsmarkt JYSK mit insgesamt ca. 1.050 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (davon 100 m<sup>2</sup> Außenfläche).
- Das Vorhaben zielt entsprechend den Vorgaben des beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folglich auf den Ausbau nahversorgungsrelevanter Angebote (Hauptsortimente Lebensmittel, Drogerie, Heimtiernahrung) und nicht-zentrenrelevanter Angebote (Hauptsortiment Möbel, Einrichtung) im ausgewiesenen B-Zentrum ab.
- Insgesamt 269 Stellplätze sollen die Erreichbarkeit mit dem Pkw sicherstellen, zudem sind Fahrradständer vorgesehen. Einschließlich der fußläufigen Versorgungsfunktion des Standorts und der ÖPNV-Anbindung (vgl. S. 11) soll insgesamt eine umfassende Erreichbarkeit gewährleistet werden.

# Angebotskonzepte im Planvorhaben

## Sortimentsschwerpunkte der Lebensmittelmärkte und des Einrichtungsmarktes

Angebotskonzept Lebensmittelmärkte	Angebotskonzept Einrichtungsmarkt
<b>Hauptsortimente</b>	<b>Hauptsortimente</b>
Lebensmittel**	Möbel gesamt (inkl. Gartenmöbel)
Drogerie**	Haus- und Heimtextilien*
Heimtier**	Bettwaren
	Teppiche
<b>Randsortimente</b>	<b>Randsortimente</b>
Sonstige Nonfood II Sortimente	GPK (Glas, Keramik, Porzellan)*
	Lampen/Beleuchtungs- körper*

\*\* nahversorgungsrelevante Sortimente

\* zentrenrelevante Sortimente gemäß Hoyerswerdaer Liste (vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Große Kreisstadt Hoyerswerda, S. 125)

- Nach Angaben der beiden Lebensmittelmärkte (EDEKA, ALDI) soll das Angebotskonzept vorrangig auf Lebensmittel sowie die Nonfood I-Artikel (Drogeriewaren und Tiernahrung) ausgerichtet sein, weshalb der Anteil an Nonfood II-Artikeln unterhalb von 10% der Verkaufsfläche liegen wird.<sup>1)</sup>
- JYSK verfolgt ein einheitliches Vertriebskonzept, welches entsprechend der Verkaufsfläche am jeweiligen Projektstandort umgesetzt wird. Der JYSK-Einrichtungsmarkt wird hauptsächlich durch die Hauptsortimente Möbel, Haus & Heimtextilien, Teppiche und Bettwaren geprägt. Diese Hauptsortimente werden durch einen dominanten Verkaufsflächen- und Umsatzanteil innerhalb des Marktes gekennzeichnet.
- Für die Einstufung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente wird auf die „Hoyerswerdaer Liste“ des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (2025) zurückgegriffen. Diesbezüglich wird zwischen „zentrenrelevanten“ und „nicht-zentrenrelevanten“ Sortimenten unterschieden.
- Insgesamt stellt sich die Sortimentsstruktur des Einrichtungsmarktes gemäß der Funktionsabstimmung als überwiegend nicht-zentrenrelevant heraus, da sich drei Viertel der Hauptsortimente des künftigen Marktes aus nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zusammensetzt.

<sup>1)</sup> Nonfood I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung. Unter die Nonfood II-Waren fallen in Lebensmittelmärkten folglich alle Produkte, die keine Lebensmittel und auch nicht nahversorgungsrelevant (Nonfood I-Waren) sind, dazu zählen u.a. Haus- und Heimtextilien, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, die in wöchentlich wechselnden Aktionen angeboten werden. Die angebotenen Waren sind dabei im Gegensatz zum Fachhandel dem Discountbereich zuzuordnen.

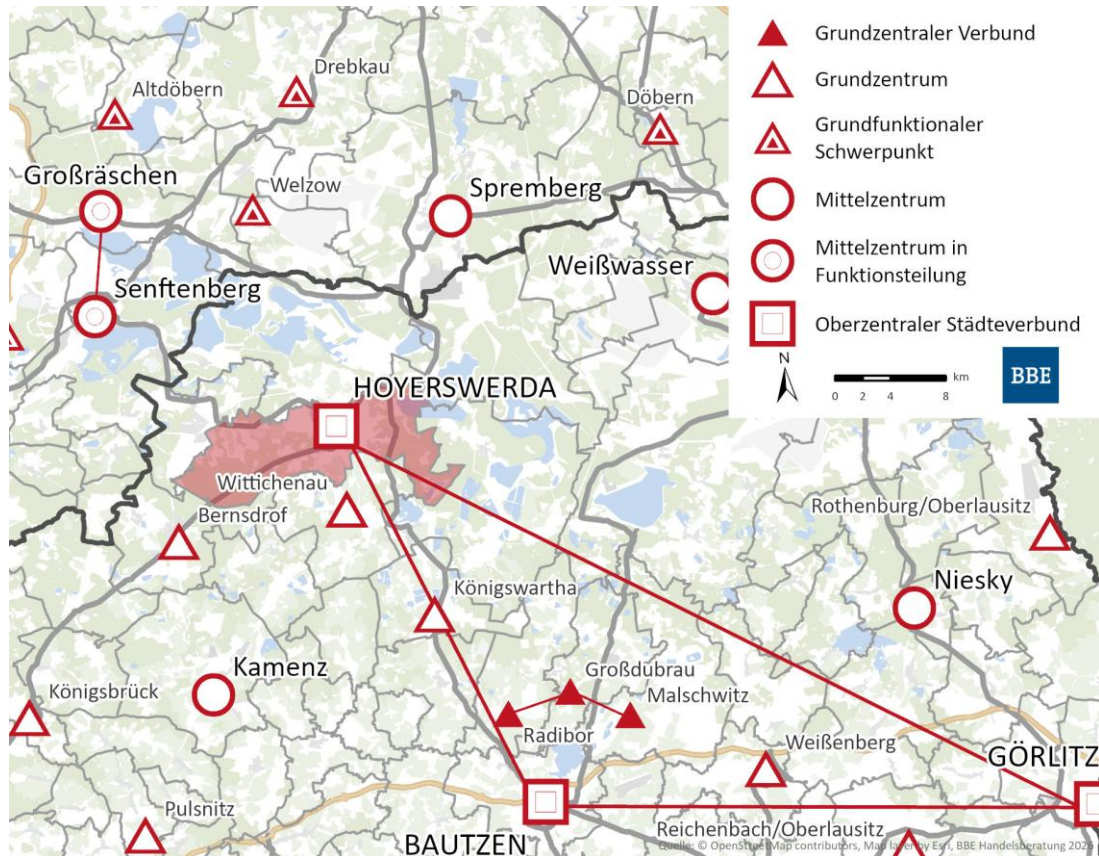
# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
<b>2</b>	<b>Markostandort und Mikrostandort</b>	<b>7</b>
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Stadt Hoyerswerda: Oberzentrum im Nordosten von Sachsen

## Lage und zentralörtliche Funktion der Stadt Hoyerswerda



- Hoyerswerda liegt im Landkreis Bautzen und befindet sich im Nordosten von Sachsen. Das Stadtgebiet umfasst die Kernstadt Hoyerswerda und fünf weitere Ortsteile (Bröthen/Michalken, Dörghausen, Knappenrode, Schwarzkollm, Zeißig).
- Gemäß des Landesentwicklungsplanes Sachsen (2013) wird Hoyerswerda die Funktion eines Oberzentrums im Verbund mit Bautzen und Görlitz zugewiesen, welche als überregionale Wirtschafts-, Innovations-, Bildungs-, Kultur-, und Verwaltungszentren weiterzuentwickeln sind. Das Oberzentrum Hoyerswerda hat Versorgungsfunktionen sowohl für die eigene Wohnbevölkerung als auch für den ausgewiesenen Mittelbereich wahrzunehmen. Der Mittelbereich umfasst neben der Stadt selbst, die Städte und Gemeinden Bernsdorf, Elsterheide, Lauta, Lohsa, Spreetal und Wittichenau.<sup>1)</sup>
- Das Oberzentrum liegt ca. 55 km nordöstlich des Oberzentrums Dresden und ca. 31 km nordwestlich von Bautzen und ca. 35 km südlich des Oberzentrums Cottbus. Im Norden und Süden grenzen die Mittelzentren Spremberg und Kamenz an.
- Die Bundesstraßen 96 und 97 kreuzen sich im Stadtgebiet von Hoyerswerda, die innerörtliche Erschließung erfolgt durch mehrere radial auf die Innenstadt zulaufende Straßen.
- An das Schienennetz ist Hoyerswerda über drei Bahnhaltdepunkte, in der Altstadt, in der Neustadt und im Ortsteil Schwarzkollm durch den Regional-Express 11 und 15 und die Regionalbahn 64 angebunden, die stündlich bzw. zweistündlich die Haltepunkte passieren. Weiterhin unterhält die Verkehrsgesellschaft Hoyerswerda mbh insgesamt 5 Stadtbuslinien, zzgl. der Regionalbuslinien zu den Umlandgemeinden innerhalb des Verkehrsverbundes Oberelbe (VVO) .

<sup>1)</sup> vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Karte 2

# Hoyerswerda mit rückläufiger Bevölkerungsentwicklung, positiven Pendlersaldo und hoher Einzelhandelszentralität

## Strukturdaten des Makrostandortes

Strukturdaten	Stadt Hoyerswerda	Landkreis Bautzen	Freistaat Sachsen
<b>Bevölkerung <sup>1)</sup></b>			
31.12.2015	33.843	306.273	4.084.851
31.10.2025	<b>1</b> 30.510	290.871	4.025.410
Veränderung ggü. 2014	90,2%	95,0%	98,5%
<b>Bevölkerungsprognose 2025-2030 in %</b>			
31.12.2030 (StaLa) <sup>2)</sup>	28.400	283.360	3.994.980
Veränderung ggü. 2025	93,1%	97,4%	99,2%
31.12.2030 (GeREHK) <sup>3)</sup>	<b>2</b> 30.790		
Veränderung ggü. 2025	100,9%		
<b>Pendler <sup>4)</sup></b>			
Einpendler (30.06.2025)	5.743	29.092	144.747
Auspendler (30.06.2025)	5.335	36.567	160.012
Pendlersaldo (30.06.2025)	<b>3</b> 408	-7.475	-15.265
<b>Einzelhandelskaufkraft 2025 (Index) <sup>5)</sup></b>	<b>4</b> 91,8	92,7	93,1
<b>Einzelhandelszentralität <sup>5)</sup></b>	<b>5</b> 148,2	84	94,2

- 1** Zum 31.10.2025 verfügt Hoyerswerda über einen Bevölkerungsstand von 30.510 Personen. Die Stadt weist in den letzten Jahren einen Bevölkerungsrückgang auf (-9,8% in 10 Jahren), welcher den mittleren Rückgang des Landkreises Bautzen von 5,0 % übersteigt.
- 2** Bis zum Jahr 2030 wird sich gemäß der amtlichen Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes der Bevölkerungsrückgang auf 28.400 Personen (Variante 2) weiter fortsetzen. Allerdings zeigt die im Rahmen des Gesamtstädtischen und regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzeptes (GeREHK) erstellte kommunale Bevölkerungsprognose im optimistischen Szenario Strukturwandel die Chance auf eine Stabilisierung der Bevölkerungszahlen auf ca. 30.790 Personen.
- 3** Hoyerswerda verzeichnet bei vergleichbaren Ein- und Auspendlerzahlen letztlich ein positives Pendlersaldo von 408 Personen. Insbesondere von Lauta, Wittichenau und Lohsa pendeln Menschen ein.<sup>6)</sup>
- 4** Das Kaufkraftniveau liegt mit 91,8 unter dem Niveau des Landkreises (92,7) und des Freistaats Sachsen (93,1).
- 5** Die Einzelhandelszentralität von 148,2 verdeutlicht, dass Hoyerswerda der Versorgungsfunktion als Oberzentrum im Verbund mit Bautzen und Görlitz gerecht wird und Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland generiert.

1) Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 15. Mai 2022

2) 8. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2022 bis 2040 (Variante 2 - mittlere Variante)

3) Gesamtstädtischen und regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzeptes (GeREHK), Bevölkerungsprognose Szenario Strukturwandel

4) Bundesagentur für Arbeit: Gemeindedaten sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort Stand: 30.06.2024

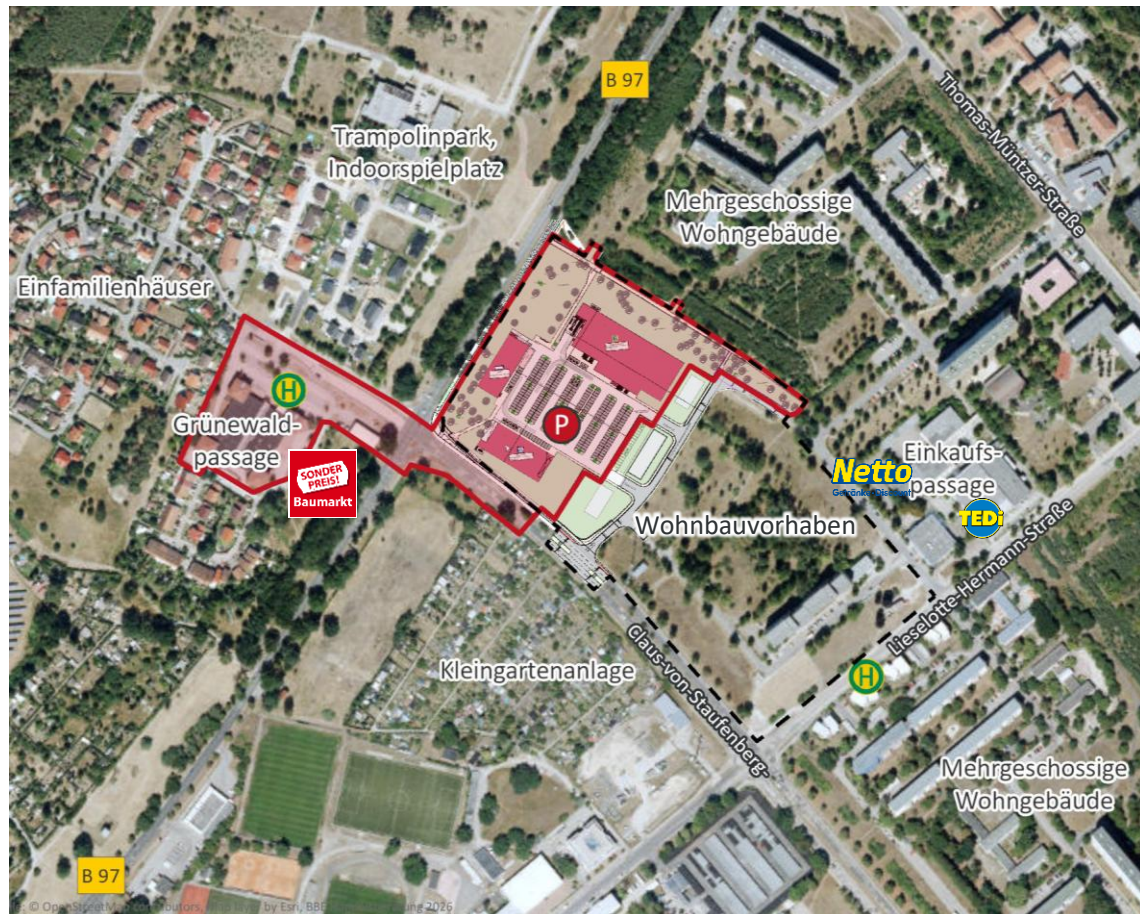
5) BBE!CIMA!MB-Research Einzelhandelskaufkraft und Einzelhandelszentralität

