

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Große Kreisstadt Hoyerswerda

für die
Stadt Hoyerswerda
S.-G.-Frentzel-Straße 1
02977 Hoyerswerda

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz
(Gesamtleitung)

Richard Engel
(Projektleitung)

Roxana Dähn
(Projektleitung)

Jeremy Proske
(Gesamtleitung)

Thierry Nolmans
(Projektleitung)

Antonia Zoe Freudenberger
(Projektbearbeitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Drees & Sommer SE

Bundesallee 39/40a
10717 Berlin
Deutschland

Tel +49 341 98386-73
E-Mail kollatz@bbe.de

Tel: +49 30 2543940
E-Mail: thierry.nolmans@dreso.com

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 23.04.2025

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Hoyerswerda	4
2.1. Regionale Lage, Verkehrsanbindung und Pendlersituation	4
2.2. Einführung Städtebauliche Analyse	6
2.3. Makroanalyse: Große Kreisstadt Hoyerswerda	7
2.4. Mikroanalyse: Räumliche Schwerpunkte	9
2.4.1. Räumlicher Schwerpunkt – Altstadt	9
2.4.2. Räumlicher Schwerpunkt – Lausitzer Platz	11
2.4.3. Räumlicher Schwerpunkt – Lipezker Platz	14
2.4.4. Räumlicher Schwerpunkt – „Neue Kühnichter Heide“	16
2.5. Mikroanalyse: Weitere Einzelhandelsstandorte	18
2.6. Zentralörtliche Funktion, Verflechtungsbereich Hoyerswerda und weiteres Einzugsgebiet	20
3. Auswertung Partizipationskonzept „Lebendiges Hoyerswerda“	23
3.1. Online-Umfrage	23
3.1.1. Demographische Angaben	23
3.1.2. Allgemeine Fragen zum städtischen Einzelhandel	24
3.1.3. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - Altstadt	26
3.1.4. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - Lausitzer Platz	28
3.1.5. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes – Lipezker Platz	31
3.1.6. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - „Neue Kühnichter Heide“	34
3.1.7. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - Bahnhofsumfeld	36
3.2. Vor-Ort Beteiligung	37
4. Allgemeine Trends in der Einzelhandelsentwicklung	39
5. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030	45
5.1. Bevölkerungsentwicklung	45
5.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2024	47
5.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030	50
6. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Hoyerswerda	52
6.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung	52
6.2. Angebotssituation im Stadtgebiet von Hoyerswerda nach Standortlagen	53
6.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Hoyerswerda	58
6.4. Bewertung Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“	61
6.4.1. Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe	61
6.4.2. Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“ und Mikrostandort	65
6.4.3. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	68
6.4.4. Kundschaftsorientierung und Umsatzbindung im kommunalen und regionalen Umfeld	74
6.4.5. Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens	78
6.4.6. Städtebauliche Bewertung und Einordnung in die Landesplanung	85

7. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Hoyerswerda	87
7.1. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung	87
7.2. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems	89
7.2.1. A-Zentrum Altstadt (Hauptgeschäftsbereich)	95
7.2.2. A-Zentrum Neustadt (Hauptgeschäftsbereich)	99
7.2.3. B-Zentrum – Nebenzentrum „Neue Kühnichter Heide“	103
7.2.4. C-Zentrum – Nahversorgungszentrum Lipezker Platz	106
7.2.5. Integrierte Nahversorgungslagen	109
7.2.6. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte	112
8. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Hoyerswerda	116
8.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente	116
8.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladen“	118
8.3. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Hoyerswerdaer Liste“	121
8.4. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hoyerswerda	126
9. Anlage	130

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Bewertungskriterien für die Standortanalyse	6
Abbildung 2:	SWOT-Analyse Gesamtstadt.....	8
Abbildung 3:	Räumliche SWOT- Analyse der Altstadt.....	10
Abbildung 4:	SWOT - Analyse des Lausitzer Platzes.....	12
Abbildung 5:	SWOT- Analyse des Lipezker Platzs.....	15
Abbildung 6:	Zusammenfassende SWOT - Analyse der „Neuen Kühnichter Heide“	17
Abbildung 7:	Präferenz nach Handelsstandort	24
Abbildung 8:	Ortspräferenz nach Handelssegment.....	25
Abbildung 9:	Wünsche der Teilnehmenden hinsichtlich der Erweiterung des Einzelhandelsangebotes in Hoyerswerda	25
Abbildung 10:	Ausgewählte Aktivitäten in der Altstadt	26
Abbildung 11:	Auswertung der räumlichen Qualitäten der Altstadt	27
Abbildung 12:	Auswertung der handelstechnischen Qualitäten der Altstadt.....	27
Abbildung 13:	Zusammenfassung der Bewertungen der Altstadt	28
Abbildung 14:	Ausgewählte Aktivitäten am Lausitzer Platz	29
Abbildung 15:	Auswertung der räumlichen Qualitäten des Lausitz Platzes	30
Abbildung 16:	Auswertung der handelstechnischen Qualitäten des Lausitz Platzes	30
Abbildung 17:	Zusammenfassung der Bewertungen des Lausitzer Platzes	31
Abbildung 18:	Ausgewählte Aktivitäten am Lipezker Platz	32
Abbildung 19:	Auswertung der räumlichen Qualitäten des Lipezker Platzes	33
Abbildung 20:	Auswertung der handelstechnischen Qualitäten des Lipezker Platzes.....	33
Abbildung 21:	Zusammenfassung der Bewertungen des Lipezker Platzes	34
Abbildung 22:	Begründung der Kritikerinnen und Kritiker des Entwicklungsvorhabens.....	35
Abbildung 23:	Begründung der Befürworterinnen und Befürworter des Entwicklungsvorhabens.....	35
Abbildung 24:	Zusammenfassung der Bewertung der „Neuen Kühnichter Heide“	36
Abbildung 25:	Zusammenfassung der Bewertungen des Bahnhofsumfeldes	36
Abbildung 26:	Abgleich der Bewertung im Rahmen der Vor-Ort-Beteiligung mit der städtebaulichen Analyse	38
Abbildung 27:	Impressionen von der Vor-Ort Beteiligung	38
Abbildung 28:	Entwicklung von Umsatz und Verkaufsfläche im deutschen Einzelhandel 2015-2024	39
Abbildung 29:	Marktanteile der Handelsformate am Einzelhandelsumsatz 2015-2023	40
Abbildung 30:	Umsatzentwicklung der Innenstadtsortimente 2015-2023	42
Abbildung 31:	Umsätze der Innenstadtsortimente.....	43
Abbildung 32:	Onlineanteil nach Branchen	44
Abbildung 33:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Hoyerswerda im regionalen Vergleich	47
Abbildung 34:	Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf	52
Abbildung 35:	Entwicklung Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur sowie Anzahl der Einzelhandels- betriebe differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Stadt Hoyerswerda.....	53
Abbildung 36:	Begriff der qualifizierten Grundversorgung	61

Abbildung 37:	Lageplan Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“	66
Abbildung 38:	Funktionsabstimmung Zentren- und Standortkonzept der Stadt Hoyerswerda	91
Abbildung 39:	Ansichten zum A-Zentrum Altstadt	96
Abbildung 40:	Ansichten zum A-Zentrum Neustadt.....	100
Abbildung 41:	Ansichten zum B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“	104
Abbildung 42:	Räumliche Abgrenzung C-Zentrum Nahversorgungszentrum Lipezker Platz.....	106
Abbildung 43:	Ansichten zum C-Zentrum Lipezker Platz	107
Abbildung 44:	Abgrenzung des Ergänzungsstandortes Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebnecht-Straße 24-26.....	112
Abbildung 45:	Abgrenzung des Ergänzungsstandorte Straße E 9	114
Abbildung 46:	Abgrenzung Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2.....	115
Abbildung 47:	Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Hoyerswerdaer Nachbarschaftsläden aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur	119
Abbildung 48:	Verteilung der Hoyerswerdaer Nachbarschaftsläden und der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe in der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur.....	120

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bevölkerungsentwicklung der Stadt Hoyerswerda	45
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Hoyerswerda nach Warengruppen 2024	48
Tabelle 3:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet von Hoyerswerda nach Warengruppen 2024	49
Tabelle 4:	Nachfrageentwicklung in der Stadt Hoyerswerda bis 2030	51
Tabelle 5:	Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstrukturen in Hoyerswerda.....	56
Tabelle 6:	Umsatzstrukturen nach Warengruppen und Standortstrukturen in Hoyerswerda	57
Tabelle 7:	Kaufkraftbindung des Hoyerswerdaer Einzelhandels im Stadtgebiet.....	58
Tabelle 8:	Kaufkraftbindung des Hoyerswerdaer Einzelhandels auf den gesamten Mittelbereich inkl. Hoyerswerda	60
Tabelle 9:	Dichte-Index: Besatz von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Hoyerswerda.....	62
Tabelle 10:	Dichte-Index: Besatz von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Hoyerswerda, Mittelbereich und erweiterten Einzugsgebiet	63
Tabelle 11:	Verkaufsflächendimensionierung des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“	65
Tabelle 12:	Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“	71
Tabelle 13:	Nachfrageentwicklung im Einzugsgebiet des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“ bis 2028	73
Tabelle 14:	Umsatzprognose auf Basis der Abschöpfungsquoten differenziert für die beiden Lebensmittelmärkte, den Drogeriemarkt und den Heimtierfachmarkt	75
Tabelle 15:	Resultierende Flächenproduktivitäten im Planvorhaben	77
Tabelle 16:	Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Wettbewerbsbetriebe	80
Tabelle 17:	Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Wettbewerbsbetriebe bei Planvorhaben ohne Drogeriemarkt.....	83
Tabelle 18:	„Hoyerswerdaer Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente.....	125

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und Verkehrsanbindung von Hoyerswerda.....	4
Karte 2:	Übersicht der Räumlichen Schwerpunkte und relevanten Standorten	8
Karte 3:	Soziale Infrastruktur in der Altstadt	10
Karte 4:	Mobilitätsinfrastruktur in der Altstadt.....	11
Karte 5:	Mobilitätsinfrastruktur am Lausitzer Platz	13
Karte 6:	Soziale Infrastruktur am Lausitzer Platz	13
Karte 7:	Mobilitätsinfrastruktur am Lipezker Platz	15
Karte 8:	Soziale Infrastruktur am Lipezker Platz	16
Karte 9:	Mobilitätsinfrastruktur an der „Neuen Kühnichter Heide“	17
Karte 10:	Raumstruktur gemäß Landesentwicklungsplan 2013.....	20
Karte 11:	Einzugsgebiet des Hoyerswerdaer Einzelhandels.....	22
Karte 12:	Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Hoyerswerda – Ist-Situation	64
Karte 13:	Lageplan Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“	67
Karte 14:	Fußläufige Erreichbarkeit aus dem direkten Umfeld des Projektstandorts	68
Karte 15:	Einzugsgebiet Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“	70
Karte 16:	Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Hoyerswerda inkl. Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“	86
Karte 17:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Hoyerswerda.....	92
Karte 18:	Räumliche Abgrenzung A-Zentrum Altstadt	95
Karte 19:	Städtebauliche Handlungsempfehlungen für die Altstadt.....	98
Karte 20:	Räumliche Abgrenzung A-Zentrum Neustadt	99
Karte 21:	Städtebauliche Handlungsempfehlungen für den Lausitzer Platz	102
Karte 22:	Räumliche Abgrenzung B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“.....	103
Karte 23:	Städtebauliche Handlungsempfehlungen für die „Neue Kühnichter Heide“	105
Karte 24:	Städtebauliche Handlungsempfehlungen für das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz ..	108

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die Große Kreisstadt Hoyerswerda beauftragte die **BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig** (Hauptauftragnehmer) und **Drees & Sommer SE** (Nachunternehmer) mit der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Die schriftliche Beauftragung erfolgte per Schreiben vom 02.08.2024.

Die Stadt Hoyerswerda verfügte in der Vergangenheit bereits über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2006, welches mit Stadtratsbeschluss im Jahr 2022 aufgehoben wurde. Das nun angestrebte Einzelhandels- und Zentrenkonzept resultiert aus einer dynamischen Einzelhandelsentwicklung, die sich im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen bewegt. Vor allem der Lebensmitteleinzelhandel steht seit einigen Jahren vor signifikanten Angebotsentwicklungen, die sich auf Verkaufsflächen und Standorte auswirken, da die Anbieter ihre Marktkonzepte an eine veränderte Nachfrageentwicklung anpassen. In der Stadt Hoyerswerda wird dies aktuell am Vorhaben „Neue Kühnichter Heide“ deutlich, die städtebauliche Bewertung dieses Vorhabens ordnet sich in die maßgeblichen Aufgabenstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ein. Darüber hinaus führen auch bedeutsame Wachstumsraten des Onlinehandels zu einem forcierten Standortwettbewerb, der insbesondere auch den innerstädtischen Einzelhandel betrifft. Diese Dynamik im Einzelhandel wird sich weiter fortsetzen.

In Verbindung mit diesen aktuellen Entwicklungen erwächst somit die Anforderung, die zukünftige Ausrichtung der Einzelhandelsstrategie in Hoyerswerda auf der Basis einer aktuellen Bestandsaufnahme neu zu diskutieren und festzulegen. Im Mittelpunkt steht insbesondere die Wechselwirkung und Funktionsteilung der unterschiedlichen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet, unter der Prämisse des Schutzes zentraler Versorgungsbereiche.

Die Notwendigkeit eines konzeptionellen Handlungsrahmens für kommunale Entscheidungsträger und Investoren beinhaltet eine klare funktionsteilige Zentren- und Standortstruktur. Die Sicherung und Weiterentwicklung zukunftsfähiger Einzelhandelsstrukturen muss mit städtebaulichen Zielvorstellungen von Hoyerswerda korrespondieren, um eine nachhaltige städtebauliche Qualität für die Bevölkerung zu gewährleisten, zugleich aber die Wahrnehmung oberzentraler Versorgungsfunktionen in geordnete Bahnen zu lenken.

Basis des Einzelhandelskonzeptes wird die aktuelle Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation der Stadt Hoyerswerda bilden. Darauf aufbauend gilt es, unter Berücksichtigung einzelhandelsrelevanter Strukturveränderungen und Trends, die standortspezifischen Zielkonzepte sowie die Zentren- und Standortstruktur herauszuarbeiten.

Im Fokus des Einzelhandelskonzeptes steht grundsätzlich der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche, einschließlich ihrer Versorgungsfunktionen und Entwicklungspotenziale. Diese sind prioritär einzubinden in eine kommunale Funktionsabstimmung mit ergänzenden Nahversorgungsstrukturen und großflächigen Einzelhandelsstandorten und führen schließlich zur Formulierung von Leitlinien zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hoyerswerda.

Die praxisnahe Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird durch diesen Handlungsleitfaden gewährleistet, der das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Im Kontext der ortsspezifischen Liste (Hoyerswerdaer Liste), mit der die Festlegung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente erfolgt, wird eine geordnete Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen entsprechend den städtebaulichen Entwicklungszielen gewährleistet. Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist es, eine fachlich determinierte Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Hoyerswerda zu erarbeiten. Damit entsteht Transparenz sowie Sicherheit für Investoren aber auch Rechtssicherheit für die Kommune.

Wesentliche Schwerpunkte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind somit:

- **Positionierung des Einzelhandels in der Stadt Hoyerswerda** im Hinblick auf wesentliche Leistungsparameter wie z.B. Verkaufsflächenbestand, Betriebsgrößen und Umsatzleistung insgesamt sowie differenziert nach Sortimenten und Standortlagen
- **Nachfragesituation in der Stadt Hoyerswerda** derzeit und perspektivisch bis 2030 in Bezug auf das kleinräumige Bevölkerungspotenzial ebenso wie das regionale Kundeneinzugsgebiet, auf das Kaufkraftniveau und Veränderungen im Ausgabeverhalten sowie auf die Kaufkraftbindung unter Berücksichtigung der sortimentsspezifischen Wahl von stationären und digitalen Vertriebskanälen
- **Charakterisierung des regionalen Einzugsbereiches** für den Einzelhandel
- räumlich / funktionale **Definition zentraler Versorgungsbereiche** inkl. Entwicklungspotenzialen
- Maßnahmen zur **Sicherung und Optimierung des Branchenmixes in zentralen Versorgungsbereichen – Identifizierung von Handlungsbedarfen**
- Empfehlungen zur **städtebaulichen Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Altstadt und Neustadt Hoyerswerda**
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Sicherung einer **leistungsfähigen Nahversorgungsstruktur** unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung
- **Prüfung des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“** und mögliche Einbindung in die Nahversorgungs- und Zentrenstruktur
- Integration der **großflächigen Ergänzungsstandorte** durch klare Funktionszuweisung in einer gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur zur wechselseitigen Wahrnehmung oberzentraler Versorgungsfunktionen
- Ableitung einer ortsspezifischen „**Hoyerswerdaer Sortimentsliste**“ als planungsrechtliches Instrumentarium zur ortsspezifischen Bestimmung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente
- Neudefinition eines **ortsspezifischen Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladens** auf Grundlage der aktuellen Rechtsprechung (insbesondere OVG Sachsen-Anhalt, Aktenzeichen 2K 113/14)
- Erarbeitung von **Leitlinien und Handlungsschwerpunkten** zur Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben sowie Empfehlungen zur Vorgehensweise der Stadtverwaltung bei der Einzelhandelsentwicklung

Die zugrunde liegende Analyse beinhaltet die Darstellung und Bewertung der bestehenden Angebots- und Nachfragesituation unter Berücksichtigung sozial-räumlicher und funktionaler Aspekte, mit dem Ziel, die Zentren- und Standortstruktur zukunftsfähig für die gesamtstädtischen und regionalen Versorgungsfunktionen auszugestalten. Wesentliche methodische Bausteine sind:

Betriebsstättenerhebung

Für die Neuerarbeitung des Einzelhandelskonzeptes wurde eine Betriebsstättenerhebung durch die Bearbeiter des Konzeptes vorgenommen. Die aktuelle Verkaufsflächenerhebung der Einzelhandelsbetriebe in Hoyerswerda schließt mit dem Stichtag 2. Dezember 2024. Die Verkaufsflächen der Betriebe wurden nach Warengruppen differenziert erhoben, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Stadt Hoyerswerda bzw. des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation in der Stadt Hoyerswerda stellen aktuelle Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research sowie die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung (IFH Köln) dar.

Partizipationskonzept „Lebendiges Hoyerswerda“

Das Partizipationskonzept zielte darauf ab, durch niedrigschwellige Beteiligungsmöglichkeiten ein möglichst umfangreiches Gefühlsbarometer der lokalen Bevölkerung zu den städtebaulichen und handelstechnischen Qualitäten der unterschiedlichen Versorgungsstandorten zu erheben. Außerdem wurden die Entwicklungsmöglichkeiten und Versorgungsdefiziten des lokalen Einzelhandels aus Sicht der Bevölkerung erfasst. Dadurch entstand ein umfassendes Stimmungsbild, das als Bestandteil der Grundlagenermittlung in die Konzeption des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts einfluss. Dabei kamen sowohl ein digitales (Baustein 1 – Online Umfrage vom 24.10.2024 bis 30.11.2024) als auch ein analoges (Baustein 2 – Vor-Ort Beteiligung am 02.11.2024 auf dem Lausitzer Platz) Beteiligungsformat zum Einsatz, die beide offen für die Bevölkerung sowie für Besucherinnen und Besucher der Großen Kreisstadt Hoyerswerda waren. Insgesamt haben sich 535 Personen an der Online-Umfrage beteiligt und rund 60 Bürger und Bürgerinnen haben sich bei der Vor-Ort Beteiligung geäußert.

Arbeitskreisberatungen

In drei Arbeitskreisberatungen am 02.12.2024, 20.01.2025 und 20.02.2025 waren Vertreter der Landesdirektion Sachsen, des Handelsverbands Sachsen, der IHK Dresden, des Regionalen Planungsverbands Oberlausitz-Niederschlesien und der Ausschuss für Stadtentwicklung eingeladen. In den Arbeitskreisberatungen wurden die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung und der jeweilige Zwischenstand des Einzelhandelskonzeptes vorgestellt und diskutiert. Auf den Arbeitskreisberatungen aufbauend wurde am Einzelhandelskonzept entsprechend weitergearbeitet, um ein von einem breiten Konsens getragenes Einzelhandelskonzept für die Stadt Hoyerswerda aufzustellen.

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsplan Freistaat Sachsen
- Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Stadt Hoyerswerda
- Geodaten der Stadt Hoyerswerda aus dem Geoportal Sachsen
- Ausgewählte Daten des Gesamtstädtischen und regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzeptes (GeREHK) der DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH
- Statistische Daten der Stadt Hoyerswerda und des Statistischen Landesamtes

2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Hoyerswerda

2.1. Regionale Lage, Verkehrsanbindung und Pendersituation

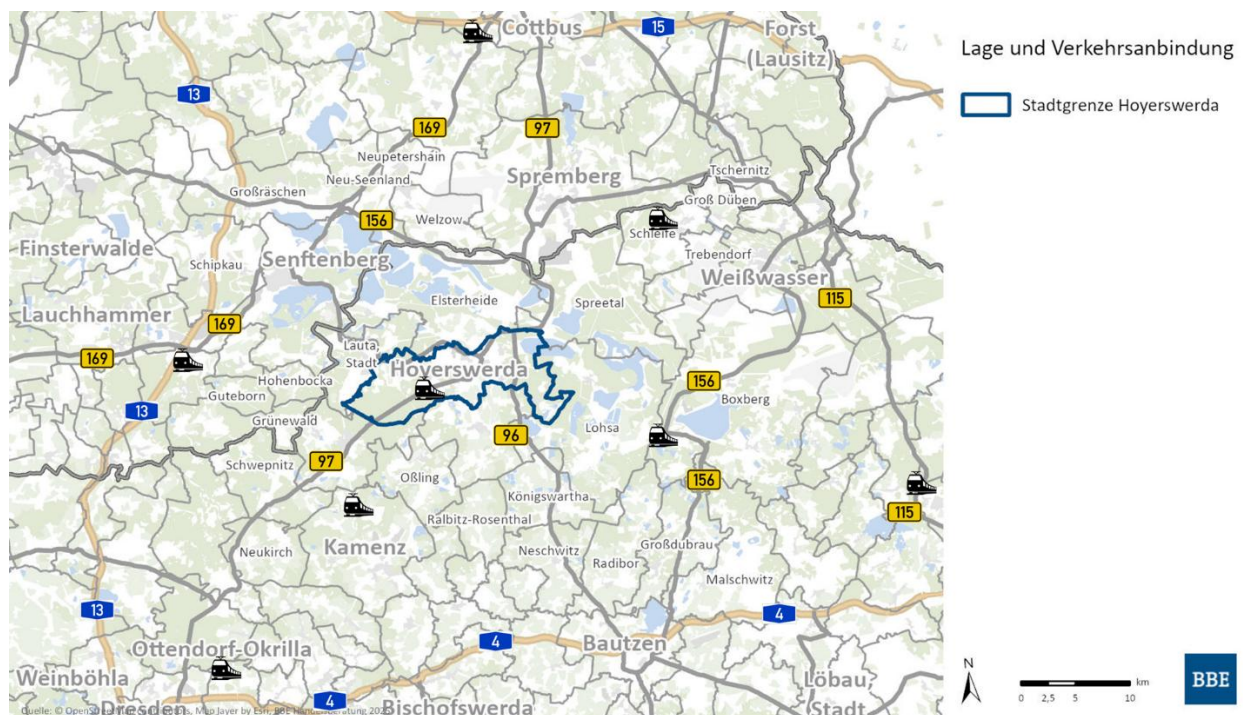
Lage und Stadtentwicklung

Die Stadt Hoyerswerda liegt im Landkreis Bautzen, etwa 55 km nordöstlich von Dresden, rund 35 km südlich von Cottbus und rund 31 km nordwestlich von Bautzen, im Nordosten des Freistaates Sachsen. Die Stadt hatte bis in die 1950er Jahre den Status einer Kleinstadt inne, wuchs ab diesem Zeitpunkt jedoch in kurzer Zeit, durch den rasanten Ausbau von Kohleabbau- und -veredlungsindustrie in der Region, um ein Vielfaches. Nach dem Rückgang dieser Industriezweige sank die Bevölkerungszahl deutlich, so dass folglich der Schwerpunkt der Standort- und Wirtschaftsentwicklung auf zukunftsorientiertere Branchen gelegt wird, um den Strukturwandel erfolgreich zu gestalten.

Verkehrsanbindung

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind wesentliche Standortfaktoren, die die Entwicklungschancen der Stadt auch in Bezug zum Einzelhandel prägen. Hoyerswerda verfügt über eine gute regionale Verkehrsanbindung mit den sich im Stadtgebiet kreuzenden Bundesstraßen 96 und 97, liegt jedoch von den Autobahnen A4 und A13 rd. 34 km Fahrstrecke und A15 rd. 37 km Fahrstrecke entfernt. Die überregionale Erreichbarkeit ist damit eingeschränkt.

Karte 1: Lage und Verkehrsanbindung von Hoyerswerda



Ein Anschluss an das Schienennetz ist mit Verbindungen in westlicher Richtung nach Leipzig über Elsterwerda beziehungsweise Falkenberg (Elster) im stündlichen Takt mit dem Regional-Express 11 und 15 so-

wie in östlicher Richtung nach Görlitz und Niesky mit der Regionalbahn 64 im Zwei-Stunden-Takt vorhanden. Hoyerswerda verfügt insgesamt über drei Bahnhaltepunkte, einen im Ortskern der Altstadt, einen in der Neustadt und einen weiteren im Ortsteil Schwarzkollm.

Der über die Stadtgrenzen hinausgehende öffentliche Personennahverkehr wird über den Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) und den Zweckverband Verkehrsbund Oberlausitz-Niederschlesien (ZVON) organisiert, Hoyerswerda ist mit 16 Linien (259, 500, 532, 534, 536, 619, 776, 778, 779, 780, 782, 783, 784, 792, 794 und 800) an den regionalen Busverkehr angeschlossen, welche die Kernstadt mit den peripheren Ortsteilen und darüber hinaus mit Bautzen, Kamenz, Senftenberg und Spremberg verbinden. Zusätzlich verfügt Hoyerswerda über einen eigenen Stadtbusverkehr mit fünf Linien.

Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zugute. Dies betrifft verstärkt den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Hoyerswerda beträgt 5.834, demgegenüber sind 5.449 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein nur leicht positiver Pendler saldo von 385.¹ Diese Pendlersituation zeigt eine überwiegend regionale Verflechtung mit dem Mittelbereich von Hoyerswerda, wobei die Entfernungen, welche auspendelnde Arbeitnehmer zu ihrem Arbeitsplatz zurücklegen (u.a. nach Spremberg, Dresden, Kamenz, Bautzen) im Durchschnitt größer ist als diejenige der einpendelnden Arbeitnehmer.²

Strukturwandel

Nach der Wiedervereinigung der Bundesrepublik Deutschlands verzeichnete Hoyerswerda einen signifikanten Bevölkerungsrückgang. Während die Einwohnerzahl in den 1980er Jahren nahezu 72.000 betrug, sank sie bis 2024 auf etwa knapp über 31.000. Diese Entwicklung war eine direkte Folge des Wegfalls zahlreicher Arbeitsplätze in der Kohleindustrie, was insbesondere zur Abwanderung von Personen im erwerbsfähigen Alter führte. Der drastische Bevölkerungsrückgang resultierte in einem erheblichen Leerstand von Wohnungen und Gebäuden, was dazu führte, dass die Stadt Anfang der 2000er Jahre ein Drittel ihres Wohnungsbestands rückbauen ließ.³ Dies verursachte große Lücken in der Stadtstruktur, die heute als ungestaltete Flächen - wie beispielsweise das Gebiet „Neue Kühnichter Heide“ - brachliegen und großes Nachverdichtungspotenzial im Sinne der Innenentwicklung bieten.

Um den Strukturwandel proaktiv zu gestalten, entwickelte die Stadt Hoyerswerda im Jahr 2019 die Strategie „LebensEnergieStadt“. Diese umfasst über 20 Projekte in sechs Schwerpunktthemenfeldern: Energie, bezahlbares Wohnen, globale Vernetzung, Gesundheit, Innovation und Kultur sowie nachhaltiger Tourismus. Darüber hinaus sollen in und um Hoyerswerda Großprojekte in verschiedenen Forschungsbereichen realisiert werden, die neue Impulse in die Stadt bringen sollen. Ein wichtiger Baustein ist dabei unter anderem die Errichtung von Forschungszentren der TU Dresden in Hoyerswerda sowie auf dem Gelände des Industriepark Schwarze Pumpe. Dabei sollen im Rahmen des Forschungsprojektes „Smart Mobility Lab“ hochmoderne Forschungsinfrastrukturen in Hoyerswerda angesiedelt und über 300 neue Arbeitsplätze geschaffen werden.

Um all diese Projekte zu koordinieren, wurden im Jahr 2021 das Bundesprogramm „STARK (Stärkung der Transformationsdynamik und Aufbruch in den Revieren und an den Kohlekraftwerkstandorten)“ ins Leben gerufen, um die personellen Ressourcen für die Region zu erweitern.

¹ Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik, 30.06.2024, Bundesagentur für Arbeit

² Statistische Ämter der Länder: Pendleratlas Deutschland, Pendelströme 2023

³ Statisches Landesamt des Freistaat Sachsen, Wohnungsbestand in der Stadt Hoyerswerda, 2020

2.2. Einführung Städtebauliche Analyse

Methodenbeschreibung für die städtebauliche Analyse in Hoyerswerda

Die städtebauliche Analyse für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda umfasst sowohl eine Makroanalyse der gesamten Stadt als auch eine Mikroanalyse der einzelnen Handelsstandorte und Zentren. Die Makroanalyse untersucht die übergeordneten städtebaulichen Strukturen und Verknüpfungen, während die Mikroanalyse die standortspezifischen städtebaulichen Gegebenheiten und Funktionen analysiert.

Im Rahmen der Mikroanalyse wurden fünf räumliche Schwerpunkte identifiziert und analysiert, die sowohl städtebaulich als auch handelstechnisch von hoher Relevanz für Hoyerswerda sind. Dazu gehörten die Altstadt, das Lausitz-Center, der Treff 8, der Bahnhofsbereich und der Entwicklungsstandort „Neue Kühnichter Heide“. Weitere Handelsstandorte wie der Globus und das Kaufland, die Schulstraße (Lidl und Tedi), und die Schlossstraße (REWE, Aldi Nord, dm) wurden ebenfalls eingehend untersucht.

Die Stadt Hoyerswerda sowie die einzelnen Standorte wurden einer umfassenden qualitativen Bewertung unterzogen, die sich auf verschiedene Themenfelder konzentrierte. Die Bewertung erfolgte nach den folgenden Themenfeldern:

Abbildung 1: Bewertungskriterien für die Standortanalyse

<i>Versorgungs- infrastruktur</i>	<i>Schlüsselimmobilien</i>	<i>Mobilität</i>
→ Sicherstellung einer bedarfsgerechten und zukunftsfähigen Versorgungsinfrastruktur unter Berücksichtigung des demographischen Wandels und des Strukturwandels	→ Leerstände aufzeigen und neue Nutzungsmöglichkeiten erörtern → Potenziale lokaler Brachflächen im Sinne der Innenentwicklung prüfen	→ Bewertung der Zugänglichkeit (Erreichbarkeit, Anbindung, Barrierefreiheit, etc.) → Untersuchung der Anbindung an nachhaltige Verkehrsmittel
<i>Soziale Infrastruktur</i>	<i>Öffentlicher Raum</i>	<i>Grünflächen und Klimaresilienz</i>
→ Sicherstellung einer bedarfsgerechten und zukunftsfähigen sozialen Infrastruktur (Gesundheit, Bildung, Gemeinschaft) in den zentralen Versorgungsbereichen	→ Potenziale / Handlungsbedarfe im öffentlichen Raum aufzeigen, um die Aufenthaltsqualität, das Empfinden und die Nutzungsmöglichkeiten zu verbessern	→ Bewertung und Anpassung der Versorgungsbereiche an den Klimawandel durch resiliente Grüne Infrastruktur

Quelle: Drees & Sommer

Anschließend wurden die Ergebnisse in eine SWOT-Analyse überführt (Übersicht der Stärken (S), Schwächen (W), Potenziale (O) und Gefahren (T)), um schließlich eine Synthese für alle Standorte zu erstellen. Die Ergebnisse der fachlichen Synthese der Standortanalysen wurden in einem nächsten Schritt mit den Partizipationsergebnissen abgeglichen. Aus dieser kombinierten Datenbasis wurden abschließend städtebauliche Empfehlungen für die räumlichen Schwerpunkte entwickelt.

2.3. Makroanalyse: Große Kreisstadt Hoyerswerda

Durch die wechselhafte Stadtentwicklung seit den 1950er Jahren ist in Hoyerswerda eine differenzierte Siedlungsstruktur entstanden. Das Stadtgebiet besteht aus einem historischen Stadtkern, in dem viele ältere Gebäude zu finden sind. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Wohngebieten, in welchen die Plattenbauweise die dominierende Charakteristik der Bausubstanz darstellt. Durch die staatlich vorangetriebene Expansion der Braunkohleindustrie musste in kurzer Zeit in großen Maßstab Wohnraum geschaffen werden. Dieser wurde anfangs nördlich und westlich/südwestlich des Ortskerns errichtet, jedoch entsprach der geschaffene Wohnraum nicht mehr der vormals angestrebten Kapazität. Das für die weiteren Baumaßnahmen nötige Bauland wurde östlich des Ortskernes erschlossen. Die Erweiterung dauerte bis in die 1990er Jahre an und prägt bis heute das Stadtbild der Neustadt von Hoyerswerda. Eine Besonderheit stellt der hohe Anteil an Kleingartenflächen dar, welche sich vor allem westlich und nordwestlich der Kernstadt befinden.

Im Rahmen von Eingemeindungen in den Jahren von 1993 bis 1998 wurden die heutigen Ortsteile Bröthen / Michalken, Dörghausen, Knappenrode, Schwarzkollm und Zeißig in die Stadt Hoyerswerda eingegliedert. Südlich des Stadtzentrums von Hoyerswerda befinden sich wesentliche Verwaltungseinrichtungen. Historisch bedingt gibt es eine Konzentration von Einzelhandelsansiedlungen im Stadtzentrum als auch in südlicher Richtung zum Bahnhof. In der Neustadt von Hoyerswerda hat sich um den Lausitzer Platz herum ein weiteres Ortszentrum gebildet, um welche eine erhebliche Anzahl an Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen angesiedelt sind. Darüber hinaus ist an der - die Stadt von Südwesten nach Norden durchquerenden - Bundesstraße B97, südlich der Kernstadt eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben mit regionaler Ausstrahlung (u.a. SB-Warenhaus, Baumarkt, Möbelmarkt) angesiedelt. Hoyerswerda ist durch eine Vielzahl an Einzelhandelsangeboten hervorragend erschlossen. Die Bürgerinnen und Bürger können Lebensmitteleinkäufe und weitere Artikel des täglichen Bedarfs innerhalb eines 10-minütigen Fußwegs erwerben, was eine bequeme und effiziente Versorgung gewährleistet. Obwohl die Einzugsgebiete der Einzelhandelsstandorte sich überschneiden und auf ein Überangebot hinweisen, ist dies durch die zentrale Rolle der Stadt als Oberzentrum (Oberzentraler Städteverbund Bautzen – Görlitz – Hoyerswerda) gerechtfertigt. Das potenzielle Entwicklungsgebiet „Neue Kühnichter Heide“ wird durch das aktuelle Einzelhandelsangebot innerhalb eines 10-Minuten-Radius versorgt.

Gewerbeansiedlungen finden sich nordöstlich sowie östlich der Kernstadt. Sie sind meist sehr gut für den Individualverkehr und teilweise auch gut mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erreichbar, was deren Attraktivität für Unternehmen zusätzlich erhöht. Das Gewerbebetreiben in Hoyerswerda besteht überwiegend aus kleinen bis mittelständischen Unternehmen. Die Stadt bietet noch reichlich Gewerbeflächen, beispielsweise am Bahnhof, die verdichtet und neu erschlossen werden können, um weitere Potenzialflächen für Gewerbetreibende zu schaffen.

Die eingemeindeten Ortsteile weisen überwiegend eine dörfliche Siedlungsstruktur auf, die sich in einer typisch ländlichen Einzelhausbebauung, teilweise landwirtschaftlichen Betrieben sowie schwerpunktmäßig angesiedelten kleinen Handwerksbetrieben widerspiegelt. In den Ortsteilen ist der Einzelhandel nur punktuell durch das Lebensmittelhandwerk bzw. in Verbindung mit Handwerksbetrieben vertreten, lediglich in Schwarzkollm und im Kreuzungsbereich B97 Kamenzer Bogen / Wittichenauer Strasse befindet sich kleinteilige Einzelhandelsagglomerationen.

In Bezug auf die soziale Infrastruktur zeigt sich eine deutliche Konzentration in der Altstadt. Die Stadt verfügt über ein umfassendes Bildungsangebot über alle Schularten, ein gut ausgestattetes Gesundheitssystem inklusive eines Klinikums und zahlreiche Soziale- sowie Freizeitangebote. In Richtung der Stadtränder nimmt die Dichte der sozialen Infrastruktur jedoch ab, wodurch längere Distanzen zurückgelegt werden müssen.

Abbildung 2: SWOT-Analyse Gesamtstadt

Stärken	Schwächen	Potenziale	Gefahren
▪ Oberzentrum von überregionaler Bedeutung mit gutem Handelsangebot ▪ Der Einzelhandel sorgt für Arbeitsplätze und bietet eine breite Auswahl an Versorgern und Sortimenten ▪ Schöne historische Altstadt mit gut erhaltenen Bestand und historischer Bausubstanz ▪ Vielseitiges soziales und kulturelles Angebot, gute Gesundheitsversorgung und umfassendes Bildungsangebot ▪ Gut ausgebautes Busnetz innerhalb der Stadt	▪ Demographischer Wandel der zur starken Abwanderung und Rückbau nach der Wende geführt hat ▪ Überalterung der Gesellschaft ▪ Herausforderungen durch den Strukturwandel der Lausitz ▪ Fehlende direkte Zugverbindung nach Berlin ▪ Der Mangel an Arbeitsplätzen und der fehlenden Präsenz von größeren Firmen und Gewerbetreibenden	▪ Als Oberzentrum besitzt Hoyerswerda eine wichtige regionale Versorgungsfunktion ▪ Durch die Transformation der Lausitz kann der Tourismus gestärkt werden, durch seine schöne Altstadt sowie seine Historie kann Hoyerswerda besonders davon profitieren ▪ Auch die Krabat-Sage kann dazu verwendet werden den regionalen Tourismus zu fördern. ▪ Ausreichen Potenzialräume für die Neuansiedlung von Unternehmen und Gewerben vorhanden ▪ Durch den Zuzug der TU Dresden wird das Bildungsangebot auf Tertiäre Bildung und Forschung erweitert	▪ Neue Bewohner:innen müssen gewonnen werden, um einen weiteren Bevölkerungsrückgang aufgrund von Überalterung zu verhindern ▪ Der Arbeitsplatzverlust aufgrund des Strukturwandels muss durch die Erschließung von neuen Wirtschaftspotenzialen in der Region wett gemacht werden

Quelle: Drees & Sommer

Karte 2: Übersicht der Räumlichen Schwerpunkte und relevanten Standorten



Räumliche Schwerpunkte:

1. Altstadt
2. Lausitzer Platz – Lausitzer Center
3. Lipezker Platz – Treff 8
4. Bahnhofsumfeld
5. „Neue Kühnichter Heide“

Weitere Einzelhandelsstandorte:

6. Schulstrasse – Lidl, Tedi
7. Am Schloss – REWE, Aldi und dm
8. Globus
9. Kaufland

Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

2.4. Mikroanalyse: Räumliche Schwerpunkte

2.4.1. Räumlicher Schwerpunkt – Altstadt

Die Altstadt von Hoyerswerda besticht durch ihre dichte und kleinteilige Baustruktur, die eine kompakte, historische und vielfältige Bebauung aufweist. Viele der Gebäude sind gut erhalten und zeichnen sich durch eine hohe architektonische Qualität aus. Dabei bietet die Altstadt eine Mischung aus Wohnnutzung und kleinen Geschäften sowie Gewerbebetrieben, die das Stadtbild beleben. Ein grünes Band öffentlicher Grünflächen, das sich um die gut erhaltenen Stadtstrukturen wie den historischen Graben zieht, lädt zur Erholung ein. Historische Elemente wie der Graben und andere Strukturen tragen zu einer besonderen Atmosphäre bei. Zentrale Bezugspunkte sind der Fluss Schwarze Elster, ein natürlicher Anziehungspunkt und wichtiger Bestandteil des Stadtbildes, sowie der zentrale Marktplatz, das Herz der Altstadt, wo sich das soziale und wirtschaftliche Leben abspielt.

Versorgungsinfrastruktur: Die Altstadt zeichnet sich durch eine vielfältige Auswahl an kleinen, lokalen Einzelhandelsgeschäften aus, während große Ketten nur vereinzelt vertreten sind. Das Handelsangebot konzentriert sich primär auf die Kirchstraße und den Marktplatz. Ein geringer Anteil der Erdgeschossflächen steht leer, und es gibt eine gewisse Fluktuation bei den Geschäften. Jedoch mangelt es an belebenden Geschäften mit großem Anziehungspotenzial und das Einzelhandelsangebot richtet sich überwiegend an ältere Bevölkerungsgruppen. Des Weiteren entspricht das gastronomische Angebot nicht der zentralen Lage des Marktplatzes. Auf dem Marktplatz findet regelmäßig - montags, mittwochs und freitags - ein Wochenmarkt statt. Insgesamt bietet die Altstadt von Hoyerswerda ein solides Versorgungsangebot, das Potenzial zur Weiterentwicklung aufweist.

Mobilität: Die Altstadt ist eine fußgängerfreundliche Zone, die jedoch ausgeprägte autoorientierte Strukturen aufweist, insbesondere durch die Präsenz des ruhenden Verkehrs. Rund um den Marktplatz wird dem motorisierten Individualverkehr viel Raum gegeben; insgesamt stehen hier etwa 70 PKW-Parkplätze zur Verfügung. Allerdings sorgen die historisch gepflasterten Straßen dafür, dass die Barrierefreiheit nicht überall gewährleistet ist und zusätzlich haben einzelne Geschäfte Stufen. Hinsichtlich des öffentlichen Nahverkehrs ist die Altstadt über die Buslinien 1 & 2 gut erschlossen.

Soziale Infrastruktur: Die Altstadt von Hoyerswerda ist in Bezug auf die soziale Infrastruktur hervorragend aufgestellt. Die medizinische Versorgung ist durch die zahlreichen Arztpraxen überdurchschnittlich gut abgedeckt. Am Rand der Altstadt befinden sich bedeutende Freizeitangebote wie der Zoo Hoyerswerda und die Kulturfabrik. Zudem finden in der Altstadt regelmäßig Veranstaltungen wie Stadtfeste und Wochenmärkte statt. An den Rändern der Altstadt sind zahlreiche Behörden wie das Bürgeramt und das Landratsamt angesiedelt, die sowohl für die Stadt als auch überregional von Bedeutung sind. In unmittelbarer Nähe zu den Verwaltungsgebäuden befinden sich verschiedene soziale Einrichtungen. Im Zentrum der Altstadt selbst sind keine Kitas und Schulen angesiedelt, jedoch befinden sich mehrere Einrichtungen in unmittelbarer Nähe. Zwei der vier Hotels von Hoyerswerda sind in der Altstadt angesiedelt. Insgesamt bietet die Altstadt eine gut ausgebaute soziale Infrastruktur, die sowohl den Bewohnerinnen und Bewohnern als auch den Besucherinnen und Besuchern zahlreiche Vorteile bietet.

Öffentlicher Raum: Der öffentliche Raum zeichnet sich durch klar definierte Räume und Grenzen aus. Die gepflegte und historisch bedeutsame Architektur trägt zur Schaffung einer ansprechenden Atmosphäre bei. Jedoch wird eine räumliche Trennung zwischen Gebäuden und Marktplatz durch die Straßenführung und der zu ihr gehörenden Poller erzeugt. Zusätzlich ist der ruhende Verkehr aufgrund der zahlreichen Parkmöglichkeiten stark präsent. Am Wochenende weist die Altstadt eine geringe Besucherfrequenz auf und es mangelt an Sitzgelegenheiten sowie an vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten. Durch den Ratskeller und die Eisdiele Schoko & Luise ist bereits eine erste Belebung der westlichen Seite des Marktplatzes zu verzeichnen, was möglicherweise auf einen positiven Trend zur Belebung hinweist.

Grünflächen und Klima-Resilienz: Die Altstadt weist einen hohen Versiegelungsgrad auf, was die natürliche Wasseraufnahme des Bodens einschränkt. Der Marktplatz und der angrenzende Parkplatz verfügen

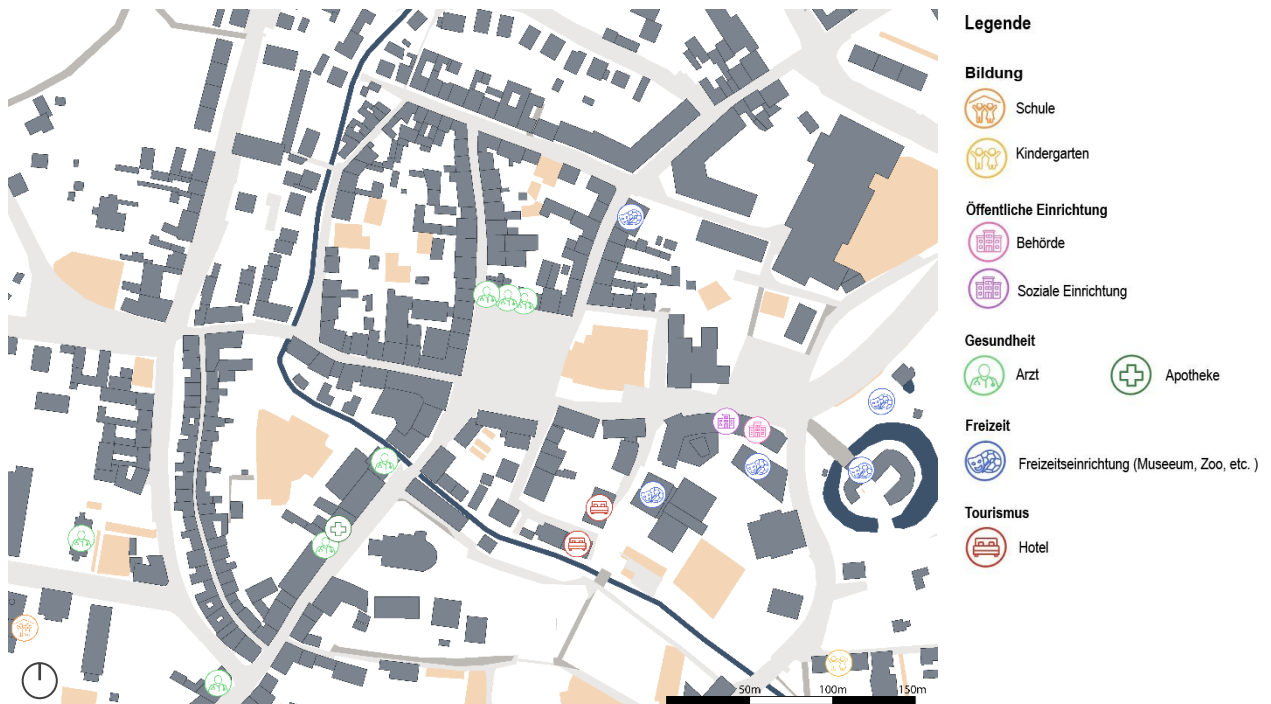
über wenige Grünflächen keine natürliche Beschattungselemente. Besonders an heißen Tagen werden sie daher zu einer zentralen Hitzeinsel in der Stadt. Gleichzeitig zieht sich um die Altstadt herum ein grünes Band an öffentlichen Grünflächen, das maßgeblich zur Kühlung des öffentlichen Raums beiträgt und für eine angenehme Atmosphäre sorgt.