6) Statistische Ämter der Länder, Deutschland, Pendleratlas (2024)



# Projektstandort mit guter Erreichbarkeit und differenzierten Nutzungen im Umfeld

## Mikrostandort im Nordosten der Hoyerswerdaer Neustadt



### Mikrostandort

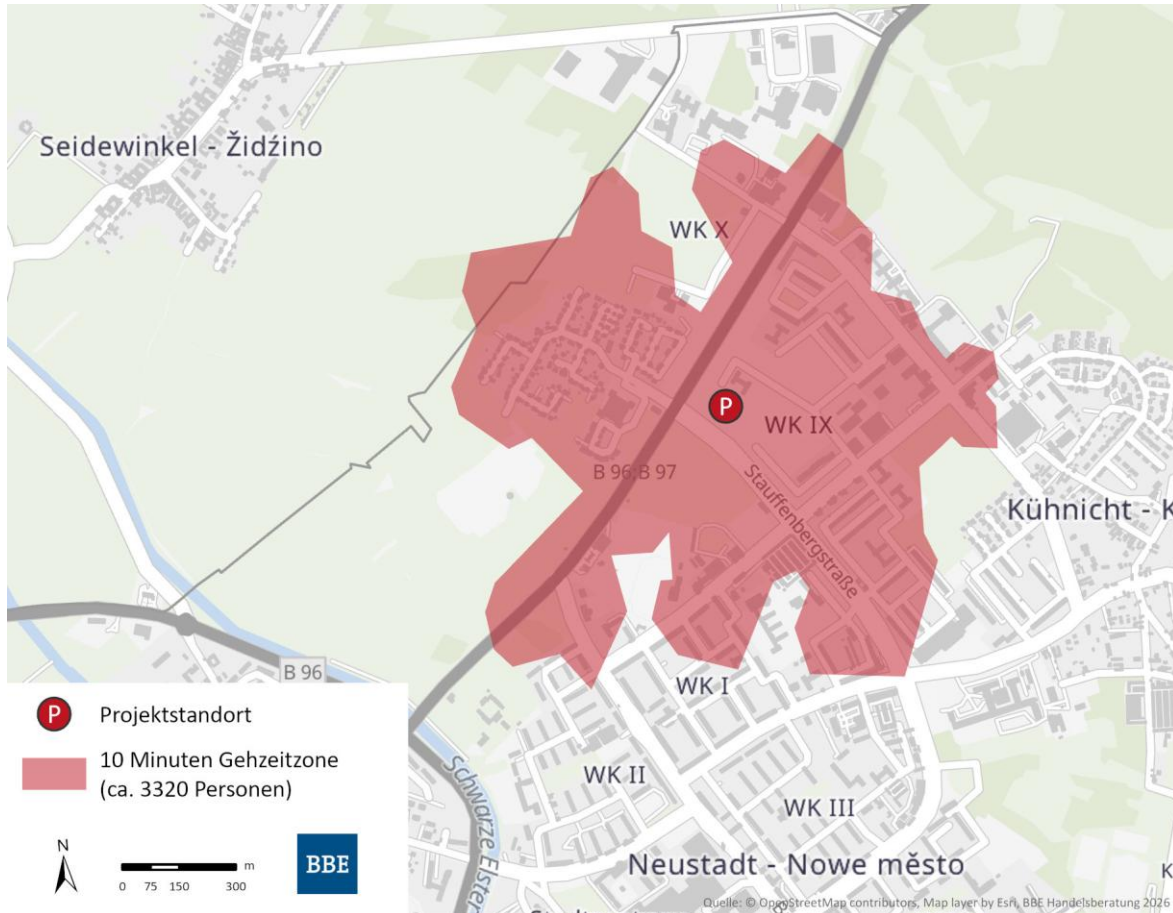
-  Projektstandort
-  Planvorhaben "Neue Kühnichter Heide"
-  zentraler Versorgungsbereich



- Der Projektstandort liegt im östlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereichs „Neue Kühnichter Heide“ auf der Brachfläche des ehemaligen Wohnkomplexes IX. Die Zufahrt erfolgt über die Spremberger Chaussee (B97), welche eine Hauptverkehrsachse der Stadt darstellt.
- Das direkte Umfeld wird im Norden und Osten durch Großwohnsiedlungen und im Westen durch Einfamilienhäuser geprägt. Zwei Einkaufspassagen umgeben den Projektstandort. Die westliche Grünwaldpassage, u.a. mit einem Sonderpreisbaumarkt, ist Teil des zentralen Versorgungsbereiches. Die östliche Passage, u.a. mit Netto-Getränkemarkt und Nonfood-Discounter, ist eine Streulage außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen lt. Einzelhandelskonzept.
- Im Süden schließt eine Kleingartenanlage und im weiteren nördlichen Verlauf der Spremberger Straße ein Trampolinpark mit Indoor-Spielplatz an. Südöstlich vom Projektstandort sind Wohnbauvorhaben mit ca. 100 Wohneinheiten und zehn Einfamilienhäuser in Planung, wodurch ein Zuzug von bis zu 235 Personen erwartet wird.
- Die Haltestellen „Kühnichter Heide“ und „Grünwaldring“ sichern die ÖPNV-Anbindung mit den Linien 1 und 4.

# Gute verkehrliche Erreichbarkeit und hohe Nahversorgungsbedeutung für das nordöstliche Stadtgebiet

## Mikrostandort – Nahversorgungsfunktionen und fußläufige Erreichbarkeit



<sup>1)</sup> GfK (2024): Einwohner auf Straßenabschnittsebene

- Die Karte links zeigt das fußläufige Umfeld des Projektstandorts in Norden von Hoyerswerda. In einer 10 min-Gehzeitzone leben rd. 3.300 Menschen.<sup>1)</sup> Zusammen mit den neu geplanten Wohngebieten würde sich die Zahl auf rd. 3.500 Personen erhöhen. Der Standort übernimmt somit nordöstlich des Lausitz-Centers wohnungsnaher Versorgungsfunktionen für das direkte Umfeld.
- Andererseits zielt der Projektstandort als Teil des B-Zentrums auf deutlich weitreichendere Versorgungsfunktionen. Mit der Verkaufsflächendimensionierung von insgesamt rd. 4.400 m<sup>2</sup> allein im Vorhaben (ohne Bestandsflächen in der Grünwaldpassage), die zu erwartende Kundschaftsbindung der Vorhaben (insbesondere von Vollsortimenter und Einrichtungsmarkt) sowie die Zielfunktion als B-Zentrum lt. Einzelhandelskonzept ist eine über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Ausstrahlung auf das gesamte Hoyerswerdaer Stadtgebiet und auf das angrenzende regionale Umfeld zu erwarten (vgl. Einzugsgebietsabgrenzung im Abschnitt 4).
- Mit der Neuansiedlung eines EDEKA- und eines ALDI-Marktes sowie des JYSK-Einrichtungsmarktes als neuen Funktionsschwerpunkt im B-Zentrum geht eine Weiterentwicklung entsprechend der abgestimmten Zentrenstruktur in Hoyerswerda einher.

# Aufstellung eines Bebauungsplans vorgesehen

## Genehmigungsrechtliche Situation

- Für das Planvorhaben soll der vorhabenbezogene Bebauungsplan Nr. 33 „Neue Kühnichter Heide“ aufgestellt und als Sonstiges Sondergebiet großflächiger Einzelhandel ausgewiesen werden. Die Aufstellung des Bebauungsplanes wurde am 25.10.2022 vom Stadtrat der Stadt Hoyerswerda beschlossen. Das Einzelhandelsvorhaben unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO.
- Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen in diesem Sinne sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden.
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt in diesem Sinne zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen jedoch beide Sachverhalte kumulativ auftreten:
  - Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung über 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zutrifft.<sup>1)</sup> Dies trifft auf den EDEKA-Vollsortimenter mit einer geplanten Verkaufsfläche von 2.299 m<sup>2</sup> als auch auf den ALDI-Markt mit 1.049 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und den JYSK-Einrichtungsmarkt mit einer Verkaufsfläche von 950 m<sup>2</sup> zzgl. 100m<sup>2</sup> Outdoorfläche zu.
  - Die beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

<sup>1)</sup> BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
<b>3</b>	<b>Wettbewerbssituation</b>	<b>14</b>
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Lebensmittelmärkte und Möbelmärkte als wesentliche Wettbewerber

## Wettbewerbssituation des Planvorhabens

### Nahversorgungsrelevante Wettbewerber



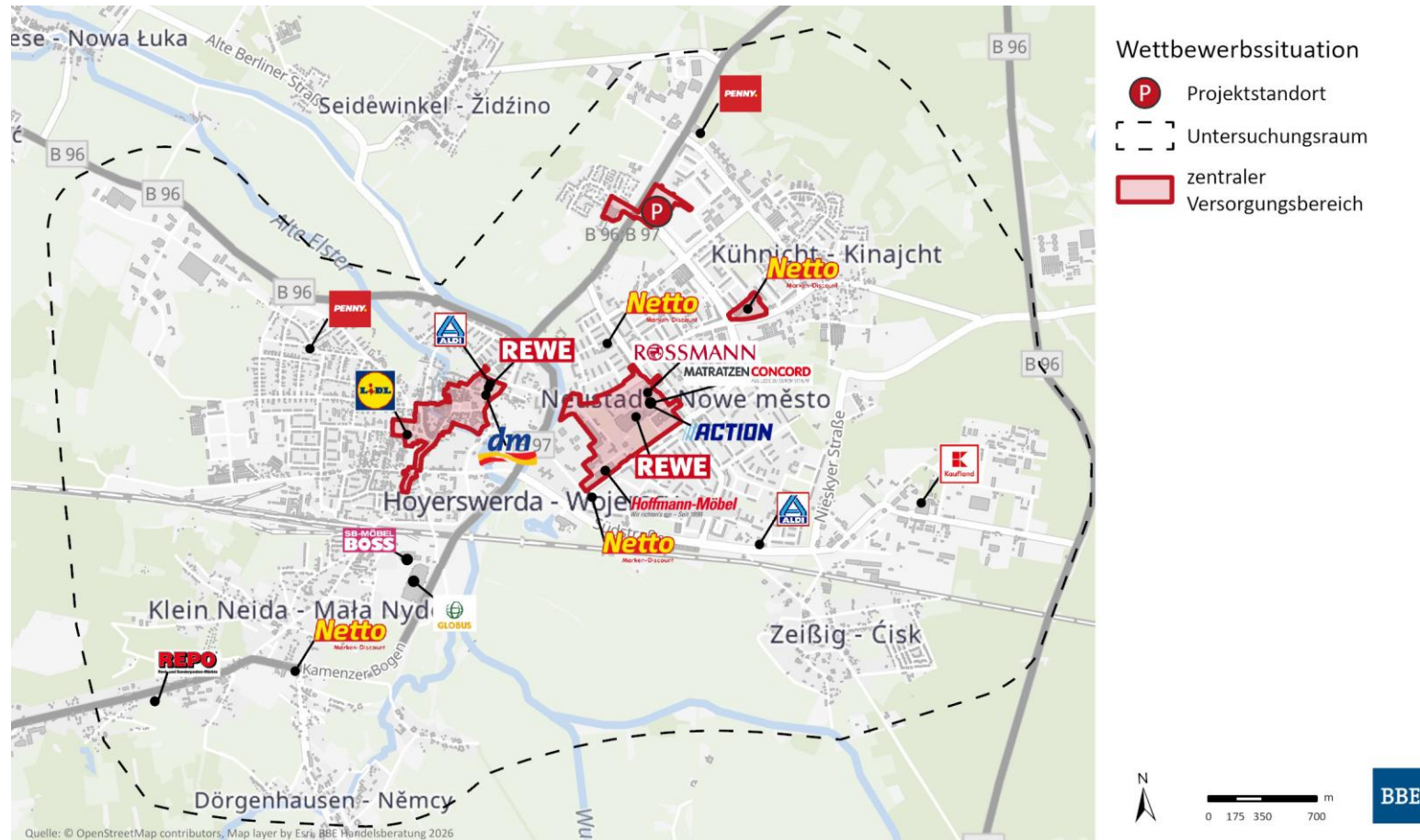
### Einrichtungsrelevante Wettbewerber



- Die Analyse der Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet bezieht sich auf 85 projektrelevante Anbieter mit nahversorgungsrelevanten und einrichtungsrelevanten Hauptsortimenten. Die aktuelle Erhebung dieses Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im September & Dezember 2024 (Zeitpunkt Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes) und wurde mittels Desk Research im Januar 2026 aktualisiert.
- Zu den Wettbewerbern zählen somit die Lebensmittelmärkte und die Einrichtungsmärkte im Untersuchungsraum. Insbesondere die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte (REWE, Netto, ALDI) und die beiden Großbetriebsformen Globus und Kaufland weisen eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben auf und dienen dem Versorgungseinkauf. Zu den einrichtungsrelevanten Wettbewerbern zählen insbesondere die großen Möbelhäuser SB-Möbel Boss, Hoffmann-Möbel.
- Das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittel- und Einrichtungsfachgeschäfte (z. B. Obst- und Gemüsehändler, Gardinenladen) stehen – aufgrund einer anderen Angebotsausrichtung bzw. Kundschaftsansprache – dagegen nur untergeordnet im Wettbewerb mit dem Planvorhaben.
- Gleichwohl werden die kleinteiligen Lebensmittelgeschäfte, Ladenhandwerksbetriebe und Einrichtungsfachgeschäfte in die Wettbewerbsbetrachtung einbezogen.

# Stadtgebiet von Hoyerswerda bildet den Untersuchungsraum

## Wettbewerbssituation im Überblick



- Der Untersuchungsraum hinsichtlich zu erwartender Wettbewerbswirkungen umfasst das Stadtgebiet und die peripheren Ortsteile von Hoyerswerda.
- Die Wettbewerbsbetrachtung konzentriert sich dabei auf die strukturprägenden Anbieter von nahversorgungsrelevanten und einrichtungsrelevantem Sortimenten. Dabei sind gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept die zentralen Versorgungsbereiche der Altstadt und der Neustadt sowie das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz besonders zu berücksichtigen.
- Als Hauptwettbewerbsstandorte sind im Bereich der Nahversorgung die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte (REWE, Netto und ALDI) sowie die weit ausstrahlenden Verbrauchermärkte (Globus, Kaufland) einzustufen.
- Für den geplanten Einrichtungsmarkt bilden die Möbelmärkte der Stadt Hoyerswerda mit SB-Möbel Boss und Hoffmann-Möbel die Hauptwettbewerbsstandorte.