Abbildung 3: Räumliche SWOT- Analyse der Altstadt

Stärken	Schwächen	Potenziale	Gefahren
- historische Strukturen - klar definierte Räume - ansprechende Architektur - breites Angebot an lokalen Fachgeschäften - breites Angebot an sozialer Infrastruktur - fussgängerfreundliche Erschliessung - gute ÖPNV-Anbindung - überwiegend kleine Ladenketten sorgen für Vielfalt - Marktplatz ist Schauplatz für zahlreiche Veranstaltungen wie Stadtfeste, Wochenmärkte, etc.	- hoher Versiegelungsgrad - fehlende Vegetation - Barrieren im öffentlichen Raum durch Stufen und Pflastersteine - überproportionale Präsenz des ruhenden Verkehrs - Einzelhandelsangebot nicht zielgruppenübergreifend - keine dritten Orte - am Wochenende wenig belebt - geringfügiger Leerstand	- städtebauliche hohe Qualität muss stärker ausgespielt werden - Stichwort Tourismus - Integration von mobilen Bäumen und Beeten zur Begrünung der Marktplätzen mit gleichzeitigem Erhalt der historischen Gestaltung - Diversifizierung des Einzelhandelsangebotes - Ansiedelung von Gastronomiebetrieben - Schaffung von drittem Ort ohne Konsum-Zwang	- Leerstand steigt an - bleibt weiterhin unbelebt am Wochenende bzw. es verstärkt sich noch aufgrund des demographischen Wandels - nicht Vorhandensein von großen Ladenketten birgt ein höheres Risiko für lokale Kleinunternehmer

Quelle: Drees & Sommer

Karte 3: Soziale Infrastruktur in der Altstadt



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

Karte 4: Mobilitätsinfrastruktur in der Altstadt



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

2.4.2. Räumlicher Schwerpunkt – Lausitzer Platz

Das Lausitz-Center bildet zusammen mit dem Lausitzer Platz und den umliegenden Gewerbe- und Freizeitangeboten den zentralen Knotenpunkt der Neustadt von Hoyerswerda. Die Umgebung bietet vielfältige Einkaufsmöglichkeiten, gastronomische Angebote und Freizeitaktivitäten. Der Gebäudekomplex des Lausitz-Centers zeichnet sich durch seine großmaßstäbliche Kubatur aus, die im Vergleich zur restlichen Umgebung besonders hervortritt. Nördlich und östlich des Zentrums erstrecken sich Wohngebiete mit 4- bis 8-geschossigen Wohnkomplexen in Plattenbauweise. Diese sind als offene Zeilen konzipiert und öffnen sich zur Straße hin, was eine ansprechende Atmosphäre schafft. Westlich und südlich des Lausitz-Centers befinden sich öffentliche Grünflächen wie der 2004 geschaffene Zentralpark und die denkmalgeschützte Kriegsgräberstätte. Diese bieten den Bewohnerinnen und Besuchern der Stadt Erholungsmöglichkeiten und tragen zur hohen Lebensqualität in der Hoyerswerdaer Neustadt bei.

Versorgungsinfrastruktur: Das Lausitz-Center bietet ein vielfältiges Sortiment an bekannten Marken, die eine breite Zielgruppe ansprechen. Mit Rewe als Vollsortimenter und Aldi als preisgünstigen Discounter ist derzeit die tägliche Versorgung umfassend gesichert. Das Center weist indessen eine begrenzte Anzahl regionaler und lokaler Geschäfte auf. Das gastronomische Angebot besteht überwiegend aus Imbissen und sehr preiswerten Restaurants. Auf dem Lausitzer Platz findet jeden Dienstag, Donnerstag und Samstag ein Wochenmarkt statt.

Soziale Infrastruktur: Der Lausitzer Platz fungiert als zentrales Versorgungszentrum der Neustadt und beherbergt an seinen Rändern sowohl Behörden als auch soziale Einrichtungen. Die Lausitzhalle, ein bedeutender kultureller Veranstaltungsort, bietet eine Bühne für Konzerte, Theateraufführungen und Ausstellungen und trägt wesentlich zum kulturellen Leben der Region bei. Angrenzend an die Lausitzhalle befindet sich eines der beiden Hotels der Neustadt, das auch Räumlichkeiten für Kongresse und Konferenzen anbietet. Der Lausitz Platz dient als Schauplatz zahlreicher Veranstaltungen wie Stadtfeste, Wochenmärkte und

andere gesellschaftliche Ereignisse. Es gibt jedoch keinerlei dritte Orte ohne Konsumzwang, die den Bewohnenden als Treffpunkte und Orte des Austauschs dienen könnten.

Öffentliche Raum: Die Grünflächen in der unmittelbaren Umgebung, wie der Zentralpark oder die Kriegsgräberstätte, sind teilweise umgestaltet und es fehlt an Nutzungsmöglichkeiten wie Spielplätzen, Fitnessbereichen und Treffpunkten. Der hohe Versiegelungsgrad, der geringe Verschattungsgrad und das fehlende urbane Mobiliar am Lausitzer Platz laden nicht zum Verweilen ein. Zudem mangelt es an einer ansprechenden Nutzung der Erdgeschosse und Schaufenstergestaltung. Durch temporäre Nutzungen, wie beispielsweise den Wochenmarkt, wird der Platz zeitweise belebt. Jedoch ist der Lausitzer Platz außerhalb der Öffnungszeiten unbespielt und wird insbesondere in den Abendstunden als zentraler Aufenthaltsort von jungen Menschen genutzt, jedoch gibt es vor Ort keinerlei spezifische Angebote für diese Zielgruppe.

Grünflächen und Klima-Resilienz: Die direkte Umgebung des Einkaufszentrums ist durch großflächige, versiegelte PKW-Stellplätze und den überwiegend versiegelten Lausitzer Platz geprägt. Zusätzlich nimmt der Gebäudekomplex des Centers, dessen Dach ebenfalls als Parkfläche genutzt wird, eine erhebliche Fläche ein, ohne jegliche Möglichkeiten zur Versickerung bereitzustellen. Jedoch finden sich in der Nähe des Lausitzer Platzes öffentliche Parkanlagen sowie begrünte Innenhöfe der Wohnbebauung, die einen hohen Vegetationsgrad aufweisen. Die Parkanlagen sind aber unzureichend gestaltet und bieten kaum Nutzungsmöglichkeiten.

Mobilität: Vor dem Lausitz Center befindet sich der zentrale Busbahnhof, welcher ein zentraler städtischer Umsteigepunkt darstellt und eine gute Anbindung an alle Stadtteile von Hoyerswerda bietet. Dies ermöglicht eine bequeme Nutzung des ÖPNVs für Bewohner und Besucher der Stadt. Der Lausitzer Platz ist als Fußgängerzone ausgewiesen und ist in den Sommer- und Frühlingsmonaten stark frequentiert. Dennoch ist die umliegende Verkehrsführung stark auf den Autoverkehr ausgerichtet und es stehen etwa 1.200 PKW-Stellplätze um das Lausitz Center zur Verfügung. In Kombination mit den großflächigen Strukturen des Baukörpers führt dies zu langen Wegen und unklaren Wegführungen für Fußgänger und Fahrradfahrer, insbesondere zwischen dem Center, den Parkplätzen und dem Park. Entlang der Straßen gibt es separate Fuß- und Fahrradwege, die jedoch teilweise renovierungsbedürftig sind. Zentrale Fahrradparkplätze sind vorhanden, allerdings fehlen überdachte Stellplätze.

Abbildung 4: SWOT - Analyse des Lausitzer Platzes

Stärken	Schwächen	Potenziale	Gefahren
▪ Zentrum der Neustadt ▪ gut ausgebaute soziale Infrastruktur (z.B. Lausitzhalle) von gesamtstädtischer und regionaler Bedeutung ▪ sehr breit aufgestelltes Einzelhandelsangebot ▪ viele gängigen Marken, wodurch die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen gedeckt werden können ▪ gute ÖPNV-Anbindung durch die Funktion als Umsteigebushof ▪ Lausitzer Platz als zentraler Veranstaltungsort für Stadtfeste, Wochenmärkte, etc.	▪ hoher Versiegelungsgrad durch großflächige Parkplätze ▪ teilweise geringe Aufenthaltsqualität auf dem Lausitzer Platz ▪ teilweise unzureichendes (mobiles) urbanes Mobiliar ▪ fehlende Aktivierung der Fassaden durch Schaufenstergestaltung und Außenraumbespielung ▪ fehlende und lange Fußwegeverbindungen ▪ autoorientierte Verkehrsführung ▪ unzureichend gestaltete Parkanlagen, die kaum Nutzungsmöglichkeiten bieten ▪ fehlende Diversität in Bezug auf das Gastronomische Angebot	▪ Dachflächen stellen eine große Potenzialfläche für die Installation von PV-Anlagen oder Begrünung dar ▪ Auslastung der Parkplatzflächen prüfen um ggf. punktuell Entseelungen und Baumpflanzungen, Umnutzungen oder temporäre Nutzungen vorzunehmen ▪ Lausitzhalle als Driver zur Ansiedlung von Gastronomiebetrieben und zur Stärkung des Tourismus fungieren ▪ Qualifizierung und Stärkung von Grünflächen und Grünverbindungen ▪ Schaffung von neuer zielgruppenspezifischer Nutzungsangeboten	▪ fehlende Nutzungsfunktionen führen zur Aneignung des Raumes von ungewünschten Gruppen ▪ Sicherheit und Sauberkeit verschlechtern sich ▪ Leerstand steigt an

Quelle: Drees & Sommer

Karte 5: Mobilitätsinfrastruktur am Lausitzer Platz



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

Karte 6: Soziale Infrastruktur am Lausitzer Platz



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

2.4.3. Räumlicher Schwerpunkt – Lipezker Platz

Das Einkaufszentrum Treff 8 fungiert als zentraler Treffpunkt im Quartier WK VIII und bietet den Bewohnern wichtige Anlaufstelle für soziale Interaktion. In der Umgebung des Treff 8 überwiegt Wohnbebauung in offener Zeilenbauweise, die während der DDR-Zeit errichtet wurde. Sie sorgt für eine durchlässige Struktur des Stadtteils. Gegenüber dem Treff 8 befindet sich das Lausitzer Seenland Klinikum, welches eine bedeutende Rolle in der medizinischen Versorgung der Region spielt, da es sich um das größte Klinikum in der Region handelt. Der Lipezker Platz, welcher sich im Vorfeld des Treff 8 befindet, wird vorwiegend als Parkplatz genutzt, was die Erreichbarkeit mit dem Auto verbessert aber die Aufenthaltsqualität einschränkt.

Versorgungsinfrastruktur: Der Treff 8 bietet eine attraktive Mischung aus Gastronomie, Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, Mode und einem Lebensmitteldiscounter. Anstatt auf einen größeren Versorger zu setzen, besteht das Konzept des Treff 8 aus einer Vielzahl kleinerer Ladeneinheiten. Jedoch sind die Öffnungszeiten des Treff 8, insbesondere am Wochenende, unzureichend, was zu Folge hat, dass es oft unbelebt ist. Für Bedürfnisse, die hier nicht gedeckt werden können, ist das Lausitz-Center in nur 15 Minuten zu Fuß erreichbar.

Mobilität: Der Standort ist stark durch autoorientierte Strukturen geprägt, dies spiegelt sich in einer überproportionalen Präsenz des ruhenden Verkehrs (ca. 200 PKW-Stellplätze) wider. Aufgrund dieser Strukturen fehlen direkte und sichere Fußwegeverbindungen, die Mobilität von Fußgängern ist eingeschränkt. Zusätzlich erschwert der Höhenunterschied zwischen dem Außenbereich des Gebäudekomplexes und der Parkplatzfläche die Zugänglichkeit weiter. Die unzureichend ausgebaute Fahrradinfrastruktur mit fehlenden Fahrradwegeverbindungen und wenigen Abstellmöglichkeiten macht die Nutzung des Fahrrads als Verkehrsmittel unattraktiv. Die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist jedoch gut, da sich in unmittelbarer Nähe zwei Bushaltestellen befinden.

Soziale Infrastruktur: Der Standort profitiert von einer hervorragenden medizinischen Versorgung durch das Lausitzer Seenland Klinikum und seine angegliederten Facharztpraxen. Zusätzlich stehen Apotheken und Ärzte in und um den Treff 8 zur Verfügung, was eine umfassende Gesundheitsversorgung sicherstellt. Ansonsten gibt es in der unmittelbaren Umgebung keine direkten sozialen Infrastrukturangebote. Im Treff 8 sowie in der näheren Umgebung bieten mehrere Fitnesscenter vielfältige Möglichkeiten zur sportlichen Betätigung und Freizeitgestaltung. Zugleich sind die rund um das Lausitz-Center angesiedelten sozialen Dienstleistungen fußläufig innerhalb von 15 Minuten erreichbar und gewährleisten eine gewisse Nähe und Erreichbarkeit.

Öffentlicher Raum: Die Umgebung des Treff 8 ist stark durch den ruhenden Verkehr geprägt. Der öffentliche Raum ist durch undefinierte Flächen ohne vielseitige Nutzungspotenziale gekennzeichnet, wie beispielsweise die Eingangssituation des Treff 8 zeigt: Der etwas in die Jahre gekommene Gebäudekomplex und der davorliegende öffentliche Raum mit geringen Aufenthaltsmöglichkeiten, wird zu gewissen Zeiten vor allem durch soziale Randgruppen in Anspruch genommen, was vermehrt zu Problemen mit Sauberkeit und Sicherheit führte. Die spärlich vorhandenen, alten Baumbestände mit Sitzmöglichkeiten dienen als zentrale Treffpunkte für die Besuchenden. Des Weiteren ist der öffentliche Raum von der Parkplatzfläche abgehoben, was eine räumliche Trennung erzeugt, aber gleichzeitig auch eine Barriere darstellt.

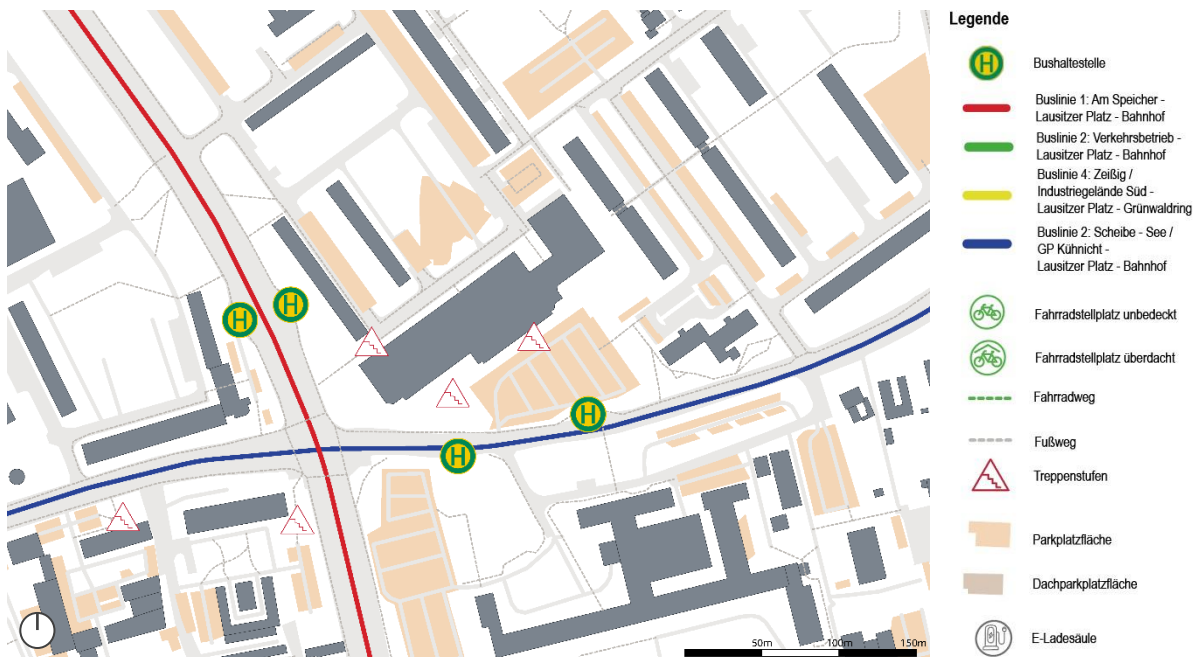
Grünflächen und Klima-Resilienz: Die Innenhöfe der umliegenden Wohngebäude und die Umgebung des zum Lausitzer Seenland Klinikum weisen einen hohen Bestand an Vegetation und Begrünung auf. Im Gegensatz dazu ist der Außenraum des Treff 8 durch versiegelte Parkflächen geprägt und verfügt bis auf die alten Baumbestände entlang der Straße und am Eingangsbereichs des Zentrums über keinerlei grüne Infrastruktur.

Abbildung 5: SWOT- Analyse des Lipezker Platzs

Stärken	Schwächen	Potenziale	Gefahren
- Quartierszentrum für die lokalen Bewohnerinnen und Bewohner - sehr gute medizinische Versorgung durch das Lausitzer Seenland Klinikum - viele kleine Geschäfte erzeugen ein vielfältiges Angebot - gute ÖPNV-Anbindung durch zwei Bushaltestellen in unmittelbarer Nähe des Treffs - gut erhaltene alte Baumbestände	- hoher Versiegelungsgrad - autoorientierte Strukturen - überproportionale Präsenz des ruhenden Verkehrs - undefinierte und untergenutzte öffentliche Flächen - Barrieren im öffentlichen Raum durch die Erhöhung des öffentlichen Raumes	- Qualifizierung des öffentlichen Raumes - Dachflächen stellen eine große Potenzialfläche für die Installation von PV-Anlagen oder Begrünung dar - Stärkung der Fußwegeverbindungen in Richtung Süden - Funktion als Quartiertreff stärken - sozialen Austausch der lokalen Bewohnerinnen und Bewohner fördern - stärkere Aktivierung der Fassaden - stärkere Aktivierung des angrenzenden Aufenthaltsraums	- Schwächung der Kaufkraft durch die Entwicklung eines neuen Versorgungszentrums in der Kühnichter Heide - Zunahme von Leerstand - Funktion als Quartierszentrum verlieren

Quelle: Drees & Sommer

Karte 7: Mobilitätsinfrastruktur am Lipezker Platz



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

Karte 8: Soziale Infrastruktur am Lipezker Platz



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

2.4.4. Räumlicher Schwerpunkt – „Neue Kühnichter Heide“

Die potenzielle Baufläche des Entwicklungsvorhabens „Neue Kühnichter Heide“ liegt im nördlichen Teil der Neustadt, direkt an der Spremberger Straße (B97). Das Gebiet selbst zeigt sich derzeit weitgehend als grüne Brachfläche, nachdem ein erheblicher Teil der ehemaligen Wohnzeilen abgerissen wurde. Die umliegenden Wohngebiete sind von unterschiedlichen Strukturen geprägt. Im Nordwesten dominieren kleinteilige Strukturen, hauptsächlich bestehend aus Einfamilienhäusern. Im Süden und Osten des Gebiets befinden sich die letzten verbliebenen Zeilenbauten sowie vereinzelte Einzelhandelskomplexe und im Westen grenzt das Gebiet an eine Kleingartenanlage.

Versorgungsinfrastruktur: Einzelhandelstechnisch befindet sich in der unmittelbaren Umgebung der „Neuen Kühnichter Heide“ lediglich ein Tedi sowie ein Schnellimbiss. Auf der nordwestlichen Seite der Spremberger Chaussee Straße liegt jedoch das Einkaufszentrum Grünwald Passage, welches einen erheblichen Revitalisierungsbedarf und eine hohe Leerstandsquote aufweist. Zudem sind der Treff 8 und der Penny am Cottbuser Tor in fußläufiger Entfernung innerhalb von zehn Minuten erreichbar. Das Lausitz-Center kann in einer zehnminütigen Busfahrt erreicht werden.

Mobilität: Die „Neue Kühnichter Heide“ befindet sich am Stadtrand im Norden der Stadt. Das Areal weist unzureichende Fuß- und Fahrradverbindungen sowie teilweise verfallene Wegeverbindungen auf. Der Standort ist jedoch gut an den ÖPNV angebunden. Zudem ist das Areal aufgrund seiner Randlage für den individual Verkehr über die B97 gut an die angrenzenden Gewerbegebiete am Stadtrand sowie an die umliegenden Ortschaften entlang der Bundesstraße angeschlossen.

Soziale Infrastruktur: In der näheren Umgebung der „Neuen Kühnichter Heide“ findet sich ein geringes Angebot an sozialer Infrastruktur. Bei einer möglichen baulichen Entwicklung muss diese mitgedacht werden.

Öffentliche Raum: Der öffentliche Raum zeigt sich dementsprechend ebenso als unbebaute und unqualifizierte grüne Brachfläche, die als «toter Raum» ohne Aufenthalts- und Nutzungsqualitäten wahrgenommen wird.

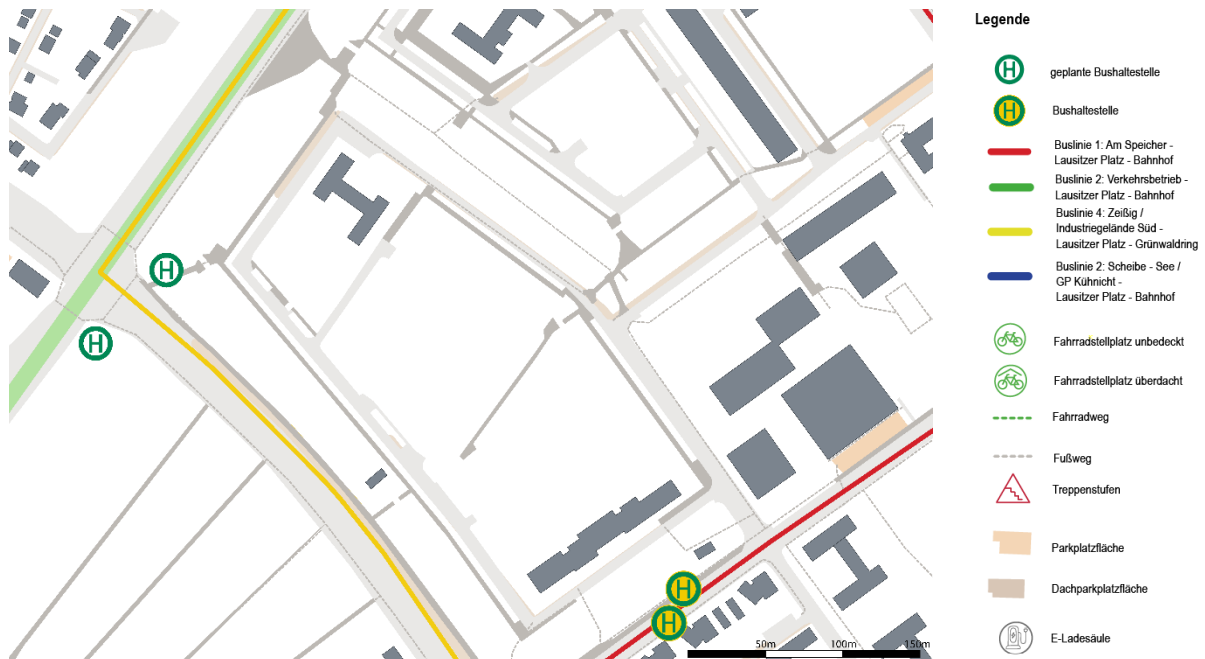
Grünflächen und Klima-Resilienz: Das Areal und die Umgebung sind stark von ungestalten Grünflächen geprägt, die nach dem Abriss der ehemaligen Wohnbebauung verwildert sind. Daher weisen das Areal und die Umgebung einen relativ geringen Versiegelungsgrad auf. Diese bieten den Anwohnenden jedoch wenig räumliche Qualitäten und Nutzungsmöglichkeiten.

Abbildung 6: Zusammenfassende SWOT - Analyse der „Neuen Kühnichter Heide“

Stärken	Schwächen	Potenziale	Gefahren
- geringer Versiegelungsgrad und hoher Vegetationsgrad - gute Anbindung an die B97 und damit an die Region und die nahegelegenen Gewerbegebiete - gute ÖPNV-Anbindung - Versorgungsangebote des täglichen Bedarfs sind in 10 Minuten Gehdistanz vorhanden	- unqualifizierte Grünflächen, die im Stadtgefüge als toter Raum wahrgenommen werden - fehlende Fuß- und Fahrradverbindungen sowie teils verfallene Wegeverbindungen - fehlende soziale Infrastruktur - fehlendes Versorgungsangebot, um den täglichen Bedarf zu decken - Lage am Stadtrand	- großes Potenzial die Stadtstrukturen wieder zu stärken. - Erschaffung eines Urbanes Mischquartier im Sinne der 15-Minuten Stadt schaffen, um Zuzügler anzuwerben - vielfältiges Wohnraumangebote soll eine möglichst breite Nutzergruppe ansprechen - Schaffung von eines ergänzenden Versorgungsangebots, um den täglichen Bedarf zu decken aber keine Gefahr für andere Einzelhandelsstandorte darzustellen - Grünflächen qualifizieren - neue Nutzungsangebote schaffen	- neue Entwicklung kann nicht die gewünschten Qualitäten erreichen - fehlende Attraktivität zur Ansiedlung neuer Bewohnerinnen und Bewohner - Errichtung es neues Einzelhandelszentrum könnte eine Gefahr für die Kaufkraft bestehende Einzelhandelsstandorte darstellen - großflächige Versiegelung kann durch die Qualifizierung von Grünflächen nicht ausgeglichen werden

Quelle: Drees & Sommer

Karte 9: Mobilitätsinfrastruktur an der „Neuen Kühnichter Heide“



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

2.5. Mikroanalyse: Weitere Einzelhandelsstandorte

Räumlicher Schwerpunkt – das Bahnhofsumfeld

Der Bahnhof stellt einen zentralen Ort für den Umstieg und die Mobilität dar und ist der erste Ankunftsort in der Stadt für Zugreisende. Die Umgebung des Bahnhofs ist durch eine Vielfalt an Strukturen charakterisiert: nordöstlich befinden sich Wohngebäude in offener Blockrandbebauung, westlich liegen Bahnflächen, die teilweise stark untergenutzt sind, und im Süden dominieren kleinteilige Strukturen (Kleingärten, Einfamilienhäuser, etc.). In Bezug auf die Mobilität ist der Bahnhof mit einem Busbahnhof als Verkehrsknotenpunkt für den Individualverkehr und den Busverkehr gut erschlossen. Insgesamt gibt es etwa 20 Abfahrten (Bus/Bahn) pro Stunde. Die Bahnanbindung weist jedoch Verbesserungspotenzial auf, da es an (regelmäßigen) Direktverbindungen zu regionalen Zentren wie Dresden, Cottbus und Leipzig mangelt. Für Fußgänger ist der Bahnhof derzeit nicht barrierefrei zugänglich. Im Rahmen der geplanten Umbauarbeiten im Sommer 2025 wird der Bahnhof jedoch barrierefrei umgestaltet. Zudem fehlt eine direkte Querungsmöglichkeit in den Süden des Gleisbetts; gegenwärtig ist eine Querung nur mit Umwegen über die Friedrichstraße im Südosten möglich. Derzeit bietet der Bahnhof und seine Umgebung eine geringe Aufenthaltsqualität. Es fehlt an einer zentral gestalteten Platzsituation, und für Ankommende und Wartende gibt es kaum Sitzgelegenheiten oder gestaltete Räume zum Verweilen. Zudem sind keine handelstechnischen Angebote am Bahnhof und im näheren Umfeld vorhanden. Das unmittelbare Umfeld des Bahnhofs ist stark versiegelt und weist nur einen sehr geringen Vegetationsgrad auf. Dieser bleibt beschränkt auf unqualifizierten Grünflächen im westlich gelegenen Gewerbegebiet und durch die Brachflächen der Bahnanlagen. Die Flächen südlich des Bahnhofs sind demgegenüber von grüner Infrastruktur geprägt, wobei der Baumbestand gering ist, da es sich größtenteils um Kleingärten und offene Graslandschaften handelt.

Handelsstandort I – Schulstraße (Lidl und Tedi)

Die Schulstraße stellt keine typische Einkaufsstraße dar. Sie umfasst lediglich zwei kleine Einzelhandelsstandorte (Discounter Lidl, Nonfood-Discounter Tedi) innerhalb einer Nachbarschaft, die überwiegend durch kleinteilige Wohnbebauung und Zeilenbauten in Blockstruktur geprägt ist. Entlang der Schulstraße befinden sich drei Schulen (Lessing-Gymnasium, Handrij-Zejler-Grundschule, Grundschule am Park) mit jeweils angegliederten Sportflächen sowie zwei Kindergärten (Kita Rappelkiste, Kita Sausewind). Alle übrigen Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner (Freizeit, Kultur, soziale Einrichtungen und Behörden) können aufgrund der unmittelbaren Nähe zur Altstadt in fußläufiger Erreichbarkeit abgedeckt werden. Die Standorte sind verkehrstechnisch gut an den öffentlichen Personennahverkehr angebunden und verfügen größtenteils über separate Fußwege. Allerdings sind einige dieser Wege aufgrund ihrer Materialbeschaffenheit nicht barrierefrei. Beide Handelsstandorte sind von autoorientierten Strukturen geprägt und weisen aufgrund der großzügigen Parkplatzflächen einen hohen Versiegelungsgrad mit nur wenig Vegetation auf. Charakteristisch für viele reine Einkaufsstandorte, bieten beide Standorte keine Verweilmöglichkeiten, wie beispielsweise Sitzbänke, die zur Aufenthaltsqualität beitragen könnten.

Handelsstandort II – Schlossstraße (REWE, Aldi Nord, dm)

Der Standort am Zoo bietet ein umfassendes Sortiment, das den täglichen Bedarf an Lebensmitteln (REWE, Aldi Nord) und Drogerieartikeln (dm) abdeckt. Aufgrund seiner zentralen Lage in unmittelbarer Nähe zur historischen Altstadt ist der Standort sowohl hinsichtlich des Einzelhandels-, kulturellen und sozialen Angebots optimal erschlossen. In Bezug auf die Mobilität ist der Standort gut an den öffentlichen Personennahverkehr angebunden. Die Straßen verfügen durchgehend über Gehwege, wobei in der Altstadt und in der Teschenstraße Pflastersteine verlegt sind, die hinsichtlich der Barrierefreiheit einschränkend wirken. Die autoorientierten Strukturen des Standorts gewährleisten eine gute Erschließung für den Individualverkehr. Gleichzeitig zeichnen sie sich durch eine hohe Versiegelung und eine starke Dominanz des ruhenden Verkehrs aus, so dass es folglich an Grünflächen und Aufenthaltsmöglichkeiten mangelt. In der Umgebung des Standorts

befinden sich jedoch bedeutende Grünflächen, darunter der Zoo sowie das begrünte Band rund um die Altstadt und die zu den Wohngebäuden gehörenden Grünflächen. Diese tragen zu einer hohen Dichte an grüner Infrastruktur und Vegetation bei.

Handelsstandort III – Globus

Der Globus-Komplex befindet sich am südlichen Stadtrand von Hoyerswerda, an der Straße Kamenzer Bogen / B97. Dahinter erstreckt sich ein weitläufiger Landschaftsraum, einschließlich eines geschützten Biotops. Westlich des Standorts befinden sich kleinteilige Wohnbebauungen mit Einfamilienhäusern sowie kleinteilige Gewerbenutzungen, die im Verhältnis zum großflächigen Globus-Komplex unverhältnismäßig klein wirken. Hinsichtlich des Handelsangebots sind der Globus und die angeschlossenen Handelsanbieter sehr breit aufgestellt und fungieren als wichtiges Versorgungszentrum für Hoyerswerda und Umgebung. Der Standort ist mit seinen 720 Stellplätzen und seiner direkten Anbindung an die B97 optimal für den Individualverkehr erschlossen. Zusätzlich verkehren die Buslinien 532, 534 und 780 und binden den Standort optimal in das öffentliche Verkehrsnetz ein. Allerdings mangelt es teilweise an kurzen und direkten Wegeverbindungen für Fußgänger und Fahrradfahrer zu den angrenzenden Wohngebieten sowie zum Bahnhof. Der Neidaer Weg im Süden fungiert als zentrale Verbindungsachse zwischen dem Globus und den westlich gelegenen Wohngebieten. Innerhalb der Wohngebiete existieren jedoch keine weiteren direkten Wegeverbindungen zum Globus, was für Fußgänger und Fahrradfahrer erhebliche Umwege zur Folge hat. Eine Anbindung an den Bahnhof über die Bahnübergänge Karl-Liebknecht-Straße und Friedrichstraße ist vorhanden, jedoch aufgrund der Straßenführung mit Umwegen verbunden. Darüber hinaus fungiert die B97 als Barriere zwischen der Wohnbebauung und dem Landschaftsraum. Der öffentliche Raum weist einen hohen Versiegelungsgrad auf durch seine Ausrichtung auf den Individualverkehr und damit verbundene Anforderungen an den ruhenden Verkehr.

Handelsstandort IV – Kaufland

Der Standort des Kauflandes ist aus städtebaulicher Perspektive ungünstig positioniert, da er im Industriegebiet Zeißig am östlichen Stadtrand von Hoyerswerda liegt und sich in der unmittelbaren Nähe keine Wohngebiete befinden. Dies macht ihn mobilitätstechnisch für eine fußläufige Erschließung sehr unattraktiv. Zudem mangelt es an einer direkten ÖPNV-Anbindung an den nahegelegenen Ortsteil Zeißig. Lediglich für den Individualverkehr ist der Standort aufgrund seiner autoorientierten Infrastruktur und seiner guten Anbindung an die B96 und die B97 gut erschlossen. Hinsichtlich der Versorgungsinfrastruktur fungiert das Kaufland als Vollversorger in Solitärlage und bietet ein breites Sortiment zur Deckung des täglichen Bedarfs. Darüber hinaus verfügt der Standort über keine soziale Infrastruktur und bietet keine Aufenthaltsmöglichkeiten im öffentlichen Raum. In Bezug auf Grünflächen und Klimaanpassungsmaßnahmen weist die Umgebung eine Vielzahl von Photovoltaikanlagen auf, und viele ungenutzte Industrieaufläichen weisen einen hohen Vegetationsgrad auf. Der Standort selbst ist jedoch stark versiegelt, und insbesondere die Dachflächen bieten Potenzial für die Installation von Photovoltaikanlagen oder Begrünung.

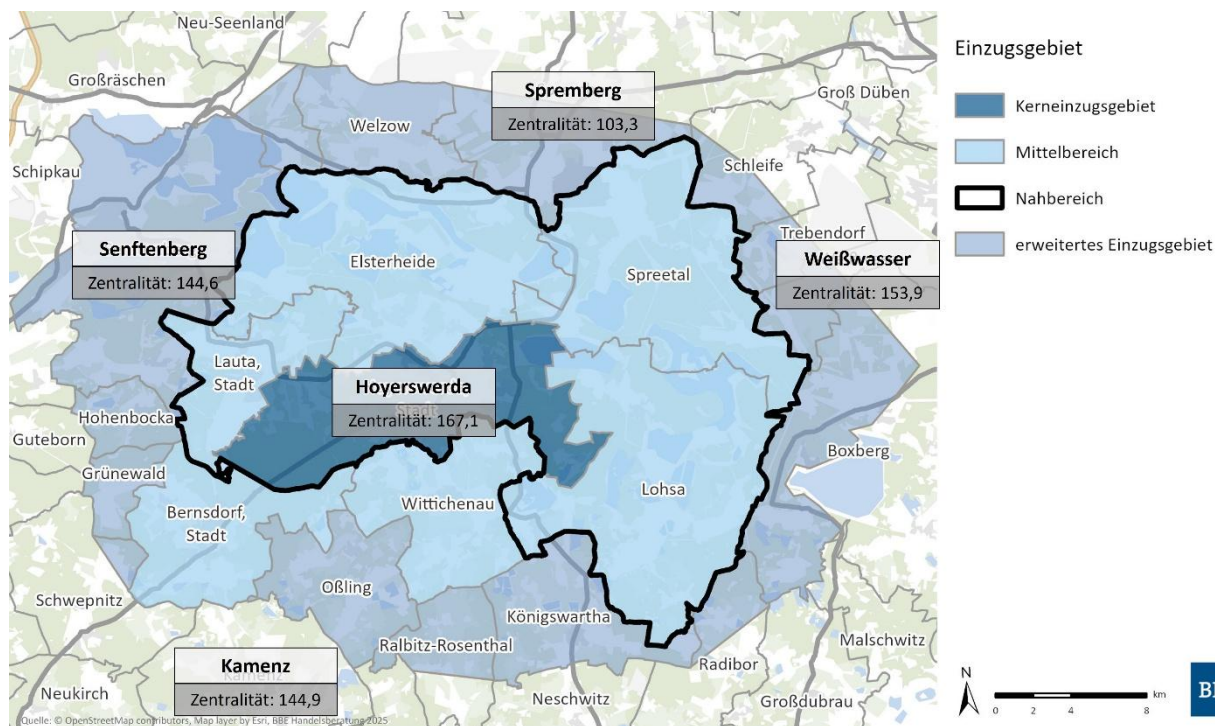
Ausgangspunkt der Abgrenzung des Einzugsgebiets bildet die raumordnerisch zugewiesenen Versorgungsfunktionen für den oberzentralen Verbund. Die tatsächlich resultierende Kundenbindung aus dem Umland hängt jedoch sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage. Für die Stadt Hoyerswerda ist die regionale Lage im Spannungsfeld weiterer zentraler Orte prägend. Insbesondere die Ausstrahlungen der Mittelzentren Spremberg (Einzelhandelszentralität 103,3) und Kamenz (Einzelhandelszentralität 144,9) sowie das Mittelzentrum in Funktionsteilung Senftenberg (Einzelhandelszentralität 114,6) ⁷ wirken begrenzend auf die überregionale Kundenbindung. Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst die Stadt Hoyerswerda selbst, da Hoyerswerda über ein umfassendes Einzelhandelsangebot verfügt und die Bevölkerung die Einzelhandelsbetriebe in kurzer Entfernung erreichen kann.
- Im **Mittelbereich** der Stadt Hoyerswerda, welcher die Stadt Bernsdorf sowie die Gemeinden Elsterheide, Lauta, Lohsa, Spreetal und Wittichenau beinhaltet, ist ebenfalls mit einer starken einzelhandelsbezogenen Kundschaftsorientierung nach Hoyerswerda zu rechnen. Die Kommunen grenzen direkt an das Hoyerswerdaer Stadtgebiet an und verfügen alle über ein deutlich geringeres Einzelhandelsangebot, weshalb gerade Einkäufe im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich in Hoyerswerda getätigt werden. Der auf die Nahversorgungsfunktion ausgerichtete **Nahbereich** von Hoyerswerda umfasst dagegen nicht die ausgewiesenen Grundzentren Bernsdorf und Wittichenau.
- Im **erweiterten Einzugsgebiet** finden sich die an den Mittelbereich von Hoyerswerda angrenzenden Städte und Gemeinden oder Teilbereiche derselben: Boxberg/O.L., Grünewald, Hohenbocka, Königswartha, Neu-Seeland, Ossling, Radibor, Ralbitz-Rosenthal, Schleife, Senftenberg, Spreetal, Spremberg, Trebendorf und Welzow.
Insbesondere in Senftenberg und Spremberg bestehen selbst umfassende Handelsangebote, weshalb im Gegensatz zum Kerneinzugsgebiet und dem Mittelbereich aus dem erweiterten Einzugsgebiet zunächst sortiments- und anbieterspezifische Kundenbindungen bestehen. Somit ist insgesamt mit einer deutlich geringeren Kundenbindung im Vergleich zu den beiden weiteren Einzugsgebietszonen zu rechnen.

Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Einzelhandels von Hoyerswerda müssen sich zunächst an den spezifischen oberzentralen Versorgungsfunktion ausrichten, wobei Rahmenbedingungen der regionalen demographischen Entwicklung (vgl. Abschnitt 5.1) und der Handelsentwicklung (vgl. Abschnitt 4) zu berücksichtigen sind.

⁷ CIMA!BBE!MB-Research, Einzelhandelszentralität 2024, verfügbar für Gemeinden ab 10.000 Personen
Einzelhandelszentralität ist eine Maßzahl für die Attraktivität einer Gemeinde oder eines Gebietes als Einzelhandelsstandort, welche sich aus dem Verhältnis der Indexwerte von Kaufkraftkennziffer und Umsatzkennziffer ableitet. Folglich spiegelt der Zentralitätswert die Kaufkraftströme des stationären Einzelhandels in einer Region wider.

Karte 11: Einzugsgebiet des Hoyerswerdaer Einzelhandels



3. Auswertung Partizipationskonzept „Lebendiges Hoyerswerda“

Das Partizipationskonzept wurde in zwei Hauptkomponenten unterteilt: eine digitale Komponente (Baustein 1 – Online-Umfrage) und eine analoge Komponente (Baustein 2 – Vor-Ort-Beteiligung). Ziel dessen war es, eine möglichst breite Bevölkerungsschicht zu erreichen, um ein detailliertes und repräsentatives Stimmungsbild der Bevölkerung zu den Zentren und Einzelhandelsstandorten zu erhalten. Diese Erkenntnisse flossen anschließend in die Konzeptentwicklung ein, um eine fundierte und umfassende Grundlage für weitere Planungen zu schaffen.

Baustein 1: Online-Umfrage (Digitales Forum):

Laufzeit: 5 Wochen (24.10.2024 bis 30.11.2024)

Teilnahme: 535 Beiträge von Bürgerinnen und Bürger

Mitmach-Möglichkeiten: Online-Umfrage zur städtischen Einzelhandelssituation und der handelstechnischen sowie städtebaulichen Ausprägung der einzelnen Handelsstandorte

Zielsetzung: Breites und möglichst repräsentatives Stimmungsbild der Bevölkerung zum städtischen Einzelhandelsangebot sowie den einzelnen Standorten erhalten.

Baustein 2: Vor-Ort Beteiligung (Marktstand):

Datum: 02. November 2024 (7:30 – 12:30 Uhr)

Teilnahme: ca. 80 Beiträge von ca. 60 Teilnehmenden

Mitmach-Möglichkeiten: Bürgerinnen und Bürger hatten die Möglichkeit mit uns auf dem Lausitzer Platz ins Gespräch zu kommen und sich in einem moderierten, offenen Format zu den einzelnen Handelsstandorten zu äußern

Zielsetzung: Direkten Bürgerkontakt erhalten und erstes Stimmungsbild abholen, sowie auf den Prozess des EZH- und Zentrenkonzepts aufmerksam machen

Im Folgenden wird eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Online-Umfrage und der Vor-Ort-Beteiligung präsentiert. Eine detaillierte Analyse der Ergebnisse ist in *Anlage 3: Auswertung der Bürgerinnen und Bürger Beteiligung* und *Anlage 4: Exceltabelle der Auswertung der Online-Beteiligung* enthalten.

3.1. Online-Umfrage

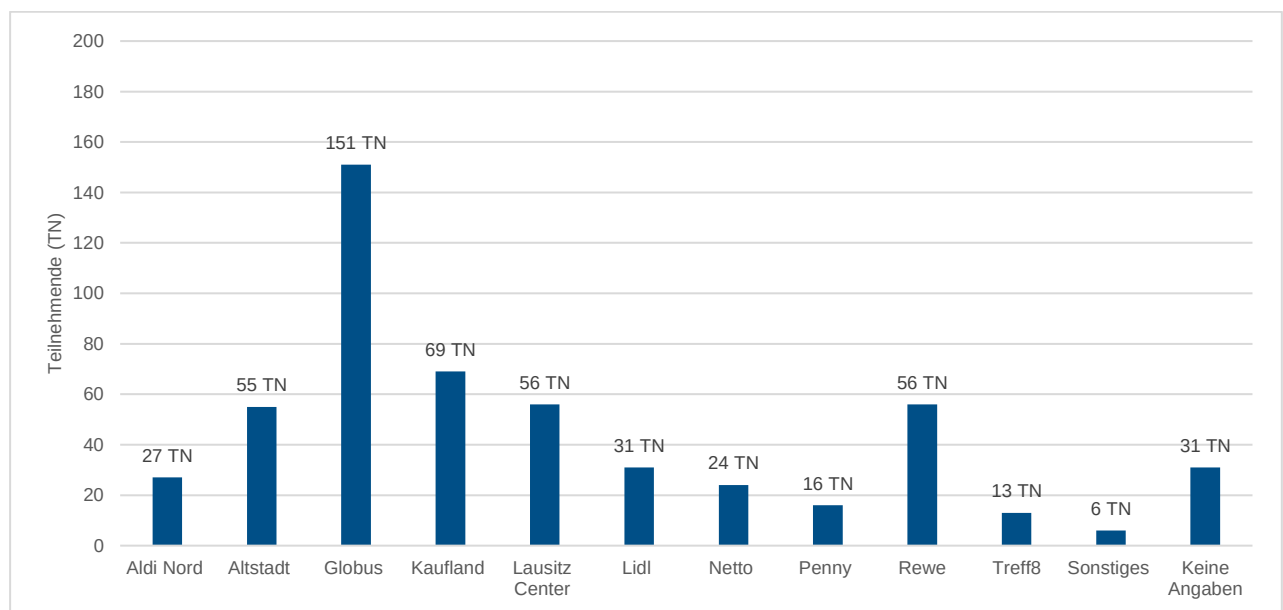
3.1.1. Demographische Angaben

Insgesamt haben 535 Bürgerinnen und Bürger an der Online-Umfrage teilgenommen, dies zeigt das große Interesse der Teilnehmenden an der Thematik. Von den Teilnehmenden waren 53,1% (282 TN) weiblich, 46,0% (244 TN) männlich und 0,9% (3 TN) machten keine Angabe zu ihrem Geschlecht. Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden befand sich im erwerbsfähigen Alter, während die Teilnahmequote in der Altersgruppe von 0 bis 25 Jahren am niedrigsten war. Der größte Teil der Teilnehmenden (371 TN, 69,4%) wohnt in der Altstadt oder der Neustadt von Hoyerswerda. Die übrigen Teilnehmenden wohnen in verschiedenen Ortsteilen und nahgelegenen anderen Gemeinden, darunter Elsterheide, OT Zeißig und Wittichenau. Die Teilnehmenden leben überwiegend in Mehrpersonenhaushalten (38,9% in 2-Personen Haushalten & 37,4% in 3-4 Personen Haushalten). Die Anzahl der Personen, die angegeben haben, allein zu leben, beträgt hingegen lediglich 17,8% (95 TN), während der Anteil derjenigen, die in Haushalten mit fünf oder mehr Personen leben, sogar nur 5,4% ausmacht. Die monatlichen Einzelhandelsausgaben der meisten Haushalte belaufen sich überwiegend auf 300-500 € bzw. 500-1000 €. Pro Kopf runtergerechnet geben also mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (309 TN, 57,8%) unter 300 € pro Monat aus. Die durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben liegen damit bei etwa 200-350 € pro Person.

3.1.2. Allgemeine Fragen zum städtischen Einzelhandel

Die Online-Umfrage ergab, dass Globus als Vollversorger mit seinem breiten Angebot für über ein Viertel der Teilnehmenden (28,2%, 151 TN) der beliebteste Handelsstandort ist. Dies korreliert mit dem bevorzugten Fortbewegungsmittel, dem Auto (65,8%, 352 TN) da der bevorzugten Einkaufsstandorte Globus am Stadtrand liegen und vorzugsweise mit dem Auto erreicht wird. Die bevorzugte Aufenthaltsdauer liegt bei 30-60 Minuten und deutet ebenfalls darauf hin, dass Großeinkäufe bevorzugt werden. Weitere beliebte Standorte sind das Kaufland (12,9%, 69 TN), das Lausitz-Center (10,5%, 56 TN), die Altstadt (10,4%, 55 TN). Im Gegensatz dazu wurde der Treff 8 lediglich von 2,4% der Teilnehmenden (13 TN) als präferierter Einkaufsstandort gewählt und ist somit der unbeliebteste Handelsstandort.

Abbildung 7: Präferenz nach Handelsstandort



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigene Darstellung Drees & Sommer

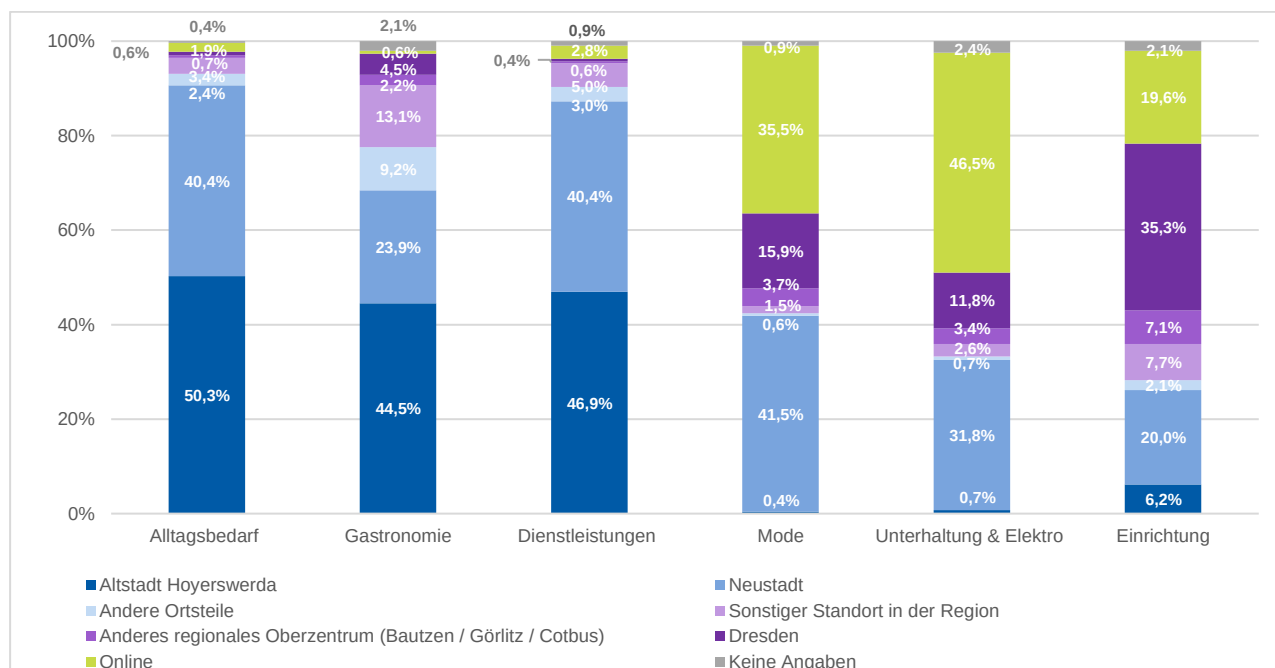
Ortspräferenz nach Handelssegment

Hinsichtlich der Ortspräferenz nach Handelssegment gibt es eine klare Trennung zwischen kurzfristigen und langfristigen Gütern. Die Deckung von Dienstleistungen, Alltagsbedarfen und dem gastronomischen Angebot erfolgt überwiegend lokal in Hoyerswerda. Mehr als die Hälfte deckt ihren Bedarf an Alltagsgütern in der Altstadt (50,3%, 269 TN), während knapp unter 50% der Teilnehmenden die Angebote der Gastronomie (44,5%, 238 TN) und Dienstleistungen (46,9%, 251 TN) in Anspruch nehmen.

In der Neustadt liegt der Anteil bei den Alltagsgütern (40,4%, 216 TN) und Dienstleistungen (46,4%, 216 TN) ebenfalls sehr hoch. Lediglich in der Gastronomie liegt der Anteil in der Neustadt nur bei 23,9% (128 TN), was etwa die Hälfte des Anteils in der Altstadt ausmacht. Andere regionale Zentren und der Onlinehandel stellen dabei keine nennenswerte Konkurrenz dar.

Langfristige Güter (Unterhaltung und Elektronik, Einrichtung und Mode) hingegen sind starker Konkurrenz vom Onlinehandel und Dresden ausgesetzt. Hier zeigt sich, dass die Altstadt für die Mehrheit der Teilnehmenden kaum Anziehungskraft besitzt, während das Lausitz-Center als bevorzugter Standort hervorgehoben wird. Hinsichtlich des Angebots im Bereich Einrichtung gilt Dresden (35,3%, 189 TN) als beliebtester Standort. Insgesamt gaben mehr als die Hälfte der Befragten (56%, 299 TN) an, dass ihnen Handelsangebote in Hoyerswerda fehlen. Gleichzeitig gaben 219 Teilnehmenden (41%) an, mit dem derzeitigen Handelsangebot zufrieden zu sein.

Abbildung 8: Ortspräferenz nach Handelssegment



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Primäre Wünsche in Bezug auf den Einzelhandel in Hoyerswerda

Die primären Wünsche der Teilnehmenden bezüglich einer Erweiterung des aktuellen Handelsangebots konzentrieren sich auf Elektroartikel, ein vielfältiges gastronomisches Angebot, zusätzliche Modegeschäfte und die Etablierung eines Action-Marktes. Diese Präferenzen korrelieren weitgehend mit den Gütern, die online oder in anderen Städten und Gemeinden erworben werden.

Abbildung 9: Wünsche der Teilnehmenden hinsichtlich der Erweiterung des Einzelhandelsangebotes in Hoyerswerda



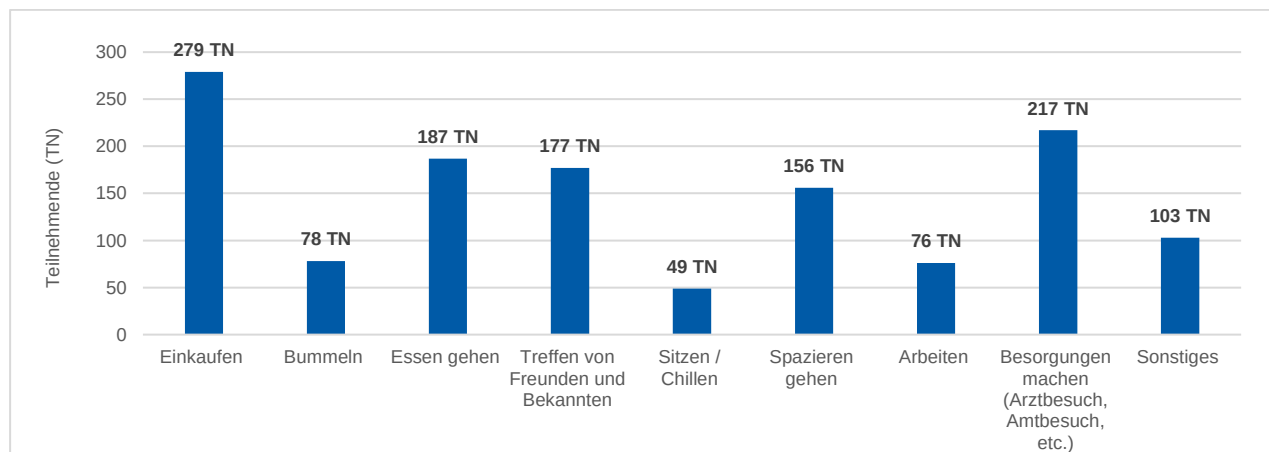
Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

3.1.3. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - Altstadt

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (54,6%, 292 TN) besucht die Altstadt regelmäßig, also entweder täglich, mehrmals pro Woche oder einmal pro Woche. Der größte Anteil der Teilnehmenden (166 TN, 31,0%) verbringt 30-60 Minuten für einen kurzen Einkauf in der Altstadt. Ein weiterer Teil hält sich ein bis zwei Stunden (105 TN, 19,6%) oder mehr als zwei Stunden (78 TN, 14,6%) dort auf. Die übrigen 40 Teilnehmenden (7,5%) haben angegeben, sich weniger als 30 Minuten in der Altstadt aufzuhalten, und 146 Teilnehmende (27,3%) haben keine Angaben dazu gemacht.

Darüber hinaus findet in der Altstadt eine Vielzahl an Aktivitäten statt. Insgesamt kamen 1.322 Aktivitäten-Antworten zusammen, was die höchste Anzahl an Aktivitäten innerhalb der Umfrage darstellt. Einkaufen ist die am häufigsten genannte Aktivität, gefolgt von Besorgungen wie Arztbesuchen und Amtsgängen, dies ist auf die Vielzahl an Ärzten und die Konzentration öffentlicher Behörden zurückzuführen ist. Weitere Aktivitäten wie Essen gehen, das Treffen von Freunden und Spaziergehen sind ebenfalls beliebte Aktivitäten. Damit zeigt sich, dass die Altstadt bei den Teilnehmenden auf große Attraktivität stößt.

Abbildung 10: Ausgewählte Aktivitäten in der Altstadt



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

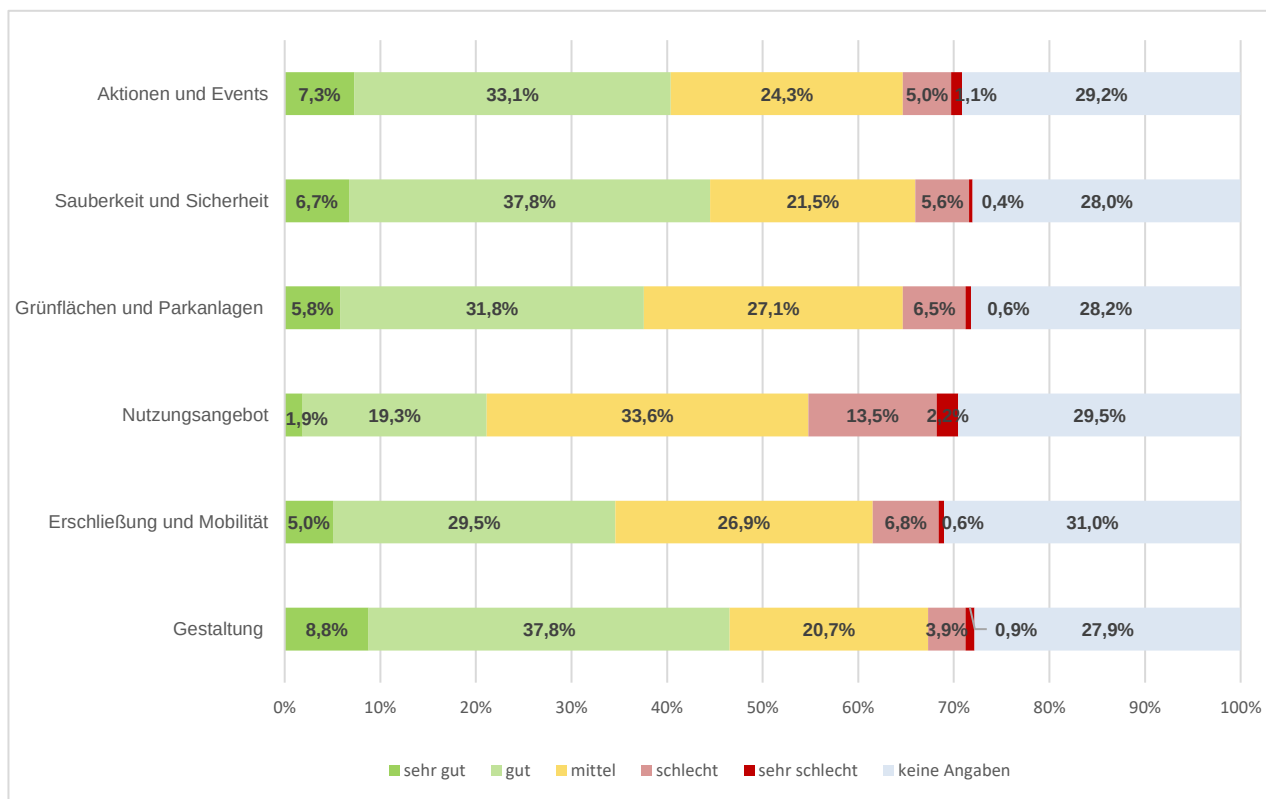
Beurteilung der räumlichen Qualität anhand ausgewählter Faktoren (vgl. Abb. 11)

Die räumlichen Qualitäten der Altstadt wurden in allen Kategorien (Nutzungsangebot, Gestaltung, Aktionen und Events, Erschließung und Mobilität, Grünflächen und Parkanlagen, Sauberkeit und Sicherheit) von den meisten Teilnehmenden als überwiegend positiv wahrgenommen. Besonders gut wurden die Kategorien Sicherheit und Sauberkeit (gut-bis sehr gut: 44,5%) sowie Gestaltung (gut bis sehr gut 46,6%) bewertet; fast die Hälfte der Teilnehmenden bewerteten diese Kategorien als gut bis sehr gut. Insgesamt liegen die negativen Bewertungen in fast allen Kategorien unter 10%. Lediglich das Nutzungsangebot wurde von einem größeren Teil der Teilnehmenden (15,7%, 84 TN) als schlecht bis sehr schlecht bewertet.

Beurteilung der handelstechnischen Qualität anhand ausgewählter Faktoren (vgl. Abb. 12)

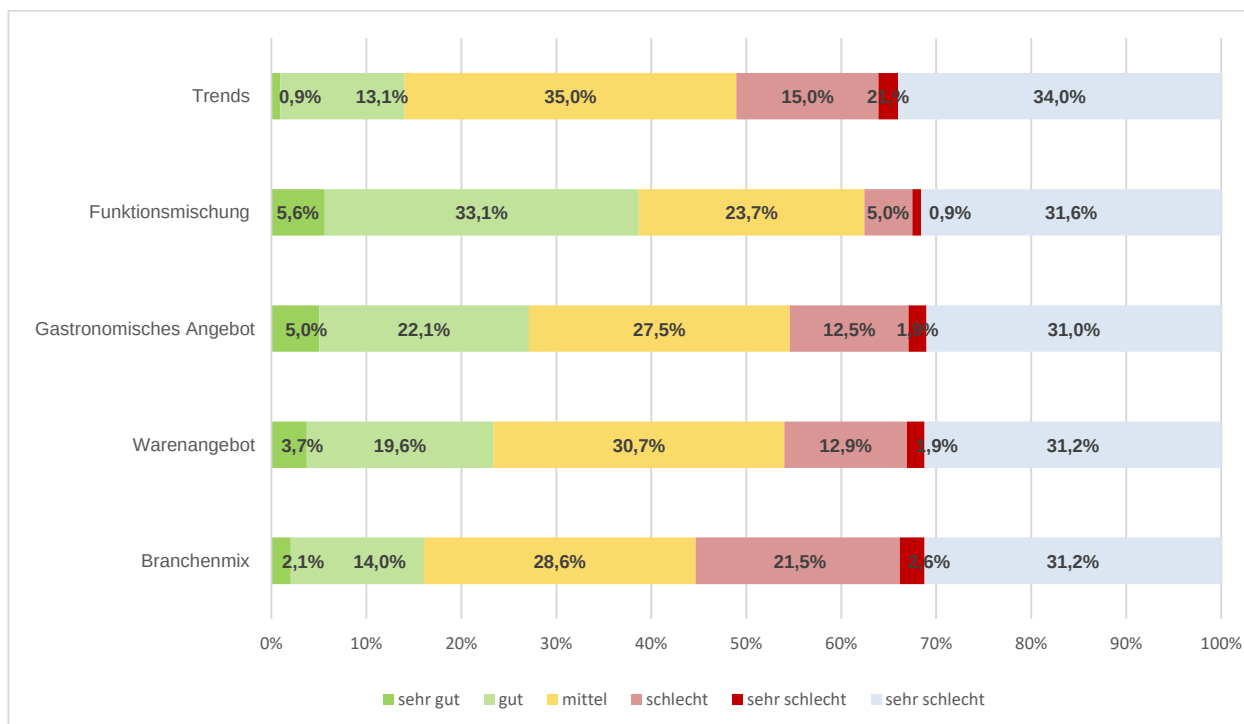
Die handelstechnischen Qualitäten der Altstadt wurden in den Kategorien (Branchenmix, Warenangebot, Funktionsmischung, gastronomisches Angebot und Trends) von den meisten Teilnehmenden überwiegend als mittelmäßig beurteilt. Besonders positiv wurde die Funktionsmischung bewertet, wobei über ein Drittel der Teilnehmenden (38,7%) diese Kategorie als gut bis sehr gut einschätzten und lediglich 6% sie als schlecht bewerteten. Der Branchenmix und die aktuellen Trends erhielten hingegen einen höheren Anteil an negativen Bewertungen. Der Anteil der negativen Bewertungen beim Branchenmix beträgt 24,1%, während positive Bewertungen 16,1% ausmachen. Bei den Trends liegt der Anteil der negativen Bewertungen bei 17,1%, während die positiven Bewertungen lediglich 14,0% betragen.

Abbildung 11: Auswertung der räumlichen Qualitäten der Altstadt



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Abbildung 12: Auswertung der handelstechnischen Qualitäten der Altstadt



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Primäre Wünsche für die Altstadt

Die primären Wünsche der Teilnehmenden bezüglich des Handelsangebots der Altstadt waren der Ausbau des gastronomischen Angebots, insbesondere der Außengastronomie, sowie ein vielfältigerer Einzelhandel, einschließlich Modegeschäften. Hinsichtlich der räumlichen Qualitäten wünschten sich viele eine Belebung des Marktplatzes und der Einkaufsstraßen, Spiel- und Sitzgelegenheiten sowie eine sichere und klare Verkehrsführung.

Abbildung 13: Zusammenfassung der Bewertungen der Altstadt

POSITIV	NEGATIV	CHANCEN
Die Altstadt ist das Zentrum und wird von vielen Menschen regelmäßig besucht. Sie bietet nach Aussagen der Teilnehmer: innen vielfältige Nutzungsmöglichkeiten.	Das Warenangebot und der Branchenmix sind überwiegend mittelmäßig bis schlecht bewertet. Insbesondere in Bezug auf Mode, Elektro und Unterhaltung gibt es kaum Angebote.	Marktplatz durch weitere Funktionsnutzungen beleben, wie Sitzmöglichkeiten, Spielmöglichkeiten, etc.
Die gestalterischen Merkmale der Altstadt werden überwiegend als positiv erachtet.	Das gastronomische Angebot wird als mittelmäßig bewertet.	Belebung des Marktplatzes durch Außengastronomie.
Die Sauberkeit und Sicherheit sind gut bewertet, insbesondere im Vergleich zu anderen Standorten.	Das Nutzungsangebot wird ebenfalls als mittelmäßig bewertet.	Belebung der Einkaufsstraßen durch vielfältigeren Einzelhandel.

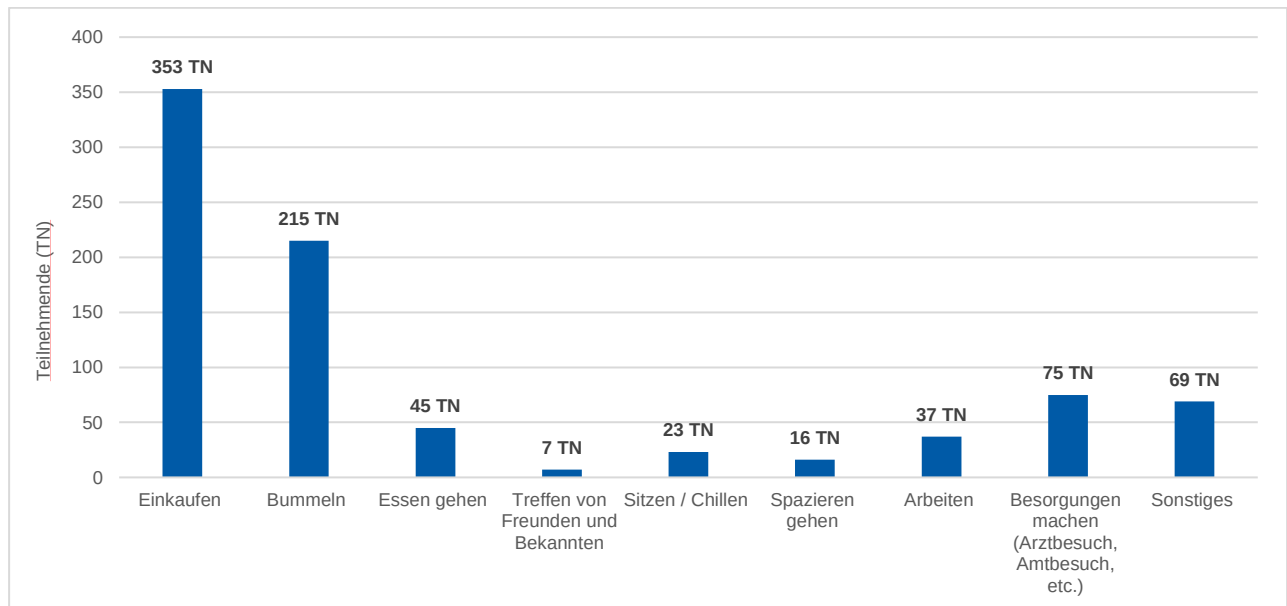
Quelle: Drees & Sommer

3.1.4. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - Lausitzer Platz

Das Lausitz-Center wird von über einem Viertel der Befragten (177 TN, 33,0%) täglich, mehr mal pro Woche, bis wöchentlich besucht. Weitere 162 Teilnehmende (30,3%) gaben an, das Zentrum mehrmals pro Monat aufzusuchen. Die übrigen 94 Teilnehmenden (17,6%) nutzen es selten bis nie für Einkäufe und 102 Teilnehmende (19,1%) haben keine Angaben dazu gemacht. Dies in Kombination mit den Aussagen der Teilnehmenden zeigt, dass das Zentrum gezielt aufgesucht wird, um bestimmte Güter, die über den Alltagsbedarf hinausgehen, erworben werden sollen. Die Aufenthaltsdauer der Teilnehmenden im Lausitz-Center beträgt überwiegend 30 bis 60 Minuten (38,2%, 204 TN).

Diese Verweildauer spiegelt sich auch in den Aktivitäten wider, so ist das Bummeln die zweitbeliebteste Aktivität. Laut den Aussagen der Befragten ist das Lausitz-Center der bevorzugte Ort zum Bummeln, im Vergleich zur Altstadt oder dem Treff 8. Aktivitäten wie Essen gehen und Freunde treffen werden hingegen kaum genannt. Diese Ergebnisse verdeutlichen die zentrale Rolle des Lausitz-Centers als zentraler Einkaufsstandort im Vergleich zu anderen lokalen Alternativen. Zusätzlich lag die Nichtbeteiligungsrate bei allen Fragen lediglich zwischen rund 20% und 30%, was die höchste Beteiligungsrate an einem Standort darstellt und das Interesse der Beteiligten an diesem Standort verdeutlicht.

Abbildung 14: Ausgewählte Aktivitäten am Lausitzer Platz



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

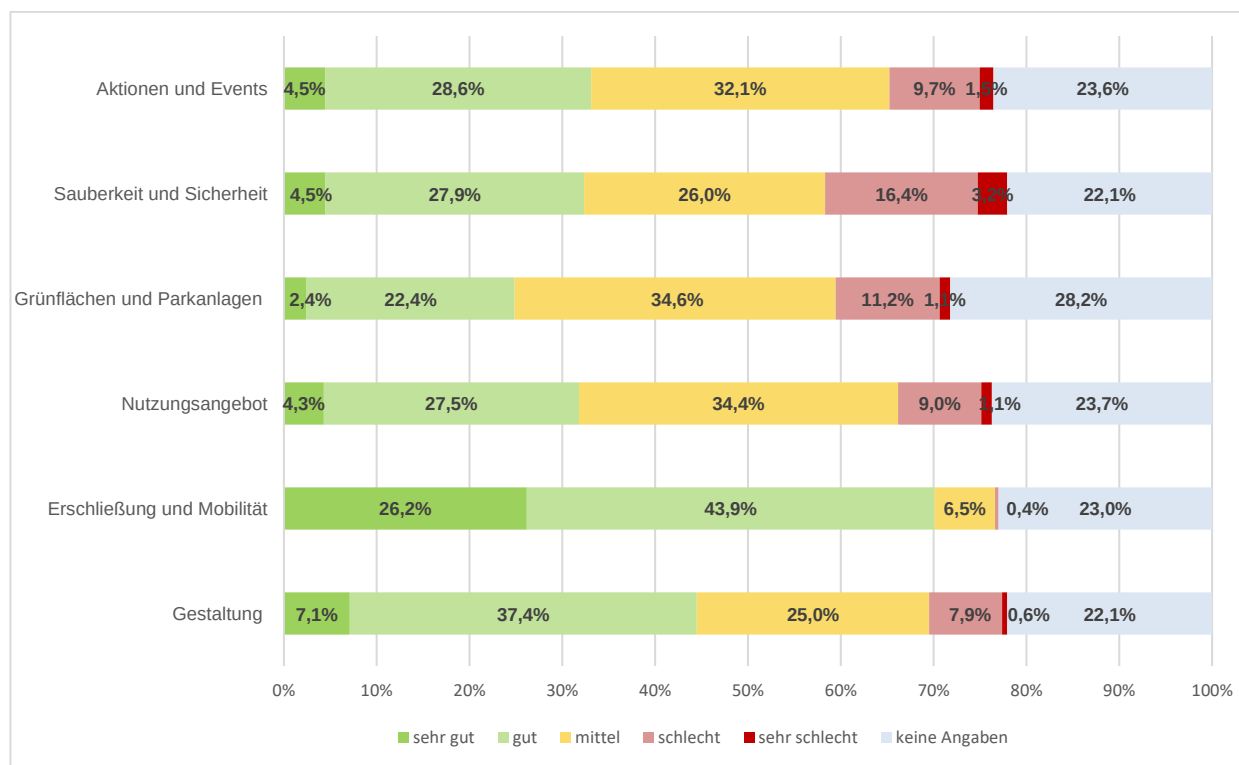
Beurteilung der räumlichen Qualität anhand ausgewählter Faktoren (vgl. Abb. 15)

Die räumlichen Qualitäten des Lausitzer Platzes wurden in den Kategorien (Nutzungsangebot, Gestaltung, Aktionen und Events, Erschließung und Mobilität, Grünflächen und Parkanlagen, Sauberkeit und Sicherheit) von den meisten Teilnehmenden überwiegend als gut bis mittel bewertet. Die Kategorie Erschließung und Mobilität wurde von über zwei Dritteln der Teilnehmenden als gut bis sehr gut bewertet, wobei lediglich 0,4% sie, als schlecht und 6,5% als mittel einstufen. Ebenfalls gut schnitt die Kategorie Gestaltung ab, mit 44,5% gut bis sehr gut Bewertungen, während nur 8,5% als schlecht bis sehr schlecht bewerteten. Lediglich die Kategorie Sauberkeit und Sicherheit wurde von einem größeren Teil der Teilnehmenden (19,6%) als schlecht bis sehr schlecht eingestuft.

Beurteilung der handelstechnischen Qualität anhand ausgewählter Faktoren (vgl. Abb. 16)

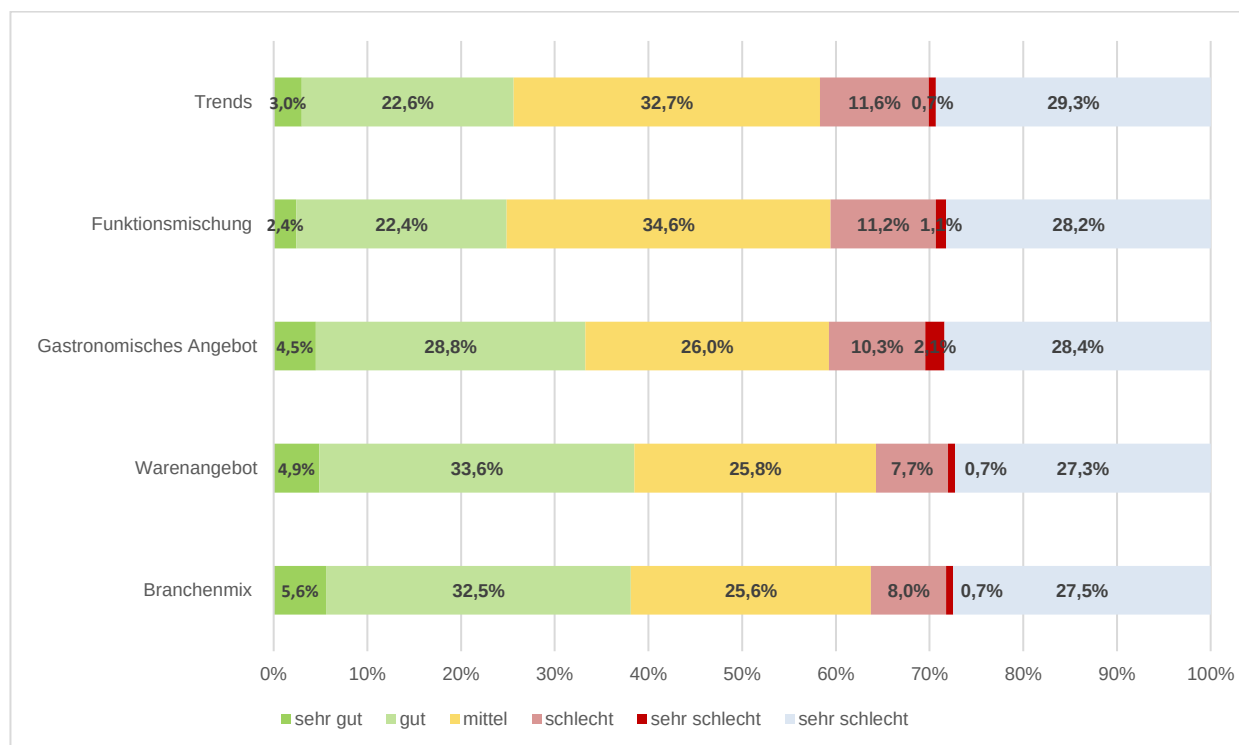
Die handelstechnischen Qualitäten des Lausitz-Centers wurden in den Kategorien (Branchenmix, Warenangebot, Funktionsmischung, gastronomisches Angebot und Trends) von den meisten Teilnehmenden überwiegend als gut bis mittelmäßig beurteilt. Insbesondere das Warenangebot (gut bis sehr gut: 38,5%) und der Branchenmix (gut bis sehr gut: 38,1%) wurden als besonders positiv bewertet und der Anteil an negativen Bewertungen unter 10% liegen. Die Kategorien Trends (gut bis sehr gut: 25,6%), Funktionsmischung (gut bis sehr gut: 24,8%), und gastronomisches Angebot (gut bis sehr gut: 33,3%) weisen zwar über 25% positive Bewertungen auf, zeigen jedoch einen relevanten Anteil an negativen Bewertungen, der in allen drei Kategorien bei knapp über 10% liegt. Hinsichtlich des gastronomischen Angebots ist anzumerken, dass es überwiegend als mittelmäßig bis gut beurteilt wird, wenngleich viele Kommentare auf die Notwendigkeit eines verbesserten Angebots hinweisen.

Abbildung 15: Auswertung der räumlichen Qualitäten des Lausitz Platzes



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Abbildung 16: Auswertung der handelstechnischen Qualitäten des Lausitz Platzes



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer Primäre Wünsche für den Lausitzer Platz

Die primären Wünsche der Teilnehmenden bezüglich des Handelsangebots des Lausitz-Centers umfassten Spielwarenläden, Modegeschäfte, Elektronikläden und Außenraumgastronomie. Hinsichtlich der räumlichen Qualitäten äußerten viele den Wunsch nach einer Aktivierung der ungenutzten Flächen, einer Erhöhung der Sauberkeit und Sicherheit sowie der Schaffung von Kultur- und Freizeitangeboten und mehr Grünflächen.

Abbildung 17: Zusammenfassung der Bewertungen des Lausitzer Platzes

POSITIV	NEGATIV	CHANCEN
Die Lausitz-Center als Shopping-Center bietet „bummel“ Qualität. Insbesondere im Vergleich zu den anderen Standorten.	Die Sauberkeit und Sicherheit auf dem Lausitzer Platz wird als mittelmäßig bis schlecht bewertet aufgrund des Publikums (Alkoholiker, Jugendliche, etc.).	Die Belebung des Platzes durch Außengastronomie, insbesondere auch außerhalb der Öffnungszeiten des Centers, kann sich gleichzeitig auch positiv auf die Sicherheit auswirken.
Das Lausitz -Center mit seiner Vielzahl an Geschäften, verfügt über das beste Warenangebot, den besten Branchenmix und die besten Trendangebote aller Standorte in Hoyerswerda.	Das gastronomische Angebot wird als mittelmäßig bewertet.	Aktivierung der ungenutzten Flächen für weiteren Einzelhandel oder als öffentlichen Raum für Kultur und Freizeit.
Die Erschließung und Mobilität wird als besonderes gut bewertet.	Die Grünflächen und Parkanlagen um das Center werden ebenfalls als mittelmäßig bewertet.	Qualifizierung der Grünanlagen und Verschattung des Lausitzer Platzes durch neue Bäume.
	Der Leerstand und die ungenutzten Flächen werden bedauert.	

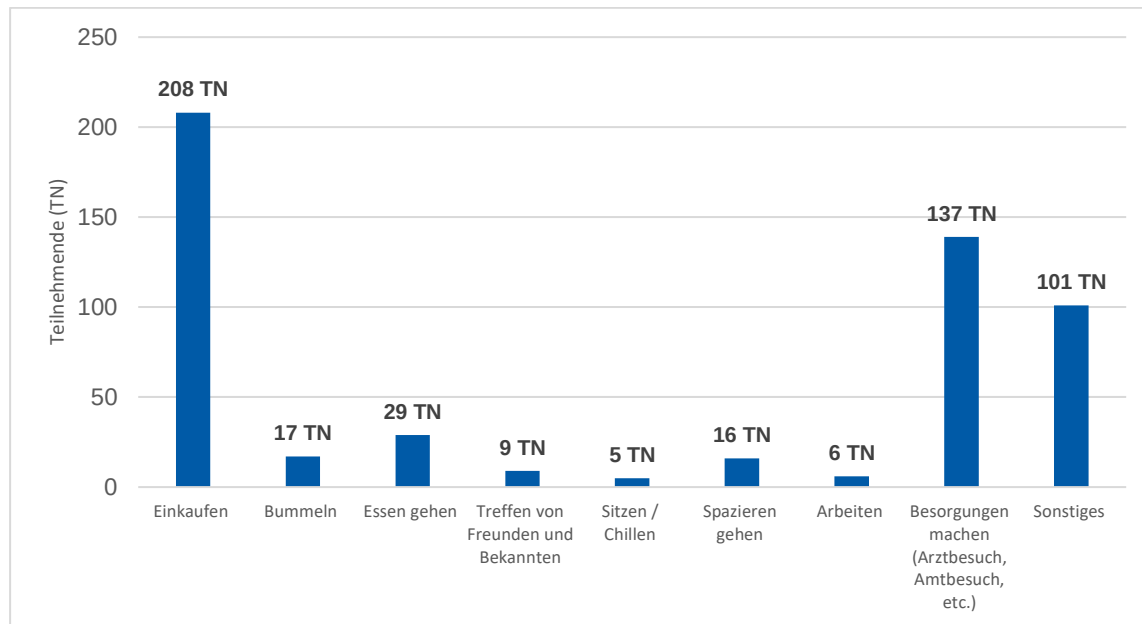
Quelle: Drees & Sommer

3.1.5. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes – Lipezker Platz

Der Lipezker Platz und der Treff 8 wird von der Mehrheit der Teilnehmenden selten bis nie frequentiert. Lediglich 15,4% der Teilnehmenden (45 Personen) besuchen den Treff 8 täglich bis einmal pro Woche. Das geringe Interesse am Treff 8 wird auch dadurch deutlich, dass zwischen rund 30% bis 40% der Teilnehmenden keine Angaben zum Standort gemacht haben, was die geringste Beteiligungsrate bei einem räumlichen Schwerpunkt in der Umfrage darstellt.

Darüber hinaus kamen insgesamt nur 525 Antworten zu Aktivitäten zusammen. Dies entspricht weniger als der Hälfte der Antworten, die für die Altstadt aufgezählt wurden. Die aufgelisteten Aktivitäten beschränken sich primär auf Einkaufen, Besorgungen machen (z.B. Arztbesuche). Sie korrelieren mit der kurzen Aufenthaltsdauer der meisten Teilnehmenden, die weniger als 30 Minuten beträgt, und lässt darauf schließen, dass der Treff 8 von den meisten Teilnehmenden primär als reiner Einkaufsstandort wahrgenommen wird. Damit unterscheidet sich der Standort deutlich von der Altstadt und Neustadt, die über weitreichendere Nutzungsfunktionen verfügen.

Abbildung 18: Ausgewählte Aktivitäten am Lipezker Platz



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigene Darstellung Drees & Sommer

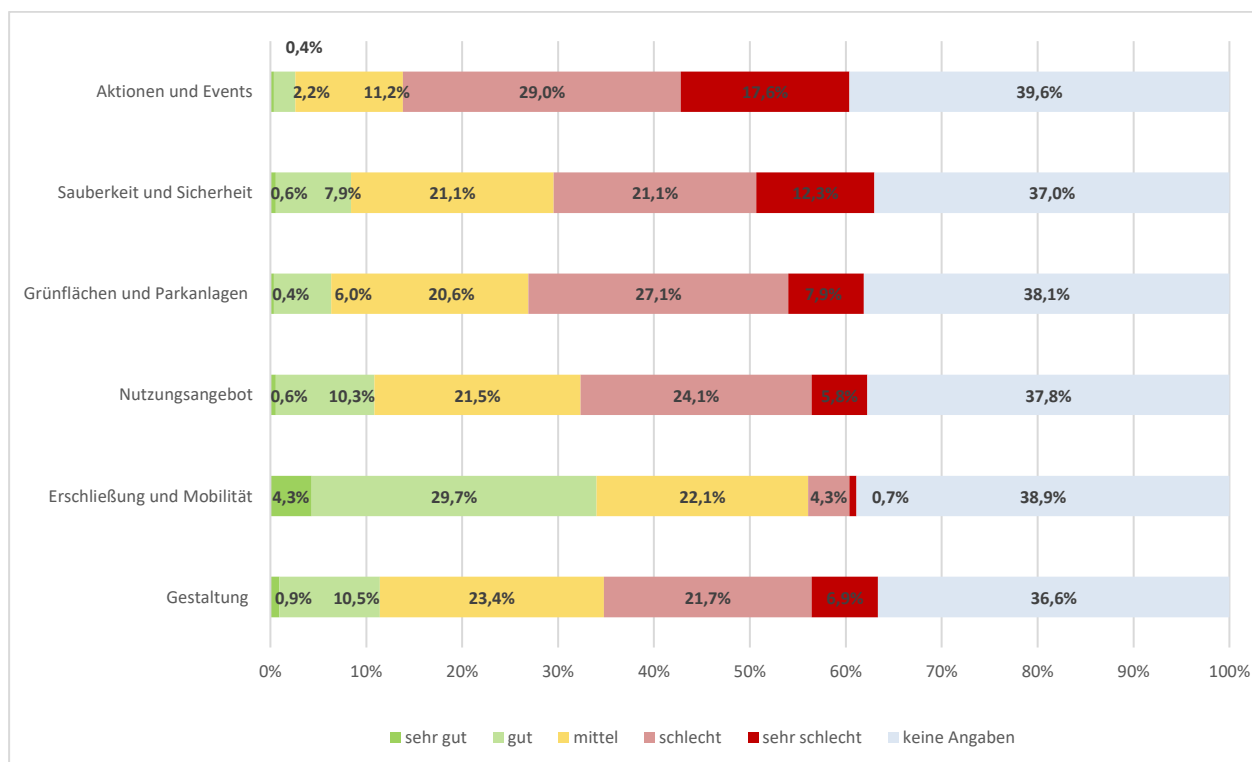
Beurteilung der räumlichen Qualität anhand ausgewählter Faktoren (vgl. Abb. 19)

Die räumlichen Qualitäten des Treff 8 wurden in den Kategorien (Nutzungsangebot, Gestaltung, Aktionen und Events, Erschließung und Mobilität, Grünflächen und Parkanlagen, Sauberkeit und Sicherheit) von den meisten Teilnehmenden als mittel bis schlecht wahrgenommen. Zusätzlich lag die Nichtbeteiligungsrate zwischen 37,0% und 44,0%. Besonders schlecht schnitten die Kategorien Sauberkeit und Sicherheit, Aktionen und Events sowie Grünflächen und Parkanlagen ab. Die Kategorie Aktionen und Events wurde mit Abstand am schlechtesten beurteilt: 46,6% der Teilnehmenden stuften sie als schlecht bis sehr schlecht ein, während lediglich 13,6% sie als sehr gut, gut oder mittel bewerteten. Mehr als ein Drittel der Teilnehmenden schätzte die Kategorien Grünflächen und Parkanlagen (schlecht bis sehr schlecht: 35,0%) sowie Sauberkeit und Sicherheit (schlecht bis sehr schlecht: 33,4%) als schlecht bis sehr schlecht ein. Die Erschließung wurde als einzige Kategorie überwiegend positiv wahrgenommen, insgesamt 34% bewerteten sie als gut bis sehr gut, und lediglich 5,0% als schlecht bis sehr schlecht.

Beurteilung der handelstechnischen Qualität anhand ausgewählter Faktoren (vgl. Abb. 20)

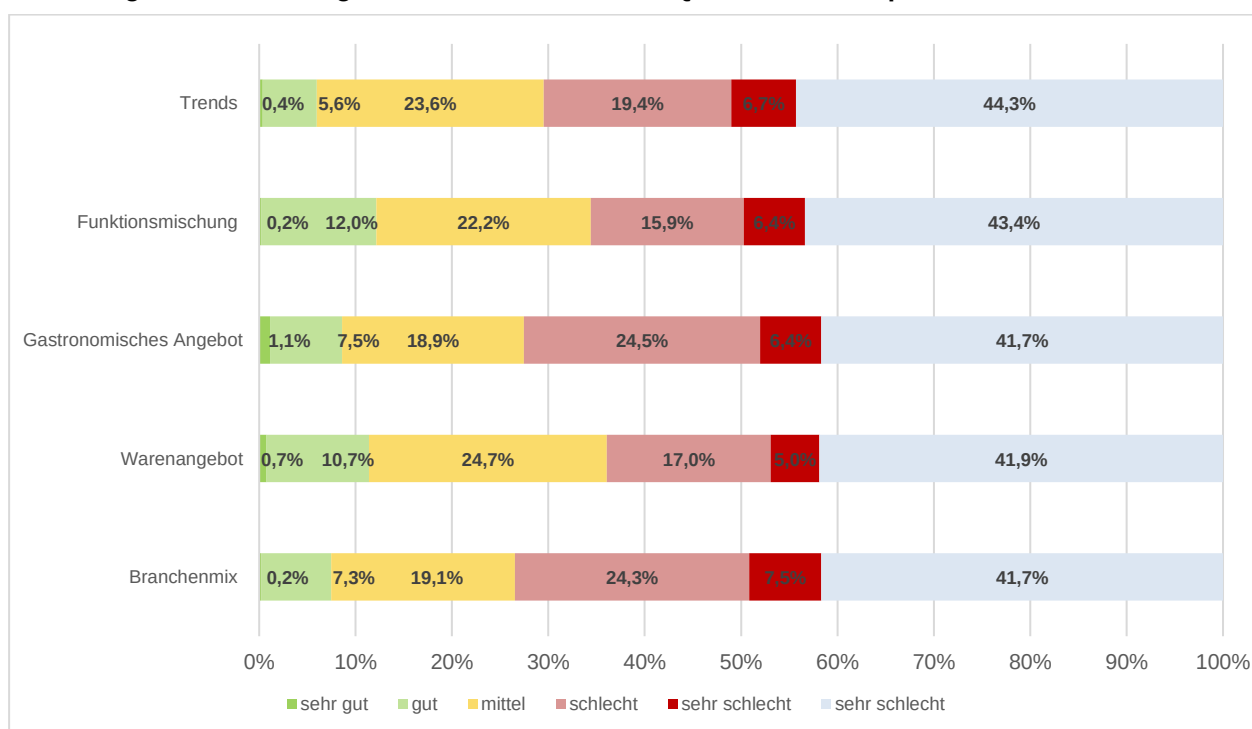
Die handelstechnischen Qualitäten wurden in den Kategorien (Branchenmix, Warenangebot, Funktionsmischung, gastronomisches Angebot und Trends) von den meisten Teilnehmenden ebenfalls als mittel bis schlecht wahrgenommen. In den Kategorien Branchenmix (schlecht bis sehr schlecht: 31,8%) und gastronomisches Angebot (schlecht bis sehr schlecht: 30,9%) lag der Anteil der Teilnehmenden, die diese als schlecht bis sehr schlecht einstufen, bei über 30%. Der Anteil der negativen Bewertungen lag bei den Kategorien Warenangebot (schlecht bis sehr schlecht: 22,1%), Trends (schlecht bis sehr schlecht: 26,2%) und Funktionsmischung (schlecht bis sehr schlecht: 22,3%) unter 30%, jedoch immer noch zwischen 20,0% und 26,0%.

Abbildung 19: Auswertung der räumlichen Qualitäten des Lipezker Platzes



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Abbildung 20: Auswertung der handelstechnischen Qualitäten des Lipezker Platzes



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Primäre Wünsche für den Lipezker Platz

Die primären Wünsche der Teilnehmenden bezüglich des Handelsangebots des Treff 8 umfassten ein breites Warenangebot, hochwertigere Geschäfte, ein vielfältiges Warenangebot sowie Modegeschäfte.

Hinsichtlich der räumlichen Qualitäten äußerten viele den Wunsch nach einer Erhöhung der Sauberkeit und Sicherheit, einer Modernisierung und Wiederbelebung des Zentrums, einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität und einer Aufwertung des Gebietes.

Abbildung 21: Zusammenfassung der Bewertungen des Lipezker Platzes

POSITIV	NEGATIV	CHANCEN
Der Treff 8 zeichnet sich als Quartierszentrum aus, das als Nahversorgungszentrum fungiert.	Die meisten Teilnehmer:innen besuchen das Treff 8 selten bis nie und bewerten es als einen der unbeliebtesten Handelsstandorte in Hoyerswerda.	Modernisierung / Wiederbelebung des Treff 8s.
Die Erschließung und die Mobilität des Treff 8 sind positiv.	Die Sauberkeit und Sicherheit des Treff 8 wird als mittel bis schlecht bewertet. Insbesondere das Publikum (Alkoholiker, Jugendliche, etc.) empfinden vielen Teilnehmer:innen als unangenehm.	Aufwertung der Aufenthaltsqualität durch eine Aktivierung des Außenraumes (Sitzgelegenheiten, Außenraumgastronomie, etc.).
	Der Treff 8 wird von den meisten als unattraktiv und mit unattraktiven Handelsangebot wahrgenommen.	Verbindung zum Klinikum stärken, um neue Besucher anzulocken.

Quelle: Drees & Sommer

3.1.6. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - „Neue Kühnichter Heide“

Ein Großteil der Teilnehmenden (75,7%, 405 TN) hat von dem Vorhaben in der „Neue Kühnichter Heide“ gehört und sich im bisherigen Verlauf der öffentlichen Meinungsbildung und Diskussion auch eine eigene Meinung gebildet. Hinsichtlich der Umsetzung des Vorhabens sind sich die Teilnehmenden jedoch uneinig: 26,7% (143 TN) stehen dem Vorhaben positiv gegenüber, weitere 6,4% (34 TN) nehmen eine neutrale Haltung ein und 42,8% (229 TN) äußerten sich kritisch. Die übrigen Teilnehmenden (24,1%, 129 TN) machten keine Angaben zu dieser Fragestellung. Damit steht eine relative Mehrheit dem Vorhaben tendenziell kritisch gegenüber. Die häufigsten Argumente der Kritikerinnen und Kritiker besagen, dass Hoyerswerda bereits über ausreichend Einkaufsmöglichkeiten verfügt. Sie vertreten die Ansicht, dass es sinnvoller wäre, die bestehenden Zentren zu stärken, anstatt neue Konkurrenz zu schaffen, da die Kaufkraft nicht ausreiche. Zudem werden die ungünstige Verkehrsanbindung und die Lage des Projekts kritisch bewertet. Die Befürworterinnen und Befürworter hingegen sehen in der Entwicklung eine Chance zur Schaffung von Wohnraum, insbesondere für junge Menschen. Darüber hinaus könnten neue Einkaufsmöglichkeiten das Einzelhandelsangebot Hoyerswerdas diversifizieren und ergänzen.

Abbildung 22: Begründung der Kritikerinnen und Kritiker des Entwicklungsvorhabens



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigene Darstellung Drees & Sommer

Abbildung 23: Begründung der Befürworterinnen und Befürworter des Entwicklungsvorhabens



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigene Darstellung Drees & Sommer

Potenzielle Veränderung des Kaufverhaltens

Hinsichtlich des Kaufverhalten gaben mehr als doppelt so viele (51,2%, 274 TN) der Teilnehmenden an, ihr Kaufverhalten nicht zu verändern, sollte die „Neue Kühnichter Heide“ entwickelt werden. Fast ein Viertel der Teilnehmenden (24,5%, 131 TN) beabsichtigen dagegen, ihr Kaufverhalten zu verändern. Diese potenziellen Kunden stehen dem Vorhaben überwiegend positiv gegenüber, wobei auch vereinzelt Kritiker des Vorhabens ihr Kaufverhalten ändern würden. Die potenziellen Kunden wohnen überwiegend in der Neustadt (42,7%, 56 TN).