# Projektstandort im Spannungsfeld weiterer Wettbewerbsstandorte im Stadtgebiet von Hoyerswerda

## Verkaufsfläche und Umsätze der Wettbewerbsstandorte

Standortstrukturen	nahvers. Verkaufs- fläche	einrich- tungsrel. Verkaufs- fläche	Umsatz nahvers. Sortimente	Umsatz einrich- tungsrel. Sortimente*
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in T€	in T€
A-Zentrum Altstadt, REWE/ALDI	2.556	0	16.120	0
A-Zentrum Altstadt, dm	580	0	4.180	0
A-Zentrum Altstadt, LIDL	1.025	0	8.690	0
A-Zentrum Altstadt, Sonstige	397	270	3.820	410
A-Zentrum Neustadt, REWE	1.638	0	8.590	0
A-Zentrum Neustadt, ROSSMANN	605	0	3.980	0
A-Zentrum Neustadt, Sonstige	795	8.748	5.380	7.280
C-Zentrum Lipezker Platz	1.197	140	6.130	260
NVL Albert-Schweitzer-Straße 29	667	0	4.530	0
NVL Cottbusser Tor 1	759	0	3.860	0
NVL Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25	1.083	0	5.350	0
NVL Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a	1.307	20	5.090	20
NVL Sandwäsche 1-2	999	10	4.900	10
NVL Senftenberger Vorstadt 4	790	0	5.470	0
NVL Ziolkowskistraße 18	933	0	6.060	0
Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2	5	420	10	551
Ergänzungsstandort Straße E 9	3.597	0	20.060	0
Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebnecht-Straße 24-26	5.850	4.253	45.270	4.960
sonstige	3.065	1.705	5.790	2.060
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>27.848</b>	<b>15.566</b>	<b>163.280</b>	<b>15.551</b>

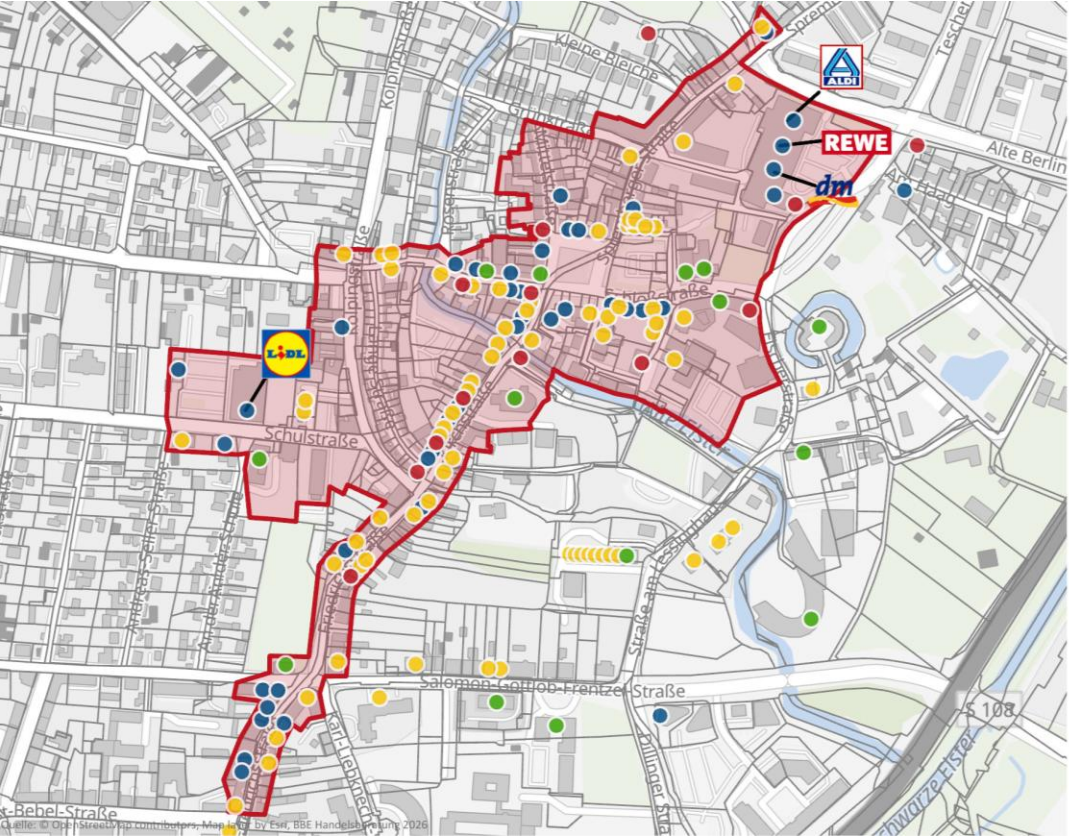
- Bei Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung und des Umsatzes zeigen sich aktuell zwei klare Nahversorgungsschwerpunkte, die Ergänzungsstandorte Kamenzer Bogen 1-3/ Karl-Liebkencht-Straße 24-26 (Globus) und Straße E9 (Kaufland) mit Verkaufsflächenanteilen von 21% bzw. 13% sowie Umsatzanteilen von jeweils 28% bzw. 12%.
- Das A-Zentrum Altstadt insgesamt nimmt mit einem Verkaufsflächen- und Umsatzanteil von 16% bzw. 20% eine relevante Stellung innerhalb der Nahversorgung ein.
- Das A-Zentrum Neustadt verfügt nach Schließung des ehemaligen Discounters ALDI im März 2025 nur noch über einen nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächen- und Umsatzanteil von je 11%.
- Im Bereich der Einrichtung kristallisieren sich mit Hoffmann-Möbel im A-Zentrum Neustadt und SB-Möbel Boss im Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3/ Karl-Liebkencht-Straße 24-26 zwei dominante Wettbewerbsstandorte heraus.
- Mit der Ansiedlung von zwei nahversorgungsrelevanten Magnetanbietern im zentralen Versorgungsbereich „Neue Kühnichter Heide“ wird sich eine neue Schwerpunktsetzung zugunsten der zentralen Lage vollziehen.

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

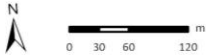
\* Zu einrichtungsrelevanten Sortimenten zählen nur Haus- und Heimtextilien, Bettwaren und Möbel in den Stammsortimenten der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, Aktionsware wird darunter nicht abgebildet.

# Lebensmittelmärkte des Altstadtzentrums stehen im Wettbewerb mit dem Planvorhaben

## Wettbewerbssituation – ZVB A-Zentrum Altstadt



- A-Zentrum Altstadt
- Einzelhandel
  - Dienstleistung
  - Hotel- und Gastgewerbe
  - öffentliche Einrichtung
  - zentraler Versorgungsbereich
  - Flurstücksgrenzen



### Städtebauliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich über die Hauptgeschäftslagen Markt, Schloßstraße, Senftenberger Straße, Kirchstraße und mit Teilen der Friedrichstraße im südlichen Verlauf. Westlich umschließt die straßenbegleitende Bebauung der Schulstraße bis zur Andreas-Seiler-Straße das A-Zentrum. Die Alte Berliner Straße zwischen der Spremberger Straße und Teschenstraße begrenzt in nördlicher Richtung den zentralen Versorgungsbereich. Im Osten wird das A-Zentrum durch den Verlauf der Teschenstraße, Teile der Fischerstraße und den Lauf der Alten Elster eingegrenzt. Im Zentrengefüge der Stadt Hoyerswerda besitzt die historische Altstadt in Funktionsteilung mit dem A-Zentrum Neustadt die höchste Priorität. Die Kompetenz der Altstadt beruht in erster Linie auf einer starken Nutzungsmischung, mit kleinteiligen, individuellen Angeboten und stadtbildprägenden Identifikationspunkten.

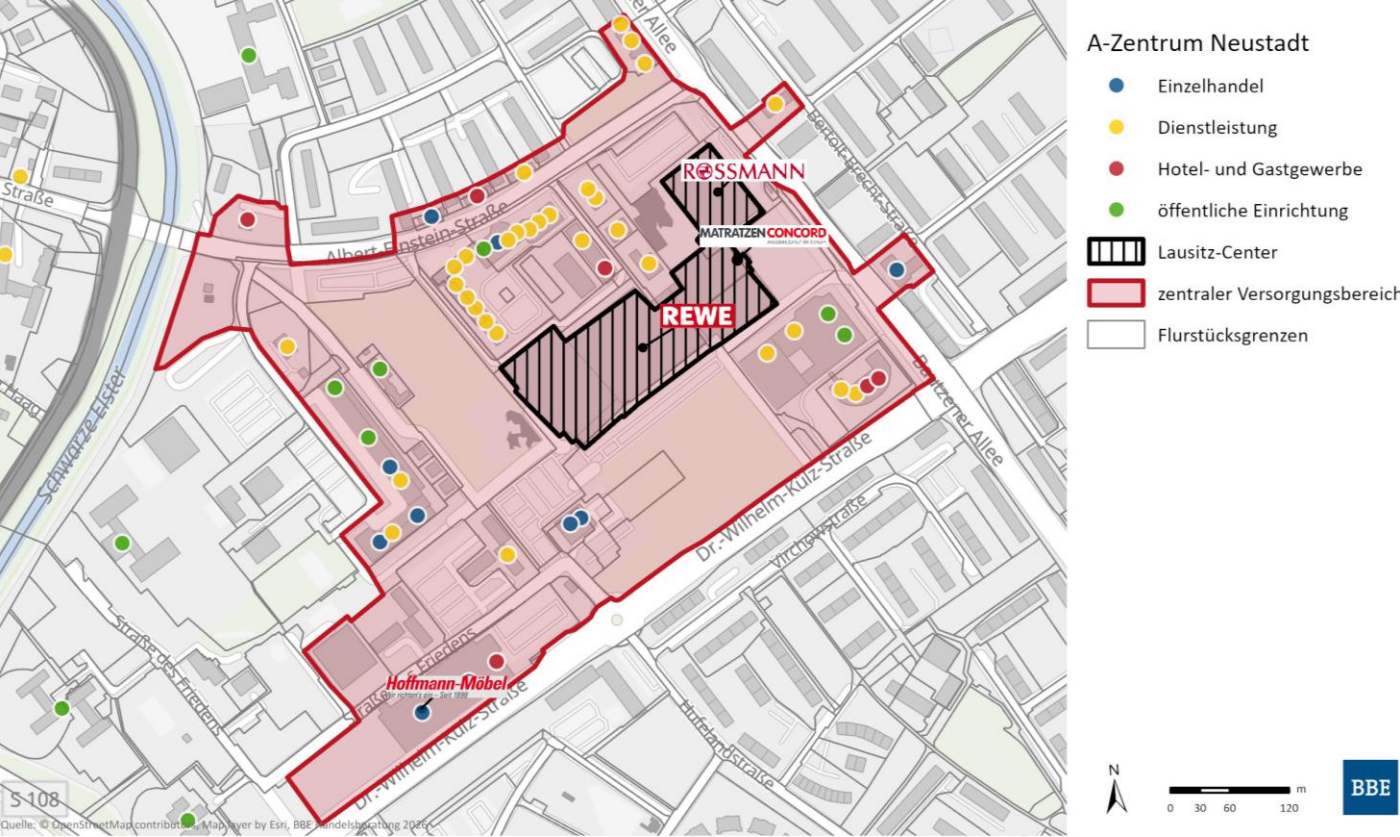
### Einzelhandelsstruktur

Der aktuelle Einzelhandelsbesatz in der Altstadt ist durch kleinteilige, meist inhabergeführte Geschäfte geprägt. Filialbetriebe überregionaler Einzelhandelsunternehmen sind nur in geringem Maße im kurzfristigen Bedarfsbereich in der Altstadt vertreten (u.a. REWE, ALDI, dm). Mit REWE, ALDI und Lidl existieren drei großflächige nahversorgungsrelevante Magnetanbieter in der Altstadt. REWE hat in 2025 eine Modernisierung und Erweiterung abgeschlossen. Das Fehlen von Magnetbetrieben im mittelfristigen Bedarfsbereich ist auf die Funktionsabstimmung der beiden A-Zentren zurückzuführen und zum anderen stehen aufgrund der historischen Gebäudesubstanz kaum größere Flächenpotenziale zur Verfügung. Für das Planvorhaben sind die Magnetanbieter der Altstadt, insbesondere des Verbundstandortes (REWE, ALDI), besonders wettbewerbsrelevant.

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Großen Kreisstadt Hoyerswerda (2025), S. 95

# Wettbewerbsverflechtungen mit dem A-Zentrum Neustadt bestehen hauptsächlich mit dem Vollsortimenter REWE und dem Möbelmarkt Hoffmann

## Wettbewerbssituation – ZVB A-Zentrum Neustadt



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Großen Kreisstadt Hoyerswerda (2025), S. 95

### Städtebauliche Situation

Das A-Zentrum Neustadt befindet sich östlich des Schwarze-Elster-Kanals und der Bundesstraße B 97. Beide Hauptzentren sind durch funktionale, städtebauliche und räumliche Gegensätze gekennzeichnet. Das Stadtbild der Neustadt ist von industriellem Wohnungsbau in Großplattenbauweise geprägt. Das Herzstück des zentralen Versorgungsbereichs der Neustadt bildet das Zentrum um das Lausitz-Center. Die Funktion als urbanes Zentrum erwächst aus dem Zusammenspiel als bedeutendster Handelsstandort im Stadtgebiet mit weiteren frequenzstärkenden Strukturen, wie die Lausitzhalle, Hotel- und Gastgewerbe, Dienstleistungsangeboten und öffentlichen Einrichtungen (u.a. Zuse-Computer-Museum).

### Einzelhandelsstruktur

Das A-Zentrum Neustadt verfügt über knapp ein Drittel des gesamten Einzelhandelsbesatzes der Stadt und stellt den dominanten Einzelhandelsschwerpunkt in Hoyerswerda dar, der zugleich eine regionale Ausstrahlung und Versorgungsfunktion aufweist. Die Angebotsstruktur wird durch überregionale Filialisten im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich bestimmt. Der Möbelmarkt Hoffmann ist mit einer Verkaufsfläche von ca. 8.100 m<sup>2</sup> der flächengrößte Magnetanbieter im zentralen Versorgungsbereich. Innerhalb des Lausitz-Centers fungieren der Vollsortimenter REWE, der Textilfachmarkt H&M und die Nonfood-Discounter Action und Woolworth als Magnetanbieter. Das Shopping-Center bildet damit den frequenzstärksten Teilbereich des A-Zentrums Neustadt mit der höchsten Einzelhandelsdichte im gesamten Stadtgebiet. Aufgrund der projektrelevanten Angebotsstruktur im Bereich der Nahversorgung und Einrichtung bestehen intensive Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planvorhaben.

# Netto Marken-Discount als Hauptwettbewerber im Nahversorgungszentrum Lipezker Platz

## Wettbewerbssituation – C-Zentrum Lipezker Platz



- C-Zentrum Lipezker Platz
- Treff 8
  - zentraler Versorgungsbereich
  - Flurstücksgrenzen

### Städtebauliche Situation

Das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz befindet sich nordöstlich des A-Zentrums Neustadt und südlich des künftigen B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“. Das städtebaulich integrierte C-Zentrum übernimmt die Versorgungsfunktion für die umliegenden Großwohnsiedlungen und das benachbarte Klinikum. Das C-Zentrum zeigt sich als einheitlich entwickeltes Einkaufszentrum mit zwei Gebäudekomplexen, dem Einkaufszentrum Treff 8 und einem Lebensmittel-discounter, welche jeweils über separate Zugänge verfügen. Ergänzt wird der Einzelhandel durch Dienstleistungsangebote und gastronomische Einrichtungen. Der Wettbewerbsstandort ist 800 m vom Planvorhaben entfernt.

### Einzelhandelsstruktur

Magnetanbieter des Nahversorgungszentrums ist der großflächige Discounter Netto Marken-Discount und 12 weitere Einzelhandelsbetriebe. Weitere Anbieter sind u.a. das Bekleidungsgeschäft NKD, eine Apotheke, ein Sanitätshaus, ein Küchenstudio, ein Blumenladen und Lebensmittelhandwerk. Jedoch weist das Zentrum einige Leerstände auf, die einen Sanierungsbedarf der Handelsimmobilie sichtbar machen.