Abbildung 24: Zusammenfassung der Bewertung der „Neuen Kühnichter Heide“

PRO	CONTRA	IDEEN / WÜNSCHE
Durch die Bebauung kann neuer Wohnraum geschaffen werden.	Hoyerswerda verfügt bereits über ausreichend Handelsangebote. Die Kaufkraft für weitere Handelsangebote ist nicht vorhanden.	Erhalt / Entwicklung von Grünflächen in Kombination mit Freizeitmöglichkeiten.
Durch die Entwicklung können neue Einkaufsmöglichkeiten und ein vielfältiges Handelsangebot in Hoyerswerda geschaffen werden.	Die Entwicklung stellt eine Gefahr für andere Standorte dar. Priorität sollte es sein andere Zentren zu stärken.	Schaffung von einer Nahversorgung in Kombination mit kleinteiligem Einzelhandel und gastronomischen Angeboten.
Die Bebauung hat das Potenzial, neue Bewohner:innen anzuziehen und Arbeitsplätze zu schaffen, wodurch die Belebung der Stadt gefördert wird.	Der Standort ist ungünstig am Stadtrand gelegen.	Viele der Befürworter wünschen sich eine Wohnbebauung der Kühnichter Heide.
Die derzeit ungenutzte Brachfläche wird funktional aufgewertet, wodurch die Lage und das Umfeld verbessert werden können.	Die Entwicklung entspricht nicht den Prinzipien einer nachhaltigen Stadtentwicklung, da sie Grünflächen versiegelt.	

Quelle: Drees & Sommer

3.1.7. Auswertung des räumlichen Schwerpunktes - Bahnhofsumfeld

Das Bahnhofsumfeld wird von den meisten Teilnehmenden selten besucht; lediglich 17,2% (92 TN) besuchen das Gebiet täglich bis einmal pro Woche. Dies korreliert mit der Tatsache, dass der ÖPNV als unbeliebtes Verkehrsmittel für Besorgungen gilt und der Bahnhof nach Aussagen der Teilnehmenden nur wenige Funktionen bietet. Dementsprechend ist die Aufenthaltsdauer am Bahnhof sehr kurz, meist weniger als 30 Minuten, da die hauptsächlichen Aktivitäten sich auf klassisches Umsteigen und Ankommen ohne Aufenthaltsqualität beschränken.

Die Aufenthaltsqualität des Bahnhofs wurde überwiegend negativ bewertet: 23,6 % (126 Personen) bewerten das Umfeld als schlecht und 10,7 % (57 Personen) sogar als sehr schlecht. Nur knapp über 5% der Teilnehmenden (5,6%, 31 TN) bewerten es als gut. Daher haben viele Teilnehmende geäußert, dass sie sich eine ansprechendere Gestaltung des öffentlichen Raumes, bessere Warteräume sowie die Sanierung und Aktivierung des Bahnhofsgebäudes wünschen. Insgesamt sprachen sich 45,2% (242 TN) für die Ansiedlung von Handelsangeboten am Bahnhof aus und lediglich 10,3% (55 TN) sprachen sich dagegen aus. Für die Teilnehmenden lag der Fokus auf kleinteiligen Geschäften wie gastronomischen Angeboten, Kiosken, Bäckereien oder Cafés.

Abbildung 25: Zusammenfassung der Bewertungen des Bahnhofsumfeldes

HAUPTAUSSAGEN	CHANCEN
Das Bahnhofsumfeld wird von den meisten Teilnehmenden selten bis nie besucht.	Aufwertung der Aufenthaltsqualität der Reisenden durch das Ansiedeln von kleinteiligem Einzelhandel / gastronomisches Angebot (Kiosk, Café, etc.)
Die Aufenthaltsqualität des Bahnhofsumfeldes wird überwiegend als schlecht wahrgenommen. Zudem gibt es wenig bis keine Nutzungsfunktionen.	
Die meisten Teilnehmenden wünschen sich ein Handelsangebot am Bahnhof.	

Quelle: Drees & Sommer

3.2. Vor-Ort Beteiligung

Die Vor-Ort Beteiligung fand am Samstag, dem 02.11.2024 von 7:30 Uhr – 12.30 Uhr auf dem Lausitzer Platz in Hoyerswerda statt. Insgesamt haben sich ungefähr 60 Bürgerinnen und Bürger beteiligt und intensiv zu den Zentren und Einzelhandelsstandorten in Hoyerswerda gesprochen. Die Teilnehmenden waren überwiegend in Hoyerswerda wohnhaft. Jedoch kamen auch einzelne Bürgerinnen und Bürger aus dem näheren Umkreis darunter: Ruhland, Kamenz und Bernsdorf.

Die thematischen Schwerpunkte lagen vor allem auf dem Lausitz-Center, was durch die Positionierung des Marktstandes am Lausitzer Platz vermutlich zu einer leichten Verzerrung geführt hat. Weitere Fokusthemen lagen auf der allgemeinen Situation des Einzelhandels sowie den Standorten Altstadt, Treff 8 und der Planung „Neue Kühnichter Heide“.

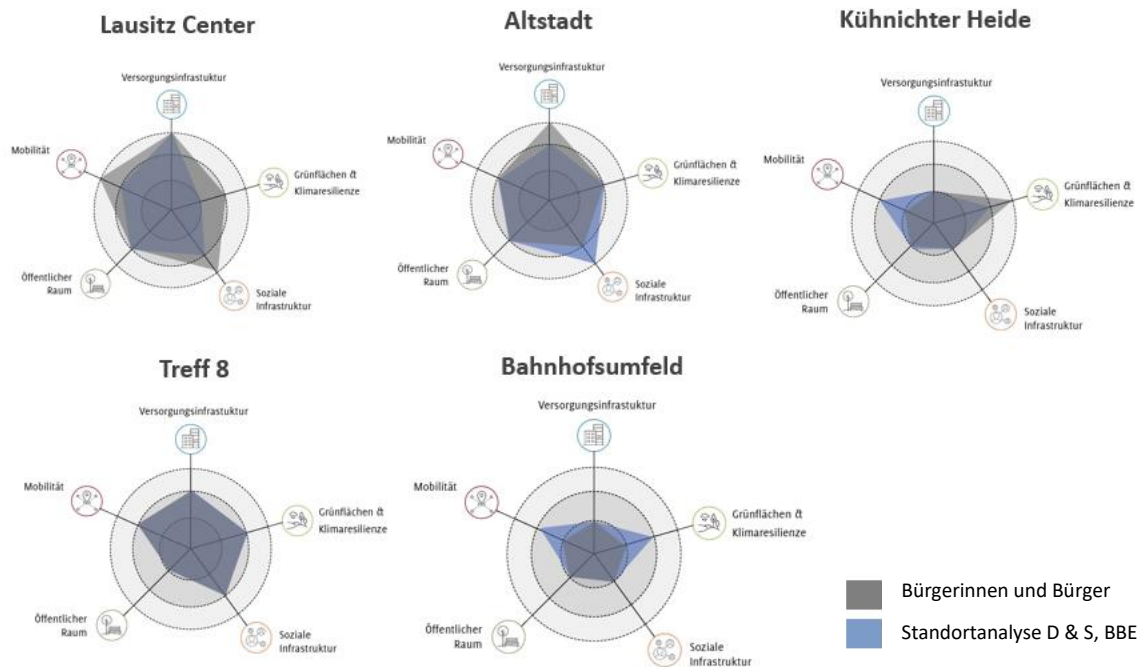
Im Rahmen der Vor-Ort-Beteiligung konnten die Teilnehmenden die räumlichen Schwerpunkte (Altstadt, Treff 8, „Neue Kühnichter Heide“, Lausitz-Center, Bahnhofsumfeld) anhand unserer städtebaulichen Kategorien (Versorgungsinfrastruktur, Grünflächen und Klimaresilienz, soziale Infrastruktur, öffentlicher Raum und Mobilität) bewerten. Zudem hatten sie die Möglichkeit, ihre Wünsche, Kritik und Ideen direkt zu äußern, was zu 85 verschiedenen Aussagen führte.

Die Altstadt und das Lausitz-Center erhielten in allen Kategorien überwiegend mittel bis gute Bewertungen, jedoch wurde die fehlende Vitalität und die zunehmende Reduzierung des lokalen Angebots beklagt. Das Bahnhofsumfeld wurde in allen Kategorien überwiegend kritisch bewertet. Dies betrifft insbesondere die fehlenden Einzelhandels- und Nutzungsangebote sowie die mangelhaften freiräumliche Qualitäten. Das Treff 8 wurde als schlecht bis mittel eingestuft. Diese Einschätzungen korrespondieren in den meisten Kategorien mit den Ergebnissen der städtebaulichen Analyse.

In Bezug auf die allgemeine Einzelhandelssituation bemängelten die Teilnehmenden die unzureichende Sauberkeit und Sicherheit, das begrenzte gastronomische Angebot sowie die eingeschränkte Auswahl an hochwertigeren Waren in den Einzelhandelsgeschäften. Zudem wurde der Wunsch geäußert, neue Orte und Treffpunkte für den sozialen Austausch zu schaffen. Darüber hinaus äußerten viele ältere Teilnehmende den Wunsch nach einem Ausbau der Fußverkehrsinfrastruktur, insbesondere im Hinblick auf die Barrierefreiheit.

Das Entwicklungsvorhaben „Neue Kühnichter Heide“ wurde zwiespältig aufgenommen: Einerseits sah man es als Chance für neue Angebote, andererseits gab es Bedenken hinsichtlich der Kaufkraft und der bestehenden guten Angebotsabdeckung.

Abbildung 26: Abgleich der Bewertung im Rahmen der Vor-Ort-Beteiligung mit der städtebaulichen Analyse



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

Abbildung 27: Impressionen von der Vor-Ort Beteiligung



Quelle: Auswertung Online-Umfrage, eigne Darstellung Drees & Sommer

4. Allgemeine Trends in der Einzelhandelsentwicklung

Einzelhandel wächst vor allem aufgrund des Onlinezuwachses

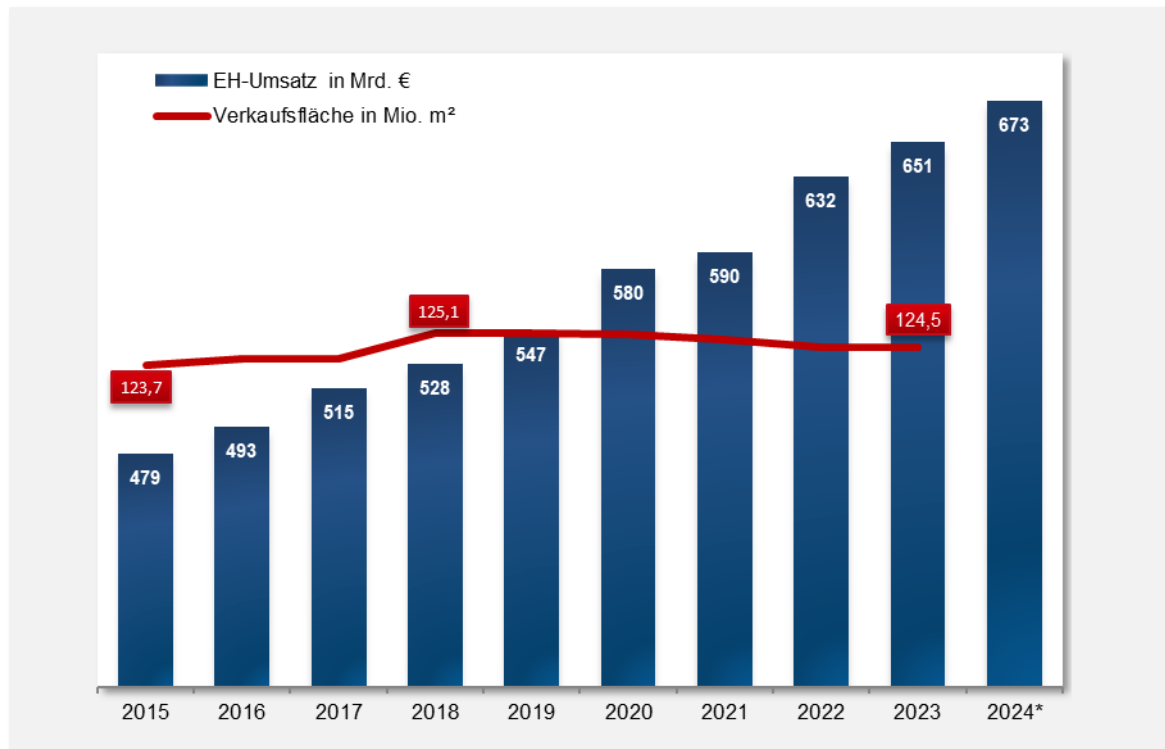
Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den privaten Konsumausgaben liegt mit Ausnahme der Pandemiejahre seit 10 Jahren konstant bei ca. 31%.

Der stationäre Einzelhandel verfügt über rund 124,5 Mio. m² Verkaufsfläche (vgl. Abbildung 28).

Somit steht jedem Einwohner Deutschlands im Durchschnitt etwa 1,5 m² Verkaufsfläche zur Verfügung. Im internationalen Vergleich nimmt Deutschland damit einen Spitzenrang ein. Gleichwohl geht die Verkaufsfläche inzwischen infolge des steigenden Online-Anteils leicht zurück.

Der Einzelhandelsumsatz ist seit 2015 nominal um ca. 40% angestiegen. Aufgrund der Preissteigerungen insbesondere der letzten drei Jahre entspricht das real einer Steigerung um etwa 12%. Der Onlineumsatz hat sich nach dem pandemiebedingten sprunghaften Anstieg in 2020/21 bei gut 85 Mio. € (ca. 13% des Gesamtumsatzes) eingependelt.

Abbildung 28: Entwicklung von Umsatz und Verkaufsfläche im deutschen Einzelhandel 2015-2024



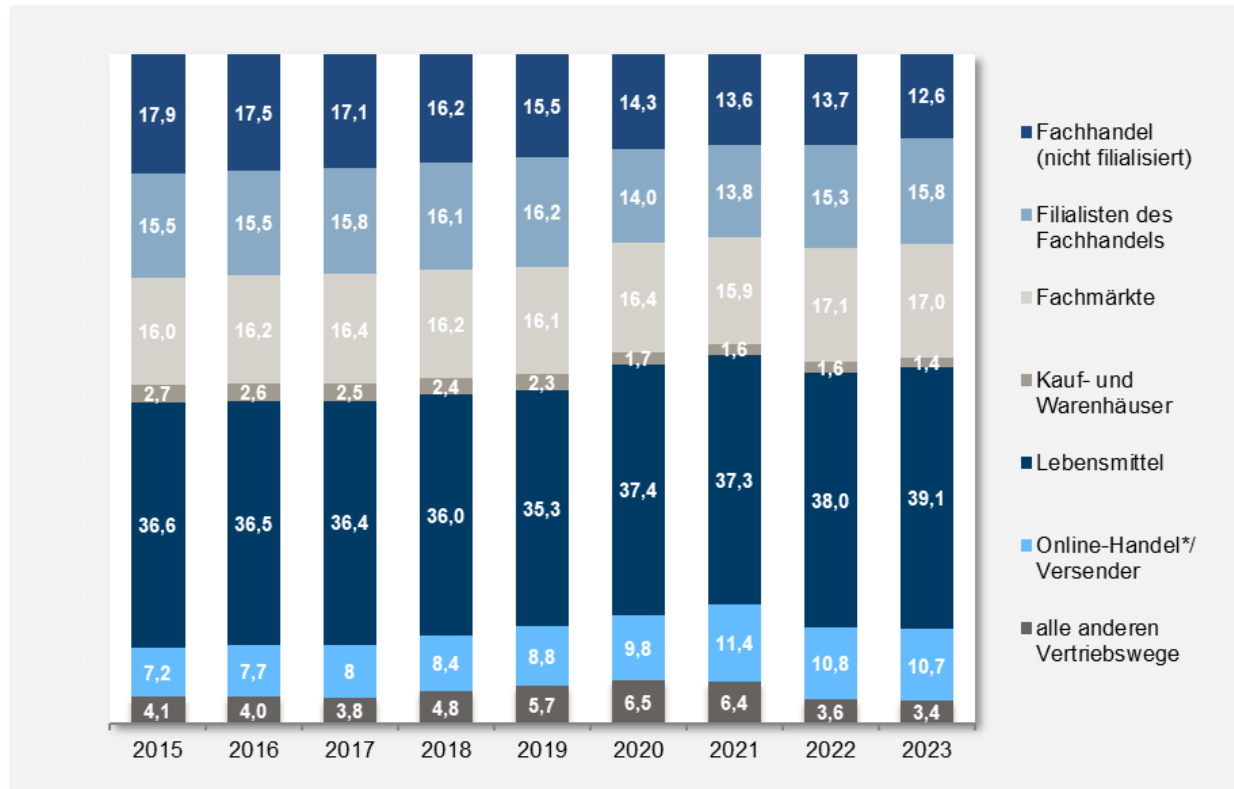
Quelle: HDE-Daten (Einzelhandel im engeren Sinne: institutioneller Einzelhandel inkl. Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel, Umsatz netto; *Prognose)

Der Fachhandel gerät verstärkt unter Druck – strukturelle Veränderungen zeigen sich in den Verschiebungen der Vertriebsformate

Neben den Branchenkonjunkturen und dem Einkaufsverhalten ändern sich auch zunehmend die Formatstrukturen. Die bereits seit Mitte der 1990er Jahre erkennbaren Tendenzen setzen sich nun verstärkt fort. Bei den traditionellen Formaten wird deutlich, in welchem Maße diese unter Druck stehen. Verlierer sind insbesondere der kleinbetriebliche Fachhandel sowie Kauf- und Warenhäuser. Gewinner sind dagegen

der institutionelle Onlinehandel („reine Online-Händler“), der Lebensmitteleinzelhandel und Nonfood-Fachmärkte.

Abbildung 29: Marktanteile der Handelsformate am Einzelhandelsumsatz 2015-2023



* nur institutioneller Onlinehandel
Quelle: HDE-Daten (ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoffe)

Megatrends führen zu einer stärkeren Ausdifferenzierung der Nachfrageseite

Die Gesellschaft unterliegt komplexen, langfristigen Wandlungsprozessen mit weitreichenden Auswirkungen. Dabei beeinflussen sich diese häufig als Megatrends bezeichneten Entwicklungen gegenseitig und verstärken einander wechselseitig in ihrer Wirkung.⁸

Dementsprechend ändert sich auch das Einkaufsverhalten in starkem Maße. So ist eine wachsende Diversität hinsichtlich der Lebensstile und individuellen Konsumpräferenzen zu verzeichnen. Das Preisbewusstsein der Konsumenten bleibt hoch, wenngleich auch eine starke Ausgabebereitschaft für Markenprodukte zu verzeichnen ist. Die innovativen Technologien eröffnen neue Möglichkeiten, den Komfort der Verbraucher zu erhöhen, dem Fachkräftemangel zu begegnen und ländliche Räume besser zu erschließen. Darüber hinaus setzt sich stärker der Fokus auf nachhaltigen Konsum durch. Die Hälfte der Verbraucher hält Nachhaltigkeit, Umweltverantwortung und Recycling für sehr wichtig, ein Drittel verzichtet auf den Kauf bei Marken mit Nachhaltigkeitsbedenken.

Für den Handel erwachsen daraus die Aufgaben der Kundenzentrierung, also den Kunden in den Mittelpunkt zu rücken, eine noch stärkere Vernetzung aller Vertriebskanäle durch neuen Technologieeinsatz und der Nachweis der Nachhaltigkeit der Produkte.

⁸ Aktuelle Megatrends sind u.a. Urbanisierung, New Work, Neo-Ökologie, Konnektivität. Vgl. u.a. <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrends>

Trading-up im Lebensmitteleinzelhandel

Vor diesem Hintergrund haben auch die Lebensmittel-Supermärkte und -Discounter kontinuierlich ihr Angebot und auch ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment der Discounter ist breiter und tiefer geworden; vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf bei gleichzeitig neuen In-Store-Konzepten einher. Wohlfühlatmosphäre und damit „soziale“ Nähe wird zum Erfolgsfaktor. Beim sog. One-Stop-Shopping spielt weiterhin zunehmend Aufenthaltsqualität durch Kombination von Gastronomie, etwa Bäckerei mit Café, eine bedeutende Rolle.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neusten Generation in der Regel über mindestens 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Vollsortimentern sind heute 1.500 bis 3.000 m² Verkaufsfläche üblich.

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf pro Filiale geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Bislang war der Markenkern der Supermärkte das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten.

Das Trading-up im Lebensmitteleinzelhandel hat jetzt dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z.B. an Bio-, Frisch- und Markenwaren erwarten. Bei den Discountmärkten steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, sodass z.B. mit dem Ausbau des Angebots von Markenartikeln auch der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt. Die Profilierungsmaßnahmen haben sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

Kunden sind jedoch nicht nur auf Supermärkte oder Discounter fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Anbieter wie der Fachhandel, Wochenmarkt, Hof-Verkauf, Convenience- oder Online-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufsgewohnheiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

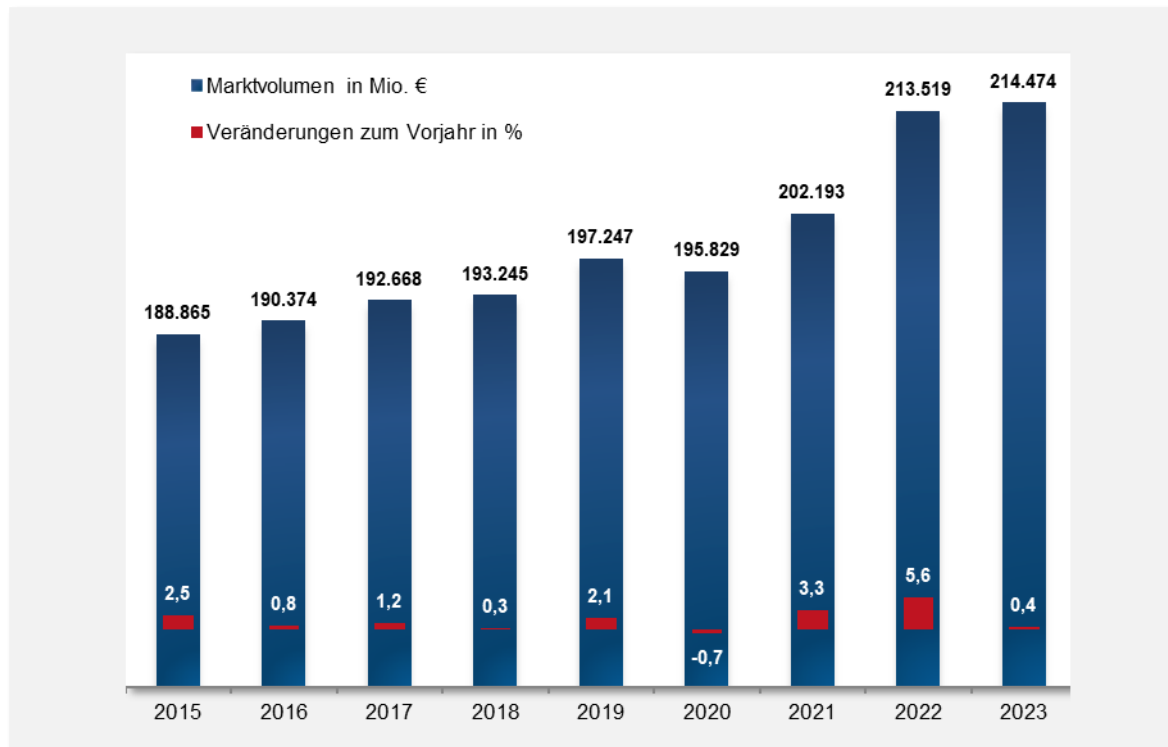
Innenstadteinzelhandel vor großen Herausforderungen

Der innenstadtypische Fachhandel verliert seit Jahren kontinuierlich Betriebe (im Zeitraum 2010 – 2023 ca. 41.000 Betriebe).⁹ Auch wenn die Umsätze in vielen Sortimentsbereichen nach der Pandemie wieder gestiegen sind, stellen der steigende Onlineanteil und das veränderte Einkaufsverhalten der Verbraucher große Herausforderungen für klassische Innenstadtkonzepte dar.

Dabei beeinflussen sich Konsumentenverhalten und Einzelhandelsangebot gegenseitig. Wird weniger im stationären Handel gekauft, schließen mehr Geschäfte und die Sortimentsvielfalt wird zumindest reduziert.

⁹ vgl. hierzu IFH Köln/BBE, Branchenbericht Innenstadtsortimente 2024
zu den innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen zählen Bekleidung/Wäsche, Unterhaltungselektronik/Elektrowaren, Freizeit (inkl. Bücher, Spielwaren, Sport und Fahrräder), Drogeriewaren, Wohnaccessoires, Uhren/Schmuck und Papier- und Schreibwaren.

Abbildung 30: Umsatzentwicklung der Innenstadtsortimente 2015-2023



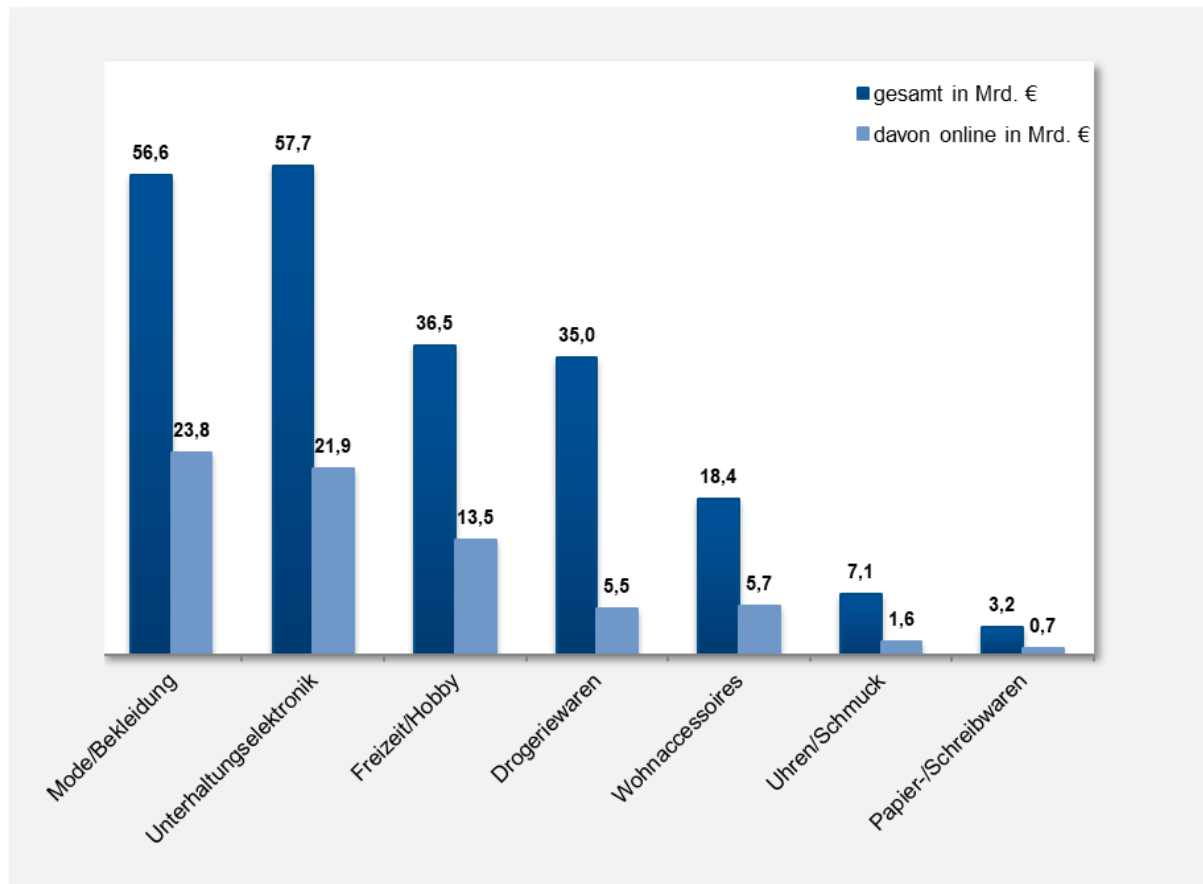
Quelle: IFH Köln 2024

Der Bekleidungseinzelhandel ist mit einem Umsatzanteil von ca. 26% eine der wichtigsten Innenstadtbranchen (ca. 57 Mrd. € Umsatz in Deutschland). Tendenziell hat die Bedeutung des Bekleidungseinzelhandels in den deutschen Innenstädten in den letzten Jahren u.a. zugunsten des Freizeiteinzelhandels (Bücher, Spielwaren, Sport, Fahrräder - aktuell ca. 37 Mrd. € Umsatz) verloren.

Auch der Sortimentsbereich Wohnen (ca. 19 Mrd. €) verliert an Bedeutung in den Innenstädten, während positive innerstädtische Umsatzentwicklungen in den Bereichen Elektro (ca. 58 Mrd. €) und Drogeriewaren (ca. 35 Mrd. €) erzielt werden können.

In den größten Sortimenten Bekleidung und Elektronik ist der Onlineanteil gleichzeitig am höchsten. Insgesamt beläuft sich der Online-Anteil des Marktvolumens der Innenstadtsortimente auf rd. 34%.

Abbildung 31: Umsätze der Innenstadtsortimente



Quelle: IFH Köln/BBE, Branchenbericht Innenstadtsortimente 2024

Möbel, Bau- und Gartenmarkt zwischen Konsumzurückhaltung und Onlinewachstum

Im Zentrum der milliardenschweren Einrichtungsbranche steht der **Möbelmarkt** mit den Kernsortimenten Möbel und Einbauküchen, der jedoch trotz weiter steigender Verbraucherpreise einen deutlichen Umsatzrückgang gegenüber 2022 zu verzeichnen hat (- 6%). Diese Entwicklung wird sich mit einem Umsatzrückgang im Jahr 2024 fortsetzen und auch in den Folgejahren durch Sättigungseffekte nicht verändern.

Auf Gesamtmarktebene sind nur wenige nachhaltige, zukunftsorientierte Wachstumssegmente erkennbar. Hervorzuheben ist lediglich der institutionelle Online-Handel, der weiterwachsen wird, während insbesondere der Küchenfachhandel und die Möbelfilialisten schwächeln.

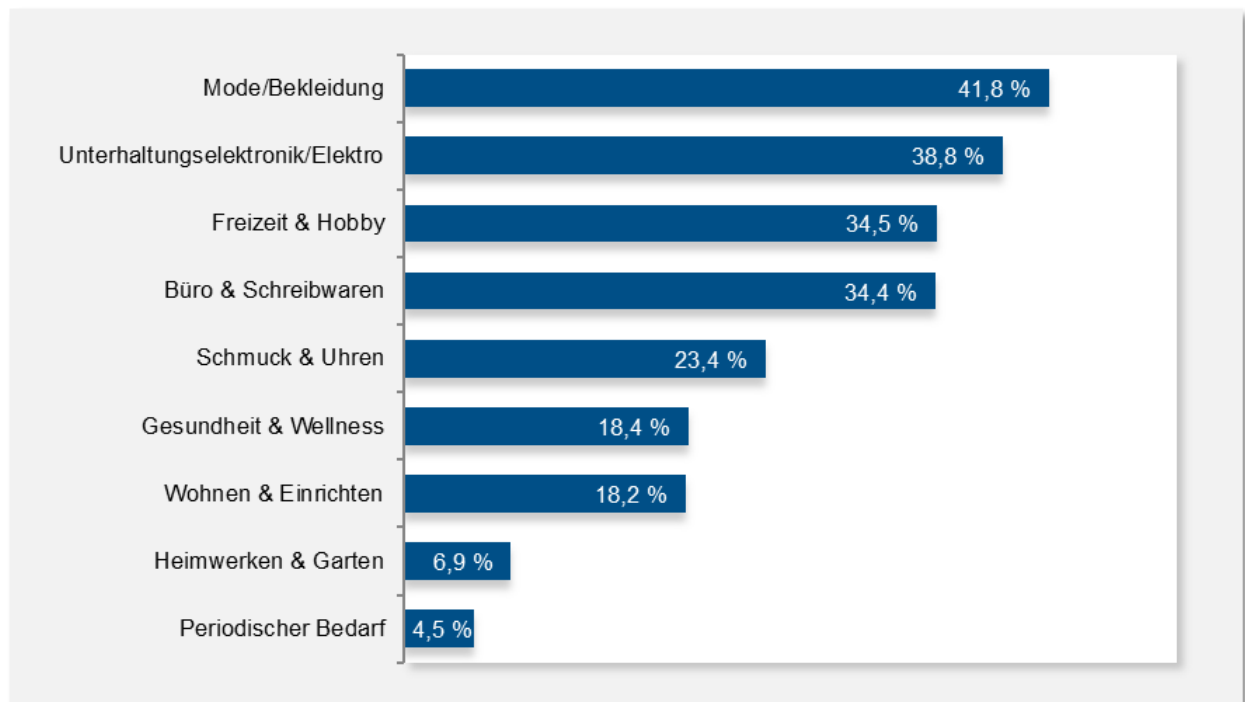
Während der pandemiebedingten Phasen des Lockdowns verzeichnete die **Bau- und Gartenmarktbranche** ein ausgeprägtes Wachstum. Dies war auf eine verstärkte gewerbliche Nachfrage im Wohnungsbau sowie auf erhöhte Ausgaben der Konsumenten für Haus und Garten zurückzuführen. Auch der Onlinehandel verzeichnete hohe Zuwachsraten.

Im Jahr 2023 verzeichnet die Do-it-yourself-Nachfrage in Deutschland erstmals seit vielen Jahren einen nominalen Rückgang um gut 3%. Auch der Gartenmarkt war im gleichen Maße rückläufig. Überdurchschnittliche Rückgänge sind auch für den Online-Handel im Bau- und Garten-Sektor zu verzeichnen (- 5%). Dabei zeigt sich eine leicht stärkere Betroffenheit der reinen Online-Händler, während sich die Umsätze bei Cross-Channel-Anbietern etwas besser behaupten konnten.

Bedeutung des Onlineeinkaufs

Das Kaufkraftpotenzial umfasst auch die Ausgaben der Hoyerswerdaer Bürger im Onlinehandel. Bundesweit weist der Bereich Mode/Bekleidung aktuell bereits einen Onlineanteil von ca. 41,8% auf. Auch bei Elektroartikeln und Unterhaltungselektronik wird mit 38,8% ein hoher Kaufkraftanteil im Onlinehandel ausgegeben. Weitere Branchen mit hohen Onlineanteilen sind Freizeit & Hobby sowie Büro & Schreibwaren, während der periodische Bedarf (Lebensmittel/Drogeriewaren/Heimtierbedarf) mit ca. 4,5% noch eine sehr geringe Onlineorientierung aufweist.

Abbildung 32: Onlineanteil nach Branchen



Quelle: HDE, Online-Monitor 2024

5. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030

5.1. Bevölkerungsentwicklung

Zum Stichtag 30.09.2024 lebten gemäß der Datengrundlage des Statistischen Landesamtes Sachsen insgesamt 31.147 Personen in Hoyerswerda. Die Stadt Hoyerswerda verzeichnete in den Jahren von 2013 bis 2024 einen stetigen Bevölkerungsrückgang um insgesamt 9,2%. Bei den Städten und Gemeinden im Mittelbereich ist ein etwas niedrigerer Rückgang von 7,6% festzustellen, welcher die negative Bevölkerungsentwicklung des Landkreises Bautzen mit 4,3% überschreitet. Diese Entwicklung ist leicht gegenläufig zum Trend des Freistaates Sachsen, welcher im selben Zeitraum ein leichtes Wachstum von 0,8% aufweist, was maßgeblich auf das Wachstum der Oberzentren Leipzig und Dresden zurückzuführen ist.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Hoyerswerda

Bevölkerungs- entwicklung ¹⁾	Hoyerswerda		Gemeinden Mittelbereich		LK Bautzen		Freistaat Sachsen	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
31.12.2013	34.317		32.481		308.350		4.046.385	
31.12.2014	33.825	-1,4	32.185	-0,9	306.570	-0,6	4.055.274	0,2
31.12.2015	33.843	-1,4	31.842	-2,0	306.273	-0,7	4.084.851	1,0
31.12.2016	33.552	-2,2	31.532	-2,9	304.691	-1,2	4.081.783	0,9
31.12.2017	33.116	-3,5	31.385	-3,4	302.634	-1,9	4.081.308	0,9
31.12.2018	32.658	-4,8	31.211	-3,9	300.880	-2,4	4.077.937	0,8
31.12.2019	32.405	-5,6	31.054	-4,4	299.758	-2,8	4.071.971	0,6
31.12.2020	31.790	-7,4	30.732	-5,4	298.010	-3,4	4.056.941	0,3
31.12.2021	31.326	-8,7	30.546	-6,0	296.290	-3,9	4.043.002	-0,1
31.12.2022	31.356	-8,6	30.424	-6,3	297.711	-3,5	4.086.152	1,0
31.12.2023	31.404	-8,5	30.210	-7,0	296.506	-3,8	4.089.467	1,1
30.09.2024	31.147	-9,2	30.025	-7,6	295.107	-4,3	4.079.906	0,8
Prognose 2030								
Variante 1 ²⁾	28.600	-16,7	29.030	-10,6	285.140	-7,5	4.034.430	-0,3
Variante 2 ²⁾	28.400	-17,2	28.860	-11,1	283.360	-8,1	3.994.980	-1,3
Variante 3 ²⁾	28.100	-18,1	28.650	-11,8	280.850	-8,9	3.936.290	-2,7
natürl. Entwicklung ³⁾	28.744	-16,2						
worst case ³⁾	28.990	-15,5						
Stabilität ³⁾	29.825	-13,1						
Strukturwandel ³⁾	30.785	-10,3						

Quellen: 1) Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

2) 8. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2022 bis 2040

3) DSK Bevölkerungsprognose für die Stadt Hoyerswerda 2030

Auch zukünftig ist für die Stadt Hoyerswerda, die Städte und Gemeinden des Mittelbereiches und des Landkreises Bautzen von einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung auszugehen. Grundlage dieser Aussage

bildet die 8. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2022 bis 2040 des Statistischen Landesamtes. Dieser Bevölkerungsprognose liegen drei Annahmeszenarien zu Geburten, Lebenserwartung und Wanderungsgewinnen zugrunde. Diese markieren Grenzen eines Korridors, in dem sich die Bevölkerungszahl voraussichtlich entwickeln wird. Obenstehende Tabelle 1 bildet die Prognosedaten für das Jahr 2030 ab.

Für die Stadt Hoyerswerda wird entsprechend dem bisherigen Trend in Variante 1 ein Bevölkerungsrückgang auf 28.600 Personen, in Variante 2 auf 28.400 Personen und in Variante 3 auf 28.100 Personen prognostiziert, was einem weiteren Rückgang zwischen 8,2% und 9,2% im Vergleich zum Jahr 2024 entspricht. Für die Städte und Gemeinden im Mittelbereich und den Landkreis Bautzen wird mit max. 4,5% und 4,8% ein etwas geringerer Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2030 erwartet.

Die Stadt Hoyerswerda hat durch die beauftragte Firma DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH im Rahmen der Erstellung eines Gesamtstädtischen und regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzeptes (GeREHK) eine eigene kommunale Bevölkerungsprognose anfertigen lassen, welche in vier Szenarien eine differenzierte Betrachtung der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung in Hoyerswerda ermöglicht. Dabei werden neben typische Annahmeszenarien (Geburten, Lebenserwartung und Wanderungsgewinne) ebenso kleinräumige Daten und zukünftige Chancen des Strukturwandels mit in die Betrachtung einbezogen. Demnach weist das Szenario natürliche Entwicklung, indem die zunehmende Überalterung der Stadt deutlich wird, den höchsten Rückgang der Bevölkerung mit ca. 28.740 Personen im Jahr 2030 auf. Das Szenario Strukturwandel beschreibt das optimistischste Szenario mit einem gegenüber dem Jahr 2024 milderem Bevölkerungsverlust von rd. 1,2% auf ca. 30.790 Personen. Dieses Szenario impliziert positive Effekte, die mit dem unumkehrbaren Strukturwandel und den verbundenen Transformationsprozessen einhergehen können.

5.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2024

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2024 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

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

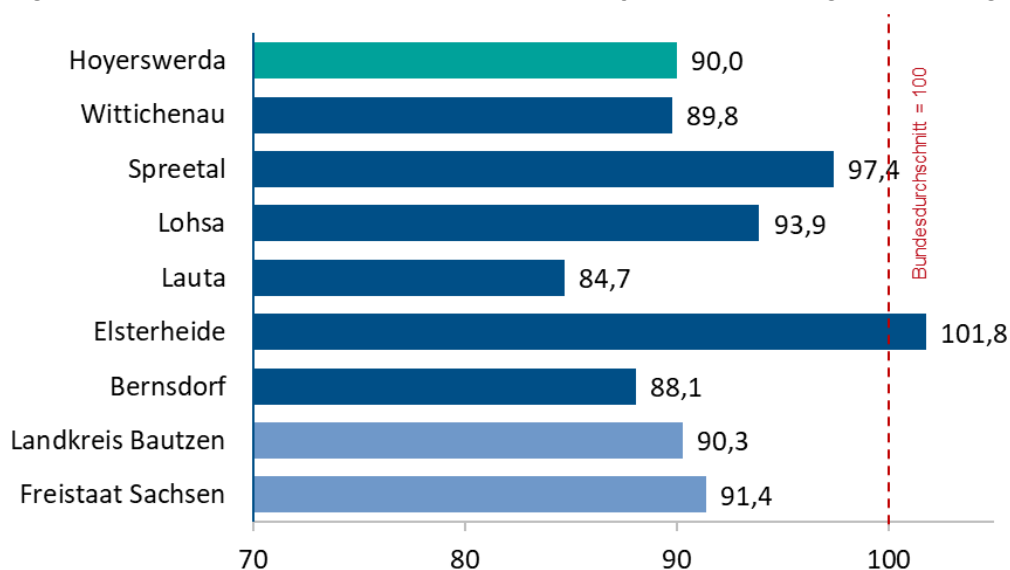
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Hoyerswerda sowie für das gesamte Einzugsgebiet der einzelhandelsrelevanten Nachfrage.

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

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

Für die Stadt Hoyerswerda errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 90, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit rd. 10 Index-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt sowie 1,4 Index-Punkte unter dem Durchschnitt des Freistaats Sachsen. Das Kaufkraftniveau der umliegenden Städte und Gemeinden weist eine größere Streuung zwischen 84,7 (Lauta) und 101,8 (Elsterheide) auf. Allein die Gemeinde Elsterheide erzielt mit 101,8 eine Kaufkraft über dem Bundesdurchschnitt. Die Kaufkraft der Stadt Hoyerswerda entspricht dem regionalen Kaufkraftniveau des Landkreis Bautzen (90,3).

Abbildung 33: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Hoyerswerda im regionalen Vergleich



Quelle: CIMA/BBE/IMB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern

Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 7.658€ pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus betragen die relevanten Verbrauchsausgaben in der Stadt Hoyerswerda 6.895€.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial von ca. 214,74 Mio. € im Stadtgebiet. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 140,1 Mio. € (ca. 65%),
- den mittelfristigen Bedarf 40,82 Mio. € (ca. 19%),
- den langfristigen Bedarf 33,86 Mio. € (ca. 16%).

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Hoyerswerda und weiterführend für das Einzugsgebiet gemäß der Abgrenzung im Abschnitt 2.3, jeweils untergliedert nach Warengruppen.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Hoyerswerda nach Warengruppen 2024

Sortimentsgruppe	Deutschland	Stadt Hoyerswerda		
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftkennziffer in %	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Nachfragepotenzial in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	2.999	95%	2.843	88.560
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	389	91%	355	11.040
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	84	81%	68	2.120
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	1.032	96%	994	30.960
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	99	96%	95	2.950
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	94	96%	90	2.800
Blumen	66	79%	52	1.630
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.763	94%	4.497	140.060
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	546	87%	476	14.820
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	113	85%	96	2.990
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	402	80%	321	10.000
Gartenbedarf / Pflanzen	147	79%	116	3.620
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltsgegenstände	67	87%	58	1.810
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	82	70%	57	1.790
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	264	71%	186	5.790
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.621	81%	1.311	40.820
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	84	91%	77	2.380
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	408	84%	342	10.640
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	164	90%	148	4.610
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	349	83%	289	9.000
Foto / Optik	119	93%	111	3.470
Uhren / Schmuck	86	74%	64	1.980
sonstiger Einzelhandel	64	89%	57	1.780
überwiegend langfristiger Bedarf	1.274	85%	1.087	33.860
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	7.658	90,0%	6.895	214.740
Bevölkerung				31.147

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2024)

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet von Hoyerswerda nach Warengruppen 2024

Sortimentsgruppe	Stadt Hoyerswerda Nachfrage- potenzial in T€	Mittelbereich gesamt Nachfrage- potenzial in T€	erweitertes Einzugsgebiet Nachfrage- potenzial in T€	Einzugsgebiet gesamt Nachfrage- potenzial in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	88.560	83.940	120.940	293.440
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	11.040	10.410	15.170	36.620
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	2.120	2.110	3.100	7.330
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	30.960	28.540	41.250	100.750
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.950	2.760	3.940	9.650
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	2.800	2.620	3.710	9.130
Blumen	1.630	1.900	2.520	6.050
überwiegend kurzfristiger Bedarf	140.060	132.280	190.630	462.970
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	14.820	14.100	20.220	49.140
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.990	2.920	4.080	9.990
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	10.000	11.680	15.440	37.120
Gartenbedarf / Pflanzen	3.620	4.240	5.630	13.490
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltsgegenstände	1.810	1.820	2.560	6.190
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.790	1.990	2.830	6.610
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	5.790	6.380	8.710	20.880
überwiegend mittelfristiger Bedarf	40.820	43.130	59.470	143.420
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	2.380	2.330	3.230	7.940
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	10.640	10.490	14.320	35.450
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	4.610	4.370	6.290	15.270
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	9.000	8.770	12.640	30.410
Foto / Optik	3.470	3.200	4.550	11.220
Uhren / Schmuck	1.980	1.960	2.760	6.700
sonstiger Einzelhandel	1.780	1.730	2.450	5.960
überwiegend langfristiger Bedarf	33.860	32.850	46.240	112.950
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	214.740	208.260	296.340	719.340
Bevölkerung	31.147	30.025	43.176	104.348

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2024)

Das Einzugsgebiet inkl. Hoyerswerda umfasst ein Marktpotenzial von insgesamt rd. 719,3 Mio. €, der Anteil der Stadt Hoyerswerda beträgt rd. 30% und entspricht somit dem Bevölkerungsanteil von 29,8%.

5.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030

Bevölkerungsentwicklung der Stadt Hoyerswerda bis 2030:

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungspgnose an. Wie bereits in Abschnitt 5.1 dargestellt, weist die Stadt Hoyerswerda aktuell ein Bevölkerungspotenzial von 31.147 Personen auf. Gemäß den Prognosen des Statistischen Landesamts als auch der DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH wird ein Rückgang der Bevölkerung bis zum Jahr 2030 erwartet. Die Modellrechnung zur Nachfrageentwicklung greift dabei die Spannweite der DSK-Bevölkerungspgnose für die Stadt Hoyerswerda 2030 auf, verwendet demnach für die optimistische Prognose die Daten des Szenarios Strukturwandel (30.785 Personen), für die mittlere Prognose das Szenario Stabilität (29.825 Personen) und schließlich für eine pessimistische Prognose jene Daten des Szenarios natürliche Entwicklung (28.744 Personen). Neben dem zukünftigen Bevölkerungspotenzial bildet aber auch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben einen wichtigen Indikator für die Nachfrageprognose.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2030:

Jahrelang ist der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität / Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten / Nebenkosten) oder Freizeit zurückgegangen, seit 2014 ist jedoch ein geringer, aber stetiger Anstieg festzustellen. Diese Ausgabenentwicklung wird durch eine positive Einkommensentwicklung unterstützt. Pandemiebedingte Sondereffekte 2020 / 2021 „normalisierten“ sich zwischenzeitlich. Das Institut für Handelsforschung rechnet im laufenden Jahr 2025 mit 1,4% und in den kommenden beiden Jahren mit einem durchschnittlichen Wachstum des Einzelhandels von jährlich ca. 2%, darüber hinaus sind derzeit bestenfalls grobe Trends möglich.¹⁰

Allerdings sind regionale Unterschiede hinsichtlich Einkommens- und Rentenentwicklung zu beachten, auf das bisher unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau von Hoyerswerda wurde bereits verwiesen. Selbst bei moderater Lohn- und Einkommensentwicklung wird mittelfristig der Einzelhandel nur anteilig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls leicht steigen. Zudem ist aktuell eine Unsicherheit im Verbraucherverhalten zu konstatieren, welche sich auf die Ausgabenbereitschaft insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich auswirkt.

Den weiteren Planungsrechnungen liegt infolgedessen eine eher vorsichtige Prognosemethodik zugrunde: Selbst die optimistische Variante bleibt bei einem mittleren Anstieg um 1,5% pro Jahr für den kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. 2% für sonstige Warengruppen noch unter der bundesdurchschnittlich Einzelhandelsprognose. Die mittlere Variante geht dabei von einem Wachstum in Höhe von $\frac{3}{4}$ der optimistischen Prognose aus, wohingegen die pessimistische Prognose lediglich auf der halben Wachstumsrate der optimistischen Variante aufbaut.

Nachfrageentwicklung in der Stadt Hoyerswerda bis 2030:

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungspgnose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Hoyerswerda im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Die Modellrechnung führt zu einer Nachfrageentwicklung in einer Spannweite zwischen -3,1% bis +8,8%¹¹ zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Hoyerswerda. Die aktuell absehbare Bevölkerungsentwicklung

¹⁰ Quelle: handelsanalyse.de, Stand März 2025

¹¹ Quelle: BBE eigene Berechnungen

kann durch einen moderaten Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben im mittleren und optimistischen Szenario kompensiert werden. Die Einzelwerte zur Marktpotenzialentwicklung in den Warengruppen zeigen in diesen beiden Szenarien entsprechende Spielräume der Einzelhandelsentwicklung, von welchen sich der Lebensmittelbereich sichtbar abhebt. In wichtigen innenstadtrelevanten Warengruppen (z.B. Bekleidung) führt bei stagnierender Nachfrage der wachsende Onlineanteil (vgl. Abschnitt 4) zu einem zusätzlichen Wettbewerbsdruck auf den stationären Einzelhandel. Diese nachfrageseitigen Rahmenbedingungen unterstreichen die Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Standortentwicklung, die den Fokus auf die Zentren von Hoyerswerda und die Sicherung der Nahversorgung richtet.

Tabelle 4: Nachfrageentwicklung in der Stadt Hoyerswerda bis 2030

Sortimentsgruppe	Nachfragepotenzial Stadt Hoyerswerda			
	2024	2030 (opt.)	2030 (mittl.)	2030 (pess.)
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	88,6	95,4	90,5	85,4
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	11,0	11,9	11,3	10,6
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	2,1	2,3	2,2	2,0
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	31,0	33,3	31,6	29,9
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2,9	3,2	3,0	2,8
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	2,8	3,0	2,9	2,7
Blumen	1,6	1,8	1,7	1,6
überwiegend kurzfristiger Bedarf	140,1	150,9	143,2	135,1
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	14,8	16,4	15,5	14,5
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3,0	3,3	3,1	2,9
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	10,0	11,1	10,4	9,8
Gartenbedarf / Pflanzen	3,6	4,0	3,8	3,5
GPK (Glas, Porzellan, Keramik) / Haushaltsgegenstände	1,8	2,0	1,9	1,8
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1,8	2,0	1,9	1,7
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	5,8	6,4	6,1	5,7
überwiegend mittelfristiger Bedarf	40,8	45,2	42,6	39,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	2,4	2,6	2,5	2,3
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	10,6	11,8	11,1	10,4
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	4,6	5,1	4,8	4,5
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunik.	9,0	10,0	9,4	8,8
Foto / Optik	3,5	3,8	3,6	3,4
Uhren / Schmuck	2,0	2,2	2,1	1,9
sonstiger Einzelhandel	1,8	2,0	1,9	1,7
überwiegend langfristiger Bedarf	33,9	37,5	35,3	33,1
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	214,7	233,6	221,1	208,1
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials		8,8%	3,0%	-3,1%
Bevölkerung	31.147	30.785	29.825	28.744
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau	90,0%	99,1%	96,8%	94,6%

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2024), DSK Bevölkerungsprognose für die Stadt Hoyerswerda 2030

6. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Hoyerswerda

6.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

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

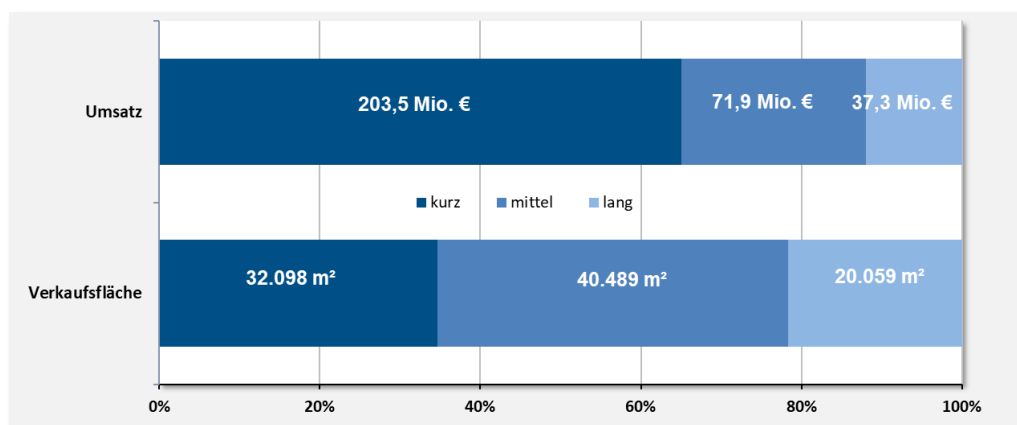
Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der Gesamtstadt Hoyerswerda aus, konzentriert sich weiterführend aber auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen zur Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Stadt Hoyerswerda verfügt zum Stand 02.12.2024 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 193 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 92.600 m², die einen Umsatz von ca. 312,7 Mio. € generieren.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 2,95 m² je Person weist Hoyerswerda einen deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsflächenbesatz auf, letztlich begründet in der oberzentralen Funktion. Als Vergleichsdaten können der Durchschnitt des Freistaates Sachsen mit 1,66 m² Verkaufsfläche je Person, die Verkaufsflächenausstattungen im oberzentralen Städteverbund mit Bautzen (3,38 m² je Person) und Görlitz (2,33 m² je Person) aber auch mit dem Oberzentrum Dresden (1,63 m² je Person) herangezogen werden.¹²

Bezogen auf die Bedarfsbereiche zeigt sich ein deutlicher Umsatzschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (65%), wie aus der nachstehenden Abbildung deutlich wird. Auf die einzelhandelsrelevante Nachfrage im kurzfristigen Bedarfsbereich entfällt innerhalb des Einzugsgebiets der Stadt Hoyerswerda ein Anteil von 64%, so dass die Nachfragebindung im Verhältnis zur Umsatzstruktur liegt. Der mittelfristige Bedarfsbereich ist mit einem Umsatzanteil von 23% über dem Anteil der Nachfrage von 20%, während der langfristige Bedarfsbereich mit einem Anteil von 12% etwas unter dem Nachfrageanteil von 16% liegt. Dies deutet daraufhin, dass Hoyerswerda vor allem im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich die Kaufkraft binden kann, wie im Abschnitt 6.3 näher betrachtet wird.

Abbildung 34: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf

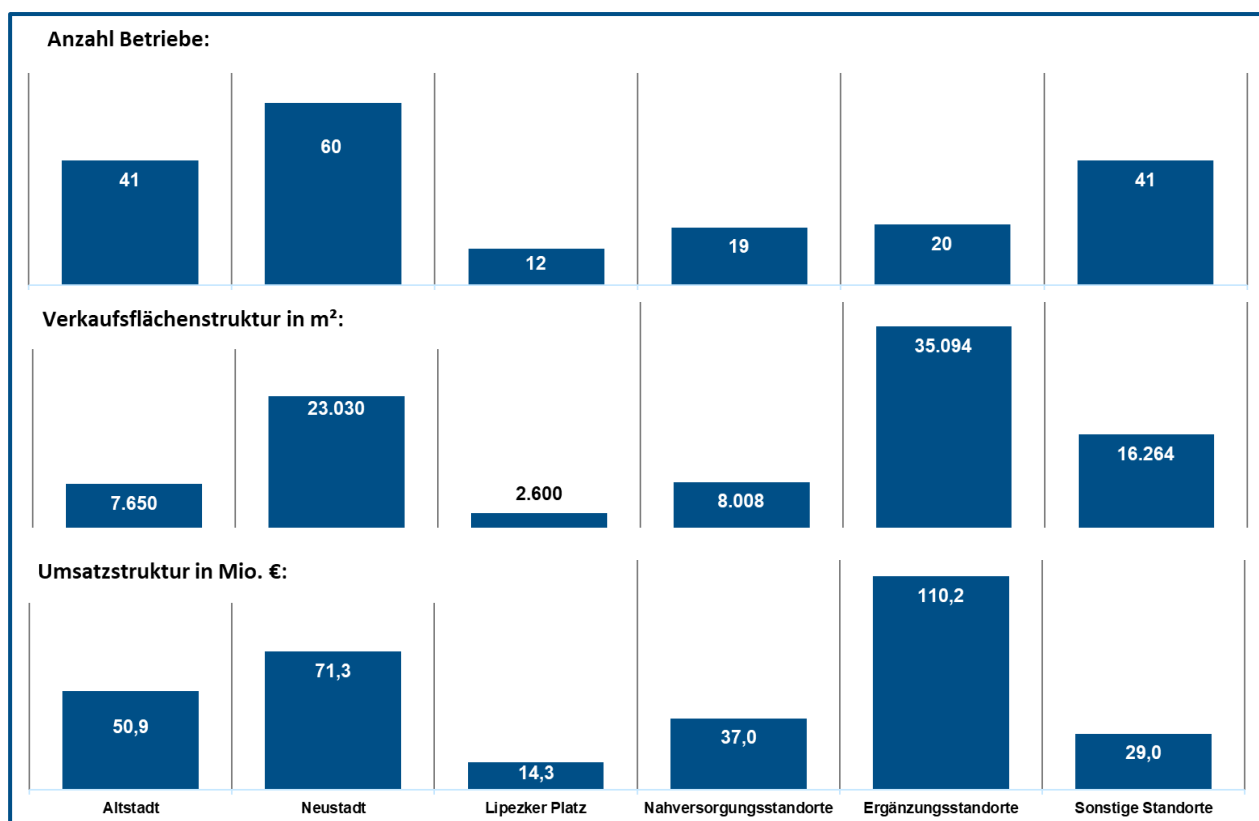


¹² Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, Handelsatlas für den Freistaat Sachsen 2022

6.2. Angebotssituation im Stadtgebiet von Hoyerswerda nach Standortlagen

Die nachfolgende Abbildung sowie die Tabellen 5 und 6 differenzieren den Einzelhandelsbesatz der Stadt Hoyerswerda nach den Standortlagen innerhalb des Stadtgebietes.

Abbildung 35: Entwicklung Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur sowie Anzahl der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Stadt Hoyerswerda



Quelle: Eigene Erhebung und Umsatzeinschätzung

Auf die **Altstadt von Hoyerswerda**, welche im Wesentlichen die Friedrichstraße, die Kirchstraße, den Marktplatz, die Senftenberger Straße und die Schlossstraße umfasst (genaue räumliche Abgrenzung in Abschnitt 7.2.1), entfällt ein Verkaufsflächenanteil von lediglich 8% und ein Umsatzanteil von 16%. In der Altstadt sind insgesamt 41 Ladenlokale (Anteil 21%) ansässig, vorwiegend kleinteilige Fachgeschäfte, woraus sich eine durchschnittliche Verkaufsfläche von ca. 187 m² ableitet. Dieser Wert wird bereits durch die vier mit Abstand flächengrößten Anbieter (REWE, ALDI, Lidl und Drogerie dm) beeinflusst, auf welche zusammen ca. 57% der innerstädtischen Verkaufsfläche entfallen. Ohne Berücksichtigung dieser Anbieter beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche lediglich ca. 90 m². Mit dieser Struktur aus zahlreichen individuellen, inhabergeführten Geschäften, ergänzenden Dienstleistungsangeboten, Gastronomie, Kultur- und Freizeiteinrichtungen hat die Altstadt zusammen mit der hohen städtebaulichen Qualität ein Alleinstellungsmerkmal in Hoyerswerda.

Das **Zentrum der Neustadt** stellt den zweiten Hauptgeschäftsbereich dar und bildet mit einer Verkaufsfläche von 23.000 m² und einem Umsatz von 71,3 Mio. € den verkaufsflächen- und umsatzstärksten Einzelhandelsschwerpunkt in der Stadt Hoyerswerda. Im Wesentlichen wird das Zentrum der Neustadt durch das Lausitz-Center geprägt und von den umliegenden Straßenzügen Albert-Einstein-Straße im Norden, Bautzener Allee im Westen, der Dietrich-Bonhoeffer-Straße im Osten und der Dr.-Wilhelm-Külz-Straße im Süden begrenzt. Dieser Standort umfasst 60 Einzelhandelsbetriebe, darunter Hoffmann Möbel, expert ESC und die

Magnetanbieter des Lausitz-Centers wie REWE, H&M, Woolworth und Rossmann. Innerhalb des Einkaufszentrums sind vorwiegend bundesweit agierende Filialisten ansässig, darunter stellt der Supermarkt REWE mit rd. 1.700 m² den flächengrößten Anbieter dar. Der Möbelmarkt Hoffmann bildet mit einer Verkaufsfläche von ca. 8.000 m² jedoch mit Abstand den flächengrößten Anbieter dieses Hauptgeschäftsbereiches.

In der Hoyerswerdaer Neustadt sind wichtige innerstädtische Leitbranchen stark vertreten, so liegen die Verkaufsflächenanteile für Bekleidung bei 63%, Schuhen bei 71%, Unterhaltungselektronik bei 67%, Uhren/Schmuck bei 49% und Foto/Optik 46%. Zudem sind durch das Möbelhaus auch das nicht-zentrenrelevanten Sortiment Möbel mit 63% der Verkaufsfläche im Stadtgebiet vertreten. Zusammen generieren die Anbieter des Zentrums knapp ein Viertel des gesamten einzelhandelsrelevanten Umsatzes in Hoyerswerda.

Das **Einkaufszentrum Lipezker Platz (Treff 8)** liegt nordöstlich des Zentrums der Neustadt und ist ca. 1,4 km davon entfernt. Der aktuelle Verkaufsflächenbesatz des Standortes Lipezker Platz umfasst mit 12 Betrieben und einer Verkaufsfläche von 2.600 m² rd. 3% der Hoyerswerdaer Einzelhandelsfläche und mit 14,3 Mio. € 5% des Umsatzes im Stadtgebiet. Das Einkaufszentrum Treff 8 weist einen kleinteiligen Besatz an nahversorgungsrelevanten Anbietern (Apotheke, Fleischerei, Blumenladen, Kiosk) und Anbietern des mittelfristigen Bedarfs (u.a. NKD und ein Haushaltswarengeschäft) auf. Magnetanbieter ist der Lebensmittel-discounter Netto Marken-Discount mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m².

In Hoyerswerda existieren sechs **integrierte Nahversorgungsstandorte** mit insgesamt 19 Betrieben, zusammen verfügen diese über 9% der Einzelhandelsfläche und 11% des einzelhandelsrelevanten Umsatzes in Hoyerswerda. Die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile der einzelnen Standorte liegen dabei jeweils lediglich zwischen ein bis zwei Prozent.

Der Standort **Albert-Schweitzer-Straße 29** grenzt südlich an das Zentrum der Neustadt und ist ca. 200 m davon entfernt. Alleiniger Anbieter innerhalb dieses Nahversorgungsstandortes ist der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount. Der aktuelle Verkaufsflächenbesatz des Standortes entspricht mit rd. 700 m² weniger als einem Prozent des Hoyerswerdaer Einzelhandelsbesatzes.

Im Südosten der Neustadt befindet sich der **Nahversorgungsstandort Ziolkowskistraße 18**, diese wird durch den Lebensmitteldiscounter ALDI und zwei Lebensmittelhandwerksbetrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.000 m² geprägt.

Der Standort **Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25** liegt nördlich des Zentrums der Neustadt und verfügt über einen großflächigen Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche, einen Textildiscounter (Kik) und eine Bäckerei. Insgesamt weist der Standort eine Verkaufsfläche von ca. 1.900 m² auf.

Im Nordwesten der Altstadt befindet sich der **Nahversorgungsstandort Senftenberger Vorstadt**. Dort ist ein moderner, nachhaltiger Markt des Lebensmitteldiscounters PENNY (800 m² Verkaufsfläche) mit integrierten Lebensmittelhandwerksbetrieben entstanden.

Der **Nahversorgungsstandort Kamenzer Bogen/ Wittichenauer Straße 20a** liegt im südlichen Stadtgebiet von Hoyerswerda an der B97 und umfasst vier Betriebe, den Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount, den Tierfachmarkt Fressnapf, einen Lebensmittelhandwerksbetrieb und den Fachmarkt-Discounter Tedi. Zusammen verfügen diese über eine Verkaufsfläche von rd. 1.800 m².

Am nordwestlichen Stadtrand von Hoyerswerda befindet sich der **Standort Sandwäsche 1-2** im Gewerbegebiet Schwarzkollm. An diesem Nahversorgungsstandort sind der Lebensmitteldiscounter PENNY, ein Getränkemarkt, eine Fleischerei, ein Blumenladen und ein Haushaltswarenmarkt eingebettet.

Die dezentralen, großflächigen Einzelhandelsstandorte werden nachfolgend im Zentren und Standortkonzept als **Ergänzungsstandorte** geführt (vgl. Abschnitt 7.2.6), darunter werden drei Standorte subsumiert, der Standort Kamenzer Bogen 1-3/ Karl-Liebknecht-Straße 24-26, der Standort Straße E 9 und der Baumarkt-Standort Am Wasserschloß 2. Zusammen vereinen diese Ergänzungsstandorte einen erheblichen Verkaufsflächenanteil von 38% und einen Umsatzanteil von 35% auf sich. Über ein Drittel der gesamten einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche und des Umsatzes der Stadt Hoyerswerda wird derzeit an dezentralen Standorten gebunden.

Der **Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26** liegt im südlichen Stadtgebiet an der B97 und bildet den maßgeblichen Einzelhandelsschwerpunkt in Hoyerswerda, eine Agglomeration aus Globus SB-Warenhaus, Globus-Baumarkt, dem Möbelmarkt Möbel Boss und dem Nonfood-Discounter (Tedi) sowie ergänzenden Fachgeschäften. Insgesamt sind zwölf Einzelhandelsbetriebe eingebunden, sie umfassen einen Verkaufsflächen- und Umsatzanteil von jeweils 25% innerhalb der Hoyerswerdaer Einzelhandelsstrukturen. Neben dem kurzfristigen Bedarf zeigt sich das Bau- und Gartenmarktangebot als zweiter Branchenschwerpunkt, zurückzuführen auf den Globus Baumarkt am Standort.

Im Industriegebiet Zeißig liegt der **Ergänzungsstandort Straße E 9** mit dem Vollsortimenter Kaufland als Magnetanbieter, dem Kaufland-Getränkemarkt und dem Textildiscounter Takko in einer separaten Fachmarktimmoblie, ergänzt werden diese durch einen Lebensmittelhandwerksbetrieb, ein Lebensmittelfachgeschäft und einen Zeitungsladen. Diese Anbieter des Standortes weisen einen Verkaufsflächenanteil von 5% auf und generieren einen Umsatzanteil von 7% des Hoyerswerdaer Stadtgebietes.

Der **Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2** im Gewerbegebiet Seidewinkel umfasst einen Baumarkt mit rd. 6.500 m², dies entspricht ca. 7% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf der ein Umsatzanteil von 3% generiert wird.

An den **sonstigen Standorten** werden bei einem Verkaufsflächenanteil von 18% rund 11% des Umsatzes in Hoyerswerda erzielt. Mit 41 Anbietern ist mehr als 21% der Einzelhandelsbetriebe in Solitär- und Streulagen außerhalb der zuvor dargestellten Standorte angesiedelt.

Zur Standortkategorie gehören die beiden Sonderpostenmärkte Thomas Philipps sowie Repo Sonderpostenmarkt und ein Sonderpreisbaumarkt, diese repräsentieren mit zusammen ca. 6.120 m² einen wesentlichen Flächenanteil der sonstigen Standorte. Die weiteren Streulagen umfassen mit insgesamt ca. 10.140 m² (u.a. Penny, Bikepoint Wiesner, Netto-Getränkemarkt, Tedi) einen relevanten Flächenanteil. Eine stärkere Konzentration auf eine gezielte Zentren- und Standortstruktur zu Lasten einer Vielzahl an Streulagen ist sicherlich ein geeigneter Weg zur langfristigen Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Hoyerswerda.

Tabelle 5: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstrukturen in Hoyerswerda

	A-Zentrum Altstadt		A-Zentrum Neustadt		C-Zentrum Lipezker Platz		Nahver- sorgungs- lagen		Ergänzungs- standorte		Sonstige Standorte		Stadt Hoyerswerda gesamt	
	in m ²	in %	in m ²	in %	in m ²	in %	in m ²	in %	in m ²	in %	in m ²	in %	in m ²	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. LM-Handwerk)	3.914	17	2.535	11	1.072	5	4.867	22	8.085	36	2.092	9	22.565	100
Drogerie / Parfümerie	784	22	945	27	80	2	340	10	1.015	29	327	9	3.491	100
Heimtierbedarf	50	2	50	2	15	1	572	23	402	16	1.405	56	2.494	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	200	20	265	27	200	20	0	0	100	10	235	24	1.000	100
Blumen	105	25	107	25	35	8	40	9	30	7	110	26	427	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	314	15	685	32	30	1	132	6	518	24	442	21	2.121	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	503	7	4.586	63	543	7	556	8	1.025	14	86	1	7.299	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	191	10	1.302	71	13	1	27	1	255	14	46	3	1.834	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	85	0	66	0	60	0	185	1	15.602	68	6.934	30	22.932	100
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	186	4	616	13	275	6	843	17	1.574	32	1.356	28	4.850	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	112	9	102	8	25	2	125	10	550	46	289	24	1.203	100
Sportartikel/Fahrräder	448	19	867	37	15	1	38	2	258	11	745	31	2.371	100
Haustextilien/Heimtextilien	98	7	96	7	35	2	74	5	470	32	686	47	1.459	100
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	184	0	8.608	63	120	1	0	0	3.833	28	1.022	7	13.767	99
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	20	1	845	46	5	0	38	2	822	44	127	7	1.857	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	79	7	784	67	45	4	43	4	135	11	92	8	1.178	100
Foto/Optik	271	37	335	46	0	0	0	0	100	14	23	3	729	100
Uhren/Schmuck	71	19	189	49	2	1	11	3	93	24	16	4	382	100
sonstiges	35	5	47	7	30	4	117	17	227	33	231	34	687	100
Einzelhandel gesamt	7.650	8	23.030	25	2.600	3	8.008	9	35.094	38	16.264	18	92.646	100

Erhebung und Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Tabelle 6: Umsatzstrukturen nach Warengruppen und Standortstrukturen in Hoyerswerda

	A-Zentrum Altstadt		A-Zentrum Neustadt		C-Zentrum Lipezker Platz		Nahver- sorgungs- lagen		Ergänzungs- standorte		Sonstige Standorte		Stadt Hoyerswerda gesamt	
	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. LM-Handwerk)	26.990	19	14.890	11	5.170	4	30.050	21	58.960	42	4.290	3	140.350	100
Drogerie / Parfümerie	4.730	29	5.440	33	280	2	1.490	9	4.020	25	390	2	16.350	100
Heimtierbedarf	210	6	210	6	50	2	1.020	31	860	26	980	29	3.330	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	8.600	25	7.820	23	6.000	17			3.500	10	8.390	24	34.310	100
Blumen	220	9	650	27	290	12	320	13	360	15	580	24	2.420	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	1.180	18	2.950	44	140	2	250	4	1.590	24	590	9	6.700	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.610	8	13.240	66	1.080	5	1.370	7	2.570	13	130	1	20.000	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	640	14	3.250	69	20	0	90	2	630	13	50	1	4.680	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	270	1	190	1	120	0	420	1	24.990	77	6.520	20	32.510	100
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	480	9	910	18	360	7	930	18	1.150	23	1.250	25	5.080	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	380	19	350	17	50	2	220	11	670	33	340	17	2.010	100
Sportartikel/Fahrräder	1.840	24	2.870	37	30	0	90	1	460	6	2.370	31	7.660	100
Haustextilien/Heimtextilien	240	11	150	7	60	3	170	8	790	36	800	36	2.210	100
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	270		6.970	52	240	2			4.780	35	1.260	9	13.520	100
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	130	3	2.490	51	20	0	90	2	2.000	41	140	3	4.870	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	470	7	5.340	74	260	4	130	2	690	10	300	4	7.190	100
Foto/Optik	1.780	37	2.200	46					610	13	200	4	4.790	100
Uhren/Schmuck	640	24	1.250	47	10	0	20	1	740	28	20	1	2.680	100
sonstiges	200	10	150	7	70	3	360	18	830	41	410	20	2.020	100
Einzelhandel gesamt	50.880	16	71.320	23	14.250	5	37.020	12	110.200	35	29.010	9	312.680	100

Erhebung und Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH 2024

6.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Hoyerswerda

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

Die Ergebnisse verdeutlichen, die bereits im Rahmen der zentralörtlichen Funktion und des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes diskutierten Auswirkungen der regionalen Kundenorientierung. Der Hoyerswerdaer Einzelhandel erzielt aufgrund seiner oberzentralen Funktion eine tendenziell hohe regionale Kaufkraftbindung, erwartungsgemäß ergeben sich Kaufkraftzuflüsse in einer Vielzahl an Branchen. Dem stehen einzelne Branchen mit Kaufkraftabflüssen u.a. nach Dresden oder Cottbus gegenüber. Bei der nachfolgenden Berechnung der Bindungsquoten sind folglich anbieterspezifische Einflüsse in den einzelnen Branchen zu erwarten und entsprechend zu bewerten.

Tabelle 7: Kaufkraftbindung des Hoyerswerdaer Einzelhandels im Stadtgebiet

	Marktpotenzial Stadt Hoyerswerda in T€	EH-Umsatz Stadt Hoyerswerda in T€	Kaufkraft- bindung in %	Saldo Zu- und Abfluss in T€
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	88.560	140.350	158	51.790
Drogerie / Parfümerie	11.040	16.350	148	5.310
Heimtierbedarf	2.120	3.330	157	1.210
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	30.960	34.310	111	3.350
Blumen	1.630	2.420	148	790
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	5.750	6.700	117	950
überwiegend kurzfristiger Bedarf	140.060	203.460	145	63.400
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	14.820	20.000	135	5.180
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.990	4.680	157	1.690
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf/Pflanzen	13.620	32.510	239	18.890
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.810	5.080	281	3.270
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	1.790	2.010	112	220
Sportartikel/Fahrräder	5.790	7.660	132	1.870
überwiegend mittelfristiger Bedarf	40.820	71.940	176	31.120
Haustextilien/Heimtextilien	2.380	2.210	93	-170
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	10.640	13.520	127	2.880
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	4.610	4.870	106	260
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	9.000	7.190	80	-1.810
Foto/Optik	3.470	4.790	138	1.320
Uhren/Schmuck	1.980	2.680	135	700
sonstiges	1.780	2.020	113	240
überwiegend langfristiger Bedarf	33.860	37.280	110	3.420
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	214.740	312.680	146	97.940
entspricht einer Zentralitätskennziffer von			167	

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Hoyerswerda errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 146%, dies entspricht unter Berücksichtigung des Onlinehandels einer Zentralitätskennziffer von 167. Im Saldo aus regionalen Kaufkraftzu- und -abflüssen ist über alle Einzelhandelsbranchen mit einem Kaufkraftzufluss in Höhe von 97,9 Mio. € zu rechnen.

Innerhalb der Warengruppen ist eine große Spannweite der erzielten Bindungsquoten zu konstatieren. Darin spiegelt sich zum einen eine gesicherte Grundversorgung wider, zum anderen aber auch die besondere Leistungsfähigkeit / Ausstrahlungskraft einzelner Anbieter.

Maßgeblich trägt der kurzfristige Bedarfsbereich zur örtlichen Kaufkraftbindung bei, speziell die regionale Ausstrahlung des SB-Warenhauses Globus führt zu entsprechenden Zuflüssen. So beträgt die Bindungsquote bei Nahrungs- und Genussmitteln 158% und ist sicherlich nur begrenzt steigerungsfähig. Gleichwohl erfüllt Hoyerswerda eine ausgeprägte Versorgungsfunktion für den raumordnerisch zugeordneten Mittelbereich, welche allerdings auch andere Sortimente umfasst. Die frequenzbringende Wirkung leistungsfähiger Lebensmittelmärkte bildet für das Oberzentrum eine wichtige Basis in der gezielten Steuerung von Zentren- und Standortstrukturen.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich erreicht der Hoyerswerdaer Einzelhandel mit einer Kaufkraftbindung von 176% die höchste Bindungsquote. Durch das umfassende Angebot im Sortiment Heimwerker/Autozubehör- und Gartenbedarf (Globus Baumarkt, toom, Sonderpreisbaumarkt) wird eine Bindungsquote von 239% erreicht. Ebenso verfügt Hoyerswerda im Bereich GPK/ Hausrat und Geschenkartikeln über eine hohe Bindungsquote (281%), ursächlich hierfür ist wesentlich das Angebot an Nonfood-Discounter (u.a. vier Tedi-Märkte, Thomas Philipps). Das Lausitz-Center weist mit zahlreichen filialisierten Fachmärkten ein umfassendes Angebot im Bereich Bekleidung/Wäsche/Sonstige Textilien auf, wodurch infolge der regionalen Ausstrahlung eine starke Kundenbindung (135%) in diesem Segment verzeichnet werden kann.

Im langfristigen Bedarfsspektrum bestehen mit durchschnittlich 110% die geringsten Bindungsquoten. Hier zeigen sich die Wechselwirkungen des Hoyerswerdaer Einzelhandels hinsichtlich der überregionalen Ausstrahlung mit den Oberzentren Dresden sowie Cottbus und dem weiteren oberzentralen Verbund. Kaufkraftabflüsse ergeben sich insbesondere im Bereich Unterhaltungselektronik/Musik/Video/Kommunikation/PC (80%) und Heimtextilien (93%), da die Angebotsstrukturen in diesen Branchen weniger stark ausgeprägt sind. Besonders signifikant sind diese im Bereich Unterhaltungselektronik mit einem Kaufkraftabfluss von 1,8 Mio. €. Zudem hat ebenfalls der hohe Online-Anteil in diesen Branchen Einfluss auf die Kaufkraftbindung. Auch zukünftig werden einzelne Branchen einem saldierten Kaufkraftabfluss unterliegen, Ziel sollte es jedoch sein, den Anteil der örtlichen Nachfragebindung mit neuen Angeboten tendenziell zu erhöhen.

Eine generelle Steigerung der Bindungsquote ist ausgehend vom aktuellen Einzelhandelsbesatz und unter Berücksichtigung der Wechselwirkungen mit den Oberzentren in Funktionsteilung (Bautzen und Görlitz) und Dresden sowie Cottbus bedingt möglich. Entwicklungspotenziale der Hoyerswerdaer Einzelhandelsstrukturen bestehen eher warengruppenspezifisch im qualitativen Bereich sowie in der Konzentration auf zentrale Versorgungsbereiche zu Lasten von Solitär- und Streulagen im Stadtgebiet.

Die in Tabelle 8 abgebildete Bindungsquote von 74% im Mittelbereich liegt deutlich über dem Bevölkerungsanteil der Stadt Hoyerswerda im Mittelbereich von 51%, dies spiegelt das ländlich geprägte Umfeld von Hoyerswerda und die damit verbundene Kundenorientierung wider. Die anderen, kleineren Gemeinden des Mittelbereiches verfügen nur über partielle Versorgungsstrukturen im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich, d.h. Versorgungsfunktionen in diesem Branchenspektrum werden von den Fachmärkten in Hoyerswerda als nächstgelegenes Oberzentrum oder den angrenzenden Mittelzentren (Spremberg, Kamenz, Senftenberg) wahrgenommen. Dabei sind Perspektiven jedoch in allen zentrenrelevanten Warengruppen an die A-Zentren von Hoyerswerda zu koppeln, eine Forderung, welche das Einzelhandels- und Zentrenkonzept untersetzt.

Tabelle 8: Kaufkraftbindung des Hoyerswerdaer Einzelhandels auf den gesamten Mittelbereich inkl. Hoyerswerda

	EH-Umsatz Stadt Hoyerswerda	Mittelbereich gesamt	
	in T€	Marktpo- tenzial in T€	Kaufkraft- bindung in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	140.350 T€	172.500 T€	81%
Drogerie / Parfümerie	16.350 T€	21.450 T€	76%
Heimtierbedarf	3.330 T€	4.230 T€	79%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel / Akustik	34.310 T€	59.500 T€	58%
Blumen	2.420 T€	5.710 T€	42%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	6.700 T€	8.950 T€	75%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	203.460 T€	272.340 T€	75%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	20.000 T€	28.920 T€	69%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.680 T€	5.910 T€	79%
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf/Pflanzen	32.510 T€	29.540 T€	110%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	5.080 T€	3.630 T€	140%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	2.010 T€	3.780 T€	53%
Sportartikel/Fahrräder	7.660 T€	12.170 T€	63%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	71.940 T€	83.950 T€	86%
Haustextilien/Heimtextilien	2.210 T€	4.710 T€	47%
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	13.520 T€	21.130 T€	64%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	4.870 T€	8.980 T€	54%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	7.190 T€	17.770 T€	40%
Foto/Optik	4.790 T€	6.670 T€	72%
Uhren/Schmuck	2.680 T€	3.940 T€	68%
sonstiges	2.020 T€	3.510 T€	58%
überwiegend langfristiger Bedarf	37.280 T€	66.710 T€	56%
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	312.680 T€	423.000 T€	74%
entspricht einer Zentralitätskennziffer von			85%

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

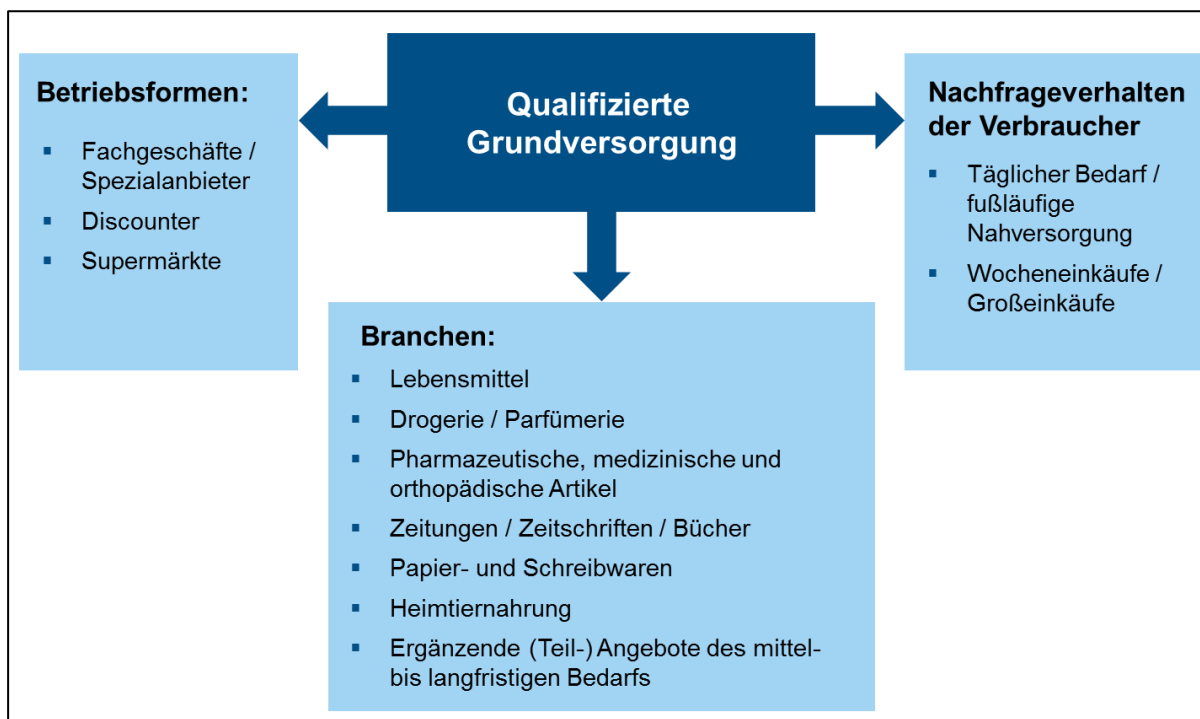
6.4. Bewertung Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“

6.4.1. Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe

Neben städtebaulichen Aspekten stellt die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein wesentliches Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung dar. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine maßgebliche Aufgabenstellung der Kommunalentwicklung in Hoyerswerda.

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt. Heimtiernahrung wird größtenteils als Randsortiment im Lebensmittelhandel geführt, ergänzende Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs werden teilweise innerhalb des Nahversorgungszentrums angeboten. Eine leistungsfähige Grundversorgung bildet die Basis für eine weiterhin stabile Nachfragebindung vor Ort.

Abbildung 36: Begriff der qualifizierten Grundversorgung



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Große Supermärkte und SB-Warenhäuser zielen vorrangig auf den Auto-Kunden für wöchentliche Großeinkäufe, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt

Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in der Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden. Nahversorgungsfunktionen sind neben der wohnungsnahen Versorgung mit einer direkten fußläufigen Erreichbarkeit auch unter einer wohnortnahen Erreichbarkeit für alle Wohnlagen aus dem Stadtgebiet zu bewerten.

Lebensmittelmarktbetatz in Hoyerswerda sowie im weiteren Einzugsgebiet

Nachfolgende Tabelle bewertet den aktuellen Betatz von Lebensmittelmärkten mit mehr als 400 m² Verkaufsfläche in Relation zum Bevölkerungspotenzial der Stadt Hoyerswerda, verglichen mit der bundesdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung.

Tabelle 9: Dichte-Index: Betatz von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Hoyerswerda

Region	Bevölkerung Anzahl	Objekte Anzahl	VKF gesamt in m ²	VKF je Objekt in m ²	Personen je Objekt Anzahl	VKF je 1.000 Personen in m ²	DICHTE- INDEX in %
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	84.669.326	26.862	25.400.000	946	3.152	300	100
Stadt Hoyerswerda	31.147	13	13.258	1.020	2.396	426	142
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	84.669.326	1.988	9.000.000	4.527	42.590	106	100
Stadt Hoyerswerda	31.147	2	11.690	5.845	15.574	375	353
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	84.669.326	28.850	34.400.000	1.192	2.935	406	100
Stadt Hoyerswerda	31.147	15	24.948	1.663	2.076	801	197

VKF = Verkaufsfläche

¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Im Stadtgebiet Hoyerswerda errechnet sich aktuell bei einer Gesamtverkaufsfläche von 24.948 m² aller Lebensmittelmärkte mit über 400 m² Verkaufsfläche eine Ausstattungskennziffer von 801 m² je 1.000 Personen. Der bundesweite Vergleichswert beträgt dagegen nur 406 m² Verkaufsfläche je 1.000 Personen, der Betatz in Hoyerswerda entspricht folglich einem Dichte-Index von 197% der bundesdurchschnittlichen Flächenausstattung.

Hierbei ist allerdings zwischen den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen (Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) einerseits sowie den auch regional ausstrahlenden Großbetriebsformen andererseits zu differenzieren. Während Hoyerswerda über einen Dichte-Index von 142% bei Lebensmitteldiscountern und Supermärkten verfügt, ist dieser bei Großen Supermärkten und SB-Warenhäusern mit 353% weitaus höher. Dies zeigt, dass insbesondere Kaufland und Globus zu diesem starken Betatz über alle Betriebsformen beitragen und zweifellos auch eine weit überdurchschnittliche Marktposition innerhalb des örtlichen und regionalen Lebensmittelhandels einnehmen.

In der folgenden Tabelle wird weiterhin der Betatz an Lebensmittelmärkten unter Berücksichtigung der Kommunen im Mittelbereich sowie im weiteren Einzugsgebiet dargestellt¹³. Bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet zeigt sich ein Dichte-Index von 129%, wobei der Wert auch hier vor allem bei den Großbetriebsformen mit einem Dichte-Index von 163% überdurchschnittlich ist. In der Differenzierung nach den Einzugsgebietszonen von Hoyerswerda wird deutlich, dass im Mittelbereich mit einem Dichte-Index von 73% ein unterdurchschnittlicher Wert erzielt wird, während der Wert im weiteren Einzugsgebiet bei 118% liegt. Dies

¹³ Angaben der Lebensmittelmärkte aus: Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, Handelsatlas für den Freistaat Sachsen 2022

zeigt die Ausstrahlung der Lebensmittelmarktangebote von Hoyerswerda auf die eher ländlich geprägten Gemeinden im direkten Umfeld, während die weiter entfernten Kommunen selbst über eigenständige Nahversorgungsstrukturen verfügen. Zudem ist im erweiterten Einzugsgebiet mit 6.427 m² in Senftenberg sogar eine weitere Großfläche vertreten.

Tabelle 10: Dichte-Index: Besatz von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Hoyerswerda, Mittelbereich und erweiterten Einzugsgebiet

Region	Bevölkerung Anzahl	Objekte Anzahl	VKF gesamt in m ²	VKF je Objekt in m ²	Personen je Objekt Anzahl	VKF je 1.000 Personen in m ²	DICHTE- INDEX in %
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	84.669.326	26.862	25.400.000	946	3.152	300	100
Stadt Hoyerswerda	31.147	13	13.258	1.020	2.396	426	142
Mittelbereich	30.025	10	8.880	888	3.003	296	99
erweitertes Einzugsgebiet	43.184	18	14.243	791	2.399	330	110
Einzugsgebiet	104.356	41	36.381	887	2.545	349	116
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	84.669.326	1.988	9.000.000	4.527	42.590	106	100
Stadt Hoyerswerda	31.147	2	11.690	5.845	15.574	375	353
Mittelbereich	30.025	0	0				0
erweitertes Einzugsgebiet	43.184	1	6.427	6.427	43.184	149	140
Einzugsgebiet	104.356	3	18.117	6.039	34.785	174	163
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	84.669.326	28.850	34.400.000	1.192	2.935	406	100
Stadt Hoyerswerda	31.147	15	24.948	1.663	2.076	801	197
Mittelbereich	30.025	10	8.880	888	3.003	296	73
erweitertes Einzugsgebiet	43.184	19	20.670	7.218	2.273	479	118
Einzugsgebiet	104.356	44	54.498	1.239	2.372	522	129

VKF = Verkaufsfläche

¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

³⁾ Daten Lebensmittelmärkte im weiteren Einzugsgebiet aus dem Handelsatlas für den Freistaat Sachsen, Ausgabe 2022

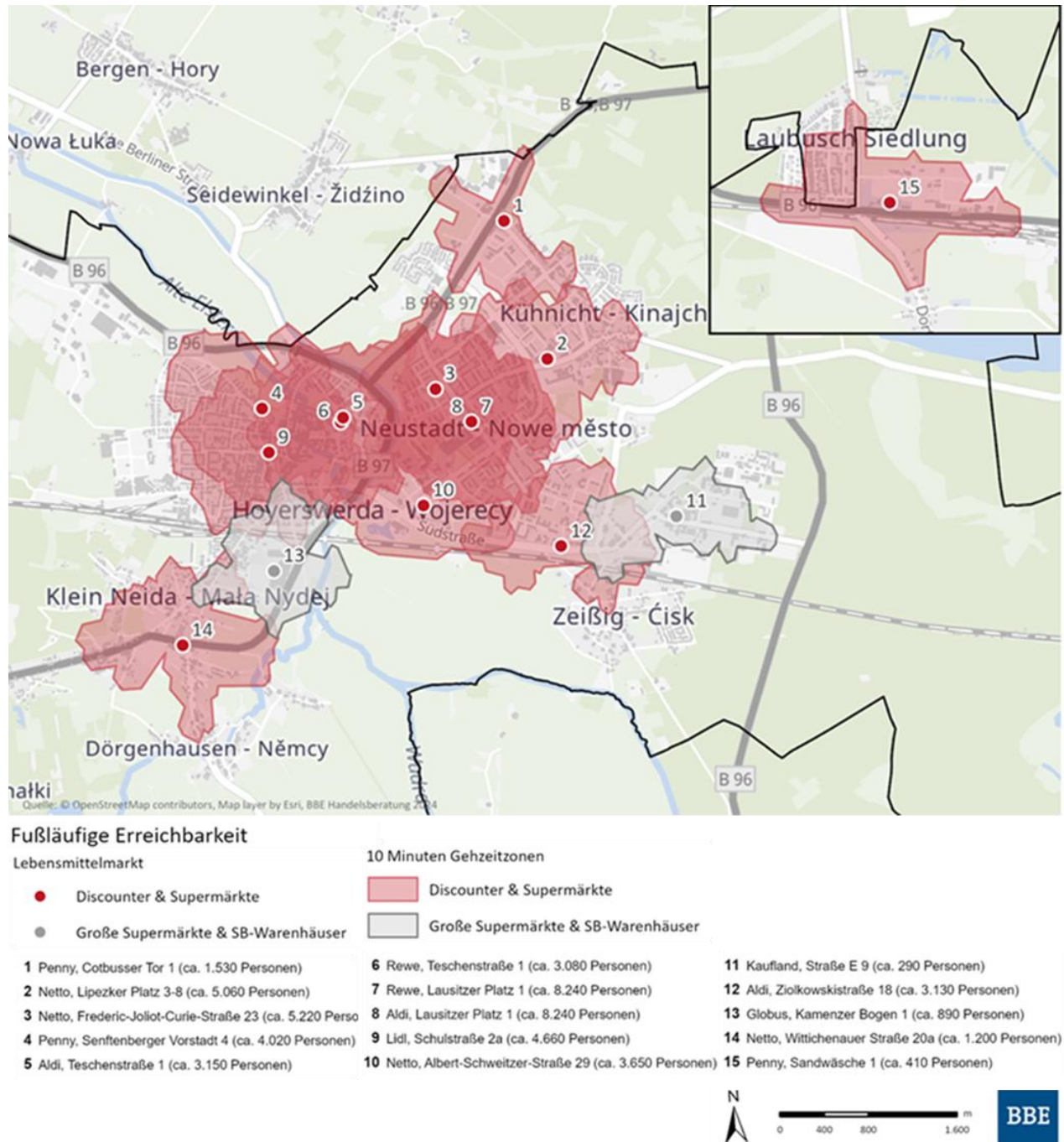
Die Dichte-Indexe sowohl für das Stadtgebiet Hoyerswerda als auch das gesamte Einzugsgebiet zeigen auf, dass Hoyerswerda vor allem durch die Großbetriebsformen über einen ausgeprägten Besatz verfügen, der auch für ein Oberzentrum im Verbund nur bedingt steigerungsfähig ist.

Verteilung der Lebensmittelmärkte in Hoyerswerda zur Sicherung der Nahversorgung

Ganz entscheidend für die Nahversorgung ist ebenfalls die Verteilung der Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet. In der nachstehenden Karte ist die Nahversorgungsstruktur durch Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Hoyerswerda mit der jeweiligen 10 Minuten-Gehzeitzone dargestellt.

Insgesamt 78% der Bevölkerung von Hoyerswerda kann in fußläufiger Erreichbarkeit einen Lebensmittelmarkt erreichen, was unter Berücksichtigung kleinerer Ortsteile ohne Chance auf einen Lebensmittelmarkt mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche ein sehr hoher Wert ist. Somit ist eine weitgehend flächendeckende Nahversorgung in Hoyerswerda gegeben. Einzig in der Einfamilienhaussiedlung am Grünwaldring westlich des nachfolgend betrachteten Vorhabenstandorts „Neue Kühnichter Heide“, in der nordöstlichen Neustadt sowie im südlichen Bereich von Zeißig benötigt die Bevölkerung im Kernstadtbereich mehr als 10 Minuten Gehzeit zum nächsten Lebensmittelmarkt.

Karte 12: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Hoyerswerda – Ist-Situation



6.4.2. Planvorhaben „Neue Kühnichter Heide“ und Mikrostandort

Die in Abschnitt 4 dargestellten Entwicklungen mit größeren Verkaufsflächen im Lebensmittelhandel zeigen sich auch in Hoyerswerda. So ist auf dem Gelände des früheren Wohnkomplexes IX das Vorhaben „Neue Kühnichter Heide“ geplant. Die Neubebauung des Areals schließt neben neuer Wohnbebauung auch einen neuen Einzelhandelskomplex ein, welcher nach bisherigem Planungsstand zwei Lebensmittelmärkte, einen Drogeriemarkt und einen Heimtierfachmarkt umfasst, also vier Märkte mit vorwiegend nahversorgungsrelevantem Kernsortiment. Beim Lebensmitteldiscounter handelt es sich um einen ALDI, welcher seinen Standort vom Lausitz-Center verlagert.

In Summe umfasst das Gesamtvorhaben eine Verkaufsfläche von 4.621 m², so dass sich unter Berücksichtigung des verlagernden Lebensmitteldiscounters eine zusätzliche Verkaufsfläche von 3.841 m² ergibt.