Das Planvorhaben wird zukünftig einen Funktionsschwerpunkt in der Grundversorgung der nördlichen Neustadt aufweisen, dementsprechend ist mit Wettbewerbswirkungen auf den Standort zu rechnen.

### Wettbewerber

- Netto, rd. 1.200 m<sup>2</sup> VKF



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Großen Kreisstadt Hoyerswerda (2025), S. 106

# Wettbewerbsrelevante Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum (I)

## Wettbewerbssituation durch die Lebensmittelmärkte im Hoyerswerdaer Stadtgebiet



### Netto Marken-Discount NVL Albert-Schweizer-Straße 29

- kleinflächiger Lebensmitteldiscounter mit ca. 710 m<sup>2</sup> VKF
- rd. 2,5 km vom Projektstandort entfernt
- Ausrichtung auf die südwestliche Neustadt, insbesondere den Wohnkomplex V
- Wettbewerbsverflechtungen insbesondere mit dem systemgleichen Anbieter ALDI



### Netto Marken-Discount NVL Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25

- großflächiger Lebensmitteldiscounter integrierter Bäckerei-Filiale (rd. 1.130 m<sup>2</sup>, inkl. Bäckerei)
- rd. 1,2 km vom Projektstandort entfernt
- Ausrichtung auf den Wohnkomplex II der östlichen Neustadt
- besonders wettbewerbsrelevant angesichts der Nähe mit sich überschneidenden Einzugsgebieten



### Netto Marken-Discount NVL Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a

- Lebensmitteldiscounter (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) und integrierter Bäckerei
- Entfernung von rd. 5,0 km zum Projektstandort
- Kopplungseffekte durch die Agglomeration mit dem Heimtierfachmarkt Fressnapf und dem Nonfood-Discounter Tedi
- Ausrichtung auf das südliche Stadtgebiet, insbesondere Dörghenhausen und Klein Neida
- aufgrund der Entfernung untergeordnete Wettbewerbsrelevanz



### PENNY NVL Cottbusser Tor 1

- Lebensmitteldiscounter mit ca. 800 m<sup>2</sup> VKF
- verkehrsgünstige Lage an der Verkehrsachse B97
- Ausrichtung auf Verkehrsfrequenz und die nördliche Neustadt und Kühnicht
- Entfernung von rd. 1,6 km zum Projektstandort
- angesichts der Nähe bestehen intensive Wettbewerbsbeziehungen mit dem Planvorhaben, insbesondere mit dem Discounter ALDI

# Wettbewerbsrelevante Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum (II)

## Wettbewerbssituation durch die Lebensmittelmärkte im Hoyerswerdaer Stadtgebiet



### PENNY

#### NVL Senftenberger Vorstadt

- Lebensmitteldiscounter mit ca. 770 m<sup>2</sup> VKF mit integriertem Lebensmittelhandwerk
- rd. 3,6 km vom Projektstandort entfernt
- Ausrichtung auf Wohngebiete der Senftenberger Vorstadt und der Fritz-Heckert-Siedlung
- geringe Wettbewerbsverflechtungen, selbst mit dem systemgleichen Anbieter ALDI im Vorhaben



### PENNY

#### NVL Sandwäsche 1-2

- großflächiger Lebensmitteldiscounter mit integrierter Bäckerei-Filiale und Fleischerei (rd. 860 m<sup>2</sup>, zzgl. Lebensmittelhandwerk)
- rd. 11 km vom Projektstandort entfernt
- Ausrichtung auf Verkehrsfrequenz der B96 und das nordwestliche Stadtgebiet, insbesondere Schwarzkollm
- angesichts der Entfernung besteht keine Wettbewerbsrelevanz



### ALDI

#### NVL Ziolkowskistraße 18

- großflächiger Lebensmitteldiscounter mit angegliederter Bäckerei und Fleischerei (insgesamt ca. 1000 m<sup>2</sup> VKF)
- Entfernung von rd. 3,1 km zum Projektstandort
- Ausrichtung auf die Wohnkomplexe VI und VII der südlichen Neustadt und den Ortsteil Zeißig
- durch betreiberspezifische Zielgruppenansprache und als einziger ALDI-Markt der Neustadt besonders wettbewerbsrelevant

# Hauptwettbewerber Kaufland in peripherer Lage

## Wettbewerbssituation durch die projektrelevante Ergänzungsstandorte im Hoyerswerdaer Stadtgebiet



### Globus

#### Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3/Karl-Liebknecht-Straße 24-26

- SB-Warenhaus (rd. 8040 m<sup>2</sup> VKF) in dezentraler Lage am südlichen Rand der Kernstadt
- Agglomerationsstandort u.a. mit Globus Baumarkt, SB-Möbel Boss und Tedi
- rd. 3,7 km vom Planstandort entfernt
- gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung
- angesichts der Flächendimensionierung und Ausstrahlung verfügt der Standort über ein regionales Einzugsgebiet und ist damit für das Planvorhaben wettbewerbsrelevant



### Kaufland

#### Ergänzungsstandort Straße E9

- Großer Supermarkt (rd. 3.650 m<sup>2</sup> VKF) mit Kaufland-Getränkemarkt (860 m<sup>2</sup> VKF) innerhalb des Industriegebietes Zeißig
- gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung im Mittelbereich
- rd. 3,0 km vom Projektstandort entfernt
- relevante Wettbewerbsbeziehungen aufgrund sich überschneidender Einzugsgebiete

# Wettbewerbsrelevante im Untersuchungsraum

## Wettbewerbssituation durch die Möbelmärkte und Einrichtungsfachmärkte im Hoyerswerdaer Stadtgebiet



### Hoffmann-Möbel A-Zentrum Neustadt

- Möbelmarkt mit ca. 8.100 m<sup>2</sup> VKF
- rd. 2,5 km vom Projektstandort entfernt
- Magnetanbieter des A-Zentrums Neustadt mit überregionaler Ausstrahlung
- starke Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planvorhaben aufgrund der Nähe und sich überschneidender Einzugsgebiete mit systemgleichen Anbieter JYSK



### Matratzen Concord A-Zentrum Neustadt

- Fachmarkt für Bettwaren (rd. 400 m<sup>2</sup> VKF)
- rd. 1,6 km vom Projektstandort entfernt
- aufgrund des geführten Hauptsortimentes Bettwaren mit dem Planvorhaben wettbewerbsrelevant



### SB-Möbel Boss Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3/Karl-Liebnecht-Straße 24-26

- Möbelmarkt (ca. 3.980 m<sup>2</sup> VKF) mit verkehrsgünstiger Lage an der B97
- Entfernung von rd. 3,5 km zum Projektstandort
- Magnetanbieter des Ergänzungsstandortes mit überregionaler Ausstrahlung im Mittelbereich
- durch einrichtungsrelevantes Hauptsortiment Möbel besonders starke Wettbewerbsbeziehungen mit JYSK

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
<b>4</b>	<b>Einzugsgebiet und Marktpotenzial</b>	<b>25</b>
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Angebotsattraktivität und Distanzen bestimmen die Einkaufsorientierung

## Einzugsgebiet des Planvorhabens „Neue Kühnichter Heide“

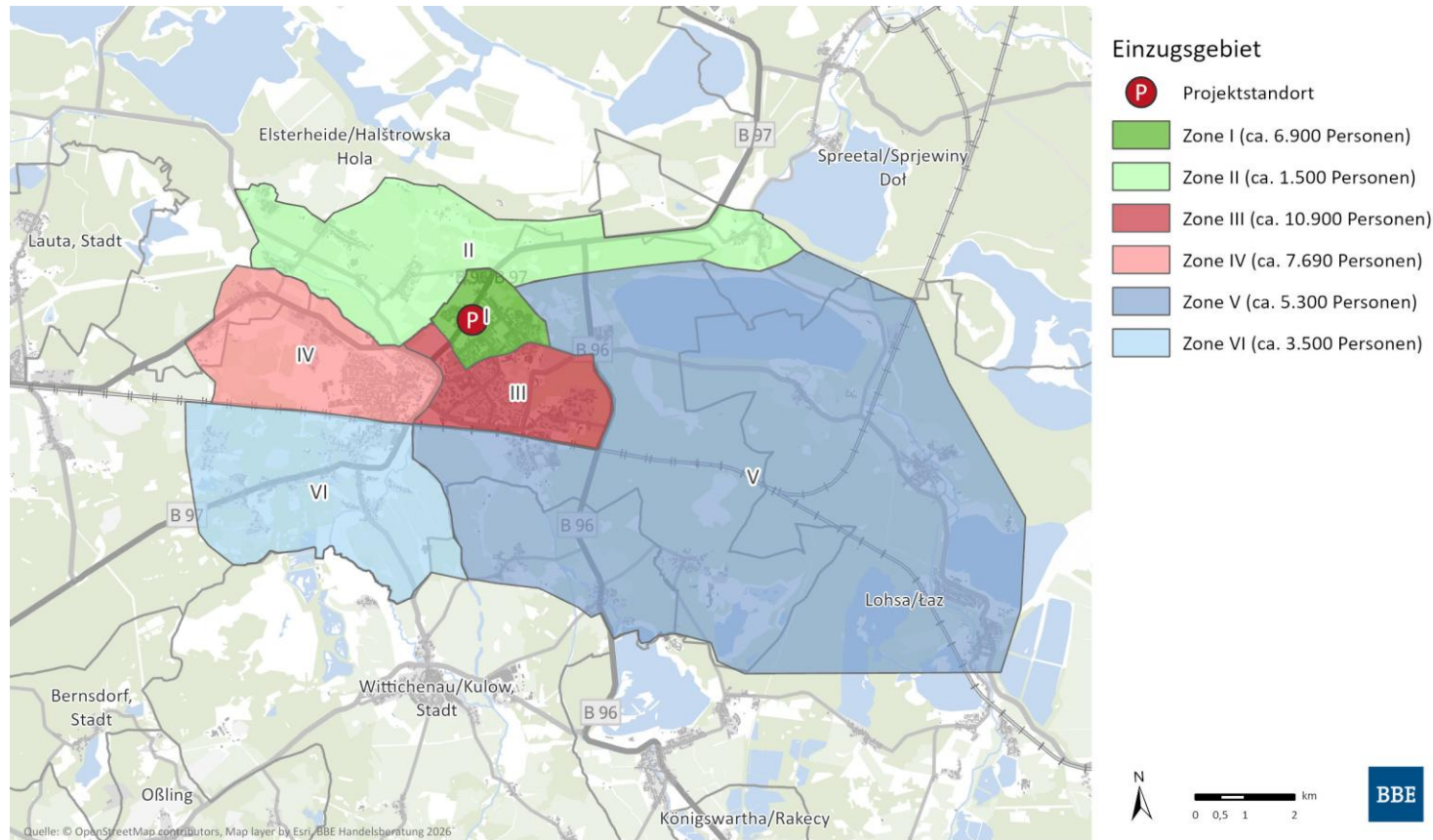
Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbrauchenden überwiegend bzw. zu großen Teilen die drei Magnetanbieter (EDEKA, ALDI, JYSK) aufsuchen werden. Es stellt damit den gesamtstädtischen und regionalen Teilraum dar, in dem das Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei übernehmen wird.

### Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- 1 die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- 2 der von Verbrauchenden in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- 3 die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- 4 die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- 5 die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert.

# Einzugsgebiet mit gesamtstädtischer und regionaler Kundschaftsorientierung

## Gliederung des projektrelevanten Einzugsgebietes in Teilzonen einer differenzierten Kundschaftsbindung



- Ausgehend von den Zeit-Distanz-Aspekten in der Nahversorgung und der Lage an der B 97 erreicht das Einzugsgebiet des Vorhabens eine Ausstrahlung im gesamten Stadtgebiet und angrenzenden Gemeinden mit einem Bevölkerungspotenzial von rd. 35.800 Personen.
- Die **Zone I** (ca. 6.900 Personen) umfasst das unmittelbare Nahversorgungsumfeld, welches sich über Gebiete nördlich der Bundesstraße 97 und westlich der Bundesstraße 96 bis zum Lausitz-Center und zum Treff 8 erstreckt.
- **Zone II** beinhaltet die nördlich angrenzenden Gemeinden Elsterheide (Bergen, Neuwiese, Seidewinkel) und Spreetal (Burg, Zerre), welche über keine umfassenden Nahversorgungsstrukturen verfügen und den Projektstandort in kurzer Fahrtzeit erreichen.
- Die südlich vom Projektstandort liegende **Zone III** (Neustadt) und die **Zone IV** (Altstadt, Teile von Elsterheide) weisen aufgrund bestehender Angebotsstrukturen eine abnehmende Kundschaftsorientierung auf.
- Aus den **Zonen V** (Zeißig, Knappenrode, Teile von Wittichenau und Lohsa) und **VI** (OT Bröthen, Dörghenhausen, Gross Neida und Michalken) ist eine anbieterspezifische Kundenbindung zu erwarten, welche in Zone VI durch das Vorhandensein des Globus-SB-Warenhauses geringer als in Zone V sein wird.

# Projektrelevantes Kaufkraftvolumen für die Sortimente Nahversorgung und Einrichtung beträgt im Einzugsgebiet rd. 137,6 Mio. €

## Ableitung kleinräumiger Kaufkraftpotenziale für nahversorgungs- und einrichtungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Zone V	Zone VI	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial aktuell <sup>1)</sup>	6.923	1.516	10.937	7.692	5.305	3.504	<b>35.877</b>
Bevölkerungspotenzial Prognose incl. WK IX							
Bevölkerungsprognose WK IX: <sup>4)</sup> 100 WE + 10 EFH / 200 - 250 Ew.	7.113	1.516	10.849	7.633	5.290	3.476	<b>35.877</b>
sortimentspezifische Kaufkraft	96,0%	103,8%	96,0%	96,4%	96,7%	96,0%	<b>96,5%</b>
Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	2.963 €	3.205 €	2.963 €	2.976 €	2.985 €	2.963 €	<b>2.979 €</b>
sortimentspezifische Kaufkraft	90,2%	100,5%	90,2%	89,1%	90,7%	90,2%	<b>90,5%</b>
Ausgaben pro Kopf Nonfood I	443 €	494 €	443 €	438 €	445 €	443 €	<b>444 €</b>
sortimentspezifische Kaufkraft	93,7%	107%	93,7%	94%	97%	93,7%	<b>95%</b>
Ausgaben pro Kopf Haus- und Heimtextilien	45 €	51 €	45 €	45 €	47 €	45 €	<b>46 €</b>
sortimentspezifische Kaufkraft	93,7%	107%	93,7%	94%	97%	93,7%	<b>95%</b>
Ausgaben pro Kopf Bettwaren	36 €	41 €	36 €	36 €	37 €	36 €	<b>36 €</b>
sortimentspezifische Kaufkraft	86,8%	105%	86,8%	88%	90%	86,8%	<b>88%</b>
Ausgaben pro Kopf Möbel	324 €	393 €	324 €	327 €	337 €	324 €	<b>329 €</b>
<b>Nachfragepotential</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>
Lebensmittel	21.077	4.858	32.147	22.712	15.791	10.300	<b>106.885</b>
Nonfood I	3.149	748	4.802	3.340	2.356	1.539	<b>15.934</b>
Haus- und Heimtextilien	320	78	488	346	246	156	<b>1.634</b>
Bettwaren	253	62	386	274	195	124	<b>1.294</b>
Möbel	2.303	595	3.513	2.500	1.784	1.125	<b>11.819</b>
<b>Gesamt</b>	<b>27.101</b>	<b>6.342</b>	<b>41.336</b>	<b>29.172</b>	<b>20.372</b>	<b>13.244</b>	<b>137.567</b>

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von MBR-Kaufkraftkennziffern und IfH Verbrauchsausgaben

<sup>1)</sup> GfK (2024): Einwohner auf Straßenabschnittsebene

<sup>2)</sup> BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben

<sup>3)</sup> vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hoyerswerda (2025), S. 71

<sup>4)</sup> Bei einer bestenfalls stagnierenden Bevölkerungszahl für Hoyerswerda (DSK-Prognose lt. GeREHK) führt die Realisierung des WK IX nur zu einer strukturellen Verschiebung der Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet, nicht zu einem Anstieg insgesamt.

- Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag der für das Projekt relevanten Hauptsortimente der Bereiche Nahversorgung (Lebensmittel, Drogerie und Heimtier) und Einrichtung ( Haus- & Heimtextilien, Bettwaren, Möbel).
- Im Bundesdurchschnitt beträgt der Ausgabebetrag für nahversorgungsrelevante Sortimente aktuell 3.577 € und für einrichtungsrelevante Sortimente 459 €, gewichtet mit der spezifischen Kaufkraftkennziffer des Einzugsgebietes ist in vorliegender Analyse ein Betrag von 3.423 € bzw. 411 € anzusetzen.<sup>2)</sup> Das örtliche Kaufkraftniveau liegt im Einzugsgebiet über die relevanten Warengruppen hinweg unterhalb des Bundesdurchschnitts (= 100,0). Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt.
- Für dieses **Einzugsgebiet mit 35.877 Personen** errechnet sich ein **relevantes Marktpotenzial für die Kernsortimente von rd. 137,6 Mio. €**. Differenziert nach den Sortimentsbereichen entfällt auf Nahversorgung (Lebensmittel + Nonfood I) ein Potenzial von rd. 122,8 Mio. € und für Einrichtung (Möbel, Bettwaren, Haus- und Heimtextilien) summiert sich dieses auf 14,7 Mio. €.
- Mit Blick auf die Entwicklung seit Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2025 zeigt sich ein zwischenzeitlicher Anstieg sowohl der Pro-Kopf-Ausgaben als auch geringfügig in der Bevölkerungszahl, so erhöhte sich die nahversorgungsrelevante Nachfrage um 5,3 Mio. €.<sup>3)</sup>

# Anstieg des Nachfragepotenzials im optimistischen Szenario auf rd. 7,5 Mio. € im Stadtgebiet bis zum Jahr 2028

## Marktprognose 2028

Nachfragepotenzial Stadt Hoyerswerda

Sortimentsgruppe	Pro-Kopf-Ausgaben	2025	Pro-Kopf-Ausgaben opt	2028 (opt.)	Pro-Kopf-Ausgaben mittl	2028 (mittl.)	Pro-Kopf-Ausgaben pess	2028 (pess.)
	in €	in Mio. €	in €	in Mio. €	in €	in Mio. €	in €	in Mio. €
Lebensmittel	2.963	90,4	3.141	96,6	3.096	93,8	3.052	90,8
Nonfood I	443	13,5	469	14,4	463	14,0	456	13,6
Haus- & Heimtextilien	45	1,4	46	1,4	46	1,4	45	1,4
Bettwaren	36	1,1	36	1,1	36	1,1	36	1,1
Möbel	324	9,9	330	10,2	329	10,0	327	9,7
<b>vorhabenrelevante Sortimente</b>	<b>3.810</b>	<b>116,2</b>	<b>4.023</b>	<b>123,7</b>	<b>3.969</b>	<b>120,2</b>	<b>3.916</b>	<b>116,5</b>
<b>Entwicklung des vorhabenrel. Potenzials</b>				<b>6,4%</b>		<b>3,4%</b>		<b>0,2%</b>

- Die weitere Planung und der Bau des Vorhabens werden Zeit benötigen, insofern wird die Entwicklung der Nachfrage bis zum Jahr 2028 in den relevanten Branchen der Bereiche Nahversorgung und Einrichtung im Stadtgebiet betrachtet.
- Nebenstehende Tabelle bildet die Nachfrageprognose bis 2028 in 3 Szenarien ab.

- Die Modellrechnung bezieht sich hierbei auf die Spannweite der DSK-Bevölkerungsprognose für die Stadt Hoyerswerda 2028. Im optimistischen Szenario „Strukturwandel“ wird eine Bevölkerungszahl von 30.785, im mittleren Szenario „Stabilität“ von 30.278 und im pessimistischen Szenario „natürliche Entwicklung“ von 29.754 prognostiziert.
- Das Institut für Handelsforschung<sup>1)</sup> erwartet bis zum Jahr 2028 einen Anstieg des Potenzials bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 6% und bei einrichtungsrelevanten Sortimenten von 2%, welche im optimistischen Szenario Berücksichtigung finden. Im mittleren Szenario wird von 75% des Nachfrageanstiegs und im pessimistischen Szenario von 50% des prognostizierten Nachfrageanstiegs ausgegangen.
- Wie die obenstehende Tabelle verdeutlicht, wird im pessimistischen Szenario eine annähernde Stagnation bei den betrachteten Warengruppen (marginaler Anstieg um von 0,3 Mio. €) bis zum Jahr 2028 (0,2%) prognostiziert. Demgegenüber wird im mittleren und optimistischen Szenario von einem Anstieg von 4,0 Mio. € (+3,4%) bzw. von 7,5 Mio. € (+6,4%) ausgegangen. Der Potenzialanstieg wird in den nachfolgenden Modellrechnungen einbezogen, jedoch nicht im vollen Umfang, im Sinne eines „Sicherheitspuffers“<sup>2)</sup> wird mit einem um 20% reduzierten Nachfrageanstieg gerechnet.

<sup>1)</sup> vgl. handelsanalyse.de, Datenabruf 19.01.2026

<sup>2)</sup> Der Sicherheitspuffer wurde gegenüber den Berechnungen im Einzelhandelskonzept von 15% auf 20% erhöht, ursächlich hierfür sind die die inzwischen optimistischeren Prognosen des IFH Köln.

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
<b>5</b>	<b>Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens</b>	<b>30</b>
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“ als zentrenbasierter Grundversorgungsstandort im nördlichen Hoyerswerdaer Stadtgebiet

## Umsatzleistung des Vorhabens

- Die Einschätzung des durch die Ansiedlung eines neuen Vollsortimenters (EDEKA) und Lebensmitteldiscounters (ALDI) sowie eines Einrichtungsmarktes (JYSK) zu erwartenden Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzzumlenkungen und der damit verbundenen möglichen städtebaulichen Auswirkungen.
- Die Umsatzerwartung eines Anbieters hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität. Die Leistungsfähigkeit des Vorhabens wird also wesentlich von der zu erwartenden Marktstellung als Gesamtstandort in Hoyerswerda bestimmt. Daneben können folgende betreiberspezifischen Kenngrößen in die Bewertung eingebunden werden:
  - Der durchschnittliche Umsatz eines EDEKA-Marktes in Deutschland beträgt nach sekundärstatistischen Daten ca. 7,5 Mio. €, bei einer mittleren Filialgröße von rd. 1.324 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>1)</sup> Künftig besteht am Standort eine überdurchschnittliche Verkaufsfläche des geplanten Vollsortimenters mit rd. 2.299 m<sup>2</sup>.
  - Laut sekundärstatistischen Daten beträgt die mittlere Verkaufsfläche von ALDI 965 m<sup>2</sup> bei einem durchschnittlichen Umsatz einer ALDI Nord Filiale von rd. 7,0 € (brutto)<sup>2)</sup>, welcher je nach Region bis zu 20% variiert.
  - Die durchschnittliche Verkaufsfläche eines JYSK-Marktes liegt aktuell bei ca. 864 m<sup>2</sup> bei einem Umsatz von rd. 1,4 Mio. €. <sup>3)</sup> Der geplante JYSK-Markt weist mit 1.050 m<sup>2</sup> eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsfläche auf und entspricht bereits dem neuen Store Concept 3.0.
- Infolge der avisierten Ansiedlungen auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 4.398 m<sup>2</sup> und der Aufwertung der aktuellen Brachfläche wird sich die Attraktivität im Norden der Hoyerswerdaer Neustadt deutlich erhöhen. Dabei unterschreitet die aktuelle Verkaufsflächenplanung des Vorhabens jene bereits zum Zeitpunkt des Einzelhandelskonzeptes geprüfte Variante um rd. 220 m<sup>2</sup>.
- Die Attraktivität und die Ausstrahlung des sich entwickelnden Nebenzentrums wurde aber bereits mit der Abgrenzung des prospektiven Einzugsgebietes ersichtlich. Die Umsetzung des städtebaulichen Ziels eines neuen B-Zentrums in Funktionsabstimmung mit den beiden A-Zentren führt zu einem zweifellos leistungsfähigen Einzelhandelsstandort.
- Unter Berücksichtigung der siedlungs- und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind im Sinne eines **Worst-Case-Ansatzes** die maximal erreichbaren Marktanteile und damit der erwartbare Maximalumsatz zu ermitteln.<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup> vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2025/ 2026

<sup>2)</sup> vgl. ebd.

<sup>3)</sup> Jysk.de/expansion

<sup>4)</sup> Zur realitätsnahen Betrachtung des „worst case“ sind unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Verhältnisse geeignete Modelle wie z.B. die Marktanteilmethode oder die Kaufkraftstrom-Modellrechnung heranzuziehen und nicht nur Flächenproduktivitätszahlen anderer Regionen. vgl. gif-Richtlinie Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Seiten 142 ff.

# Planvorhaben entwickelt sich erwartungsgemäß zu einem ergänzenden Versorgungsschwerpunkt der Stadt Hoyerswerda

## Marktanteile des Vorhabens (Worst-Case-Ansatz)

	Kaufkraft- volumen Food & Nonfood I in T€	Marktanteil in %			Umsatzerwartung in T€			Umsatz- erwartung gesamt in T€
		EDEKA	ALDI	JYSK	EDEKA	ALDI	JYSK	
<b>Zone I</b>	<b>27.101</b>	<b>32</b>			<b>5.500</b>	<b>2.860</b>	<b>350</b>	<b>8.710</b>
Lebensmittel	21.077	24	12		5.100	2.580	0	7.680
Nonfood I	3.149	13	9		400	280	0	680
Einrichtung	2.876	0	0	12	0	0	350	350
<b>Zone II</b>	<b>6.342</b>	<b>27</b>			<b>1.040</b>	<b>610</b>	<b>70</b>	<b>1.720</b>
Lebensmittel	4.858	20	11		960	560	0	1.520
Nonfood I	748	10	7		80	50	0	130
Einrichtung	735	0	0	10	0	0	70	70
<b>Zone III</b>	<b>41.336</b>	<b>7</b>			<b>1.720</b>	<b>860</b>	<b>350</b>	<b>2.930</b>
Lebensmittel	32.147	5	2		1.580	790	0	2.370
Nonfood I	4.802	3	2		140	70	0	210
Einrichtung	4.387	0	0	8	0	0	350	350
<b>Zone IV</b>	<b>29.172</b>	<b>6</b>			<b>940</b>	<b>450</b>	<b>250</b>	<b>1.640</b>
Lebensmittel	22.712	4	2		870	420	0	1.290
Nonfood I	3.340	2	1		70	30	0	100
Einrichtung	3.120	0	0	8	0	0	250	250
<b>Zone V</b>	<b>20.372</b>	<b>7</b>			<b>750</b>	<b>440</b>	<b>180</b>	<b>1.370</b>
Lebensmittel	15.791	5	3		700	400	0	1.100
Nonfood I	2.356	2	2		50	40	0	90
Einrichtung	2.225	0	0	8	0	0	180	180
<b>Zone VI</b>	<b>13.244</b>	<b>3</b>			<b>280</b>	<b>110</b>	<b>70</b>	<b>460</b>
Lebensmittel	10.300	3	1		260	100	0	360
Nonfood I	1.539	1	1		20	10	0	30
Einrichtung	1.406	0	0	5	0	0	70	70
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>137.567</b>	<b>12</b>			<b>10.230</b>	<b>5.330</b>	<b>1.270</b>	<b>16.830</b>
		Umsatzanteil in %						
Umsatzanteile aus Streuumsätzen		5	5	5	570	310	80	960
Umsatzerwartung sonstige Randsortimente		5	9	10	600	560	150	1.310
<b>Umsatzerwartung gesamt</b>					<b>11.400</b>	<b>6.200</b>	<b>1.500</b>	<b>19.100</b>

- Nebenstehende Umsatzprognose führt in Summe der Bindungschancen in den nahversorgungs- und einrichtungsrelevanten Sortimenten zu einem Umsatz von rd. 17 Mio. €, unter Berücksichtigung sonstiger Randsortimente führt dies zu einem **Gesamtumsatz von 19,1 Mio. €**. In den Kernsortimenten wird das Planvorhaben voraussichtlich 12% der örtlichen Nachfrage binden. Dieser Wert setzt sich wie folgt zusammen:
- Im **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** und in der nördlichen **Zone II** ist die Kundschaftsbindung aufgrund der geringen Entfernung zum Projektstandort sowie der umfassenden Wahrnehmung von Versorgungsfunktionen mit 32% bzw. 27% am höchsten. In den **weiteren Einzugsgebietszonen III bis VI** wird eine Kundenbindung zwischen 3% und 7% erzielt. Daraus ist eine starke Marktstellung des Projektvorhabens abzuleiten, welche jedoch bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet keine dominante Stellung erreicht.
- Die stärkste Kundenbindung erzielt der künftige Vollsortimenter EDEKA in der Zone I und II mit 24% bzw. 20% für Lebensmittel. In den weiteren Zonen ist die Kundschaftsbindung aufgrund konkurrierender Vollsortimenter im Lausitz-Center (u.a. REWE), in der Altstadt (REWE) und durch dezentrale Großflächen von Kaufland und Globus geringer.
- Der Discounter ALDI kann innerhalb des zahlreichen Discounterwettbewerbs im Umfeld eine dementsprechend abgestimmte Kundschaftsbindung induzieren, welche in den Zonen I und II mit 12% bzw. 11 % bei Lebensmitteln am stärksten ist.
- Für den Einrichtungsmarkt JYSK ist zunächst von einer gleichberechtigten Ansprache im gesamten Einzugsgebiet auszugehen, tatsächlich differenzieren die Marktchancen in den einzelnen Zonen jeweils im Wettbewerb mit den leistungsfähigen Anbietern Hoffmann-Möbel und SB-Möbel Boss.
- **Streuumsätze** ergeben sich durch die Lage an der Verkehrsachse Spremberger Chaussee und der täglichen Pendler nach Hoyerswerda, verbleiben aber mit max. 0,97 Mio. € auf geringem Niveau.