Tabelle 11: Verkaufsflächendimensionierung des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“

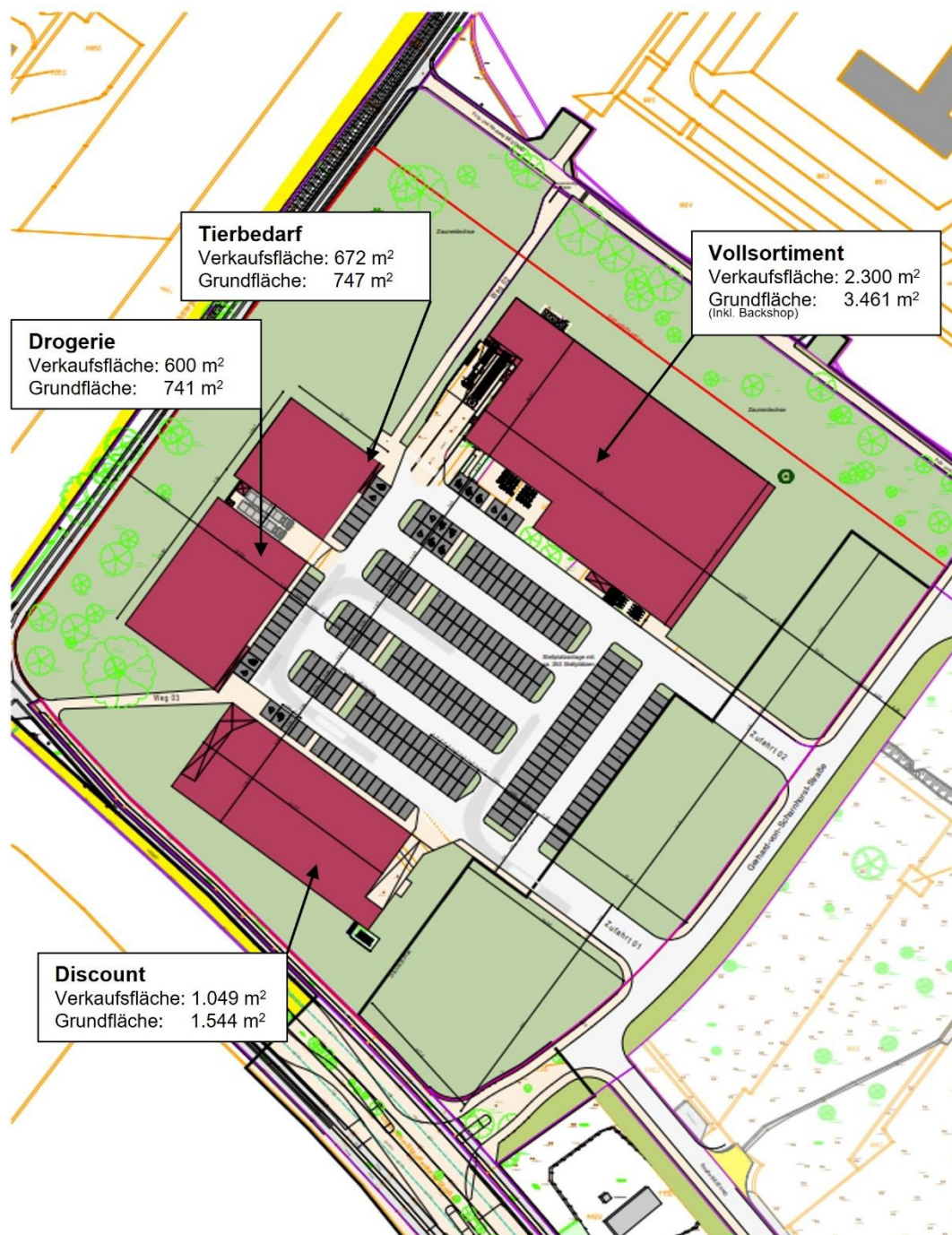
	Vorhaben	Verkaufs- fläche
Bestand Lausitz-Center	Lebensmitteldiscounter	780 m²
Planvorhaben	Vollsortimenter	2.300 m²
	Lebensmitteldiscounter	1.049 m²
	Drogeriemarkt	600 m²
	Tierfachmarkt	672 m²
Planvorhaben gesamt		4.621 m²

Nach Angaben der Projektträger soll das Angebotskonzept der großflächigen Lebensmittelmärkte 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.¹⁴

Einen Überblick zum Vorhaben gibt der nachstehende Lageplan aus dem die Anordnung der vier Fachmärkte und die Stellplatzanlage mit 312 Parkplätzen hervorgeht.

¹⁴ Nonfood I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung. Unter die Nonfood II-Waren fallen in Lebensmittelmärkten alle Produkte, die keine Lebensmittel (Food-Waren) und auch nicht nahversorgungsrelevant (Nonfood I-Waren) sind. Unter Nonfood II-Waren fallen somit 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

Abbildung 37: Lageplan Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“



Quelle: halsdorfer + ingenieure projekt gmbh

Das direkte Umfeld des Projektstandorts auf der Brachfläche des früheren Wohnkomplexes IX wird gemäß nachfolgendem Luftbild von Wohngebäuden, Kleingärten, einem Getränkemarkt, zwei Einkaufspassagen mit mehreren Leerständen, einer Autowerkstatt, einem Trampolinpark sowie einem Indoor-Spielplatz geprägt. Innerhalb der Grünwald-Passage ist der Sonderpreis-Baumarkt wichtigster Magnetanbieter, während in der östlichen Einkaufspassage der Nonfood-Discounter Tedi für Kunden interessant ist. Direkt süd-östlich vom Projektstandort plant die LebensRäume Hoyerswerda eG Gebäude mit ca. 100 Wohneinheiten zu errichten. Weiterhin können gemäß Bebauungsplan Nr. 35 „Gerhard-von-Scharnhorst-Straße“¹⁵ zehn Einfamilienhäuser errichtet werden. Bei Erstbezug sind rd. rd. 200 Einwohner in den 100 Wohneinheiten und 35 Einwohner in den 10 Einfamilienhäusern zu erwarten.

Die Haltestellen „Kühnichter Heide“ und „Grünewaldring“ sichern die ÖPNV-Anbindung mit den Linien 1 und 4. Entlang der Verkehrsachsen sind Fuß- und Radwege vorhanden, so dass eine allumfassende Erreichbarkeit des Standorts gegeben ist.

Karte 13: Lageplan Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“



Mikrostandort mit
Nutzungsumfeld,
Erreichbarkeit und ÖPNV-
Anbindung

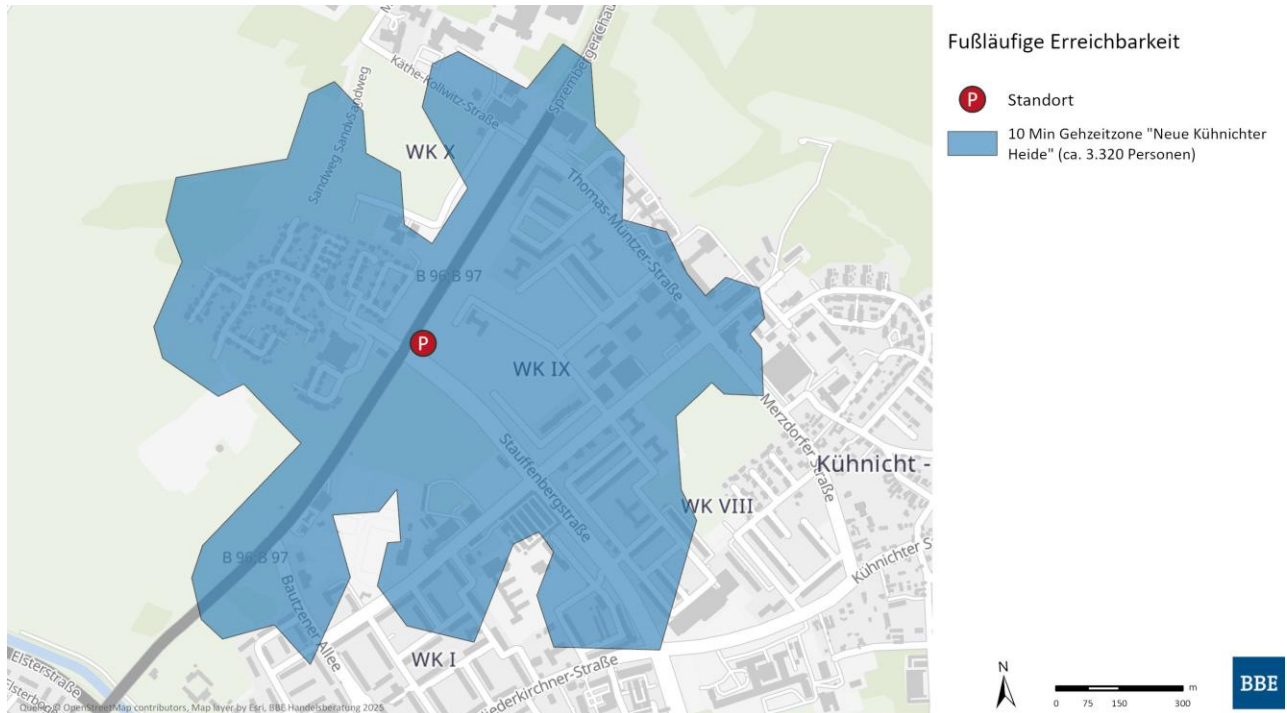
Quellen: Vorhaben: halsdorfer + ingenieure projekt gmbh, Wohngebiet: Bebauungsplan Nr. 35 „Gerhard-von-Scharnhorst-Straße“ - Entwurfs-
skizze

Wie die nachstehende Karte verdeutlicht, können in einer 10 Minuten Gehzeit rd. 3.300 Personen den Projektstandort erreichen. Zusammen mit den neu geplanten Wohngebieten würde sich die Zahl auf rd. 3.500 Personen erhöhen. Der Standort übernimmt somit nordöstlich des Lausitz-Centers wohnungsnahе Versorgungsfunktionen für das direkte Umfeld.

Die Verkaufsflächendimensionierung von rd. 4.600 m² macht allerdings deutlich, dass der Standort darüber hinausgehende Versorgungsfunktionen für Teile des Hoyerswerdaer Stadtgebiets und das regionale Umfeld haben wird. Auf die Abgrenzung des Einzugsgebiets wird im nächsten Abschnitt eingegangen.

¹⁵ Stadt Hoyerswerda (2014): Bebauungsplan Nr. 35 „Gerhard-von-Scharnhorst-Straße“ Beschluss vom 28.05.2024

Karte 14: Fußläufige Erreichbarkeit aus dem direkten Umfeld des Projektstandorts



6.4.3. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Bewertung des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

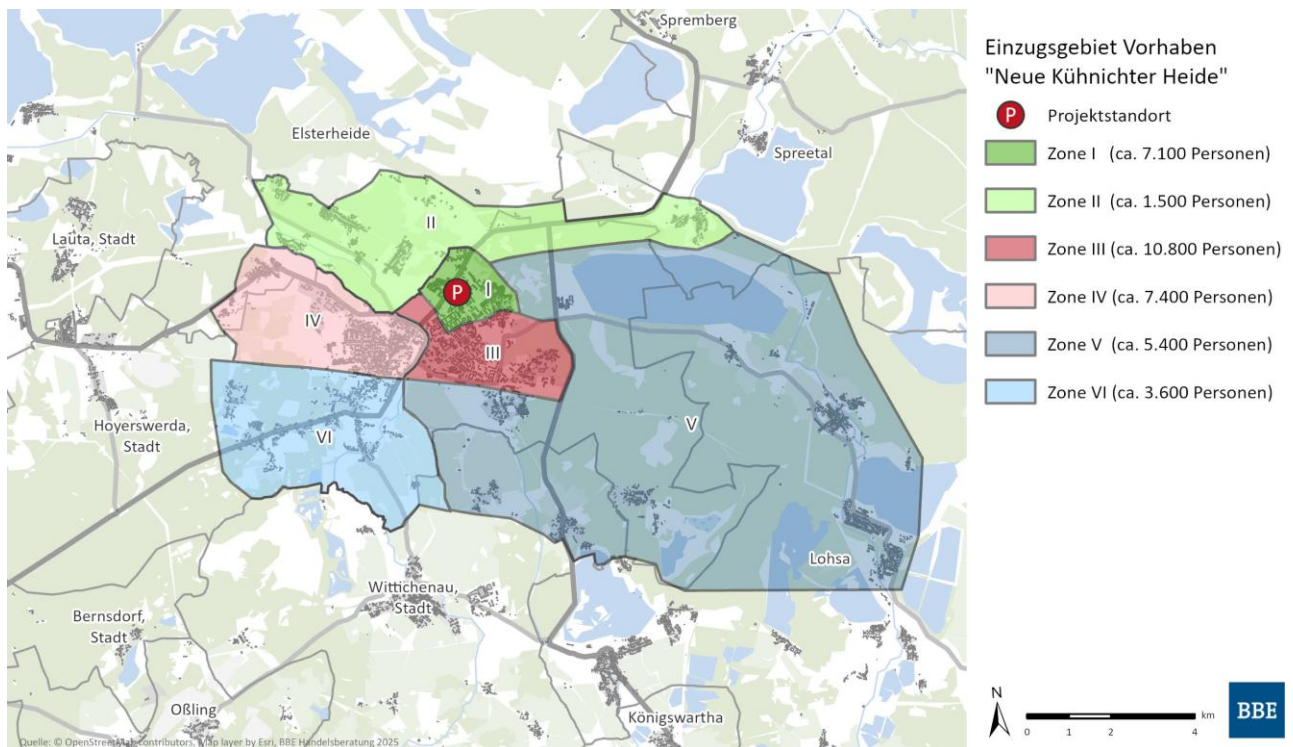
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Projektstandortes sind die Lage im nordöstlichen Bereich der Hoyerswerda Neustadt mit guter Verkehrsanbindung sowie die Ausrichtung auf moderne, nahversorgungsrelevante Märkte mit hohen Kopplungseffekten und entsprechender Ausstrahlung.

Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, insbesondere der direkten Wechselwirkungen mit dem Großen Supermarkt Kaufland und dem SB-Warenhaus Globus, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Die **Zone I** umfasst die unmittelbaren Nahversorgungsfunktionen des Projektvorhabens „Neue Kühnichter Heide“ im Umfeld des Projektstandorts, welches sich über die Siedlungsgebiete nördlich der Bundesstraße 97 und westlich der Bundesstraße 96 bis zum Lausitz-Center und zum Treff 8 erstreckt. Der Projektstandort bildet für die Bewohner dieser Zone den nächstgelegenen Nahversorgungsstandort, der eine einheitliche Kundenorientierung über die fußläufige Erreichbarkeit hinaus aufweist. In diesem Bereich ist aufgrund der geringen Entfernung der Bevölkerung zum Projektstandort die höchste Kundenorientierung zu erwarten.
- **Zone II** beinhaltet die nördlich angrenzenden Gemeinden Elsterheide (Bergen, Neuwiese, Seidewinkel) und Spreetal (Burg, Zerre), welche über keine umfassenden Nahversorgungsfunktionen verfügen und den Projektstandort in kurzer Fahrtzeit erreichen können. Folglich ist auch aus dieser Zone eine starke Kundenorientierung gegeben.
- Zur **Zone III** gehört die sonstige Neustadt. In diesem Bereich gibt es mit den Anbietern im Lausitz-Center oder dem großen Supermarkt Kaufland starke Wettbewerber, allerdings kann die Bevölkerung den Projektstandort in kurzer Entfernung erreichen, so dass beim projektierten Angebotsmix eine Kundenbindung zu erwarten ist.
- Die **Zone IV** umfasst die Altstadt von Hoyerswerda und südwestliche Gemeindeteile von Elsterheide (OT Nardt). In dieser gibt es gerade im Lebensmittelbereich attraktive Angebote, weshalb eine abnehmende Kundenorientierung zu prognostizieren ist, allerdings kann der Anbietermix mit einem Heimtiefachmarkt, den es in dieser Zone nicht gibt, für Kunden aus der Altstadt sorgen.
- Aus den **Zonen V und VI** ist eine stärker anbieterspezifische Kundenbindung zu erwarten, welche in Zone VI durch das Vorhandensein des Globus-SB-Warenhauses und Fressnapf-Heimtiefachmarktes geringer als in Zone V sein wird.. Zur Zone V gehören der Hoyerswerdaer Ortsteil Zeißig, die Ortschaft Knappenrode sowie angrenzende Orts- und Gemeindeteile der Gemeinden Wittichenau (Spohla, Maukendorf) und Lohsa (Dreiweibern, Riegel, Tiegling und Weißkollm). Zone VI umfasst das südliche Stadtgebiet von Hoyerswerda mit den Ortsteilen Bröthen, Dörghausen, Gross Neida und Michalken.

Karte 15: Einzugsgebiet Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“



Insgesamt leben im Einzugsgebiet ca. 35.800 Personen. Hierbei ist zu unterstellen, dass sich durch das neue Wohngebiet am Projektstandort mit rd. 100 Wohneinheiten in Mehrfamilienhäusern und 10 Einfamilienhäusern im Kerneinzugsgebiet die Bevölkerungszahl um 200-250 Personen erhöhen wird. Wie aus den Bevölkerungsprognosen im Abschnitt 5.1 ersichtlich, ist perspektivisch in Hoyerswerda eher von einer tendenziell sinkenden Gesamt-Einwohnerzahl auszugehen, weshalb sich das neue Wohngebiet vorrangig auf die Verteilung der Bevölkerung im Stadtgebiet mit einem stärkeren Schwerpunkt auf das dargestellte Kerneinzugsgebiet auswirkt und keinen Bevölkerungszuwachs für Hoyerswerda insgesamt darstellt.

Somit entfallen auf Zone I ca. 7.100 Personen, auf Zone II ca. 1.500 Personen, auf Zone III ca. 10.800 Personen, auf Zone IV ca. 7.400 Personen, auf Zone V ca. 5.400 Personen und Zone VI ca. 3.600 Personen.¹⁶

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl (ca. 35.800) mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Die Werte zum regionalen Kaufkraftniveau repräsentieren die Bevölkerungsstruktur und bestimmen ausgehend vom insgesamt verfügbaren Pro-Kopf-Einkommen jene Ausgabenanteile, die sortimentsspezifisch im Einzelhandel zur Verfügung stehen. Die folgende Berechnung zeigt das resultierende nahversorgungsrelevante Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Projektvorhabens auf.

¹⁶ GfK: Einwohner auf Straßenabschnittsebene

Tabelle 12: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“

Einzugsgebiet	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Zone V	Zone VI	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial aktuell	6.894	1.544	10.886	7.500	5.429	3.586	35.839
Bevölkerungspotenzial Prognose incl. WK IX							
Bevölkerungsprognose WK IX: 100 WE + 10 EFH / 200 - 250 Ew.	7.083	1.544	10.799	7.443	5.413	3.557	35.839
sortimentspezifische Kaufkraft	94,8%	101,3%	94,8%	95,2%	94,8%	94,8%	95,2%
Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	2.843 €	3.038 €	2.843 €	2.854 €	2.843 €	2.843 €	2.854 €
sortimentspezifische Kaufkraft	91,1%	97,1%	91,1%	91,5%	90,8%	91,1%	91,4%
Ausgaben pro Kopf Drogerie	355 €	378 €	355 €	356 €	353 €	355 €	356 €
sortimentspezifische Kaufkraft	80,9%	101,3%	80,9%	82,1%	83,5%	80,9%	82,4%
Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	68 €	85 €	68 €	69 €	70 €	68 €	69 €
Nachfragepotential	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€
Lebensmittel	20.140	4.691	30.706	21.243	15.390	10.114	102.283
Drogerie	2.511	583	3.829	2.649	1.911	1.261	12.744
Heimtierbedarf	482	131	734	513	380	242	2.482
gesamt	23.132	5.405	35.268	24.405	17.681	11.617	117.509
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von MBR-Kaufkraftkennziffern und IFH Verbrauchsausgaben							

Für das gesamte Einzugsgebiet ergibt sich ein Marktpotenzial von ca. 117,5 Mio. €. Davon entfallen auf:

- Zone I rd. 23,1 Mio. €,
- auf Zone II rd. 5,4 Mio. €,
- auf Zone III rd. 35,3 Mio. €,
- auf Zone IV rd. 24,4 Mio. €,
- auf Zone V rd. 17,7 Mio. €
- und auf Zone VI rd. 11,6 Mio. €.

Differenziert nach Warengruppen errechnet sich für Lebensmittel ein Marktpotenzial von rd. 102,3 Mio. €, für Drogeriewaren von rd. 12,7 Mio. € und für Heimtierbedarf von rd. 2,5 Mio. €.

Nachfrageprognose bis 2028

Die weitere Planung und der Bau des Vorhabens werden Zeit benötigen, insofern wird die Entwicklung der Nachfrage bis zum Jahr 2028 in den relevanten drei Branchen im Stadtgebiet betrachtet.

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 erwartet bis zum Jahr 2028 einen Anstieg des Potenzials bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 6%, welche im optimistischen Szenario Berücksichtigung finden. Im mittleren Szenario wird von 75% des Nachfrageanstiegs (4,5%) und im pessimistischen Szenario von 50% (3%) des prognostizierten Nachfrageanstiegs ausgegangen.¹⁷

Wie die nachstehende Tabelle verdeutlicht, wird im pessimistischen Szenario ein Nachfragerückgang bei den drei betrachteten Branchen von 1,6 Mio. € bis zum Jahr 2028 (-1,6%) prognostiziert. Demgegenüber wird im mittleren und optimistischen Szenario von einem Anstieg von 1,6 Mio. € (+1,6%) bzw. von 4,8 Mio. € (+4,6%) ausgegangen.

¹⁷ Quelle: handelsanalyse.de, Stand März 2025

Tabelle 13: Nachfrageentwicklung im Einzugsgebiet des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“ bis 2028

Sortimentsgruppe	Nachfragepotenzial Stadt Hoyerswerda							
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	2024 in Mio. €	Pro-Kopf-Ausgaben opt in €	2028 (opt.) in Mio. €	Pro-Kopf-Ausgaben mittl in €	2028 (mittl.) in Mio. €	Pro-Kopf-Ausgaben pess in €	2028 (pess.) in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	2.843	88,6	3.014	92,7	2.971	90,0	2.929	87,1
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	355	11,0	376	11,6	370	11,2	365	10,9
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	68	2,1	72	2,2	71	2,2	70	2,1
vorhabenrelevante Sortimente	3.266	101,7	3.462	106,5	3.413	103,3	3.364	100,1
Entwicklung des vorhabenrel. Potenzials				4,6%		1,6%		-1,6%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.497	140,1	4.766	146,6	4.699	142,3	4.631	137,8
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.311	40,8	1.416	43,5	1.389	42,1	1.363	40,6
überwiegend langfristiger Bedarf	1.087	33,9	1.174	36,1	1.153	34,9	1.131	33,6
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	6.895	214,7	7.356	226,2	7.241	219,2	7.125	212,0
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials				5,3%		2,1%		-1,3%
Bevölkerung		31.147		30.750		30.279		29.754
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau		90,0%		96,1%		94,6%		93,0%

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2024), 8. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis 2040

6.4.4. Kundschaftsorientierung und Umsatzbindung im kommunalen und regionalen Umfeld

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird zunächst eine Umsatzerwartung für das Projektvorhaben prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischerweise an sich binden kann.

Auf Basis der zukünftigen Angebotssituation und einer zu erwartenden Marktstellung des Planvorhabens wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut folglich auf die absehbaren Standortstrukturen auf, berücksichtigt die mit der Ausstrahlung des Projektvorhabens zu erwartende Kundschaftsorientierung und eine daraus resultierende Nachfragebindung aus den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Maßgeblich für den Gesamtstandort ist letztlich die zu erwartende Marktstellung als leistungsfähiger Handelsstandort innerhalb der nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen der Stadt Hoyerswerda mit einer sehr guten Erreichbarkeit sowohl innerhalb des Stadtgebietes Hoyerswerda und auch aus dem regionalem Einzugsgebiet.

Die erzielbare Kundschaftsbindung ist getrennt für die beiden Lebensmittelmärkte, den Drogeriemarkt und den Heimtierfachmarkt abzuleiten. Die höchsten Bindungsquoten werden erwartungsgemäß im Kerneinzugsgebiet erzielt, grundsätzlich sind die Bindungsquoten jedoch Ausdruck der jeweils kleinräumigen Wettbewerbsbeziehungen und Marktchancen in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.

Diese detaillierten Einzelwerte zur prognostizierten Nachfragebindung können nachstehender Tabelle entnommen werden. Sie weist für jede Einzugsgebietszone sowie summarisch für das Einzugsgebiet insgesamt zunächst die betreiberspezifischen Bindungsquoten in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten der einzelnen Anbieter (Lebensmittel, Drogeriewaren sowie Heimtierbedarf) aus und führt diese dann in eine durchschnittliche Bindungsquote des Planvorhabens im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich zusammen.

Tabelle 14: Umsatzprognose auf Basis der Abschöpfungsquoten differenziert für die beiden Lebensmittelmärkte, den Drogeriemarkt und den Heimtierfachmarkt

	Kaufkraft- volumen Food & Nonfood I in T€	Marktanteil in %				Umsatzerwartung in T€				Umsatz- erwartung gesamt in T€	
		Vollsorti- menter	Discoun- ter	Drogerie- markt	Heimtier- fach- markt	Vollsorti- menter	Discoun- ter	Drogerie- markt	Heimtier- fach- markt		
Zone I	23.132		43			5.402	2.830	1.367	290	9.889	
Lebensmittel	20.140	25	13	1		5.000	2.550	200	0	7.750	
Drogeriewaren	2.511	13	9	46		330	230	1.160	0	1.720	
Heimtierbedarf	482	15	10	2	60	72	50	7	290	419	
Zone II	5.405		37			1.026	590	291	70	1.977	
Lebensmittel	4.691	20	12	1		950	540	50	0	1.540	
Drogeriewaren	583	10	7	42		60	40	240	0	340	
Heimtierbedarf	131	12	7	1	55	16	10	1	70	97	
Zone III	35.268		10			1.692	840	530	290	3.352	
Lebensmittel	30.706	5	3	1		1.560	770	150	0	2.480	
Drogeriewaren	3.829	3	2	10		110	60	380	0	550	
Heimtierbedarf	734	3	2		40	22	10	0	290	322	
Zone IV	24.405		7			910	428	230	150	1.718	
Lebensmittel	21.243	4	2	0		850	390	40	0	1.280	
Drogeriewaren	2.649	2	1	7		50	30	190	0	270	
Heimtierbedarf	513	2	2		29	10	8	0	150	168	
Zone V	17.681		10			748	440	460	140	1.788	
Lebensmittel	15.390	5	3	1		700	400	150	0	1.250	
Drogeriewaren	1.911	2	2	16		40	30	310	0	380	
Heimtierbedarf	380	2	2		38	8	10	0	140	158	
Zone VI	11.617		5			262	112	182	20	576	
Lebensmittel	10.114	3	1	1		250	100	50	0	400	
Drogeriewaren	1.261	1	1	10		10	10	130	0	150	
Heimtierbedarf	242	1	1	1	10	2	2	2	20	26	
Einzugsgebiet gesamt	117.509		16			10.040	5.240	3.060	960	19.300	
Umsatzanteil in %											
Umsatzanteile aus Streuumsätzen Food & Nonfood I		5	5	10	20	560	310	120	240	1.230	
Umsatzerwartung Nonfood II-Sortimente		5	9	35		600	550	420	0	1.570	
Umsatzerwartung gesamt						11.200	6.100	3.600	1.200	22.100	

In Summe der vier Anbieter des Planvorhabens ergibt sich demnach für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf eine Kundenbindung von 16% im gesamten Einzugsgebiet. Im Kerneinzugsgebiet (Zone I) und der nördlichen Zone II ist die Kundenbindung aufgrund der geringen Entfernung zum Projektstandort sowie der umfassenden Wahrnehmung von Versorgungsfunktionen bzw. Abdeckung von Nachfragesegmenten / Zielgruppenansprache (Vollsortimenter, Discounter und Drogeriemarkt) mit 43% bzw. 37% mit Abstand am höchsten, während in den weiteren Einzugsgebietszonen eine Kundenbindung zwischen 5% und 10% erzielt wird. Aus diesen Werten ist zweifellos eine starke Marktstellung des Projektvorhabens abzuleiten, welches jedoch bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet keine dominante Stellung erreicht.

Differenziert nach den Anbietern ergibt sich für den **Vollsortimenter** eine durchschnittliche Nachfragebindung von 9% im Sortimentsbereich Lebensmittel (9,3 Mio. €) und jeweils rd. 5% bei Drogeriewaren und Heimtierbedarf (0,6 Mio. € bzw. 0,1 Mio. €). Die stärkste Kundenbindung kann der EDEKA-Markt im Kerneinzugsgebiet Zone I mit 25% gefolgt von 20% in Zone II für Lebensmittel erzielen. In den weiteren Zonen ist die Kundenbindung aufgrund konkurrierender Vollsortimenter mit jeweils differenzierter Leistungsfähigkeit deutlich geringer. Zu verweisen ist vor allem auf die weiteren Angebotsstrukturen im Lausitz-Center (u.a. REWE, Rossmann), in der Altstadt (REWE, dm) sowie auf die dezentralen Großflächen mit Kaufland und Globus. So wird beispielsweise in Zone VI eine Nachfragebindung von lediglich 3% für Lebensmittel für den Vollsortimenter erwartet, weil in dieser Zone Kunden vor allem das Globus-SB-Warenhaus aufsuchen. Im Sortimentsbereich Nonfood I ergibt sich die notwendige Markterschließung u.a. auch aus dem betreibertypischen Sortimentsanteil, sie liegt mit durchschnittlich 5% im Einzugsgebiet deutlich niedriger als bei Lebensmitteln mit 9%.

Der **Lebensmitteldiscounter** kann mit der Einordnung der geplanten Größendimensionierung innerhalb des bestehenden, zahlreichen Discounterwettbewerbs im Umfeld nur eine entsprechend geringere Kundenbindung induzieren. Sie beträgt im gesamten Einzugsgebiet für Lebensmittel 4,6% (4,75 Mio. €), für Drogeriewaren 3,1% (rd. 0,4 Mio. €) und für Heimtierbedarf 3,6% (knapp 0,1 Mio. €). In den Zonen I und II kann der Markt bei Lebensmitteln mit 13% bzw. 12% die discountorientierte Zielgruppe stärker binden als in den entfernteren Einzugsgebietszonen (rd. 1% bis 3%) mit jeweils eigenständigem Discountangebot, welches für die Bevölkerung der jeweiligen Zone mit deutlich geringerem Zeit-Wege-Aufwand alternativ erreichbar ist. Für die Randsortimente Drogeriewaren und Heimtierbedarf ist die Kundenorientierung entsprechend der Sortimentsbedeutung im Discounter wiederum entsprechend niedriger.

Im Einzugsgebiet gibt es aktuell mit Rossmann im Lausitz-Center sowie dm in der Altstadt zwei Drogeriemärkte. Diese Wettbewerbskonstellation ist zu berücksichtigen, wenn der geplante **Drogeriemarkt** zum Erreichen seiner erforderlichen wirtschaftlichen Ziele beim Kernsortiment Drogeriewaren notwendige Bindungsquoten von 46% im Kerneinzugsgebiet bzw. von 42% in der Zone II erreichen muss. In den weiteren Zonen des Einzugsgebietes sind maximal Werte zwischen 7% und 16% realistisch, da zum einen die Zielgruppe für Drogeriemärkte sich dann alternativ auf drei mögliche Anbieter aufteilt und eine Grundnachfrage nach Drogeriewaren bereits durch Lebensmittelmärkte abgedeckt wird. In diesem Kontext sind insbesondere die größeren, umfassenden Drogerieflächen des Großen Supermarktes Kaufland als auch des SB-Warenhauses Globus zu beachten.

In Hoyerswerda gibt es mit Fressnapf im südwestlichen Stadtbereich am Kamenzer Bogen 14 bereits einen Heimtierfachmarkt. Folglich ist vor allem nördlich der Bahngleise und im östlichen Einzugsgebiet eine starke Kundschaftsorientierung im Sortiment Heimtierbedarf für den geplanten **Heimtierfachmarkt** zwischen 29% und 60% zu erwarten, während in Zone VI durch den Fressnapf und Globus eine geringere Bindung zu prognostizieren ist. Mit jeweils knapp 0,3 Mio. € liegen die Umsatzschwerpunkte in den Zonen I und III.

Aus der prognostizierten Umsatzbindung am Nachfragepotenzial des Einzugsgebietes für Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf leitet sich ein summarischer Umsatz für das Projektvorhaben von rd. 19,3 Mio. € ab, dies entspricht ca. 87% des Gesamtumsatzes vom Planvorhaben.

Weitergehende **Streuumsätze** ergeben sich durch die Lage an der Verkehrsachse Spremberger Chaussee und der täglichen Pendler nach Hoyerswerda. Da es Heimtierfachmärkte und Drogeriemärkte nur teilweise

in den umliegenden Gemeinden gibt bzw. in den westlichen Ortsteilen Hoyerswerdas nicht vorhanden sind, sind die Streuumsätze bezogen auf den Umsatzanteil mit 20% bzw. 10% am höchsten. Für die beiden Lebensmittelmärkte wird mit Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebiets von maximal 5% gerechnet. Zusätzlich zu berücksichtigen sind die Umsatzanteile der **Nonfood II – Sortimente**, die mit ca. 5% beim Vollsortimenter, 9% beim Lebensmitteldiscounter und 35% beim Drogeriemarkt anzusetzen sind.

In der Summe aus

- Nachfragebindung innerhalb des Einzugsgebietes in Höhe von rd. 19,3 Mio. €
- weiteren Streuumsätzen in Höhe von rd. 1,2 Mio. €
- sowie ergänzenden Nonfood II – Umsätzen in Höhe von rd. 1,6 Mio. €

ergibt sich eine Prognose des Gesamtumsatzes des Projektvorhabens von 22,1 Mio. €.

In der nachfolgenden Tabelle werden die Umsatzprognosen mit der geplanten Größendimensionierung zusammengeführt und hinsichtlich der resultierenden Flächenleistungen bewertet. Zu beachten ist, dass es sich beim Lebensmitteldiscounter um eine Verlagerung handelt, dem Planumsatz steht bereits ein Bestandsumsatz von 4,7 Mio. € gegenüber, welcher in der spezifischen Wettbewerbssituation der Hoyerswerdaer Neustadt zugleich auch als Verlagerungsumsatz betrachtet werden kann. Dem prognostizierten Gesamtumsatz des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“ kann folglich eine partielle Kundschaftsumorientierung des bestehenden Discounters gegenübergestellt werden, so dass letztlich ein Mehrumsatz von 17,4 Mio. € generiert werden muss.

Tabelle 15: Resultierende Flächenproduktivitäten im Planvorhaben

	Vorhaben	Verkaufs- fläche	Raum- leistung	Umsatz- erwartung
Bestand				
Lausitz-Center	Lebensmitteldiscounter	780 m²	6.000 €/m ²	4.700 T€
	Vollsortimenter	2.300 m²	4.850 €/m ²	11.200 T€
Planvorhaben	Lebensmitteldiscounter	1.049 m²	5.800 €/m ²	6.100 T€
	Drogeriemarkt	600 m²	6.000 €/m ²	3.600 T€
	Tierfachmarkt	672 m²	1.800 €/m ²	1.200 T€
Planvorhaben gesamt		4.621 m²		22.100 T€
Umsatzentwicklung gesamt				17.400 T€

Für den **Lebensmittelmarkt EDEKA** errechnet sich eine unterdurchschnittliche betriebs-typische Flächenproduktivität von ca. 4.850 €/m² Verkaufsfläche, allerdings weist der Markt zugleich eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung auf. Die überdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung, die geringe Kaufkraft in Hoyerswerda und im Umland, welche sich insbesondere bei Supermärkten negativ auf den Umsatz auswirkt, und der hohe Lebensmittelmarktbesatz durch die Großbetriebsformen, lassen keinen höheren Flächenproduktivität erwarten.¹⁸

Bei der Firma **ALDI** liegen als Vergleichsmaßstab betreiberspezifische Umsätze differenziert nach den Regionalgesellschaften vor. Der durchschnittliche Umsatz (netto) pro Filiale der zuständigen Regionalgesellschaft Wilsdruff betrug im Jahr 2021 (aktuellster Datenstand) 3,92 Mio. €. ¹⁹ Mit einem Bruttoumsatz von rd.

¹⁸ Die durchschnittliche Flächenproduktivität von EDEKA-Märkten beträgt 5.490 €/m², dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 3.882 EDEKA-Märkte (Supermärkte – ohne EDEKA-Center) der Firma EDEKA ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 1.312 m². (Quelle bulwiengesa, TradeDimensions, zitiert in: 19. RETAIL REAL ESTATE REPORT 2024/2025 der Hahn-Gruppe)

¹⁹ Bundesanzeiger: Jahresumsatz 2021 ALDI SE & Co. KG. Wilsdruff, entspricht einem Brutto-Umsatz von ca. 4,3 Mio. €

6,1 Mio. € liegt der Umsatz damit über dem Durchschnitt der Regionalgesellschaft aus dem Jahr 2021, so dass mit der überdurchschnittlichen Verkaufsfläche ein Worst-Case-Ansatz abgebildet wird.

Für den **Drogeriemarkt** ist im bundesdurchschnittlichen Vergleich aufgrund der unterdurchschnittlichen Kaufkraft, des begrenzten Marktpotenzials bei Drogeriewaren im Einzugsgebiet von 12,7 Mio. € und starkem Wettbewerb selbst bei Ausschöpfung einer realisierbarer Marktaberschöpfung nur von einer leicht unterdurchschnittlichen Flächenproduktivität von ca. 6.000 €/m²⁰ auszugehen. So ist ein maximaler Umsatz von 3,6 Mio. € über alle Sortimente des Drogeriemarkts im Einzugsgebiet erzielbar.

Bei einem Marktpotenzial von 2,5 Mio. € im Einzugsgebiet, einem weiteren Heimtierfachmarkt in Hoyerswerda und der Futternahrungssortimente der Lebensmittelmärkte ist ein maximaler Umsatz von 1,2 Mio. € unter Berücksichtigung von Streuumsätzen für den **Heimtierfachmarkt** realistisch. Die Flächenproduktivität von 1.800 €/m² Verkaufsfläche liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 2.000€/m².²¹

6.4.5. Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz differenziert für die beiden Lebensmittelmärkte, den Drogeriemarkt und den Heimtierfachmarkt am Projektstandort prognostiziert, dieser Differenzierung folgt auch die Prognose der wettbewerblichen Folgewirkungen.

Anzunehmen ist, dass der erwartete Planumsatz für den Standort „Neue Kühnichter Heide“ zu einem überwiegenden Anteil aus einer Kundschaftsumorientierung zu Lasten bisheriger Bestandsanbieter in Hoyerswerda generiert wird, damit zu einer Umsatzumverteilung führt. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen dieses Vorhaben auslösen kann. Hierfür sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist nachfolgend, ob dabei negative Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich und die wohnungsnahe Versorgung zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Wettbewerbsstandorten in der Stadt Hoyerswerda. Die Umlenkungen beziehen sich grundsätzlich auf die Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf.

Weiterhin werden neben den Umverteilungen im Einzugsgebiet auch die zusätzlichen Streuumsätze für Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf von außerhalb des Einzugsgebiets, die Mehrumsätze von sonstigen Nonfood-Sortimenten sowie der Wettbewerb der Vorhaben untereinander betrachtet:

Die Umsatzherkunft setzt sich wie folgt zusammen:

■ Umsatzumverteilung durch Planvorhaben in Hoyerswerda	max. 14,63 Mio. € (ca. 66%),
■ Bestandsumsatz ALDI im Lausitz-Center / Neustadt	4,7 Mio. € (ca. 21%),
■ Streuumsätze Lebensmittel, Drogeriewaren, Heimtierbedarf	0,99 Mio. € (ca. 4%),
■ Umsätze mit Nonfood II – Sortimenten	1,15 Mio. € (ca. 5%),
■ Wettbewerb der Vorhaben untereinander	0,63 Mio. € (ca. 3%).

²⁰ BBE Handelsberatung GmbH: 2024: Struktur und Marktdaten des Einzelhandels 2024, S. 22

²¹ BBE Handelsberatung GmbH: 2024: Struktur und Marktdaten des Einzelhandels 2024, S. 44

Die Darstellung der Umverteilungen erfolgt in drei Szenarien:

- Ausgangspunkt bzw. ein Basisszenario bilden die erwartenden Wettbewerbseffekte, die beim Markteintritt des Planvorhabens auf die aktuellen Angebotsstrukturen von Hoyerswerda zu erwarten sind,
- in einem zweiten Szenario werden die Umverteilungen unter Berücksichtigung einer absehbaren Schließung des PENNY-Marktes am Cottbusser Tor dargestellt, ein Szenario, welches nach Angaben der Stadtverwaltung Hoyerswerda für Mitte 2027 absehbar ist (Mietvertrag bereits gekündigt),
- schließlich berücksichtigt ein drittes Szenario die Entwicklung der Nachfrage für nahversorgungsrelevante Sortimente bis 2028 in der städtebaulich angestrebten Strukturwandel-Prognose. Gemäß dieser Prognose der Nachfrageentwicklung im Abschnitt 6.4.3 ist vor allem im Lebensmittelsortiment mit einem weiteren Nachfrageanstieg zu rechnen, bei Drogeriewaren und Heimtierbedarf ergeben sich nur sehr niedrige zusätzliche Werte. Der Nachfrageanstieg entlastet grundsätzlich die Wettbewerbssituation in Hoyerswerda, jedoch mit unterschiedlichen Wirkungen beispielsweise auf Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte, dies bildet dieses Szenario ab. Hierbei wird im Sinne eines Sicherheitspuffers nicht jener im Abschnitt 6.4.3 prognostizierte Wert angesetzt, sondern mit einem um 15% reduzierten Nachfrageanstieg von rd. 4 Mio. € gerechnet.

Die Umverteilungen in nachfolgender Tabelle zeigen für die Standorte mit Lebensmittelmärkten, Drogeriemärkten und Heimtierfachmärkten in der Stadt Hoyerswerda eine große Spannweite der Folgewirkungen mit einem maximalen Wert von bis zu 27,6% auf, so dass zum Teil sehr intensive Wettbewerbsschwörungen aufgrund eines betriebsformenspezifisch zukünftig sehr hohen Wettbewerbsbesatzes zu erwarten sind. Zu beachten ist, dass die Auflistung der Wettbewerbsstandorte in den Tabellen 16 und 17 bereits dem im Abschnitt 7 erarbeiteten Zentren- und Standortkonzept folgen, um die Betroffenheit zentraler Versorgungsbeiriche deutlich herauszustellen. Im Einzelnen sind folgende Umsatzumverteilungen zu prognostizieren:

Mit einer Umsatzumverteilungsquote von 27,6% sind im Basisszenario die stärksten Effekte gegenüber dem **PENNY-Lebensmitteldiscounter** am Cottbusser Tor 1 zu erwarten. Ursächlich hierfür ist die Nähe im Kerneinzugsgebiet, die Erreichbarkeit über dieselbe Verkehrsachse und der schwache Marktauftritt des Anbieters im aktuellen Bestand. Dieser weist aktuell in einer älteren Immobilie mit geringem fußläufigen Bevölkerungspotenzial die geringste Wettbewerbsfähigkeit auf. Bei einem prognostizierten Umsatzrückgang von rd. 1,0 Mio. € sind existenzielle Wirkungen für den PENNY-Lebensmitteldiscounter definitiv zu erwarten. Wird nachfolgend von einer Schließung des Marktes ausgegangen, so findet jedoch eine Kundschaftsumorientierung in Höhe des Gesamtumsatzes (rd. 3,7 Mio. € bei Food + Nonfood I-Sortimenten) statt. Entsprechend mindern sich die Umverteilungswirkungen auf die weiteren Wettbewerbsstandorte, was im zweiten Szenario Berücksichtigung findet (siehe Spalte Szenario bei Schließung Standort Cottbusser Tor). Vor dem Hintergrund der veralteten Immobilie mit schlechter Anfahrtssituation und der städtebaulichen Randlage ist eine Nachnutzung durch einen anderen Lebensmittelmarkt nicht zu erwarten.

Überdurchschnittlich betroffen ist im Basisszenario auch das **Lausitz-Center im A-Zentrum Neustadt** mit dem Vollsortimenter **REWE** und dem Drogeriemarkt **Rossmann** mit Umverteilungsquoten von 16,1% (erwarteter Umsatzrückgang von 1,23 Mio. €) bzw. von 19,0% (0,73 Mio. €). Beide Märkte können sicherlich von der hohen Bevölkerungszahl im Umfeld und der regionalen Anziehungskraft mit starken Kopplungspotenzialen im Lausitz-Center profitieren, allerdings ist bei der Höhe der Umverteilungen insbesondere für den Drogeriemarkt Rossmann eine Schließung des Betriebs nicht auszuschließen. Auch bei Schließung des PENNY-Marktes am Cottbusser Tor liegt die Umverteilung für den Drogeriemarkt Rossmann bei 17,4% (0,7 Mio. €) und selbst im positiven Szenario der Nachfrageentwicklung bis 2028 wäre die Umverteilung bei 12% (0,46 Mio. €). Demgegenüber würde sich die Umverteilung für den REWE-Markt durch die Schließung des Lebensmittelmarktes PENNY auf 11,1% (0,85 Mio. €) reduzieren, so dass nach der Verlagerung von ALDI für den einzig verbleibenden Lebensmittelmarkt innerhalb des A-Zentrums eine Schließung auszuschließen ist. Bei einer positiven Nachfrageentwicklung bis 2028 verringert sich die Umverteilung weiter auf 8,6%.

Tabelle 16: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Wettbewerbsbetriebe

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I in Mio. €	Umsatz- umverteilung Vollsortimenter in %	in Mio. €	Umsatz- umverteilung Discounter in %	in Mio. €	Umsatz- umverteilung Drogeriemarkt in %	in Mio. €	Umsatz- umverteilung Heimtier- fachmarkt in %	in Mio. €	Umsatz- umverteilung gesamt in %	in Mio. €	Szenario bei Schließung Standort Cottb. Tor in %	in Mio. €	Szenario bei opt. Nachfrage- entw. 2028 in %	in Mio. €
A-Zentrum Altstadt, REWE/ALDI	15,36	13,0%	2,00	0,7%	0,10	0,5%	0,08	1,0%	0,15	15,2%	2,33	10,0%	1,53	6,1%	0,93
A-Zentrum Altstadt, dm	4,04	1,0%	0,04			15,5%	0,63			16,6%	0,67	15,6%	0,63	9,9%	0,40
A-Zentrum Altstadt, LIDL	8,39	2,0%	0,17							2,0%	0,17	1,2%	0,10		
A-Zentrum Altstadt, Sonstige	4,14														
A-Zentrum Neustadt, REWE	7,66	14,5%	1,11			1,0%	0,08	0,5%	0,04	16,1%	1,23	11,1%	0,85	8,6%	0,66
A-Zentrum Neustadt, ROSSMANN	3,84	1,5%	0,06			17,5%	0,67			19,0%	0,73	17,4%	0,67	12,0%	0,46
A-Zentrum Neustadt, Sonstige	4,76	1,0%	0,05							1,1%	0,05				
C-Zentrum Lipezker Platz	5,50	8,0%	0,44	2,5%	0,14	1,0%	0,06	0,5%	0,03	12,2%	0,67	8,2%	0,45	6,2%	0,34
NVL Albert-Schweitzer-Straße 29	3,81	8,0%	0,30	2,0%	0,08	0,9%	0,03			10,8%	0,41	7,9%	0,30	0,8%	0,03
NVL Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25	4,66	9,6%	0,45	2,0%	0,09	1,2%	0,06	0,5%	0,02	13,3%	0,62	8,8%	0,41	6,2%	0,29
NVL Kamenzer Bogen 14/ Wittichenaer Straße 20a	4,88	2,0%	0,10					6,1%	0,30	8,2%	0,40	8,2%	0,40	5,5%	0,27
NVL Sandwätsche 1-2	4,84														
NVL Senftenberger Vorstadt 4	5,41	3,0%	0,16							3,0%	0,16	2,6%	0,14		
NVL Ziolkowskistraße 18	5,26	5,0%	0,26	1,0%	0,05	1,0%	0,05			6,8%	0,36	5,7%	0,30	2,9%	0,15
Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2	0,01														
Standort Cottbusser Tor 1	3,70	13,5%	0,50	10,0%	0,37	4,0%	0,15			27,6%	1,02	100,0%	3,70	100,0%	3,70
Ergänzungsstandort Straße E 9	19,32	14,0%	2,70	1,0%	0,19	3,6%	0,70	1,1%	0,20	19,6%	3,79	16,9%	3,26	11,2%	2,17
Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26	44,51	2,8%	1,25			1,0%	0,45	0,5%	0,22	4,3%	1,92	4,1%	1,83	2,7%	1,21
sonstige	5,66	1,8%	0,10							1,8%	0,10	1,1%	0,06		
Umsatzumverteilung durch die Planvorhaben			9,69	1,02	2,96	0,96	14,63	4,70	0,99	1,15	0,63	10,61	4,70	0,99	1,15
Bestandsumsatz (ALDI im A-Zentrum Neustadt) (zusätzliche) Streuumsätze Food + Nonfood I (Mehr-)Umsätze sonstige Nonfood-Sortimente			0,56	0,07	0,12	0,24	0,99	1,15	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63
Wettbewerb der Vorhaben untereinander (maximal 3% Umsatzanteil)			0,35	0,18	0,10										
Partizipation opt. Nachfrageentwicklung bis 2028															
Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt			11,20	6,10	3,60	1,20	22,10	22,10	22,10	22,10	22,10	22,10	22,10	22,10	22,10

Der Standort von **REWE**, **ALDI** und **dm** in der Teschenstraße im **A-Zentrum Altstadt** ist zwar stärker auf die Altstadt ausgerichtet, liegt aber an der gleichen Verkehrsachse wie das Projektvorhaben und hat mit zwei Lebensmittelmärkten und einem Drogeriemarkt eine vergleichbare Ausrichtung. Folglich sind mit Umverteilungen von 15,2% für die beiden Lebensmittelmärkte (summarisch 2,33 Mio. € Umsatzrückgang) und 16,6% für den Drogeriemarkt dm (0,67 Mio. €) ebenfalls überdurchschnittliche Umverteilungen zu verzeichnen. Adäquat zum A-Zentrum Neustadt würde sich die Umverteilung für die beiden Lebensmittelmärkte, die sich in modernem Zustand mit aktuellem Konzept sowie hohen Kopplungspotenzialen als sehr wettbewerbsfähig präsentieren, bei Schließung des Penny-Marktes am Cottbusser Tor adäquat reduzieren. Bei einer Umverteilungsquote von 10% im zweiten Szenario bzw. von nur noch 6,1% im Szenario mit positiver Nachfrageentwicklung ist eine Schließung der Lebensmittelmärkte auszuschließen. Dies gilt nicht für den Drogeriemarkt dm, welcher selbst im Szenario der Nachfrageentwicklung bis 2028 noch mit rd. 10% Umsatzumverteilung betroffen ist.