# Umsatzprognose des Planvorhabens „Neue Kühnichter Heide“ beträgt nach BBE-Prognose rd. 19,1 Mio. €

## Umsatzleistung des Planvorhabens im betreiberspezifischen Vergleich

- Die Umsatzprognose des Planvorhabens mit einem Vollsortimenter, einem Lebensmitteldiscounter und einem Einrichtungsmarkt baut auf die bestehenden Wettbewerbsstrukturen bzw. auf die erwarteten Wettbewerbsbeziehungen auf, berücksichtigt die zunehmende Standortattraktivität und die mit der Versorgungsfunktion des B-Zentrums von Hoyerswerda zu unterstellende Orientierung der Kundschaft. Eine damit verbundene und erforderliche Umlenkung bisherigen Kundschaftsströme führt zu Folgewirkungen in den Bestandsstrukturen, die in den nachfolgenden Abschnitten hinsichtlich der städtebaulich-funktionalen Einordnung zu bewerten sind.<sup>1)</sup>
- Für den geplanten Vollsortimenter (ca. 2.299 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) wird mit dieser angewendeten Methodik ein Umsatz von rd. 11,4 Mio. € abgeleitet, daraus errechnet sich eine zu erwartende Raumleistung von ca. 4.950 €/m<sup>2</sup>. Diese unterdurchschnittliche Flächenproduktivität (EDEKA: 5.630 €/m<sup>2</sup>), erklärt sich neben den angesprochenen Wettbewerbsbeziehungen anteilig auch aus der überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des EDEKA-Marktes (Durchschnitt 1.324 m<sup>2</sup>).<sup>2)</sup>
- Der erwartete Umsatz liegt jedoch rd. 52% über dem durchschnittlichen Filialumsatz eines EDEKA-Marktes von jeweils rd. 7,5 Mio. €. Dies verdeutlicht, dass der auf Basis der Marktanteile abgeleitete Umsatzwert von 11,4 Mio. € tatsächlich ein Worst-Case-Szenario darstellt.<sup>2)</sup>
- Der geplante Discounter ALDI generiert mit einer Verkaufsfläche von 1.049 m<sup>2</sup> einen Umsatz von 6,2 Mio. € und bildet unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation mit einer überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des ALDI-Marktes (Durchschnitt 965 m<sup>2</sup>) und einer unterdurchschnittlichen Kaufkraft im Einzugsgebiet letztlich einen überdurchschnittlichen Umsatz.<sup>2)</sup> Die resultierende Raumleistung ist mit rd. 5.900 €/m<sup>2</sup> auszuweisen.
- Für den geplanten Einrichtungsmarkt JYSK wird ein Umsatz von ca. 1,5 Mio. € prognostiziert, der bei einer Raumleistung von 1.450 €/m<sup>2</sup> über dem betreiberspezifischen Durchschnitt (1,4 Mio. €) liegt. Ein höherer Umsatz ist vor dem Hintergrund einer unterdurchschnittlichen Kaufkraft (91,8) und den Wettbewerbern vor Ort nicht realisierbar.
- Mit der Ansiedlung der drei Magnetanbieter im B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“ wird ein Umsatz von **insgesamt rd. 19,1 Mio. €** prognostiziert.

	Vorhaben	Verkaufsfläche	Raumleistung	Umsatzerwartung
<b>Planvorhaben</b>	Vollsortimenter	<b>2.299 m<sup>2</sup></b>	4.950 €/m <sup>2</sup>	<b>11.400 T€</b>
	Lebensmitteldiscounter	<b>1.049 m<sup>2</sup></b>	5.900 €/m <sup>2</sup>	<b>6.200 T€</b>
	JYSK Innenbereich	<b>950 m<sup>2</sup></b>	1.450 €/m <sup>2</sup>	<b>1.500 T€</b>
	JYSK Außenbereich	<b>100 m<sup>2</sup></b>		
<b>Planvorhaben gesamt</b>		<b>4.398 m<sup>2</sup></b>		<b>19.100 T€</b>

<sup>1)</sup> Zur realitätsnahen Betrachtung des „worst case“ sind unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Verhältnisse geeignete Modelle wie z.B. die Marktanteilmethode oder die Kaufkraftstrom-Modellrechnung heranzuziehen und nicht Flächenproduktivitätszahlen anderer Regionen. vgl. gif-Richtlinie Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Seiten 142 ff.

<sup>2)</sup> vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2025/2026

<sup>3)</sup> vgl. Der Filialumsatz von ALDI Nord beträgt im Durchschnitt 7,0 Mio. €, dieser Umsatz ist regional verschieden und variiert je nach Regionalgesellschaft bis zu 20%. (vgl. ebd.)

<sup>4)</sup> JYSK.de/expansion

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
<b>6</b>	<b>Umverteilungseffekte des Planvorhabens</b>	<b>34</b>
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Umsatzumlenkung im örtlichen Wettbewerb als Grundlage für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen

## Umverteilungseffekte - Kaufkraftstrom-Modellrechnung

- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die zunächst durch das Vorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant.
- Im Folgenden werden die durch das Vorhaben induzierten „Kannibalisierungseffekte“ abgeschätzt: Anzunehmen ist, dass der erwartete Planumsatz am Standort „Neue Kühnichter Heide“ in Höhe von maximal 19,1 Mio. € zu einem überwiegenden Anteil aus einer Kundschaftsumorientierung zu Lasten bisheriger Bestandsanbieter in Hoyerswerda generiert wird, damit zu einer Umsatzumverteilung führt. Die neu errichteten Märkte vergrößern nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgen lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes.
- Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Modellrechnung simuliert. In das Prognosemodell fließen folgende Faktoren ein:
  - Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet,
  - Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Wohnorten der Kundschaft im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbern,
  - Standorte, Dimensionierung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
  - Attraktivität des neu errichteten Nebenzentrums.
- Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung der geplanten Einzelhandelsentwicklung in welchem Umfang von Veränderungen in der Kundschaftsorientierung und daraus resultierenden Umsatzverlusten betroffen sein werden. Diese Umsatzumverteilung steht grundsätzlich nicht im Widerspruch zu erwünschten und zulässigen Wettbewerbseffekten. Erst wenn die ausgelösten Umverteilungen Größenordnungen annehmen, die den Fortbestand von Betrieben an schützenswerten Standorten gefährden könnten, sind negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO nicht auszuschließen.
- Die folgende **Modellrechnung** projiziert diese **Umverteilung auf das Jahr 2028** als realistischen Zeitpunkt einer Fertigstellung des Planvorhabens. Neben den aktuellen Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum sind folglich auch weitere absehbare Veränderungen einzubeziehen. Aus aktueller Sicht ist angebotsseitig lediglich die Schließung des Lebensmitteldiscounters am Standort Cottbusser Tor 1 (PENNY) voraussichtlich im Jahr 2027 zu beachten.<sup>1)</sup> Nachfrageseitig sind jedoch die Prognosen des Gesamtstädtischen und regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzeptes (GeREHK) und die damit verbundenen Nachfrageentwicklungen zu beachten.

<sup>1)</sup> Auskunft Stadt Hoyerswerda

# Marktpositionierung der Wettbewerber, Entfernung und Zeitdistanzempfindlichkeit beeinflussen die Höhe der Umsatzverluste

## Umverteilungseffekte - Annahmen

Der Abschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Die mit dem Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die bisher als maßgebliche alternative Zielstandorte für Kundschaft aus dem betrachteten Einzugsgebiet fungierten. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Vorhabens die im Wettbewerbsumfeld ansässigen Lebensmittel- und Möbelmärkte anzusehen sind. Im konkreten Fall also die REWE-Standorte in den A-Zentren, die naheliegenden Discounter in der Neustadt (Netto Marken-Discount, ALDI) sowie die beiden weit ausstrahlenden Großbetriebsformen Globus und Kaufland an den beiden Ergänzungsstandorten.  
Für den Bereich Einrichtung sind es die Möbelmärkte Hoffmann im A-Zentrum Neustadt und SB-Möbel Boss ebenfalls im Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3/Karl-Liebknecht-Straße 24-26.
- Der übrige kleinteilige Einzelhandel (z. B. Lebensmittelhandwerksbetriebe und Einrichtungsgeschäfte) sowie spezialisierte Anbieter stehen dagegen aufgrund der eingeschränkten Sortimentsüberschneidungen und der abweichenden Marktpositionierung nur in begrenztem Wettbewerb mit dem Planvorhaben.
- Mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort nimmt grundsätzlich die Stärke der Wettbewerbseffekte ab. Dies bedeutet, dass Wettbewerber im näheren Umfeld des Vorhabens stärker von Umsatzumverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt liegende Einzelhandelsbetriebe.
- Dies resultiert aus der Tatsache, dass die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten mit zunehmender Zeitdistanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand abnimmt.
- Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Im Gegensatz dazu weisen die Güter des langfristigen Bedarfs, z.B. Möbel, eine geringe Zeitdistanzempfindlichkeit auf.
- Dies hat zur Folge, dass die Anbieterpräferenz im Lebensmittelhandel bereits bei einer relativ geringen Zunahme der Zeitdistanzen deutlich zurückgeht. Im Umkehrschluss kann aber eine verbesserte verbrauchernahe Versorgung zur spürbaren Verringerung weitreichender Kaufkraftabflüsse beitragen. In Hoyerswerda betrifft dies auch die Bindung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Kernstadt zu Lasten der peripheren Großbetriebsformen.

# Modellrechnung zur zukünftigen Nachfragebindung und zu den Wettbewerbseffekten im Stadtgebiet von Hoyerswerda

## Umsatzherkunft und Umverteilungseffekte der Standortentwicklung „Neue Kühnichter Heide“

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I	aktueller Umsatz Einrichtung	Umsatzumverteilung Vollsortimenter		Umsatzumverteilung Discounter		Umsatzumverteilung Einrichtungsmarkt		Umsatzumverteilung Basisszenario 2028		Szenario bei opt. Nachfrageentw. 2028	
	in Mio. €		in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
A-Zentrum Altstadt, REWE/ALDI	16,12		8,5%	1,37	2,0%	0,30			10,4%	1,67	5,2%	0,84
A-Zentrum Altstadt, dm	4,18		1,0%	(*)					1,0%	0,04		
A-Zentrum Altstadt, LIDL	8,69		1,0%	0,10	2,0%	0,17			3,1%	0,27		
A-Zentrum Altstadt, Sonstige	3,82	0,41					6,0%	(*)	4,9%	0,02	4,9%	0,02
A-Zentrum Neustadt, REWE	8,59		11,5%	1,00	4,3%	0,40			16,3%	1,40	11,3%	0,97
A-Zentrum Neustadt, ROSSMANN	3,98		1,0%	(*)					1,0%	0,04		
A-Zentrum Neustadt, Sonstige	5,38	7,28					9,0%	0,66	9,1%	0,66	7,1%	0,52
C-Zentrum Lipzker Platz	6,13	0,26	5,2%	0,32	5,7%	0,35			10,9%	0,67	4,1%	0,46
NVL Albert-Schweitzer-Straße 29	4,53		6,5%	0,29	6,5%	0,29			12,8%	0,58	4,2%	0,19
NVL Cottbusser Tor (Schließung 2027)	3,86		47,0%	1,81	53,0%	2,05			100,0%	3,86	100,0%	3,86
NVL Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25	5,35		6,5%	0,35	7,0%	0,37			13,5%	0,72	9,3%	0,50
NVL Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a	5,09	0,02	2,0%	0,10					2,0%	0,10		
NVL Sandwäsche 1-2	4,90	0,01										
NVL Senftenberger Vorstadt 4	5,47		2,5%	0,14					2,6%	0,14		
NVL Ziolkowskistraße 18	6,06		3,0%	0,20	8,3%	0,50			11,6%	0,70	8,1%	0,49
Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2	0,01	0,55					7,0%	(*)	7,3%	0,04	5,4%	0,03
Ergänzungsstandort Straße E 9	20,06		13,5%	2,70	2,0%	0,40			15,5%	3,10	9,5%	1,90
Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26	45,27	4,96	2,8%	1,26	0,5%	0,20	8,6%	0,43	11,5%	1,89	8,4%	1,04
sonstige	5,79	2,06	0,9%	0,05	0,9%	0,05	6,0%	0,12	6,7%	0,22	3,9%	0,08
<b>Umsatzumverteilung durch die Planvorhaben</b>				<b>9,77</b>		<b>5,08</b>		<b>1,27</b>		<b>16,12</b>		<b>10,90</b>
Steuumsätze				0,57		0,31		0,08		0,96		0,96
Umsätze sonstige Randsortimente				0,60		0,56		0,15		1,31		1,31
Wettbewerb der Lebensmittel-Planvorhaben untereinander (maximal 4% Umsatzanteil)				<b>0,46</b>		<b>0,25</b>				<b>0,71</b>		<b>0,71</b>
Partizipation opt. Nachfrageentwicklung bis 2028												5,22
<b>Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt</b>				<b>11,40</b>		<b>6,20</b>		<b>1,50</b>		<b>19,10</b>		<b>19,10</b>

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich  
(\*) marginal < 50 T€

- In nebenstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Die Modellrechnung erfolgt in zwei Szenarien:
  - Das **Basisszenario 2028** bildet zugleich die angebotsseitige Entwicklung ab, berücksichtigt also die Schließung des Nahversorgungsstandortes Cottbusser Tor im Jahr 2027.<sup>1)</sup>
  - Das zweite **Szenario** berücksichtigt zusätzlich die **Entwicklung der Nachfrage bis 2028** in der städtebaulich angestrebten Strukturwandel-Prognose. Der Nachfrageanstieg führt zu einer Entlastung der Wettbewerbssituation in Hoyerswerda. Hierbei wird im Sinne eines Sicherheitspuffers nicht der prognostizierte Wert angesetzt, sondern mit einem um 20% reduzierten Nachfrageanstieg gerechnet. (vgl. Abschnitt 4)
- Dargestellt sind für beide Szenarien die Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den relevanten Wettbewerbsstandorten in der Stadt Hoyerswerda. Die Umlenkungen beziehen sich je nach Ausrichtung des Anbieters auf nahversorgungsrelevante Sortimente (Food & Nonfood I) und einrichtungsrelevante Sortimente (Möbel, Haus- & Heimtextilien, Bettwaren).

<sup>1)</sup> Laut Angaben der Stadtverwaltung Hoyerswerda ist dieses Szenario Mitte 2027 realistisch, da bereits eine Kündigung des Mietvertrages vorliegt.

# Schwerpunkte der Umverteilungseffekte verteilen sich auf die Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet

## Positive Nachfrageentwicklung bis 2028 mildert spürbar die differenzierten Umverteilungseffekte durch das Planvorhaben

- Mit dem erwarteten Umsatz des Planvorhabens von insgesamt 19,1 Mio. € sind zweifellos ausgeprägte Wettbewerbseffekte verbunden, welche nachfolgend erläutert werden. Zu beachten ist aber im Vergleich mit der Modellrechnung im Einzelhandelskonzept, dass der ehemalige Umsatz des geschlossenen ALDI (ehemals Lausitz-Center) zwischenzeitlich zu einer Kundenschaftsumorientierung mit entsprechenden Umsatzzuwächsen bei den nächstgelegenen Alternativen geführt hat.
- Bei einer positiven Nachfrageentwicklung bis 2028 verringert sich die Umverteilung auf 11,3% (-0,97 Mio. €), so dass für den einzig verbleibenden Lebensmittelmarkt innerhalb des A-Zentrums eine Schließung auszuschließen ist. Zudem profitiert der REWE von dem hohen Bevölkerungspotenzial im Umfeld und der regionalen Anziehungskraft mit starken Kopplungspotenzialen innerhalb des Lausitz-Centers.

### Umverteilungen der Lebensmittelmärkte

- Infolge der Schließung des **PENNY-Marktes am Cottbusser Tor 1** erfolgt eine Entlastung der Bestandsstrukturen in Höhe des nahversorgungsrelevanten Gesamtumsatzes von rd. 3,86 Mio. €. Eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt ist angesichts der veralteten Immobilie mit schlechter Anfahrtssituation in städtebaulicher Randlage nicht zu erwarten.
- Überdurchschnittlich betroffen ist das Lausitz-Center im **A-Zentrum Neustadt mit dem Vollsortimenter REWE** mit einer Umverteilungsquote von 16,3% und einem Umsatzrückgang von 1,40 Mio. €. In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass der REWE-Markt nach Schließung des ALDI-Marktes (März 2025) als einziger Lebensmittelmarkt innerhalb des Lausitz-Centers über eine besondere Marktstellung verfügt und zweifellos einen deutlichen Umsatzzuwachs (>10%) generieren konnte. Auch nach der Realisierung des Planvorhabens wird der REWE-Markt einen marktfähigen nahversorgungsrelevanten Umsatz von mindestens 7,2 Mio. € erzielen.
- Das **A-Zentrum Altstadt** mit den Magnetanbietern **REWE und ALDI** in der Teschenstraße ist zwar stärker auf die Altstadt ausgerichtet, liegt aber an der gleichen Verkehrsachse wie das Projektvorhaben und hat eine vergleichbare Ausrichtung. Folglich sind die beiden Lebensmittelmärkte mit Umverteilungen von insgesamt 10,4% (summarisch 1,67 Mio. € Umsatzrückgang) betroffen. Die Umverteilung für die beiden Lebensmittelmärkte, die sich in modernem Zustand mit aktuellem Konzept sowie hohen Kopplungspotenzialen als sehr wettbewerbsfähig präsentieren, reduzieren sich bei optimistischer Nachfrageentwicklung bis 2028 adäquat. Bei verbleibenden Umverteilungsquoten von 5,2% sind keine existenziellen Auswirkungen für die modernisierten leistungsstarke Märkte abzuleiten.
- Alle **weiteren nahversorgungsrelevanten Anbieter innerhalb der beiden A-Zentren** sind aufgrund der unterschiedlichen Sortimentsausrichtung bzw. Entfernung und damit Kundenorientierung (Lidl, dm) nur in geringem Maße bzw. nicht betroffen.

# Planvorhaben hat keine existenziellen Auswirkungen zur Folge

## Umverteilungseffekte durch das Planvorhaben

- Die Ansiedlung von EDEKA und ALDI löst im **C-Zentrum Lipezker Platz** mit dem systemgleichen Discounter Netto Marken-Discount durch die Lage am Rand des Kerneinzugsgebietes Umverteilungseffekte von maximal 10,9% aus, woraus sich ein Umsatzrückgang von rd. 0,67 Mio. € ergibt. Der Netto-Markt des C-Zentrums ist vorrangig auf das direkte Umfeld und das Klinikum ausgerichtet und erweist sich infolge der bestehenden Kopplungseffekte mit den weiteren Magnetanbietern des C-Zentrums (u.a. NKD) als resilient. Die Wettbewerbseffekte werden fast vollständig durch den Umsatzzuwachs infolge der ALDI-Schließung (rd. +11%) kompensiert und lassen im Szenario der optimistischen Kaufkraftentwicklung (Umverteilung 4,1% bzw. 0,46 Mio. €) keinesfalls eine Schließung des Magnetanbieters erwarten.
- Die südliche **Nahversorgungslage Albert-Schweitzer-Straße 29** (Netto Marken-Discount) bildet einen in die Jahre gekommenen Discounterstandort im Süden des Lausitz-Centers, welcher nach der ALDI-Schließung die komplette Discounterkundschaft der südwestlichen Neustadt gut anspricht. Insofern ist bei einer Umverteilungsquote von 12,8% (0,58 Mio. €) nicht mit einer Aufgabe der Nahversorgungslage zu rechnen, da der mit der ALDI-Schließung verbundene nahversorgungsrelevante Umsatzzuwachs die Umverteilung fast vollständig kompensiert.
- Mit der **Nahversorgungslage Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25** (Netto Marken-Discount) sind angesichts der geringen Entfernung (rd. 1,2 km) intensive Wettbewerbsverflechtungen gegeben. Der großflächige Netto-Markt ist ebenfalls Profiteur der ALDI-Schließung im Lausitz-Center und wird mit einer Umverteilungsquote von 13,5% (-0,72 Mio. €) nicht verdrängt werden. Der leistungsfähige Standort kann die Umsatzverluste mit dem zwischenzeitlich erreichten Umsatzanstieg (rd. 15% ) annähernd kompensieren, sodass der Netto-Markt auch nach der Realisierung des Planvorhabens mit einem nahversorgungsrelevanten Umsatz von ca. 4,6 Mio. € über dem durchschnittlich Filialumsatz (4,4 Mio. €) liegt. Im optimistischen Szenario zwei wird sich die Umverteilungsquote auf 9,3% (0,50 Mio. €) weiter entspannen.
- Ebenfalls vom Vorhaben betroffen ist die **Nahversorgungslage Ziolkowski-Straße 18** mit dem aktuell einzigen ALDI-Markt in der Neustadt. Mit der Neuansiedlung von ALDI im B-Zentrum kann eine anteilige Kundschaftsumorientierung hervorgerufen werden, die aktuell mit einer Umverteilungsquote von insgesamt 11,6% (0,70 Mio. €) einhergehen. In Szenario zwei reduzieren sich die Effekte auf 8,1% (0,49 Mio. €). Zu keinem Zeitpunkt werden die Umverteilungen des Planvorhabens existenzielle Folgewirkungen nach sich ziehen, da der Standort im besonderen Maße vom Umsatzzuwachs infolge der zwischenzeitlichen ALDI-Schließung im Lausitz-Center profitiert hat.

# Schwerpunkt der absoluten Umverteilungseffekte betrifft den Ergänzungsstandort im Süden der Hoyerswerdaer Neustadt

## Ansiedlung der nahversorgungsrelevanten Anbieter führt zu spürbaren Effekten in den Bestandsstrukturen

- Alle weiteren Nahversorgungslagen sind in geringerem Maße betroffen. In jedem Fall bleiben die Umverteilungen unterhalb einer städtebaulichen Relevanz.
- Für den Verbrauchermarkt Kaufland am **Ergänzungsstandort Straße E9** werden durch die Ausrichtung auf den autoorientierten Wocheneinkauf ebenfalls Effekte von rd. 15,5% prognostiziert, dies entspricht einem Umsatzrückgang von 3,1 Mio. €. Ursächlich hierfür ist die regionale Ausstrahlung des Verbrauchermarktes und eine damit verbundene Überschneidung der Einzugsgebiete. In Szenario zwei schwächt der Effekt ab auf 9,5% (1,90 Mio. €). Eine Schließung des Kauflands ist selbst bei einem Umsatzverlust von 15,5% betreiberspezifisch unwahrscheinlich.
- Weiterhin ist auf das SB-Warenhaus Globus innerhalb des **Ergänzungsstandortes Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26** zu verweisen, welches eine überregionale Ausstrahlung über das betrachtete Einzugsgebiet hinaus erzielt. Aufgrund der Entfernung sind die Umverteilungsquoten mit aktuell 3,2 % deutlich geringer. Bei einem prognostizierten Umsatzrückgang von rd. 1,46 Mio. € sind für den dominanten Standort in Hoyerswerda existenzielle Wirkungen auszuschließen. Bei optimistischer Nachfrageentwicklung bis 2028 reduziert sich die Umverteilungsquote weiter auf 1,5%.

# Schwerpunkt der Umverteilungseffekte des JYSK-Marktes betrifft die alternativen Möbelmärkte im Stadtgebiet von Hoyerswerda

## Ansiedlung des neuen Einrichtungsmarktes führt nur zu geringen Effekten in den Bestandsstrukturen

### Umverteilungen des Einrichtungsmarktes

- Mit der Ansiedlung des Einrichtungsmarktes JYSK sind intensive Wettbewerbseffekte mit den **sonstigen Anbietern des A-Zentrum Neustadt** (Hoffmann-Möbel, Matratzen Concord) als dominanten Wettbewerbsstandort verbunden, die eine Umverteilung von 9% und einen Umsatzverlust von 0,66 Mio. € auslösen. Im positiven Nachfrageszenario bis 2028 reduziert sich der Umsatzrückgang auf 0,52 Mio. €. Angesichts der hohen Umsatzbindung des größten Möbelmärktes der Stadt (ca. 8.100 m<sup>2</sup> VKF) und der nachrangigen Wettbewerbsstellung der JYSK-Planung können negative Auswirkungen ausgeschlossen werden.
- Der Möbelmarkt SB-Möbel Boss am **Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebnecht-Straße 24-26** bildet den zweiten maßgeblichen Wettbewerbsstandort und ist mit einer Umverteilungsquote von 8,6% und Umsatzverlusten von 0,43 Mio. € betroffen, die für den leistungsstarken Markt auf verträglichem Niveau bleiben. Analog zum A-Zentrum Neustadt sinken die Umverteilungseffekte in Szenario zwei weiter auf 6,8%. Existenziellen Folgewirkungen können dabei für den etablierten Möbelmarkt, der auf den gesamten Mittelbereich ausgerichtet ist, nicht abgeleitet werden.

### Sonstige Einflussgrößen der Modellrechnung

- **Streuumsätze** von außerhalb des Einzugsgebietes sind infolge der Lage an der B97, dem positiven Pendlersaldo und der Agglomeration attraktiver Magnetanbieter zu erwarten, verbleiben auf einem geringen Niveau von maximal 960 T€. Deren potenzielle Wettbewerbseffekte lassen sich standortkonkret nicht zuordnen und quantifizieren.
- Bei **Non-Food-Sortimenten** wird ein Umsatz von rd. 1,31 Mio. € ausgewiesen. Dieser verteilt sich jedoch auf eine große Anzahl von Sortimenten und Anbietern, weshalb eine Aufgliederung auf einzelne Standorte modelltheoretisch nicht nachvollziehbar ist.
- Die **Wettbewerbseffekte zwischen der EDEKA- und ALDI- Ansiedlung des Planvorhabens untereinander** werden mit einem Anteil von 4% (0,71 Mio. €) am Gesamtumsatz berücksichtigt. Damit ordnet sich der standortinterne Wettbewerb im gesamtstädtischen Kontext ein.

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
<b>7</b>	<b>Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung</b>	<b>42</b>
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
9	Fazit	50

# Entwicklung des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“ zielt auf eine Angebotsergänzung zu den A-Zentren von Hoyerswerda

## Städtebauliche Bewertung I – Aufbau eines Grundversorgungsschwerpunktes in Hoyerswerda

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzulenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden und die verbrauchernahe Grundversorgung gefährdet wird. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

### Entwicklung eines Nebenzentrums in Ergänzung der A-Zentren der Stadt Hoyerswerda

- Das Vorhaben „Neue Kühnichter Heide“ mit einem modernen EDEKA-Vollsortimenter, dem Lebensmitteldiscounter ALDI und einem JYSK-Einrichtungsfachmarkt kann Versorgungsfunktionen für das Oberzentrum im Verbund in Ergänzung zu den beiden A-Zentren wahrnehmen.
- Mit dem Vorhaben wird ein zentrenbasierter Grundversorgungsschwerpunkt entwickelt, der Versorgungsfunktionen für das direkte Umfeld hat und darüber hinaus eine gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung erzielt. Dabei wird in besonderem Maße Kaufkraft von städtischen Randlagen sowie den beiden Großbetriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels (Globus und Kaufland), an einen städtebaulich integrierten Standort gebunden.

- Der neu in die Planung des Vorhabens aufgenommene Einrichtungsmarkt JYSK ergänzt die nahversorgungsrelevanten Magnetanbieter um einen vorrangig nicht-zentrenrelevanten und damit zentrenverträglichen Fachmarkt und vervollständigt das Zentrenprofil.
- Zugleich besteht infolge des Planvorhabens die Möglichkeit die nahegelegene Grünwald-Passage aufzuwerten.

### Planvorhaben stärkt und qualifiziert die Nahversorgung im zentralen, gut erreichbaren B-Zentrum der Stadt Hoyerswerda

- Der Projektstandort wurde im Einzelhandelskonzept als zentraler Versorgungsbereich des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“ ausgewiesen. Mit der Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Magnetanbieter (EDEKA, ALDI) ist zunächst eine Stärkung und Weiterentwicklung der Nahversorgungsstruktur innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Hoyerswerda verbunden. Die Entwicklung baut somit auf die städtebaulichen Vorgaben einer gezielten Einzelhandelssteuerung auf.
- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens fokussiert sich auf das Stadtgebiet von Hoyerswerda einschließlich der peripheren Ortsteile der umliegenden Gemeinden (Elsterheide, Spreetal, Wittichenau und Lohsa) ohne eigene Versorgungsstrukturen. Diese Ausstrahlung entspricht damit der Versorgungsfunktion als Nebenzentrum.
- Eine Erreichbarkeit ist neben dem Pkw insbesondere auch fußläufig sowie durch zwei nahegelegene Bushaltestellen gewährleistet.

# Vorhaben hat keine städtebaulich-relevanten Folgewirkungen für die Angebotsstrukturen in Hoyerswerda

## Städtebauliche Bewertung II – keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO

### Planvorhaben führt zu keinen städtebaulich-relevanten Auswirkungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in Hoyerswerda und angrenzenden Gemeinden

- Mit der Realisierung des Planvorhabens sind gemäß dem „Worst-Case-Szenario“ der Modellrechnung Umverteilungseffekte von insgesamt maximal 16,12 Mio. € in den wettbewerbsrelevanten Sortimentsbereichen verbunden. Daraus resultieren Wettbewerbseffekte in den Bestandsstrukturen, die auf städtebaulich verträglichem Niveau verbleiben. Negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sind nicht abzuleiten.
- Im Vergleich zur Modellrechnung des Einzelhandelskonzeptes fallen die Umverteilungseffekte durch die Neuansiedlung des ALDI-Marktes deutlich höher aus als im damaligen Fall der ALDI-Verlagerung. Dementsprechend ist nicht nur der Ergänzungsstandort Straße E9 (Kaufland) mit einer Umverteilungsquote über 10% belegt. Zugleich ist zu konstatieren, dass die Discounter in der Neustadt (Netto, ALDI) und der REWE-Markt im Lausitz-Center in besonderem Maße von der zwischenzeitlichen Schließung des ALDI-Marktes profitierten und Umsatzzuwächse generieren konnten.
- In diesem Zusammenhang ist zudem festzuhalten, dass das aktuelle Marktwachstum innerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente insgesamt zu einer Stärkung der Marktposition aller Bestandsmärkte im Untersuchungsraum geführt hat. Der Umsatz aller Wettbewerbsstandorte für Lebensmittel und Nonfood I ist gegenüber 2024 von rd. 156 Mio. € auf rd. 163 Mio. € (+5%) gestiegen.
- Die Ansiedlung der zwei nahversorgungsrelevanten Magnetanbieter führt im A-Zentrum Neustadt und Altstadt durch das Vorhandensein eines Vollsortimenters und eines ALDI-Marktes (Altstadt) zu Umverteilungsquoten von 16,3% bzw. 10,4% im Basisszenario (ohne optimistische Nachfrageentwicklung bis 2028). Diesen Effekten stehen benannte Umsatzsteigerungen von bis zu 12% (REWE Neustadt) 5% (REWE/ALDI Altstadt) gegenüber, wodurch die ausgewiesenen Umverteilungsquoten sich in weiten Teilen auf die zwischenzeitlichen Umsatzzuwächse beziehen.
- In den umliegenden discounterorientierten Nahversorgungslagen der Neustadt ergeben sich die stärksten Umverteilungseffekte mit dem 1,2 km entfernten Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25 von maximal 13,5 %. Angesichts des zwischenzeitlichen Umsatzzuwachses (rd. 15%) kann der leistungsfähige Markt auch nach der Realisierung des Planvorhabens einen überdurchschnittlichen nahversorgungsrelevanten Umsatz von 4,6 Mio. € generieren.<sup>1)</sup>
- Unter Berücksichtigung des zwischenzeitlichen Umsatzanstieges (Marktwachstum und die ALDI-Schließung) lassen sich infolge der Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben in der Hoyerswerdaer Nahversorgungsstruktur wettbewerbliche Effekte jedoch keine städtebaulich negativen Auswirkungen ableiten. Dis gilt insbesondere im zweiten Szenario mit der optimistischen Nachfrageentwicklung auf Grundlage des GeREHK.