Alle weiteren Anbieter innerhalb der beiden A-Zentren sind aufgrund der unterschiedlichen Sortimentsausrichtung bzw. Entfernung und damit Kundenorientierung (Lidl) nur in geringem Maße bzw. nicht betroffen.

Das **C-Zentrum Lipezker Platz** ist mit seinem Besatz aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben zunächst auf das direkte Umfeld und das Klinikum ausgerichtet. Wettbewerbsverflechtungen des Projektvorhabens sind mit dem großflächigen Netto Marken-Discount durch die Lage am Rand des Kerneinzugsgebiets zu erwarten. Der Netto-Markt präsentiert sich nach Modernisierung mit seinem aktuellen Konzept und kann von den starken Kopplungspotenzialen des Treff 8 profitieren. Ist die Umverteilungsquote von 12,2% (0,67 Mio. €) im Basisszenario noch als hoher Wettbewerbseffekt zu werten, so ist aber bereits bei Schließung des Penny-Marktes (Umverteilung 8,2% bzw. 0,45 Mio. €) und insbesondere im Szenario der Steigerung der Kaufkraft (Umverteilung 6,2% bzw. 0,34 Mio. €) keinesfalls mit einer Schließung des Magnetanbieters zu rechnen.

Von den integrierten Nahversorgungsstandorten ist besonders die **Nahversorgungslage Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25** durch die geringe Entfernung und der Lage am Rand des Kerneinzugsgebiets betroffen. Die Nahversorgungslage hat vor allem Nahversorgungsfunktionen nördlich des A-Zentrums Neustadt. Der großflächige Netto-Markt mit mehr als 1.000 m² Verkaufsfläche mit integriertem Bäcker und ergänzendem KiK-Bekleidungsfachmarkt mit ebenerdigen Parkplätzen vor der Immobilie wird aber bei einer Umverteilungsquote von 8,8% (0,41 Mio. €) bei Schließung des Penny-Marktes nicht verdrängt werden. Bei Steigerung des Nachfragepotenzials bis 2028 wird sich die Umverteilungsquote auf 6,2% (0,29 Mio. €) entspannen.

Ebenfalls stärker vom Vorhaben betroffen ist die **Nahversorgungslage Albert-Schweitzer-Straße 29** mit einem weiteren Netto-Markt. Dieser zeigt sich in einem älteren Zustand, kann jedoch südlich vom Lausitz-Center die Bevölkerung sehr gut ansprechen. Insofern ist bei einer Umverteilungsquote von 10,8% (0,41 Mio. €) bzw. einer geringeren Umverteilungsquote von 7,9% (0,3 Mio. €) bei Schließung des Penny-Marktes nicht mit einer Schließung der Nahversorgungslage zu rechnen.

Alle weiteren Nahversorgungslagen sind in geringerem Maße betroffen, wobei sich bei der Nahversorgungslage Kamenzer Bogen 14/Wittichenauer Straße 20a die Umverteilungen zunächst auf den Fachmarkt für Heimtierbedarf Fressnapf beziehen. In jedem Fall bleiben die Umverteilungen unterhalb einer städtebaulichen Relevanz.

Das Projektvorhaben spricht mit einem Vollsortimenter mit 2.300 m² Verkaufsfläche, einem Lebensmitteldiscounter, einem Drogeriemarkt und einem Fachmarkt für Heimtierbedarf neben der täglichen Nahversorgung für das Umfeld zugleich sehr stark den autoorientierten Wocheneinkauf an. Vor diesem Hintergrund sind wesentliche Wettbewerbswirkungen mit dem **Großen Supermarkt Kaufland am Ergänzungsstandort E 9** sowie dem **SB-Warenhaus Globus am Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebkecht-Straße 24-26** zu erwarten. Insbesondere der Große Supermarkt Kaufland, welcher vor allem den Wocheneinkauf der Neustadt und des östlichen Einzugsgebietes anspricht, wird vom Projektvorhaben mit einer Umverteilungsquote von 19,6% betroffen sein. Dies entspricht einem Umsatzrückgang von rd. 3,8 Mio. €, der

standortbezogen höchste Einzelwert. Bei einer Schließung des Penny-Marktes würde sich die Umverteilungsquote leicht auf 16,9% (3,3 Mio. €) reduzieren und erst im positiven Nachfrageszenario bis 2028 auf 11,2% (2,17 Mio. €) abschwächen. Eine Schließung des Kauflands ist selbst bei einem Umsatzverlust von 16,9% zwar betreiberspezifisch eher unwahrscheinlich, Folgewirkungen sind aus städtebaulicher Sicht in jedem Fall anders einzuordnen als eine Betroffenheit zentraler Versorgungsbereiche.

Für das **SB-Warenhaus Globus** sind die Umverteilungsquoten durch die größere Entfernung, einer stärkeren Ausrichtung auf das südliche Stadtgebiet und Umfeld und einer auch regional ausgeprägten Zielgruppenorientierung mit maximal 4,3% deutlich geringer. Bei einem prognostizierten Umsatzrückgang von rd. 1,9 Mio. € sind für den dominanten Standort in Hoyerswerda existenzielle Wirkungen auszuschließen. In den beiden weiteren Szenarien sind die Umverteilungsquoten mit 4,1% bzw. 2,7% entsprechend geringer.

Zwischenfazit und gutachterliche Empfehlung

Die Gegenüberstellung der drei Szenarien zeigt, dass die Realisierung des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“ auf der Betrachtungsebene der Lebensmittelmärkte verträglich gestaltet werden kann. Wichtige Ansatzpunkte sind hierbei die Verlagerung des Lebensmitteldiscounters und die absehbare Schließung des Discounterstandortes Penny am Cottbusser Tor 1, dessen bisherige Versorgungsfunktion wird zukünftig von den alternativstandorten in der Neustadt übernommen, insbesondere vom Projektstandort „Neue Kühnichter Heide“. Auch die absehbare Nachfrageentwicklung im Lebensmittelsortiment führt zu einer leichten Entspannung der Wettbewerbssituation und folglich zu einer höheren Realisierungswahrscheinlichkeit des Planvorhabens.

Die Etablierung eines zweiten Heimtierfachmarktes für die Stadt Hoyerswerda wird vom Nachfragepotenzial getragen und führt zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen.

Kritischer ist die Entwicklung in der unmittelbaren Wettbewerbssituation durch Drogeriemärkte zu bewerten. Es zeigt sich deutlich, dass für die beiden Drogeriemärkte von dm und Rossmann in den A-Zentren Altstadt und Neustadt in allen drei Szenarien wesentliche Umverteilungseffekte zu erwarten sind. Selbst im optimistischen Szenario mit positiver Nachfrageentwicklung bis 2028 wird der Schwellenwert einer städtebaulich relevanten Umverteilungsquote von 10% erreicht und überschritten.²² Dies bedingt nicht zwangsläufig die Schließung eines Drogeriemarktes, zeigt aber einen starken Wettbewerb der Märkte untereinander, bei welchem auch die großen Drogerieabteilungen der dezentralen Standorte von Kaufland und Globus zu beachten sind. Der Orientierungs- oder Schwellenwert ist dabei kein Grenzwert, er ermahnt vielmehr, beim Erreichen oder Überschreiten noch einmal genauer auf mögliche städtebauliche Folgewirkungen zu achten.

Für das Stadtgebiet Hoyerswerda wäre mittelfristig die Schließung eines Drogeriemarktes mit hoher Wahrscheinlichkeit anzunehmen, die Gefährdung ist in der Neustadt höher als in der Altstadt. Dementsprechend ist die Schutzwürdigkeit und die Prämisse der beiden A-Zentren in der Einzelhandelsentwicklung voranzustellen, die Drogeriemärkte sind maßgebliche Magneten der A-Zentren, ihr Erhalt unterliegt ausdrücklich den städtebaulichen Zielvorgaben. Aus diesem Grund wird gutachterlich empfohlen auf den Drogeriemarkt im Planvorhaben zu verzichten. Dies würde zudem auch in geringem Maße die Umverteilungseffekte für die Lebensmittelmärkte reduzieren.

Im Zuge dieser Einschätzung hat im Nachgang der 2. Arbeitssitzung (20. Januar 2025) der zuständige Projektentwickler zugesagt, keinen Drogeriemarkt in die aktuelle Planung des Vorhabens „Neue Kühnichter Heide“ aufzunehmen.

Bei Verzicht auf den Drogeriemarkt ergeben sich geringere Umverteilungen, wie in nachstehender Tabelle dargestellt.

²² Die 10%-Schwelle der Umsatzumverteilung hat sich in der Verwaltungs- und Gutachterpraxis als Anhaltswert zur Bestimmung möglicher städtebaulicher Auswirkungen grundsätzlich bewährt. Dabei ist aber auf die jeweiligen Gegebenheiten des Einzelfalls abzustellen, gegebenenfalls sind auch „Vorschädigungen zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.
vgl. zum 10%-Schwellenwert: gif Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung: Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, S. 171 ff.

Tabelle 17: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Wettbewerbsbetriebe bei Planvorhaben ohne Drogeriemarkt

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I in Mio. €	Umsatz- umverteilung Vollsortimenter in % in Mio. €	Umsatz- umverteilung Discounter in % in Mio. €	Umsatz- umverteilung Heimtier- fachmarkt in % in Mio. €	Umsatz- umverteilung gesamt in % in Mio. €	Szenario bei Schließung Standort Cottb. Tor in % in Mio. €	Szenario bei opt. Nachfrage- entw. 2028 in % in Mio. €
A-Zentrum Altstadt, REWE/ALDI	15,36	13,0% 2,00	0,7% 0,10	1,0% 0,15	14,6% 2,25	9,0% 1,38	5,0% 0,77
A-Zentrum Altstadt, dm	4,04	1,0% 0,04			1,0% 0,04	1,0% 0,04	
A-Zentrum Altstadt, LIDL	8,39	2,0% 0,17			2,0% 0,17	1,2% 0,10	
A-Zentrum Altstadt, Sonstige	4,14						
A-Zentrum Neustadt, REWE	7,66	14,5% 1,11		0,5% 0,04	15,0% 1,15	9,2% 0,70	5,0% 0,38
A-Zentrum Neustadt, ROSSMANN	3,84	1,5% 0,06			1,6% 0,06	1,5% 0,06	
A-Zentrum Neustadt, Sonstige	4,76	1,0% 0,05			1,1% 0,05		
C-Zentrum Lipzker Platz	5,50	8,0% 0,44	2,5% 0,14	0,5% 0,03	11,1% 0,61	6,5% 0,36	3,5% 0,19
NVL Albert-Schweitzer-Straße 29	3,81	8,0% 0,30	2,0% 0,08		10,0% 0,38	7,0% 0,27	
NVL Frédéric-Joliot-Curie-Straße 23-25	4,66	9,6% 0,45	2,0% 0,09	0,5% 0,02	12,0% 0,56	7,0% 0,33	4,0% 0,19
NVL Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a	4,88	2,0% 0,10		6,1% 0,30	8,2% 0,40	8,0% 0,39	4,5% 0,22
NVL Sandwätsche 1-2	4,84						
NVL Senftenberger Vorstadt 4	5,41	3,0% 0,16			3,0% 0,16	2,5% 0,14	
NVL Ziolkowskistraße 18	5,26	5,0% 0,26	1,0% 0,05		5,9% 0,31	4,5% 0,24	2,5% 0,13
Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2	0,01						
Standort Cottbusser Tor 1	3,70	13,5% 0,50	10,0% 0,37		23,5% 0,87	100,0% 3,70	100,0% 3,70
Ergänzungsstandort Straße E 9	19,32	14,0% 2,70	1,0% 0,19	1,1% 0,20	16,0% 3,09	13,5% 2,60	7,0% 1,35
Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26	44,51	2,8% 1,25		0,5% 0,22	3,3% 1,47	3,0% 1,32	1,6% 0,73
sonstige	5,66	1,8% 0,10			1,8% 0,10	1,0% 0,06	
Umsatzumverteilung durch die Planvorhaben		9,69	1,02	0,96	11,67	11,67	7,66
Bestandsumsatz (ALDI im A-Zentrum Neustadt)			4,70		4,70	4,70	4,70
(zusätzliche) Streuumsätze Food + Nonfood I		0,56	0,07	0,24	0,87	0,87	0,87
(Mehr-) Umsätze sonstige Nonfood-Sortimente		0,60	0,13		0,73	0,73	0,73
Wettbewerb der Vorhaben untereinander (maximal 3% Umsatzanteil)		0,35	0,18		0,53	0,53	0,53
Partizipation opt. Nachfrageentwicklung bis 2028							4,02
Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt		11,20	6,10	1,20	18,50	18,50	18,50

Ohne einen Drogeriemarkt im Planvorhaben reduzieren sich die Umverteilungen auf die bestehenden **Drogeriemärkte von dm und Rossmann** deutlich. Diese werden mit weniger als 0,1 Mio. € unterhalb der Spürbarkeitsschwelle liegen.

Da ein Drogeriemarkt auch Lebensmittel als Randsortiment führt und **die weiteren Lebensmittelmärkte in Hoyerswerda** ebenfalls Drogeriewaren anbieten, reduzieren sich in geringem Maße auch die Umverteilungen für die weiteren Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet Hoyerswerda. Eine zweistellige Umverteilungsquote verbleibt einzig für den Großen Supermarkt Kaufland am Ergänzungsstandort E 9 im realistischen Szenario der Schließung des Penny-Marktes. Selbst dieser Wert wird beim Szenario Strukturwandel bis 2028 mit positiver Nachfrageentwicklung weiter reduziert.

Die **summarischen Umverteilungswirkungen bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Stadtgebietes Hoyerswerda** können allein durch den Verzicht auf einen Drogeriemarkt auf bis zu rd. 7,7 Mio. € (Szenario Strukturwandel bis 2028) abgemildert werden, würden sich gegenüber dem Ausgangswert im Basisszenario fast halbieren.

Bei **Streuumsätzen** von rd. 0,9 Mio. €, die aus einem diffusen Gebiet stammen, ist eine modelltheoretische Zuordnung auf einzelne Standorte aufgrund von Geringfügigkeit nicht möglich. In jedem Fall verbleiben die Auswirkungen unterhalb einer städtebaulichen Relevanz.

Bei den **Nonfood II-Sortimenten** in Höhe von rd. 0,7 Mio. € ist zu konstatieren, dass sich diese auf viele Sortimente und Anbieter aufteilen und eine einzelbetriebliche oder standortbezogene Ausweisung von Umsatzumverteilungseffekten nicht prognostizierbar ist.

6.4.6. Städtebauliche Bewertung und Einordnung in die Landesplanung

Einbindung des Projektvorhabens ins Standortkonzept / Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO

Aus der vorstehenden Modellrechnung mit reduziertem Vorhaben ohne Drogeriemarkt lassen sich somit zwar starke wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung ableiten. Im Detail sind die Ergebnisse wie folgt städtebaulich zu bewerten:

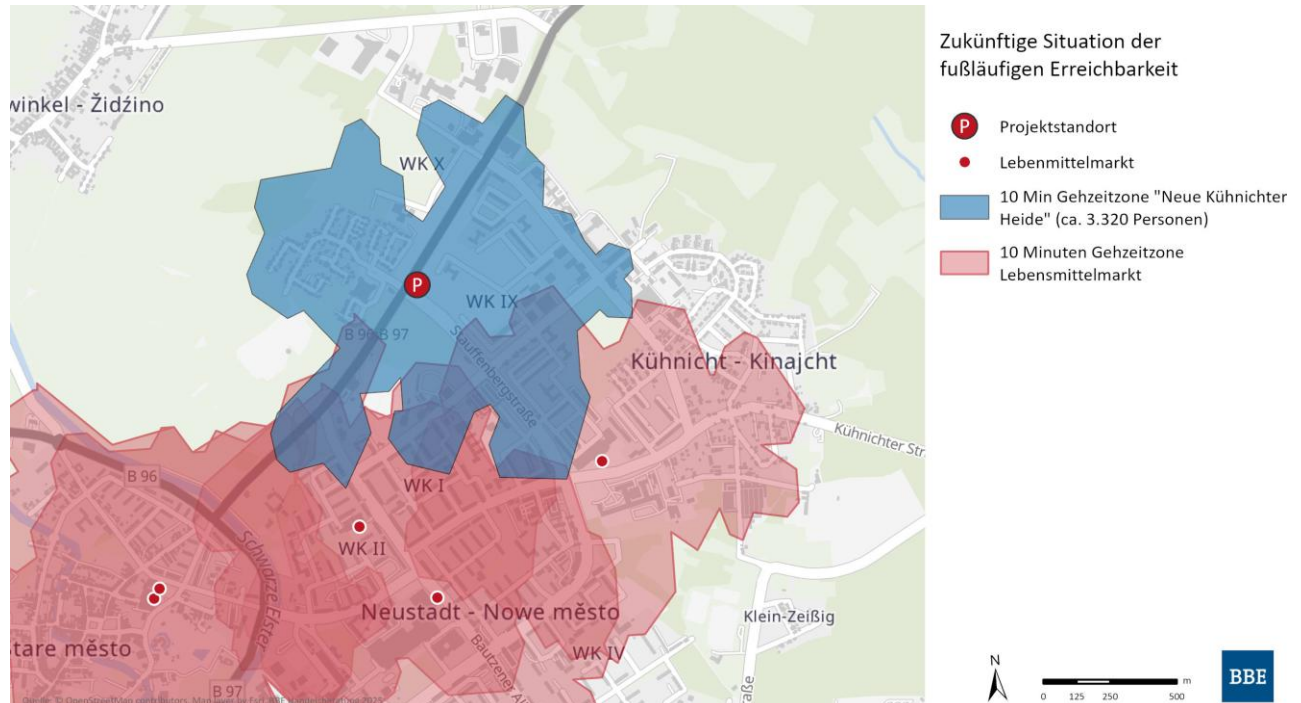
Entwicklung eines Nebenzentrums in Ergänzung der beiden A-Zentren

- Das Vorhaben „Neue Kühnichter Heide“ mit einem modernen Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter und Fachmarkt für Heimtierbedarf kann Versorgungsfunktionen für das Oberzentrum im Verbund Hoyerswerda 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 Verzicht auf einen Drogeriemarkt bedeutet nicht Verzicht auf die zugehörige Verkaufsfläche, vielmehr kann diese als zentrenintegrierte Potenzialfläche verstanden werden, die aber einer zentrenverträglichen Alternativnutzung zuzuführen ist, der entsprechende Nachweis ist zu führen.
- Durch das Vorhaben besteht zudem die Chance, die nahegelegene Grünwald-Passage aufzuwerten. Insbesondere für kleinteilige Angebotsstrukturen und Dienstleister ist die Passage in Ergänzung zum Planvorhaben attraktiv. Die Abgrenzung des Nebenzentrums (B-Zentrum) inkl. Nutzungskartierung im direkten Umfeld ist Abschnitt 7.2.3 zu entnehmen.

Reduziertes Vorhaben ohne Drogeriemarkt führt zu keinen städtebaulich negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung von Hoyerswerda

- Existenzielle Wirkungen sind auch mit reduziertem Vorhaben ohne Drogeriemarkt für den Penny-Markt am Cottbusser Tor mit einer Umverteilungsquote von 23,5% zu erwarten. Die Immobilie ist bereits im Ist-Zustand von Leerständen gekennzeichnet, präsentiert sich in veraltetem Zustand und hat neben der Lage am Stadtrand auch eine schwierige Anfahrtssituation. Voraussichtlich wird dieser Discounterstandort auch unabhängig vom Vorhaben „Neue Kühnichter Heide“ aufgegeben. Vor dem Hintergrund der Standortbedingungen ist eine Nachvermietung durch einen Lebensmittelmarkt nicht realistisch.
Städtebaulich negative Wirkungen sind bei der Schließung des Penny-Marktes jedoch nicht gegeben, da das neue Nebenzentrum die fußläufigen Versorgungsfunktionen des Penny-Marktes weitgehend übernehmen könnte, wie die Karte auf der nächsten Seite verdeutlicht.
- Bis auf den Großen Supermarkt Kaufland liegen die Umverteilungsquoten für alle Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten unter Berücksichtigung der Schließung des Penny-Marktes unterhalb einer Umverteilungsquote von 10%. Existenzielle Wirkungen durch das Vorhaben sind für diese Lebensmittelmärkte entsprechend auszuschließen.
Beim Kaufland führt auch eine Umverteilungsquote oberhalb der 10%-Schwelle nicht zu einer existenziellen Gefährdung, keinesfalls sind aber städtebauliche Folgewirkungen aus Wettbewerbseffekten gegenüber diesem dezentralen Standort abzuleiten. Der Standort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs und verfügt mit weniger als 300 Personen in einer 10 Minuten-Gehzeit aufgrund der Lage in einem Gewerbegebiet auch nur über geringe Nahversorgungsfunktionen.

Karte 16: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Hoyerswerda inkl. Projektvorhaben „Neue Kühnichter Heide“



Vorhaben fügt sich in die landesplanerischen Vorgaben ein

- Großflächige Handelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind im Oberzentrum im Verbund Hoyerswerda im Sinne von Ziel 2.3.2.1 des Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 zulässig.
- Gemäß Ziel 2.3.2.3: ist „bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² 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.“
Wie die obigen Ausführungen und Abschnitt 7.2.3 deutlich machen, wird das Vorhaben „Neue Kühnichter Heide“ einen zentralen Versorgungsbereich mit der Grünwald-Passage in Ergänzung zu den beiden A-Zentren bilden. Folglich ist das Vorhaben mit Ziel 2.3.2.3 kompatibel.
- Aus der Abgrenzung des Einzugsgebiets wird ersichtlich, dass sich das Einzugsgebiet zunächst auf Hoyerswerda selbst bezieht und ergänzend dazu nördlichen und östliche Gemeinden des Mittelbereichs dazu gehören. Das Vorhaben bezieht sich somit auf den landesplanerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich (Ziel 2.3.2.4).
- Wie in der vorstehenden städtebaulichen Bewertung des Vorhabens deutlich wurde, wird das „städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte“ nicht substantiell beeinträchtigt, so dass auch Ziel 2.3.2.5 erfüllt wird.
- Die Haltestellen „Kühnichter Heide“ und „Grünwaldring“ sichern die ÖPNV-Anbindung mit den Linien 1 und 4. Insofern ist eine ausreichende ÖPNV-Anbindung im Sinne von Grundsatz 2.3.2.6 gegeben.²³

²³ Landesentwicklungsplan 2013: Ziel 2.3.2, Seite 72

7. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Hoyerswerda

7.1. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Sicherung und Stärkung der zentralörtlichen Funktion des Oberzentrums Hoyerswerda im Verbund mit Bautzen und Görlitz ist unmittelbar mit der Wahrnehmung der Versorgungsaufgaben verbunden. Folglich besitzt der Einzelhandel als Träger der Versorgungsfunktion eine herausragende Bedeutung für die Wahrnehmung zentralörtlicher Aufgaben. Gleichzeitig ist eine nachhaltige Stadtentwicklung ohne Einzelhandel undenkbar. Dies impliziert, dass der Einzelhandelsstandort Hoyerswerda in dem in Abschnitt 2.3 beschriebenen Verflechtungsbereich seine Standortpotenziale nutzt, um die örtlichen Versorgungsfunktionen umfassend zu erschließen und möglichst auszuschöpfen.

Die Stadt Hoyerswerda verfügt als Oberzentrum über eine regionale Ausstrahlung, diese unterliegt den bereits mehrfach erläuterten regionalen Verflechtungsbeziehungen mit den funktionsgeteilten Oberzentren Bautzen und Görlitz. Eine weitergehende Ausstrahlung wird zudem durch die Mittelzentren Kamenz, Spremberg und Senftenberg begrenzt. Zur Wahrnehmung der Funktion als Oberzentrum im Städteverbund muss die Stadt Hoyerswerda über ein entsprechendes Angebot an Handelseinrichtungen verfügen, welches einen qualifizierten Grundbedarf für die eigene Wohnbevölkerung sichert.

Somit beginnt diese Aufgabenstellung bereits bei einer quantitativen und qualitativen Kundenbindung in der Grundversorgung, als maßgeblichen, einzelhandelsrelevanten Nachfrageanteil (65% der einzelhandelsrelevanten Ausgaben in Hoyerswerda entfallen auf den kurzfristigen Bedarf). Eine leistungsfähige Grundversorgung unterstützt auch die Vor-Ort-Bindung einzelner Nachfragesegmente in mittel- bis langfristigen Branchen. Eine strukturell ausgewogene Grundversorgung stellt die Basis für eine verstärkte Kaufkraftbindung dar.

Gleichzeitig ist eine leistungsfähige aber bevorzugt städtebaulich integrierte Nahversorgung zu gewährleisten, die sich an den Besiedlungsstrukturen, einer umfassenden Zielgruppenansprache und der Erreichbarkeit in den einzelnen Ortsteilen orientiert.

Vor dem Hintergrund einer auch zukünftig bei erfolgreichem Strukturwandel eher stagnierenden bis leicht schrumpfenden Bevölkerung wird eine Herausforderung sichtbar, die konsequente Handlungsleitlinien erfordert. Die Marktentwicklung im Hoyerswerdaer Einzelhandel soll mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ziel ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, im Mittelpunkt steht vielmehr eine städtebauverträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

Ein eigenständiges Profil definiert die Stadt Hoyerswerda über das Zusammenspiel der eher mit kleinteiligen, inhabergeführten Anbietern strukturierten historischen Altstadt und die vorrangig durch filialisierte Konzepte geprägte Neustadt mit dem Schwerpunkt des Lausitz-Centers. Zusammen erzielen die beiden Standorte eine Ausstrahlung auf das Stadtgebiet sowie das Umland von Hoyerswerda.

Ausstrahlungskraft und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität als Einzelhandelsstandort zu erhalten und weiter auszubauen. Ziel dieses Zentren- und Standortkonzeptes ist ausdrücklich die Herausbildung und weitere Stärkung von konzentrierten und leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten, die den zukünftigen Herausforderungen gewachsen sind.

Auch zukünftig sollten die Kundenströme gezielt auf die beiden Zentren in der Altstadt und Neustadt gelenkt werden, um somit einen Funktionsverlust der beiden Zentren abzuwenden. Dies gilt insbesondere für eine gezielte Lenkung innerstädtischer Leitbranchen. Eine Zergliederung des Einzelhandelsbesatzes mit folgendem Attraktivitätsverlust der beiden Zentren schädigt nicht nur die Einzelhandelsstrukturen und städtebaulichen Strukturen innerhalb der Stadt Hoyerswerda, sondern schwächt insgesamt die Funktion als Oberzentrum. Ziel muss es folglich sein, durch die Einbindung von Magnetbetrieben in die beiden Zentren, die lokale und überörtliche Anziehungskraft zu erhöhen.

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

- Städtebauliche Zielvorstellungen und Einzelhandelsentwicklung bedingen sich gegenseitig
 - Verknüpfung von Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten
 - Funktionsbündelung für attraktive Erlebnisräume mit hoher Aufenthaltsqualität
- Erhalt und Stärkung des Einzelhandelsstandorts Hoyerswerda
 - Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des Versorgungsnetzes unter Berücksichtigung der Funktion als Oberzentrum im zentralörtlichen Verbund
- Identifikationswirkung der Versorgungszentren stärken
 - Multifunktionale und erlebbare Standorte entfalten eine Stadtidentität
 - Handel-Dienstleistungen-Gastronomie-Funktionsergänzungen als frequenzbringendes Gesamtsystem
- Entwicklung eines räumlich-funktionalen Konzeptes
 - schwerpunktmäßige Ausrichtung auf die Zentren der Altstadt und Neustadt in Funktionsteilung
 - Sicherung der Nahversorgung mit zentrenintegrierten Nahversorgungsangeboten und ergänzenden Nahversorgungslagen
 - großflächiger Einzelhandel in Funktionsabstimmung zu den Zentren an Ergänzungsstandorten
 - funktionsgerechte Einbindung des Projektvorhabens „Neue Kühnichter Heide“ in die Standort- und Zentrenstruktur
- Schaffung von Planungs- und Rechtssicherheit
 - Konzeptionelle Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels schafft Wettbewerbstransparenz
 - Basis für attraktive und städtebaulich verträgliche Ansiedlungspolitik

Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels soll die prioritäre Entwicklung der Zentren forciert werden und die Ansiedlung wichtiger zentrenrelevanter Angebote zunächst in der historischen Altstadt und in der Neustadt erfolgen. Die Geschäftslagen der historischen Altstadt und der Neustadt (vgl. Abschnitte 7.2.1 und 7.2.2) werden mit weiteren Funktionsbereichen wie Gastronomie und Dienstleistung zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt, um die Ausstrahlungskraft als Zentrum mit Stadtidentität weiter zu entfalten.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche sowie standortspezifische Versorgungsaufgaben, unter Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbsstellung sowie Maßnahmen einer übergeordneten Stadtentwicklung, führt insgesamt zu einer sehr straffen Zentren- und Standortgliederung in überschaubare aber auch wirtschaftlich tragfähige Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereiche (funktional und räumlich). Sie wirkt einer Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen entgegen und trägt zur kleinräumigen Stadtentwicklung ebenso bei, wie zur Positionierung der Stadt Hoyerswerda als Einzelhandelsstandort.

7.2. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen der Stadt Hoyerswerda auf, ist ausgerichtet an der Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen bis regionalen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung unter Berücksichtigung eines aktuellen Planvorhabens.

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

Zentrale Versorgungsbereiche:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Stadtgebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Hauptgeschäftszentrum) oder auf Teilbereiche (Ortsteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (A-Zentrum, B-Zentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (C-Zentrum) abdecken.²⁴
- Nahversorgungszentren (C-Zentren) als unterste Ebene von zentralen Versorgungsbereichen setzen in ihrer Anbieterstruktur voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläufe.²⁵
- Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hoyerswerda erfolgt im Funktionsschwerpunkt als Einzelhandels- und Dienstleistungszentrum mit entsprechendem Bezug zur jeweils räumlichen Versorgungsfunktion.
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.

Nahversorgungslagen:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnahe oder, aus Sicht peripherer Siedlungsgebiete, zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich ab. Sie erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen und dienen der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung.
- Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Ortsteiles beitragen. Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), einschließlich angeschlossenen Lebensmittelhandwerk (Bäcker und / oder Fleischer).

²⁴ Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

²⁵ vgl. Urteil des 7. Senats des OVG NW vom 11.12.2006 (7 A 964/05)

- Eine Ergänzung durch Anbieter mit kurz- und mittelfristigem Kernsortiment und / oder Dienstleistern innerhalb der Ausprägung eines Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladens ist möglich, soweit diese ausschließlich auf das unmittelbare Nahversorgungsumfeld abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Ergänzungsstandorte:

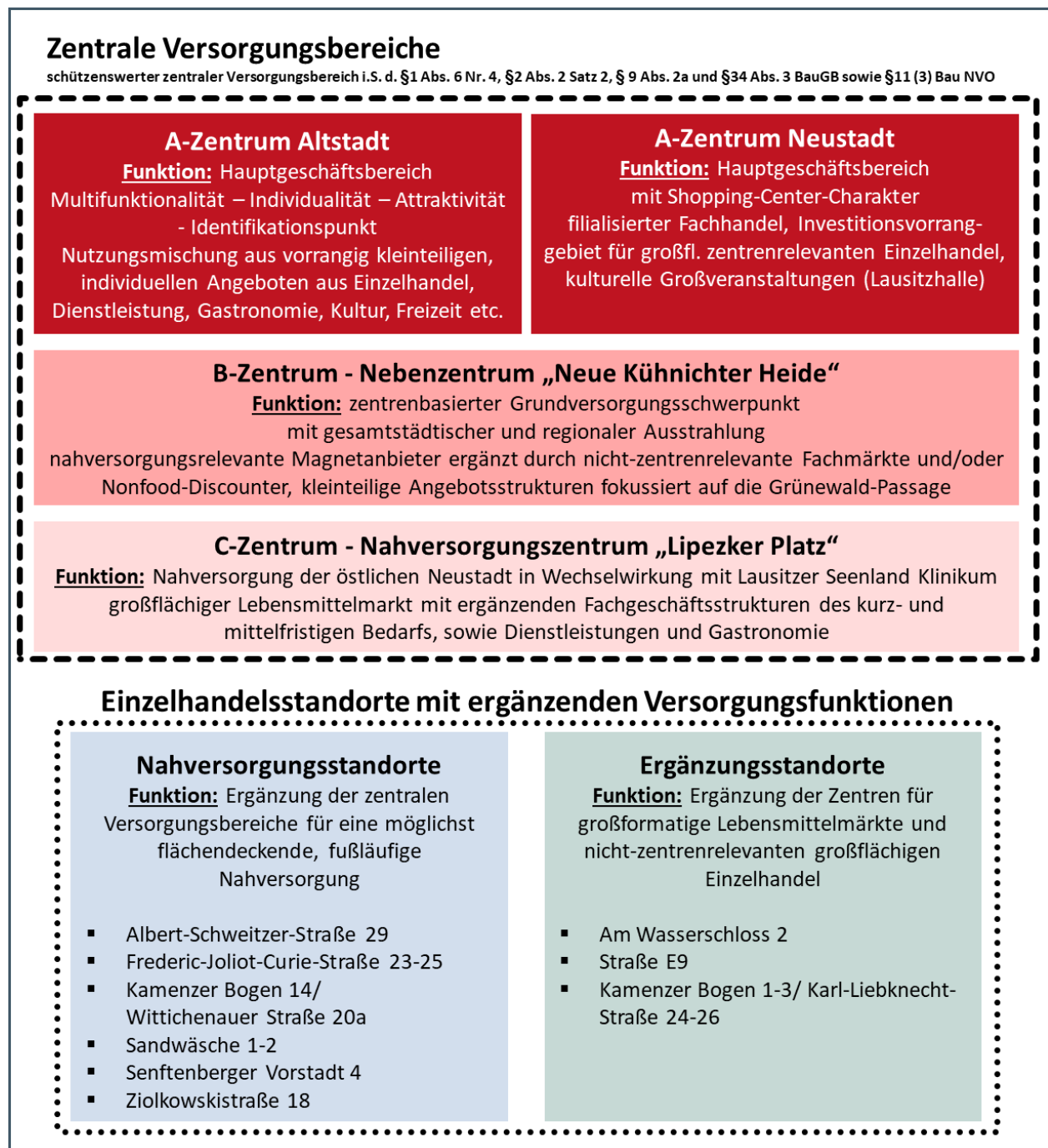
- Die Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel erhalten eine eindeutige Funktionszuweisung und bieten die Chance, typische periphere Angebots- und Versorgungsstrukturen einzubinden.
- Die Ergänzungsstandorte sollen zukünftig einen weiteren Ausbau des Zentrengefüges und der Nahversorgung in keiner Weise gefährden. Folglich sind Veränderungen an den Ergänzungsstandorten grundsätzlich nach ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. Nahversorgungsstandorte zu bewerten und unerwünschte Entwicklungen auszuschließen. Die Ergänzungsstandorte sind hinsichtlich ihrer Ausdehnung und branchenspezifischen Nutzungen bauplanungsrechtlich abzusichern.

Mit der Aufnahme der sechs Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt bzw. Entwicklung dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Ortsteile, Wohngebiete).

Folgende Funktionsabstimmung des Zentren- und Standortkonzepts sowie deren Arbeitsteilung, welche auf der folgenden Seite dargestellt ist, wird empfohlen:

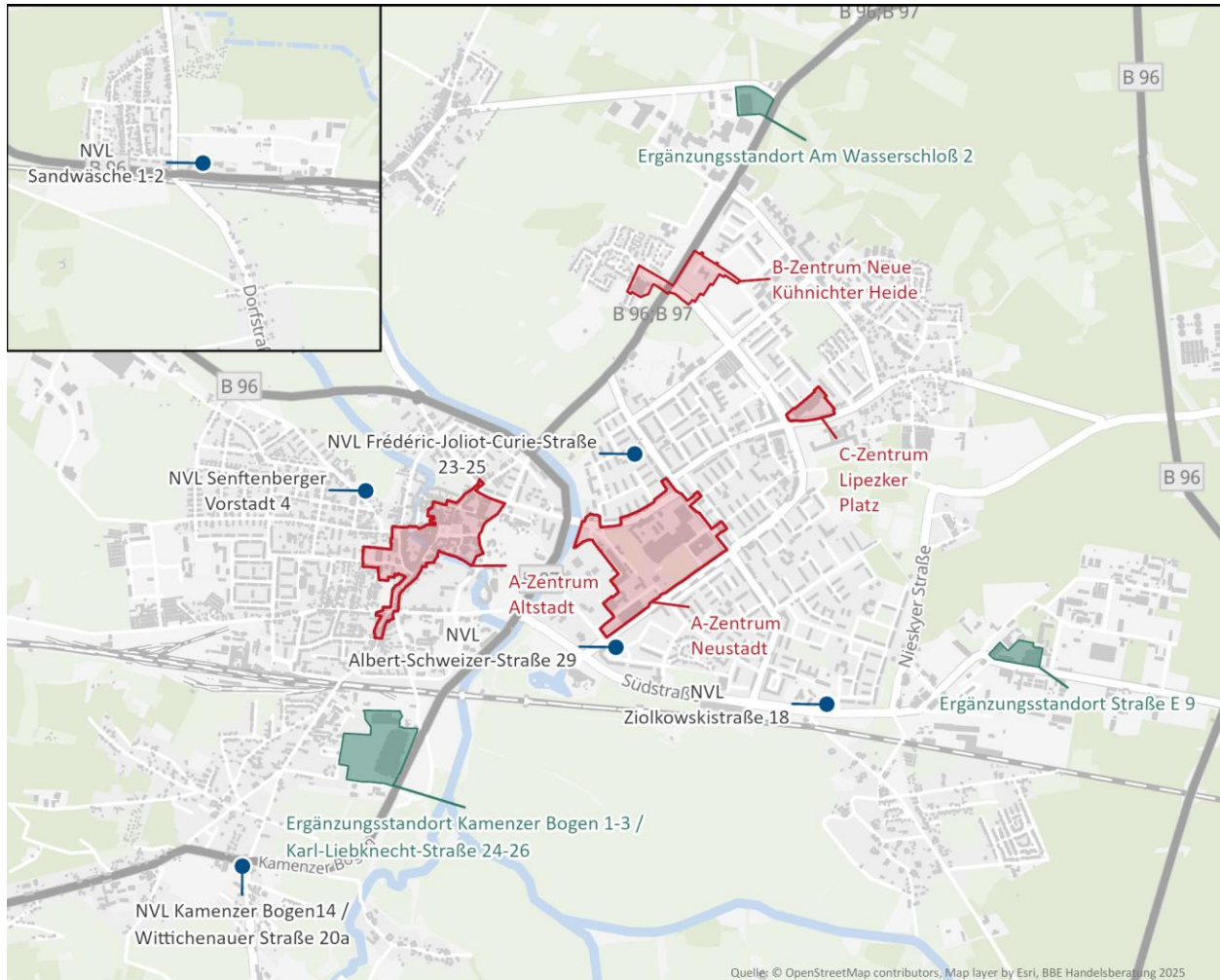
Das Zentrenkonzept fokussiert auf die beiden **A-Zentren Altstadt und Neustadt mit multifunktionalen Nutzungen, dem ergänzenden B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“ als zentrenbasierter Grundversorgungsschwerpunkt mit gesamtstädtischer und regionaler Ausrichtung sowie dem Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Lipezker Platz**. Alle weiteren, im Zentrenkonzept ausgewiesenen Standortstrukturen dienen ergänzenden Versorgungsfunktionen. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den beiden Schwerpunktbereichen **Sicherung der Nahversorgung** und **Ergänzungsstandort Einzelhandel**. Diese Zentren- und Standortstruktur ist als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen und fixiert somit konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt Hoyerswerda.

Abbildung 38: Funktionsabstimmung Zentren- und Standortkonzept der Stadt Hoyerswerda



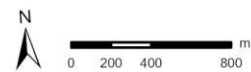
In der folgenden Karte ist die räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzepts mit vier zentralen Versorgungsbereichen, sechs Nahversorgungslagen und drei Ergänzungsstandorten dargestellt.

Karte 17: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Hoyerswerda



Standortstruktur Hoyerswerda

- Zentrale Versorgungsbereiche
- Ergänzungsstandort
- Nahversorgungslage



Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungslagen wie folgt zu definieren:

.....

**Zentraler Versorgungsbereich
A-Zentrum Altstadt**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden, historischen Zentrums
- image- und identitätsprägendes Stadtzentrum
- Einzelhandel als ein frequenzbringender Schwerpunkt – vorwiegend inhabergeführte Fachgeschäftsstrukturen mit individuellen Angebotskonzepten
- umfassende und vielfältige Branchenstruktur ohne Begrenzungen
- multifunktionale Altstadt für städtisches Leben mit Angeboten durch Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Freizeit
- Investitionsvorranggebiet für die Ansiedlung zentrenrelevanter Warengruppen

.....

**Zentraler Versorgungsbereich
A-Zentrum Neustadt**

- umfasst das gewachsene Zentrum der Neustadt um das Lausitz-Center
 - Hauptgeschäftsbereich mit Shopping-Center-Charakter
 - im Gegensatz zur Altstadt vorwiegend filialisierter Fachhandel
 - starke Ausstrahlung auch auf das regionale Umfeld mit rd. 23.000 m² Verkaufsfläche
 - kulturelle Großveranstaltungen (Lausitzhalle)
 - Verwaltungs- und Bürostandort
 - Investitionsvorranggebiet für großflächigen zentrenrelevanten Handel
-

B-Zentrum
„Neue Kühnichter Heide“

- Nebenzentrum zu den beiden A-Zentren
- zentrenbasierter Grundversorgungsschwerpunkt mit Versorgungsfunktionen für direktes Umfeld und gesamtstädtischer und regionaler Ausstrahlung
- integrierte Lage nördlich des A-Zentrums Neustadt
- Angebotsausrichtung: nahversorgungsrelevante Magnetanbieter mit Vollsortimenter mit 2.300 m² Verkaufsfläche und Lebensmitteldiscounter mit 1.050 m² ergänzt durch nicht-zentrenrelevante Fachmärkte und/oder Nonfood-Discounter
- kleinteilige Angebotsstrukturen fokussiert auf die Grünwald-Passage, Ergänzung durch Dienstleister und Gastronomen

C-Zentrum Lipzker Platz

- Nahversorgungszentrum für östliche Neustadt
- integrierte Lage nordöstlich des A-Zentrums Neustadt, fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs
- zusätzliche Versorgungsfunktionen für Lausitzer Seeland Klinikum
- Angebotsausrichtung: großflächiger Lebensmittelmarkt mit ergänzenden Fachgeschäftsstrukturen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs sowie Dienstleistungen und Gastronomie

Nahversorgungslagen

- Albert-Schweitzer-Straße 29
- Frederic-Joliot-Curie-Straße 23-25
- Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a
- Sandwäsche 1-2
- Senftenberger Vorstadt 4
- Ziolkowskistraße 18

- Versorgungsfunktion: fußläufige Versorgung mit Lebensmitteln ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen
 - grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von einem Lebensmittelmarkt mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker/Fleischer) im Eingangsbereich
 - Ergänzung durch Anbieter mit kurz- und mittelfristigem Kernsortiment und / oder Dienstleistern möglich, soweit diese auf das unmittelbare Nahversorgungsumfeld abzielen
 - städtebaulich integrierte Lage ist auch für nicht mobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen
 - Verkaufsflächendimensionierung standortspezifisch auf die jeweiligen Versorgungsfunktionen abgestimmt
-

7.2.1. A-Zentrum Altstadt (Hauptgeschäftsbereich)

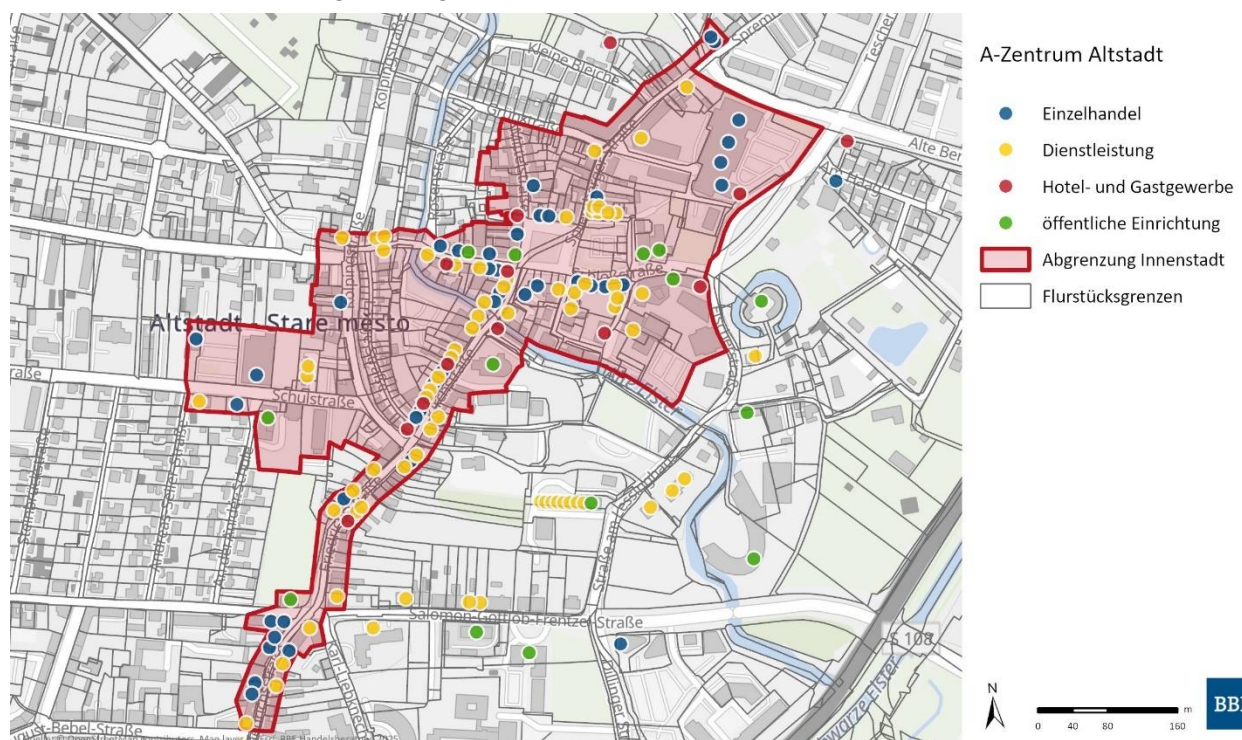
Der zentrale Versorgungsbereich „A-Zentrum Altstadt“ bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Der Fokus des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist auf die Stärkung und Weiterentwicklung des A-Zentrums Altstadt in Wechselwirkung mit dem A-Zentrum Neustadt gerichtet.