<sup>1)</sup> Der durchschnittliche Filialumsatz von Netto Marken-Discount liegt bei rd. 4,4 Mio. €. (vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2025/2026)

# Ansiedlung des Einrichtungsmarktes führt zu keinen städtebaulich-relevanten Auswirkungen

## Städtebauliche Bewertung III – keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO

- Von den beiden betreffenden Ergänzungsstandorten entfallen auf den Kaufland-Standort im Süden der Neustadt zweifellos hohe Umverteilungseffekte von 15,5% mit dem höchsten absoluten Umsatzrückgang von insgesamt 3,10 Mio. €. Städtebaulich relevante Konsequenzen sind für den Standort in peripherer Lage dennoch auszuschließen. Der dezentrale Ergänzungsstandort ist nicht mit der Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder einer integrierten Nahversorgung gleichzusetzen.

### Einrichtungsmarkt-Wettbewerb zwischen dem zentralen Versorgungsbereich A-Zentrum Neustadt und B-Zentrum Neue Kühnichter Heide

- Von der JYSK-Ansiedlung sind die branchengleichen Anbieter des A-Zentrums Neustadt und der südliche Ergänzungsstandort mit Umsatzverlusten bis max. 660 T€ im entsprechenden Sortimentsbereich betroffen. Für die umsatzstarken Möbelmärkte bleiben diese Effekte jedoch ohne städtebauliche Relevanz.
- Gegenüber den weiteren Standorten lassen sich infolge der Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben zwar geringe wettbewerbliche Effekte jedoch keine städtebaulich negativen Auswirkungen ableiten.

### Vorhaben ist konform mit Handlungsschwerpunkt 2 des Einzelhandels- und Zentrenkonzept

- In hierarchischer Funktionsabstimmung mit den beiden A-Zentren, kommt dem nachrangigen B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“ die Funktion als Nebenzentrum zu. Die Einzelhandelsansiedlung innerhalb des zentrenbasierten Grundversorgungsschwerpunktes ist auf nahversorgungsrelevante Magnetanbieter und nicht-zentrenrelevante Fachmärkte und Nonfood-Discounter abzustellen.
- Das Planvorhaben erfüllt mit den nahversorgungsrelevanten Magnetanbietern EDEKA und ALDI sowie dem vorrangig aus nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bestehenden Einrichtungsmarkt JYSK die Ansiedlungskriterien des Einzelhandelskonzeptes in vollem Umfang.

# Bewertung städtebaulicher Folgewirkungen durch die Entwicklung des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“

## Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen im vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 33 „Kühnichter Heide“

Im nachfolgenden werden Empfehlungen zur textlichen Festsetzung des in Aufstellung befindlichen vorhabenbezogenen Bebauungsplanes gegeben, die zur Einhaltung einer funktionsabgestimmten Zentrenentwicklung und dem Schutz zentrenrelevanter Sortimente beitragen.

### **1.1. Sonstiges Sondergebiet „Nahversorgungszentrum“ (§ 11 BauNVO)**

„Das Sondergebiet dient der Unterbringung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sowie auf nachgeordnetem Flächenanteil der Unterbringung von großflächigem Einzelhandel mit anderen Hauptsortimenten.“

- Eine Ergänzung der Festsetzung um den Zusatz, das nachrangig großflächiger Einzelhandel mit anderem Hauptsortiment zugelassen wird, ist für die Zulässigkeit des JYSK entscheidend und entspricht der Funktionszuweisung des B-Zentrums gemäß Einzelhandelskonzept.

#### **1.1.1 Sondergebiet 1 (SO 1):**

„Großflächiger Lebensmittelmarkt mit max. 2.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon mindestens 90% nahversorgungsrelevante Sortimente, gemäß der unter Nr. 1.2 aufgeführten Sortimentsliste.“

- Die Festsetzung regelt klar die Funktion als großflächiger Nahversorger.

#### **1.1.2 Sondergebiet 2 (SO 2):**

„Großflächiger Einzelhandel für Möbel und Einrichtungsgegenstände mit max. 950 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und 100 m<sup>2</sup> Außenverkaufsfläche, davon zentrenrelevante Sortimente ausschließlich aus der Sortimentsgruppe "Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände", gemäß der unter Nr. 1.2 aufgeführten Sortimentsliste.“

- Die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes bezüglich der Ansiedlungskriterien werden hier sogar enger gefasst, der Fokus ausschließlich auf einrichtungsrelevante Fachmärkte gelegt, die aufgrund ihrer Sortimentsstruktur eine günstige Zentrenverträglichkeit aufweisen.

#### **1.1.3 Sondergebiet 1 (SO 3):**

„Großflächiger Lebensmittelmarkt mit max. 1.050 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon mindestens 90% nahversorgungsrelevante Sortimente, gemäß der unter Nr. 1.2 aufgeführten Sortimentsliste.“

- Die Festsetzung regelt klar die Funktion als großflächiger Nahversorger.

### **1.2 Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente :**

„Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente bestimmen sich nach der ortsspezifischen Sortimentsliste "Hoyerswerdaer Liste" gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda aus dem Jahr 2025.“

- Eine Aufnahme der Hoyerswerdaer Sortimentsliste gemäß Einzelhandelskonzept in die textliche Festsetzung ist insbesondere für das SO2 unumgänglich.

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
<b>8</b>	<b>Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013</b>	<b>47</b>
9	Fazit	50

# Das Planvorhaben stimmt mit den relevanten Zielen des Landesentwicklungsplanes Sachsen 2013 (LEP 2013) überein (I)

## Überprüfung des Planvorhabens mit den Vorgaben des Landesentwicklungsplanes Sachsen

### Ziel 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.“<sup>1)</sup>*
- Gemäß des Landesentwicklungsplanes Sachsen wird der Stadt Hoyerswerda die Funktion eines Oberzentrums im Verbund mit Bautzen und Görlitz zugewiesen. Somit ist die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, welche der verbrauchsnahe Versorgung dienen, unter Beachtung der weiteren Vorgaben der Ziele und Grundsätze grundsätzlich möglich.
- **Das Konzentrationsgebot wird aufgrund der oberzentralen Funktion der Stadt Hoyerswerda eingehalten.**

### Ziel 2.3.2.3 und Grundsatz 2.3.2.6: Integrationsgebot



- *„Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente 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.“<sup>1)</sup>*
- *„Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.“<sup>1)</sup>*
- Das Planvorhaben liegt innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“, damit entspricht das Vorhaben dem Integrationsgebot. Durch die Lage inmitten von Plattenbausiedlungen und künftiger Wohnbauvorhaben können rd. 3.500 Menschen den Projektstandort fußläufig erreichen.
- Die im Umfeld bestehenden Haltestellen „Kühnichter Heide“ (ca. 450 m Entfernung) und „Grünewaldring“ (ca. 350 m Entfernung) sichern die ÖPNV-Anbindung für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen ab.
- **Damit wird das Ziel 2.3.2.3 und der Grundsatz 2.3.2.6 vom Planvorhaben gewahrt.**

<sup>1)</sup> Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 (LEP 2013): S. 72 ff

# Das Planvorhaben stimmt mit den relevanten Zielen des Landesentwicklungsplanes Sachsen 2013 (LEP 2013) überein (II)

## Überprüfung des Planvorhabens mit den Vorgaben des Landesentwicklungsplanes Sachsen



### Ziel 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 Ortes wesentlich überschreitet.“<sup>1)</sup>
- Der mittelzentrale Verflechtungsbereich umschließt neben der Stadt Hoyerswerda auch die Städte und Gemeinden Bernsdorf, Elsterheide, Lauta, Lohsa, Spreetal und Wittichenau.
- **Der Einzugsbereich des Planvorhabens umfasst das Stadtgebiet von Hoyerswerda und angrenzende Gemeindeteile des Mittelbereiches (Elsterheide, Spreetal und Wittichenau), überschreitet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht. Demnach bleibt das Kongruenzgebot des Zieles 2.3.2.4 im Planvorhaben gewahrt.**



### Ziel 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 Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen.“<sup>1)</sup>
- Das Planvorhaben stärkt mit den Magnetanbietern EDEKA, ALDI zum einen die verbrauchernahe Versorgung, trägt zum anderen in der Gesamtkonstellation zur Weiterentwicklung der Hoyerswerdaer Angebotsstruktur bei, insbesondere durch die Herausbildung des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“. In Ergänzung zu den beiden A-Zentren der Stadt kann das neue B-Zentrum Versorgungsfunktionen für das Oberzentrum im Verbund wahrnehmen.
- Auswirkungen auf benachbarte zentrale Orte sind dabei nicht zu erwarten.
- **Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten, die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche nicht gestört. Das Vorhaben entspricht den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, wonach die Entwicklung eines B-Zentrums in Funktionsabstimmung mit den bestehenden Zentren von Hoyerswerda erfolgt. Zentren anderer zentraler Orte werden nicht berührt.**

<sup>1)</sup> Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 (LEP 2013): S. 72 ff.

# Agenda

---

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Markostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	25
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	34
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	42
8	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele des LEP Sachsen 2013	47
<b>9</b>	<b>Fazit</b>	<b>50</b>

# Standortentwicklung „Neue Kühnichter Heide“ entspricht der forcierten Entwicklung des Hoyerswerdaer B-Zentrums (I)

## Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen, dass sich mit der Realisierung des Planvorhabens „Neue Kühnichter Heide“ mit ca. 4.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gegenüber den vorhandenen Angebotsstrukturen wettbewerbliche, **jedoch keine städtebaulich relevanten Auswirkungen** auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Der Projektstandort ist im zentralen Versorgungsbereiches „Neue Kühnichter Heide“, dem B-Zentrum von Hoyerswerda, eingebunden.
- Mit der geplanten Ansiedlung der drei nahversorgungs- und einrichtungsrelevanten Magnetanbieter (EDEKA, ALDI, JYSK) auf insgesamt 4.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erfolgt eine qualitative sowie quantitative Aufwertung und Stärkung der nördlichen Hoyerswerdaer Neustadt in Funktionsabstimmung mit den beiden A-Zentren der Stadt.
- Die Kundschaftsbindung konzentriert sich entsprechend der Standortfunktion sehr stark auf das Stadtgebiet und die nördlich und östlich angrenzenden Gemeinden des Mittelbereiches. Beispielgebend ist hierfür die Umsatzherkunft der drei Magnetanbieter, rd. 88% ihres prognostizierten Umsatzes resultieren aus dem dargelegten Einzugsgebiet (vgl. S. 27).
- Für das Planvorhaben wird ein Umsatz von insgesamt ca. 19,1 Mio. € prognostiziert. Städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und auf die verbrauchernahe Grundversorgung in Hoyerswerda und in Nachbarkommunen können ausgeschlossen werden.
- Die Umsatzumverteilung des Vorhabens gegenüber bestehenden Wettbewerbern summiert sich auf 16,12 Mio. €. Die Realisierung des Planvorhabens ist dennoch unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen Marktentwicklungen (ALDI-Schließung mit Kundschaftsumorientierung auf Alternativenanbieter, Penny-Schließung in 2027) und durch die optimistische Nachfrageentwicklung bis 2028 für keinen Wettbewerbsstandort mit städtebauliche relevanten Folgewirkungen verbunden.
- Knapp ein Drittel der gesamten Umverteilungen betreffen die beiden peripheren Ergänzungsstandorte an der Straße E9 und Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26, die jedoch ohne städtebauliche Relevanz verbleiben, da sie zudem keine Schutzwürdigkeit aufweisen.
- Im A-Zentrum Neustadt ergeben sich mit dem derzeit einzigen Supermarkt der Neustadt intensive Wettbewerbswirkungen, die dennoch angesichts der exponierten Lage innerhalb des dominanten Einzelhandelsstandortes in Hoyerswerda auf verträglichem Niveau bleiben. Mit dem Planvorhaben erfolgt eine funktionsabgestimmte Entwicklung des B-Zentrum, ohne die Versorgungsfunktion der A-Zentren zu beeinträchtigen.

# Standortentwicklung „Neue Kühnichter Heide“ entspricht der forcierten Entwicklung des Hoyerswerdaer B-Zentrums (II)

## Fazit

- Die Nahversorgungsfunktion der durch das Planvorhaben betroffenen Nahversorgungslagen in der Hoyerswerdaer Neustadt, insbesondere der Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25, bleiben trotz der bestehenden Wettbewerbseffekte erhalten.
  - Die mit der Ansiedlung des JYSK-Marktes verbundenen Effekte verbleiben für die betreffenden Möbelmärkte in Hoyerswerda auf vertraglichem Niveau.
  - Im Zuge der Realisierung des Planvorhabens erfolgt eine Neuausrichtung nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsschwerpunkte zugunsten des zentralen Versorgungsbereiches.
  - Im Gegenteil zu negativen städtebaulich relevanten Auswirkungen trägt das Vorhaben sogar maßgeblich zur Stärkung und Weiterentwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches bei. Die drei Magnetanbieter des Planvorhabens werden zukünftig wichtige Funktionsträger des zentralen Versorgungsbereiches „Neue Kühnichter Heide“.
  - Das Planvorhaben ist grundsätzlich konform mit den Zielen des Landesentwicklungsplans Sachsen. Es stärkt die Versorgungsfunktionen von Hoyerswerda, wird eingebunden in einen zentralen Versorgungsbereich und führt raumordnerisch zu keinen relevanten Beeinträchtigungen der Angebotsstrukturen in Hoyerswerda.
- Die Umsetzung des Planvorhabens „Neue Kühnichter Heide“ entspricht zudem den städtebaulichen Zielvorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Großen Kreisstadt Hoyerswerda aus dem Jahr 2025. Mit dem Vorhaben werden die städtebaulichen Entwicklungsziele der Stadt Hoyerswerda umgesetzt. Eine gezielte Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt war ein vordringliches Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, welche das vorliegende Planvorhaben aufgreift. Das Planvorhaben trägt zur forcierten Entwicklung des B-Zentrums und dem Ausbau der Nahversorgung an städtebaulich integrierten Lagen bei.

» In Summe ist festzustellen, dass das Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“ im B-Zentrum von Hoyerswerda zur Stärkung der Nahversorgungsstruktur und zur Entwicklung des Hoyerswerdaer Nebenzentrums beiträgt. Schädliche Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind auszuschließen.

Leipzig, im Januar 2026  
BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz  
Gesamtleitung



i. V. Roxana Dähn  
Projektbearbeitung

BBE

Wissen schafft Zukunft.

---

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstr. 21  
04105 Leipzig

Tel +49 341 98 386 73  
E-Mail kollatz@bbe.de