Funktionale und räumliche Einordnung

Die Stadt Hoyerswerda verfügt über einen historischen Stadtkern am Verlauf der Alten Elster. Die mehrheitlich sanierte, historisch wertvolle Gebäudesubstanz mit dem Alten Rathaus sowie den Bürgerhäusern und die ausgeprägte Nutzungsvielfalt aus individuellem Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Freizeit und öffentlichen Einrichtungen verleiht der Stadt Hoyerswerda ein eigenständiges Profil, mit welchem sie sich von Wettbewerbsstandorten abheben kann. Besondere Anziehungspunkte bilden dabei der historische Marktplatz mit Sorbenbrunnen und Postmeilensäule, die Johanneskirche und die Kulturfabrik Hoyerswerda. Mit diesen Identifikationspunkten nimmt die Altstadt eine identitätsstiftende Funktion für die Gesamtstadt ein. Vor diesem Hintergrund stehen der Erhalt und die Weiterentwicklung der Altstadt im Mittelpunkt der städtebaulichen Ziele.

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick zur räumlichen Abgrenzung des A-Zentrums Altstadt im Stadtkern von Hoyerswerda.

Karte 18: Räumliche Abgrenzung A-Zentrum Altstadt



Die vorgenommene Abgrenzung stellt einen zusammenhängenden, funktionalen Geschäftsbereich dar, in dem im Sinne auch der Baugesetzgebung und der Definition zentraler Versorgungsbereiche weitere Funktionen und Nutzungen einbezogen sind.

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, mit dem Lidl-Standort und der Schule am Park 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.

In der Innenstadt sind aktuell 41 Anbieter ansässig. Grundsätzlich ist festzustellen, dass die Verkaufsflächen vergleichsweise gering sind. Nur 11 Anbieter haben eine Verkaufsfläche über 100 m², davon sind drei Anbieter (REWE, ALDI und Lidl) großflächig. Der Verkaufsflächenanteil der Altstadt liegt bei 8%, wohingegen rd. 16% des gesamten Umsatzes auf die Altstadt entfallen.

Perspektivisch soll nach Angaben der Stadtverwaltung der Lebensmitteldiscounter Lidl in der Schulstraße mit einer aktuellen Verkaufsfläche von rd. 1.100 m² erweitert werden. Der Markt unterliegt dem Bebauungsplan „Einzelhandelsstandort Schulstraße, östlicher Teil“²⁶ von 2014, welcher die maximal zulässige Verkaufsfläche des Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel auf 1.100 m² festsetzt. Eine entsprechende Anpassung des Bebauungsplanes ist im Sinne einer Stärkung des A-Zentrums Altstadt zu bewerten.

Besonders die Bereiche um den Markt, die Schloßstraße und die Kirchstraße sind durch das attraktive Ambiente und die Vielfalt der Angebote von Handel, Gastronomie, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen durch ein vitales städtisches Leben gekennzeichnet. Es sind zumeist individuelle, inhabergeführte Fachgeschäfte, welche die Angebotsstruktur im A-Zentrum Altstadt dominieren. Filialbetriebe überregionaler Einzelhandelsunternehmen sind nur in geringem Maße im kurzfristigen Bedarfsbereich in der Altstadt vertreten (u.a. REWE, Aldi, Lidl und dm). Das Fehlen von Magnetbetrieben von Sortimenten im mittelfristigen Bedarfsbereich ist auf die bereits benannte Funktionsabstimmung der beiden A-Zentren zurückzuführen und zum anderen stehen aufgrund der historischen Gebäudesubstanz auch kaum größere Flächenpotenziale zur Verfügung.

Abbildung 39: Ansichten zum A-Zentrum Altstadt



Marktplatz und Rathaus



REWE und ALDI, Teschenstraße



Drogeriemarkt dm, Teschenstraße



Kirchstraße mit Johanneskirche



Buch- und Musikhaus, Friedrichstraße



Kulturfabrik und Bürgerzentrum, Braugasse

Fotos: BBE Handelsberatung GmbH

Die Entwicklungsspielräume für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe bzw. für die wirtschaftliche Stärkung vorhandener Einzelhandelsunternehmen sind durch Nutzungen bestehender Handelsflächen und

²⁶ Stadt Hoyerswerda (2014): Bebauungsplan Einzelhandelsstandort Schulstraße, östlicher Teil, Beschluss vom 25.03.2014

der stärkeren Nutzung der Grundstückstiefen sicherlich begrenzt, aber vorhanden. Auch im Hinblick auf das Angebotsniveau in Kombination mit den städtebaulichen Qualitäten bietet die Altstadt von Hoyerswerda weiterhin Entwicklungschancen. Die Inszenierung des Angebots und die Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukünftigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden.

Für gastronomische Konzepte bietet vor allem die vorhandene Gebäudesubstanz im Bereich des Marktes Ansiedlungspotenzial. Diese brauchen die Vitalität und Frequenz einer Innenstadt, um wirtschaftlich tragfähig zu sein. Insbesondere aus der Verknüpfung von Einkauf, Kultur und Gastronomie liegt für die Hoyerswerdaer Altstadt die Chance sich als Erlebnisbereich stärker zu profilieren und sich gegenüber dem wachstumsstarken Online-Handel abzuheben. Dies erfordert auch letztlich eine stärkere Kooperation der innerstädtischen Anbieter und eine konsequente Ausrichtung auf Nachfrageveränderungen.

Städtebauliche Empfehlungen für die Altstadt

Wie bereits dargelegt, bedarf es zur Belebung der Altstadt einer Diversifizierung des Einzelhandelsangebots sowie der Ansiedlung von Gastronomiebetrieben, um sowohl die Vitalität zu steigern als auch die Zielgruppen zu erweitern. Die Kolpingstraße bietet Potenzial für eine stärkere Aktivierung durch kleinteiligen Einzelhandel, Cafés und ähnliche Einrichtungen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Schaffung von konsumfreien dritten Orten, wie zum Beispiel die Installation von mobiler Sitz- und Spielmöglichkeiten. Dies ist entscheidend, um Nutzungsangebote für alle Bürgerinnen und Bürger zu schaffen. Durch temporäre Pop-up-Installationen könnten erste Konzepte gemeinsam mit den Teilnehmenden getestet werden, um diese langfristig umzusetzen.

Die Altstadt, geprägt von historischen Strukturen, weist einen hohen Versiegelungsgrad auf. Diesen gilt es in Zeiten einer klimaangepassten Stadtentwicklung zu verringern. Dies kann durch die Integration mobiler und temporärer Pflanzen und Bäume erreicht werden, um die Marktplätze zu begrünen und gleichzeitig die historische Gestaltung zu bewahren. Diese Maßnahmen könnten ebenfalls im Rahmen temporärer Pop-up-Installationen getestet werden.

Die Grünverbindung in der Schloßstraße sollte weiter qualifiziert und gestärkt werden, um ihre Funktion als zentrale Grünachse zu betonen.

Die Handelsstandorte in der Teschenstraße und Spremberger Straße (REWE, ALDI, dm) sowie in der Schulstraße (LIDL) am Rande der historischen Altstadt bieten Potenzial für die Entsiegelung von Parkplätzen bei Unterlastung und die Aktivierung der Dachflächen durch die Installation von PV-Anlagen, Begrünungen oder Aufstockungen. An diesen Standorten ist zudem eine stärkere Fokussierung auf die Fußgängerinfrastruktur notwendig, um eine klare und sichere Wegeführung für Fußgängerinnen und Fußgänger zu gewährleisten.

Karte 19: Städtebauliche Handlungsempfehlungen für die Altstadt



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

7.2.2. A-Zentrum Neustadt (Hauptgeschäftsbereich)

Der Zentrale Versorgungsbereich „A-Zentrum Neustadt“ stellt neben der Altstadt das zweite hierarchisch gleichberechtigte Hauptzentrum der Stadt Hoyerswerda dar und bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Analog zum A-Zentrum Altstadt gilt es, diesen Zentralen Versorgungsbereich als Hauptgeschäftsbereich der Stadt Hoyerswerda zu erhalten und weiter zu stärken.

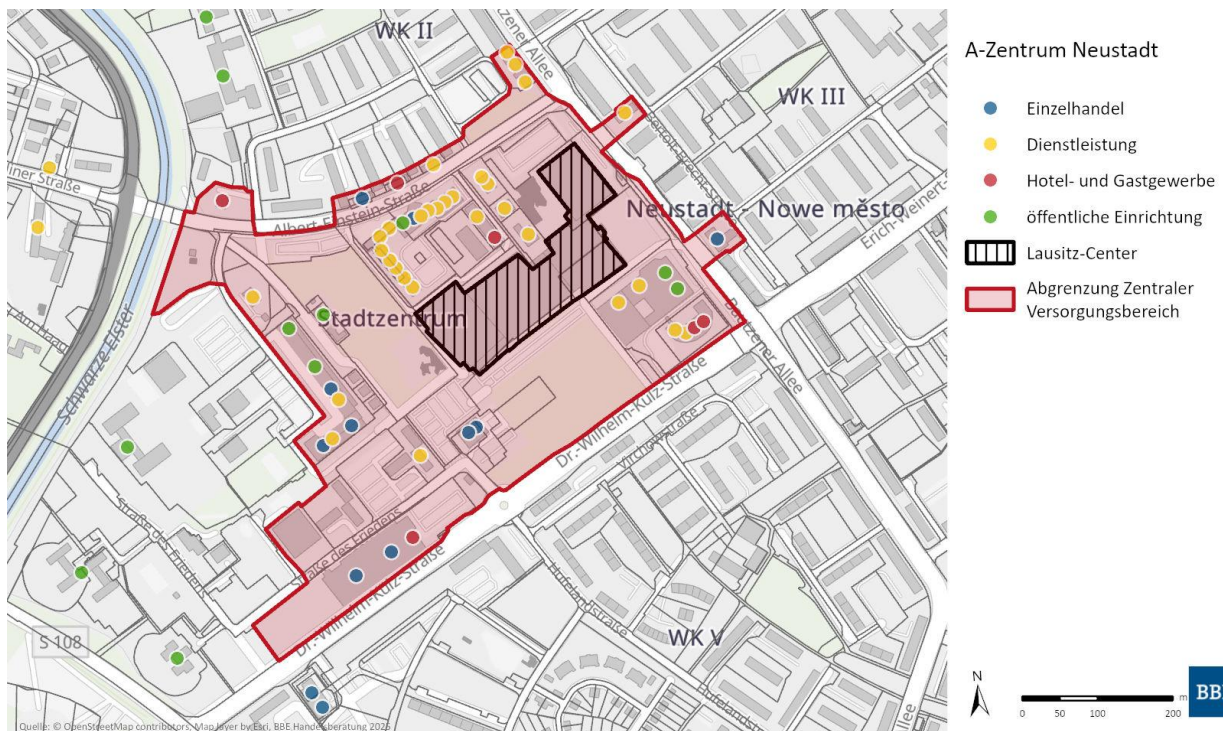
Funktionale und räumliche Einordnung

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. Im Zuge des Aufbaus des Industriekombinats „Schwarze Pumpe“ Mitte der 50er Jahre wurde die Errichtung eines neuen Stadtzentrums, der jetzigen Neustadt, erforderlich. Dementsprechend wird das Stadtbild der Neustadt von industriellem Wohnungsbau in Großplattenbauweise geprägt.

Das Herzstück des zentralen Versorgungsbereichs der Neustadt bildet das Zentrum um das Lausitz-Center, welches einen historisch gewachsenen als auch gelernten Einkaufsstandort darstellt. Die Funktion als urbanes Zentrum erwächst aus der Funktion als der bedeutendste Handelsstandort im Stadtgebiet von Hoyerswerda und weiterer frequenzstärkender Strukturen, wie die Lausitzhalle, Hotel- und Gastgewerbe, Dienstleistungsangebote (z.B. Bank, Arztpraxen, Friseur) und öffentlichen Einrichtungen (u.a. Zuse-Computer-Museum, Arbeitsagentur Hoyerswerda).

Die exakte räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Neustadt wird in der nachfolgenden Karte veranschaulicht.

Karte 20: Räumliche Abgrenzung A-Zentrum Neustadt



Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Norden entlang der Albert-Einstein-Straße über die Bautzener Allee im östlichen Bereich. Im Süden wird der zentrale Versorgungsbereich von der Dr. Wilhelm-Külz-

Straße begrenzt. In westlicher Richtung umschließen die Dietrich-Bonhoeffer-Straße und Teile der Straße des Friedens das A-Zentrum. Wie aus der obigen Karte zu entnehmen ist, bildet die vorgenommene Abgrenzung einen in sich geschlossenen, funktionalen Geschäftsbereich, welcher andere Funktionen und Nutzungen berücksichtigt.

Das A-Zentrum Neustadt verfügt mit insgesamt 60 Anbietern über knapp ein Drittel des gesamten Einzelhandelsbesatzes der Stadt Hoyerswerda. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 23.000 m² und einem Umsatz von 71,3 Mio. € ist das A-Zentrum Neustadt der dominante Einzelhandelsschwerpunkt in Hoyerswerda, der zugleich eine regionale Ausstrahlung und Versorgungsfunktion aufweist. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, dass es sich bei den Anbietern vorwiegend um überregionale Filialisten handelt, welche sich zu 80% innerhalb des Lausitz-Centers befinden. Damit wird die Prägung und die eigenständige Profilierung des Zentrums Neustadt durch den bestehenden Shopping-Center-Charakter unterstrichen.

Die Angebotsstruktur wird hinsichtlich der Verkaufsfläche wesentlich durch den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (zusammen 80%) dominiert. Der Möbelmarkt Hoffmann ist mit einer Verkaufsfläche von ca. 8.100 m² der flächengrößte Magnetanbieter im zentralen Versorgungsbereich. Innerhalb des Lausitz-Centers fungieren der Lebensmittelvollsortimenter REWE, der Textilfachmarkt H&M und der Nonfood-Discounter Woolworth als Magnetanbieter. Das Shopping-Center bildet damit den frequenzstärksten Teilbereich des A-Zentrums Neustadt mit der höchsten Einzelhandelsdichte im gesamten Stadtgebiet. Im weiteren Umfeld des Lausitz-Centers wird die Leitfunktion des Einzelhandels von anderen Nutzungen ergänzt, so ist insbesondere im nördlichen Bereich eine hohe Anzahl an Dienstleistungsbetrieben zu beobachten.

Im A-Zentrum Neustadt existieren Entwicklungsspielräume für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsangebote, die dennoch begrenzt sind. Dabei sollte sich die Ansiedlungsstrategie vorrangig auf die bestehenden Handelsflächen bzw. Ladenleerstände fokussieren. Aktuell ist in der Straße des Friedens in einer brachliegenden Fachmarktimmobilie eine Potenzialfläche vorhanden, welche durch eine geeignete Revitalisierung zur Attraktivitätssteigerung des zentralen Versorgungsbereichs beitragen kann.

Abbildung 40: Ansichten zum A-Zentrum Neustadt



Lausitz-Center, Eingang Lausitzer Platz



Lausitz-Center, Zugang über Parkplatz



Lausitzhalle Hoyerswerda, Lausitzer Platz



Fielmann, Dietrich-Bonhoeffer-Straße



ZCOM Zuse-Computer-Museum,
Dietrich-Bonhoeffer-Straße



Agentur für Arbeit, Einsteinhaus
Albert-Einstein-Straße

Fotos: BBE Handelsberatung GmbH

Städtebauliche Empfehlungen für den Lausitzer Platz

Aus städtebaulicher Sicht bestehen Handlungsbedarfe hinsichtlich einer klimaangepassten Stadtentwicklung des Lausitzer Centers und seiner Umgebung. Durch die Anpflanzung von Bäumen im Zentralpark und auf dem Lausitzer Platz und kann die Aufenthaltsqualität signifikant gesteigert und das Stadtklima positiv beeinflusst werden. Darüber hinaus bieten die großflächig versiegelten Parkplätze, sowohl auf den Dächern als auch im Außenbereich, ein erhebliches Potenzial. Durch Maßnahmen wie Entsiegelung und temporäre Nutzungen könnten nicht ausgelastete Parkflächen optimiert werden. Zusätzlich könnten Dachflächen durch die Installation von Photovoltaikanlagen oder Begrünung nachhaltig aktiviert werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Belebung des öffentlichen Raumes. Maßnahmen zur Förderung dieser Belebung können durch die verstärkte Aktivierung der Fassaden und des angrenzenden Außenraums ergriffen werden. Hierbei bietet sich Potenzial für eine ansprechendere Schaufenstergestaltung sowie die Ansiedlung von Außengastronomie mit erweiterten Öffnungszeiten. Diese Maßnahmen können ebenfalls als Nebeneffekt zur Erhöhung der Sicherheit beitragen. Den Zentralpark gilt es weiter zu qualifizieren, indem zielgruppenspezifische Nutzungsangebote geschaffen werden, um den derzeit ungenutzten Raum zu aktivieren.

Ein zentraler Punkt ist, wie bereits erwähnt, die Aktivierung von bestehenden Handelsflächen und Ladenleerständen. In diesem Zusammenhang können durch innovative Konzepte wie Pop-up-Stores oder Maker Spaces erste Wiederbelebungen gelingen. Pop-up-Stores ermöglichen durch die temporäre Nutzung von Leerstand die Schaffung kurzfristig attraktiver Nutzungen, um eine erste Aktivierung zu erzielen. Maker Spaces bieten eine Plattform für Teilnehmende, um sich auszutauschen und kostenlose Angebote zu schaffen.

Für den leerstehenden Gebäudekomplex Straße des Friedens 8 bedarf es einer kompletten städtebaulichen Neuordnung.

Karte 21: Städtebauliche Handlungsempfehlungen für den Lausitzer Platz



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

7.2.3. B-Zentrum – Nebenzentrum „Neue Kühnichter Heide“

Funktionale und räumliche Einordnung

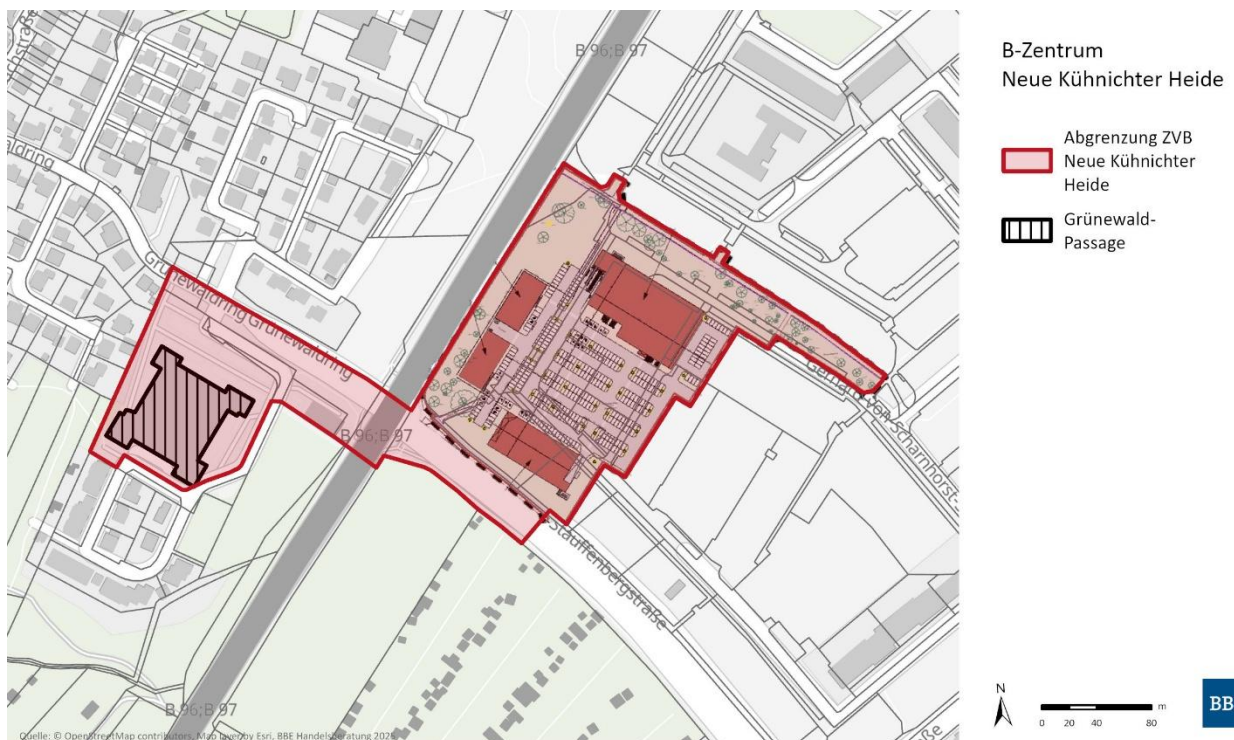
Im nordöstlichen Stadtgebiet, nördlich des A-Zentrums Neustadt befindet sich ein B-Zentrum in Entwicklung. Ziel ist der Aufbau eines zentrenbasierten Grundversorgungsschwerpunktes mit Versorgungsfunktion für das direkte Umfeld und gesamtstädtischer sowie regionaler Ausstrahlung. In diesem Sinne versteht sich das B-Zentrum als ausdrückliches Nebenzentrum zu den beiden A-Zentren der Stadt. Dabei darf es nur die Entwicklung festgelegter nahversorgungsrelevanter Magnetanbieter (ohne Drogeriemarkt) ergänzt durch nicht-zentrenrelevante Fachmärkte und Nonfood-Discounter aufgreifen, ohne die Entwicklungsperspektiven der beiden A-Zentren zu beschneiden.

Eingebunden in den zentralen Versorgungsbereich ist die Brachfläche des ehemaligen Wohnkomplex IX östlich der B97 zwischen der Claus-von-Stauffenberg-Straße und der Gerhard-von-Scharnhorst-Straße und das Einkaufszentrum Grünewald-Passage südlich des Grünewaldrings.

Wie bereits in Abschnitt 6.4 dargestellt, ist ein Fachmarktkomplex mit Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter und Heimtiefachmarkt geplant, der eine Ausstrahlung auf das gesamte Stadtgebiet und die nordöstlicher Umlandgemeinden erzielen wird. Eine zusätzliche Potenzialfläche²⁷ bietet die Chance, das Standortkonzept um eine weitere, zentrenverträgliche Nutzung zu erweitern.

Die im südwestlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereichs liegende Grünewald-Passage besitzt bereits einen Sonderpreis-Baumarkt als größten Magnetanbieter, eine Sanitätsschule, Gastronomie und diverse Dienstleistungsangebote vorwiegend im medizinischen Bereich. Gegenwärtig ist innerhalb der Passage ein hoher Leerstand und Modernisierungsbedarf zu verzeichnen. Eine Revitalisierung der vorhandenen Flächenpotenziale ist vorrangig durch kleinteilige Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe zu forcieren.

Karte 22: Räumliche Abgrenzung B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“



²⁷ Fläche des noch im Planvorhaben gemäß Abschnitt 6.4.2 ausgewiesenen Drogeriemarktes, welcher ausdrücklich nicht umgesetzt wird.

Derzeit weist das B-Zentrum eine Verkaufsfläche von lediglich rd. 1.250 m² auf, welche sich nach der Entwicklung des Areals östlich der B97 deutlich erhöhen wird. Infolge der sehr guten Erreichbarkeit über die angrenzende Bundesstraße und die kompakte Bündelung von zentrenbasierten, nahversorgungsrelevanten Magnetanbietern wird das B-Zentrum insbesondere die Bevölkerung im beschriebenen Einzugsgebiet ansprechen.

Zum Schutz der beiden A-Zentren sind die Größendimensionierung und Sortimentsaufteilung der Anbieter des B-Zentrums mit einem Bebauungsplan zu begrenzen und oben genannte Zielvorgabe zu steuern. Folglich sind Einzelhandelsentwicklungen im Sinne der angestrebten Funktionsteilung dennoch stets auf die Folgewirkungen gegenüber den beiden A-Zentren zu prüfen.

Abbildung 41: Ansichten zum B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“



Grünewald-Passage, Grünewaldring



Innenansicht Grünewald-Passage mit hohem Leerstand



Brachfläche ehem. Wohnkomplex IX
Claus-von-Stauffenberg-Straße

Fotos: BBE Handelsberatung GmbH

Städtebauliche Empfehlungen für die „Neue Kühnichter Heide“

Mit der Entwicklung der „Neuen Kühnichter Heide“ bietet sich die Chance, die durch die Rückbaumaßnahmen entstandene Lücke zu schließen und den Brückenschlag über die B96 / Spremberger Chaussee wiederherzustellen. Diese Verbindung wird durch die Grenzen des neu definierten B-Zentrums strategisch gestärkt, das sowohl die Grünewald-Passage nördlich der Spremberger Chaussee als auch den geplanten Versorgungsstandort südlich der Spremberger Chaussee in der „Neuen Kühnichter Heide“ umfasst. Darüber hinaus sollte diese Verknüpfung auf räumlicher Ebene durch die Verbesserung der Fußgängerwege und die Aufwertung der Grünewald-Passage gefördert werden.

Aus stadtentwicklungspolitischer Perspektive sollte ein urbanes Mischquartier im Sinne der 15-Minuten-Stadt geschaffen werden. Dabei sollten vielfältige Wohnraumangebote mit höherer Dichte geschaffen werden, um verschiedene Nutzergruppen anzuziehen. Diese Bebauungsmaßnahmen werden zur großflächigen Versiegelung der derzeit unbebauten grünen Wiese führen. Daher ist es von zentraler Bedeutung, die durch die Bebauungsmaßnahmen entstehenden Auswirkungen zu kompensieren, indem qualifizierte öffentliche Grünflächen geschaffen werden, die zusätzlich neue Nutzungsangebote (z.B. Spiel- und Sportanlagen) für die Nachbarschaft bieten.

Das Konzept sollte so ausgereift sein, dass gewährleistet werden kann, dass durch die Entwicklung attraktiver Wohnraum für Zuzügler und die Bewohnerinnen und Bewohner von Hoyerswerda geschaffen wird, um die derzeitige Einwohnerzahl zu stabilisieren.

Karte 23: Städtebauliche Handlungsempfehlungen für die „Neue Kühnichter Heide“



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

7.2.4. C-Zentrum – Nahversorgungszentrum Lipezker Platz

Funktionale und räumliche Einordnung

Nahversorgungszentren sind Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung und zielen auf die fußläufige Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Idealerweise setzen sie sich aus einem Lebensmittelmarkt und Fachgeschäften des kurzfristigen Bedarfs, beispielsweise Lebensmittelhandwerk, Zeitungen/Zeitschriften oder Blumen, zusammen. Weitere zentrenrelevante Sortimente des mittel- bis langfristigen Bedarfs bleiben auf ergänzende Versorgungsfunktionen beschränkt. Darüber hinaus bieten sich wohngebietsnahe Dienstleistungen und Gastronomie an.

In diesem Sinne bilden Nahversorgungszentren einen Lebensmittelpunkt im jeweiligen Stadtteil und entsprechen ebenfalls schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Innerhalb des Zentrenkonzeptes der Stadt Hoyerswerda erfüllt das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz diese Anforderungen aus Einzugsgebiet, Ausstattung und Funktionszuweisung.

Der Standort des Nahversorgungszentrums Lipezker Platz liegt in der Hoyerswerdaer Neustadt nordöstlich des A-Zentrums Neustadt und südlich des B-Zentrums Neue Kühnichter Heide. Der zentrale Versorgungsbereich wird von der Schöpsdorfer Straße im Norden, dem Lipezker Platz im östlichen Bereich, der Maria-Grollmuß-Straße im Süden und Teile der Claus-von-Stauffenberg-Straße begrenzt. Die Zufahrt erfolgt über die Maria-Grollmuß-Straße.

Die Claus-von-Stauffenberg-Straße fungiert als wichtige Verkehrsachse im östlichen Stadtgebiet. Neben der PKW-Erreichbarkeit ist das Nahversorgungszentrum auch an den ÖPNV angebunden, in der Maria-Grollmuß-Straße befindet sich unmittelbar vor dem Standort die Haltestelle „Hoyerswerda, Klinikum“ der Linie 800. Eine zusätzliche Haltestelle der Stadtbuslinie 1 und der Regionalbuslinie 792 befindet sich an der Claus-von-Stauffenberg-Straße, jedoch bereits knapp 300 m entfernt.

Abbildung 42: Räumliche Abgrenzung C-Zentrum Nahversorgungszentrum Lipezker Platz



Das Umfeld ist insbesondere durch Wohnbebauung gekennzeichnet, direkt nördlich angrenzend existiert die Plattenbausiedlung des Wohnkomplexes VIII. Auf der gegenüberliegenden, südlichen Straßenseite der Maria-Grollmuß-Straße liegt das Lausitzer Seenland Klinikum mit über 400 Betten, die ebenfalls in die Versorgungsfunktionen einzubinden ist.

Das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz zeigt sich als einheitlich entwickeltes Einkaufszentrum mit zwei Gebäudekomplexen, dem Einkaufszentrum Treff 8 und einem Lebensmitteldiscounter, welche jeweils über separate Zugänge verfügen. Die Abgrenzung als C-Zentrum schließt die Gebäudekomplexe einschließlich der Parkflächen vor dem Einkaufszentrum ein.

Als Magnetanbieter fungiert der großflächige Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount, insgesamt sind jedoch 12 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.600 m² ansässig. Zu den weiteren Anbietern im Treff 8 zählen aktuell u.a. der Textildiscounter NKD, ein Sanitätshaus, ein Blumenfachgeschäft, ein Fleischer, eine Apotheke und ein Zeitungsladen. Ergänzt wird der Einzelhandel durch ein Fitnessstudio, drei gastronomische Einrichtungen und einen Friseur. Der Standort erweist sich folglich als Nahversorgungszentrum, verfügt jedoch auch über einige Leerstände. Ziel ist somit die Sicherung und Qualifizierung des Nahversorgungszentrums. Dabei trägt insbesondere die Angebotsvielfalt aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie zur Standortattraktivität und Funktion als Zentrum des Wohngebiets mit Versorgungsfunktionen für das gegenüberliegende Klinikum bei.

Abbildung 43: Ansichten zum C-Zentrum Lipezker Platz



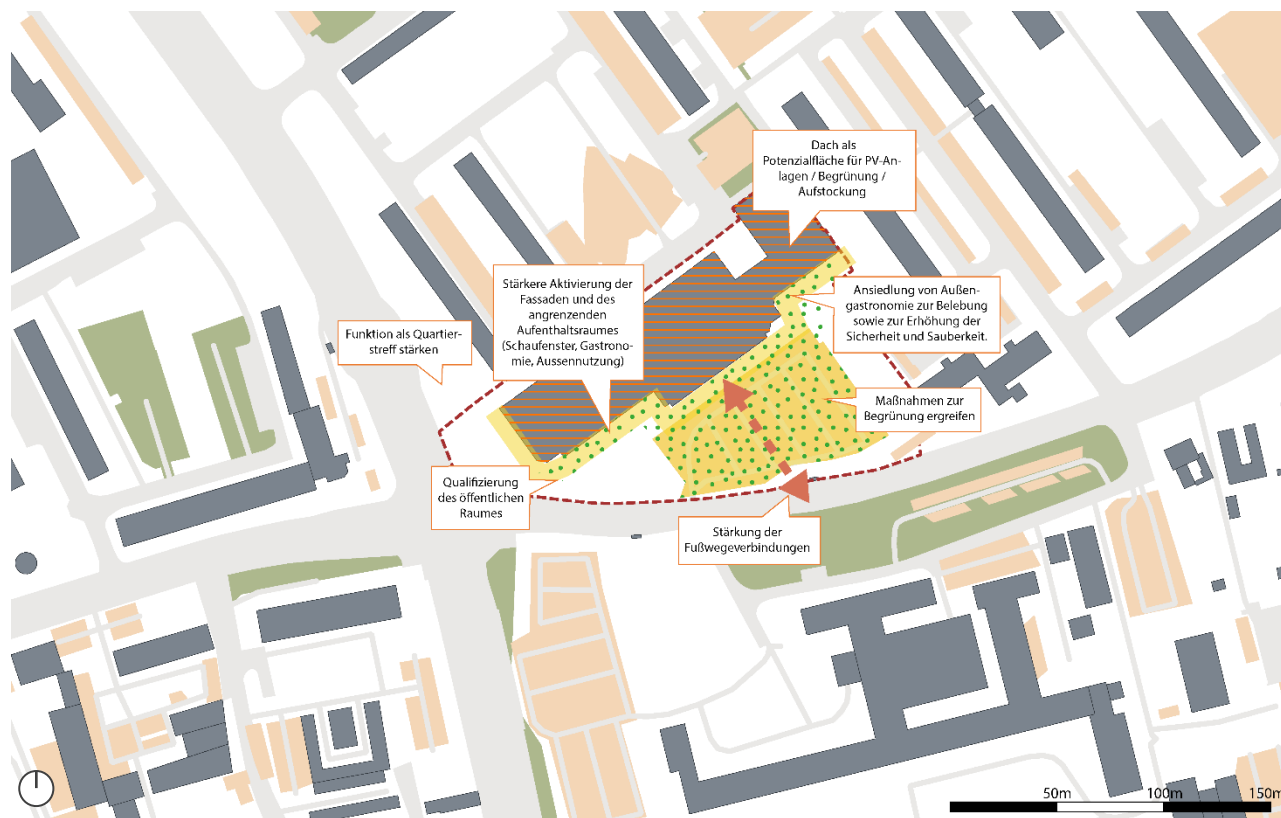
Fotos: BBE Handelsberatung GmbH

Städtebauliche Empfehlungen für den Lipezker Platz

Aus städtebaulicher Sicht besteht die Notwendigkeit, das Nahversorgungszentrum Treff 8 insbesondere in Bezug auf den öffentlichen Raum zu qualifizieren, um die Aufenthaltsqualität zu steigern und die Sicherheit zu erhöhen. Dazu gehören Maßnahmen wie die Ansiedlung von Außengastronomie, die stärkere Aktivierung der Fassaden sowie die Schaffung von Nutzungsmöglichkeiten zur Belebung des öffentlichen Raumes. Des Weiteren bedarf es einer Stärkung der Fußwegeverbindungen in Richtung des Klinikums im Süden, da hier ein hoher potenzieller Kundenkreis besteht, der stärker aktiviert werden muss. Es muss eine sichere und direkte Fußwegeverbindungen geschaffen werden.

Ähnlich wie bei den anderen Zentren weist der Treff 8 und seine Umgebung einen hohen Grad an versiegelten Flächen auf, die einer sorgfältigen Überprüfung und gegebenenfalls einer Umnutzung bedürfen. Insbesondere die Dachflächen stellen eine große Potenzialfläche für die Installation von PV-Anlagen oder Begrünung dar. Zusätzlich bieten die Dachflächen Potenzial für Aufstockungen für künftige Erweiterungen der Standorte bzw. für die Schaffung von Wohnraum.

Karte 24: Städtebauliche Handlungsempfehlungen für das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz



Quelle: Drees & Sommer basierend auf dem Geoportal Sachsen

7.2.5. Integrierte Nahversorgungslagen

Nahversorgungslagen dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet Hoyerswerda zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche. Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen beschränken sich in ihrer Funktion auf eine fußläufige Versorgung des täglichen Bedarfs, sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten.

Mit der Begrenzung der Anbieterstruktur auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich, sind sie nicht als umfassende zentrale Versorgungsbereiche einzustufen und ordnen sich letzteren unter. Ein Ausbau der Nahversorgungslagen zu Nahversorgungszentren ist durch die zu erwartende Verdrängungswirkung gegenüber bestehenden Zentren der Stadt Hoyerswerda auszuschließen. Zulässig und städtebaulich wünschenswert ist jedoch die ergänzende Ansiedlung kurz- und mittelfristiger Anbieter in einer Dimensionierung, die auf das jeweilige Nahversorgungsumfeld abgestimmt ist, also die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.

Die Funktion von Nahversorgungslagen übernehmen im Hoyerswerdaer Stadtgebiet sechs Standorte von Lebensmittelmärkten.

Wichtig für die zukünftige Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen bleibt deren Verteilung über das Stadtgebiet, welche in Verbindung mit den zentralen Versorgungsbereichen eine flächendeckende Nahversorgung absichert. Eine einseitige Konzentration an bestimmte Standortlagen ist auszuschließen.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung und Ausstattung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante Nahversorgungspotenzial abzustimmen. In diesem Kontext bedürfen Erweiterungen der vorhandenen Nahversorgungslagen stets des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).

Folgende aktuelle Nahversorgungslagen werden im Stadtgebiet Hoyerswerda ausgewiesen, ihre Abgrenzung ist ausschließlich mit der exakten Standortzuordnung durch Straße und Hausnummer des Lebensmittelmarktes als Magnetanbieter bestimmt:

Nahversorgungslage Albert-Schweitzer-Straße 29

Die Nahversorgungslage ist aktuell durch den kleinflächigen Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount mit einer Verkaufsfläche von ca. 710 m² besetzt.

Der Standort liegt unmittelbar südwestlich des A-Zentrums Neustadt an der Dr.-Wilhelm-Külz-Straße mit einer Haltestelle direkt vor dem Markt. Dieser verknüpft somit eine fußläufige Nahversorgung mit einer guten Erreichbarkeit bzw. Ausstrahlung über diese Verkehrsachse. Weiterhin partizipiert der Standort in gewisser Weise von der Frequenz des A-Zentrums Neustadt.

Zu den Nahversorgungsfunktionen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gehören:

- Nahversorgungsfunktion in Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich A-Zentrum Neustadt,
- anteilige, fußläufig erreichbare Nahversorgung von ca. 3.650 Personen aus der südwestlichen Neustadt, insbesondere aus dem Bereich des Wohnkomplexes V

Nahversorgungslage Frederic-Joliot-Curie-Straße 23-25

Die Nahversorgungslage liegt ca. 400 m nördlich des A-Zentrums Neustadt, wohngebietsintegriert an der Frederic-Joliot-Curie-Straße im Wohnkomplex II. Sie schließt aktuell einen großflächigen Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount und eine Bäckerfiliale (Bäckerei Dreißig), deren Gesamtverkaufsfläche ca. 1.130 m² beträgt, ein. Der Textildiscounter KiK ergänzt das Angebot des Standortes.

Das Grundstück befindet sich in der Nähe des Kreuzungsbereiches der Frederic-Joliot-Curie-Straße mit der Verkehrsachse Bautzener Allee im östlichen Stadtgebiet.

Die Nahversorgungslage erfüllt die folgenden Nahversorgungsfunktionen:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung von anteilig ca. 5.220 Personen im Stadtteil Wohnkomplex II sowie in den angrenzenden Stadtteilen Wohnkomplex I und Wohnkomplex III,
- begrenzte Ausstrahlung mit ergänzender Versorgungsfunktion aufgrund der Lage zwischen den zentralen Versorgungsbereichen A-Zentrum Neustadt, C-Zentrum Lipezker Platz und dem zukünftigen B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“.

Nahversorgungslage Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a

Im südlichen Stadtgebiet von Hoyerswerda befindet sich im Ortsteil Dörghenhausen eine Nahversorgungslage im Kreuzungsbereich der Hauptverkehrsachse Kamenzer Bogen (B97) und der Wittichenauer Straße. Die Firma Netto Marken-Discount betreibt in der Wittichenauer Straße mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² einen Lebensmittelmarkt, in dem ein Bäcker integriert ist. Zudem existiert der Heimtierfachmarkt Fressnapf und der Nonfood-Discounter Tedi am Standort. Eine Wechselwirkung besteht mit dem ca. 1,5 km entfernten Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3/ Karl-Liebknecht-Straße 24-26, das dort ansässige SB-Warenhaus GLOBUS erzielt jedoch eine stärkere regionale Ausstrahlung auf die für den Wocheneinkauf ausgerichtete, autoorientierte Kundschaft.

Der Standort weist die nachfolgenden ergänzenden Nahversorgungsfunktionen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auf:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung für ca. 1.200 Personen aus Teilen der Hoyerswerdaer Ortsteile Dörghenhausen und Klein Neida,
- Anbindung der südlichen Ortsteile Bröthen, Michalken und Groß Neida an die Nahversorgungsstrukturen,
- besondere Versorgungsfunktionen im Bereich Heimtierbedarf durch einen Heimtierfachmarkt.

Nahversorgungslage Sandwäsche 1-2

Der Lebensmitteldiscounter Penny liegt im nordwestlichen Bereich von Hoyerswerda und ist dem Gewerbegebiet Schwarzkollm zuzuordnen. Zum Standort gehören weiterhin eine Fleischerei, ein Getränkemarkt, ein Blumenladen und ein Haushaltswarenladen, welche das Angebot der Nahversorgungslage ergänzen. Der östliche Anbieter für Innendeko (Adresse Sandwäsche 3) ist nicht zur Nahversorgungslage zu zählen.

Aktuell verfügt der großflächige Penny-Markt über eine Verkaufsfläche von ca. 860 m², der Standort weist insgesamt 1.790 m² auf. Durch die Lage an der Bundesstraße B96 kann der Standort von der Verkehrsfrequenz profitieren.

Die Einstufung als Nahversorgungslage im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes basiert auf den ergänzenden Funktionen:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung für ca. 410 Personen der Laubusch-Siedlung und den nördlichen Bereich von Schwarzkollm,
- Ausstrahlung in südliche Bereiche von Schwarzkollm und über den westlichen Verlauf der B96 in die Nachbargemeinde Lauta.

Nahversorgungslage Senftenberger Vorstadt 4

In der nordwestlichen Altstadt besteht westlich des A-Zentrums Altstadt die Nahversorgungslage Senftenberger Vorstadt 4 mit einem modernen Lebensmitteldiscounter Penny, der mit einer Verkaufsfläche von rd.

770 m² ausgestattet ist. Die Ende 2024 als Green Building errichtete Immobilie integriert weiterhin zwei Lebensmittelhandwerksbetriebe.

Mit dem Hauptgeschäftsbereich des A-Zentrums Altstadt existieren Wechselwirkungen, insbesondere mit den Discounter Lidl und Aldi. Die Nahversorgungslage ist jedoch als funktional nachrangig einzustufen und darf den zentralen Versorgungsbereich der Altstadt weder dominieren noch gefährden.

Der Standort Senftenberger Vorstadt 4 wird entsprechend der nachfolgenden Funktionen als Nahversorgungslage eingestuft:

- anteilige, fußläufig erreichbare Nahversorgung für ca. 4.020 Personen (10-Minuten-Gehzeit) in Wechselwirkung mit dem A-Zentrum Altstadt für angrenzende Wohngebiete der Senftenberger Vorstadt südlich der Bundesstraße B96, u.a. der Fritz-Heckert-Siedlung,
- Ausstrahlung als nächstgelegener Anbieter in die Kleingartenanlagen „Fritz-Heckert“ und „Freizeit“, welche in die Versorgungsfunktion einzubeziehen sind.

Nahversorgungslage Ziolkowskistraße 18

Die Firma Aldi betreibt an der Ziolkowskistraße 18 einen großflächigen Lebensmittelmarkt, ergänzt durch eine Bäckerei- und eine Fleischereifiliale, deren Gesamtverkaufsfläche ca. 1.000 m² beträgt. Der Standort liegt am südöstlichen Rand der Hoyerswerdaer Neustadt, im Kreuzungsbereich der Ziolkowskistraße und der östlich zum Industriegebiet Zeißig führenden Straße zum Industriegelände.

Eine Wechselwirkung besteht aufgrund der Lage mit dem Ergänzungsstandort Straße E 9 und der Nahversorgungslage Albert-Schweitzer-Straße 29. Allerdings besitzt der Ergänzungsstandort mit dem Vollsortimenter Kaufland eine vordergründige Ausrichtung auf den Groß- und Wocheneinkauf.

Die Nahversorgungslage Ziolkowskistraße 18 weist im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folgende ergänzende, wohnungsnahe Versorgungsfunktionen auf:

- fußläufig erreichbare Nahversorgung für ca. 3.130 Personen, vorrangig durch die umliegenden Wohnkomplexe VI und VII,
- Ausstrahlung in den Ortsteil Zeißig über den fußläufigen nördlichen Teilbereich hinaus.

7.2.6. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes und somit der Zentralität der Stadt Hoyerswerda beitragen.

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten erfolgt über Festsetzungen in Bebauungsplänen. Die Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen an den Ergänzungsstandorten beschränkt sich auf großformatige Lebensmittelmärkte und Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß der Hoyerswerdaer Liste (vgl. Abschnitt 8.3) Nachfolgend werden für die drei bestehenden Ergänzungsstandorte

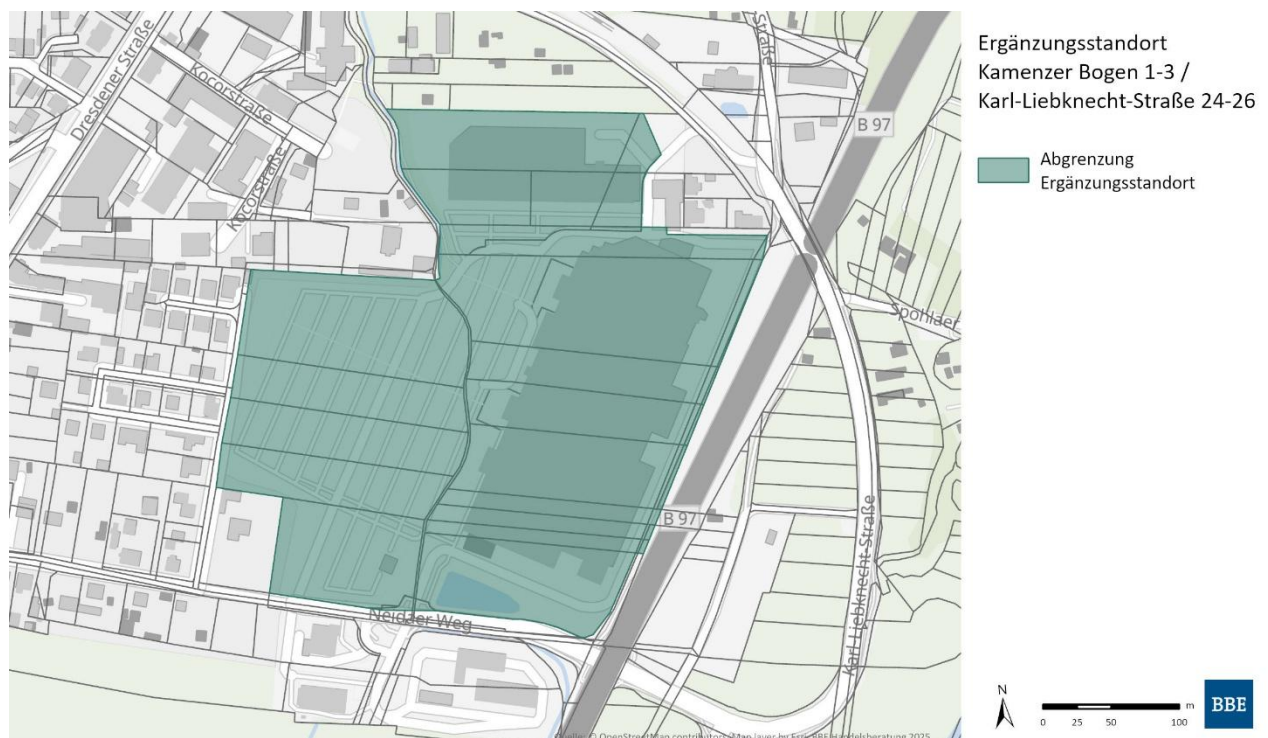
- Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26,
- Ergänzungsstandort Straße E 9,
- Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2

der aktuelle Anbieterbesatz, Standortlage, räumliche Abgrenzung und die Funktionseinbindung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept skizziert.

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

Der Ergänzungsstandort befindet sich im südlichen Stadtgebiet von Hoyerswerda und ist verkehrsgünstig unmittelbar am Verlauf der Bundesstraße B97, einer Hauptverkehrsachse der Stadt, gelegen. Die beiden A-Zentren sind in nördlicher Richtung ca. 1,0 km bis 2,3 km vom Ergänzungsstandort entfernt. Dementsprechend übernimmt der Standort wichtige oberzentrale Versorgungsfunktionen in Ergänzung zu den beiden A-Zentren der Stadt. Als Ergänzungsstandort werden die Grundstücke der Fachmärkte einschließlich zugehöriger Parkflächen definiert, die exakte Abgrenzung ist aus nachstehender Abbildung zu entnehmen.

Abbildung 44: Abgrenzung des Ergänzungsstandortes Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26



Aktuell sind an dem Standort u.a. der Globus Baumarkt, das SB-Warenhaus Globus und der Möbelmarkt Möbel Boss als Magnetanbieter ansässig, ergänzt werden diese durch den Nonfood-Discounter Tedi sowie kleinteilige Anbieter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 23.500 m² und einer regionalen Ausstrahlung bildet dieser Standort einen dominanten Handelsschwerpunkt, insbesondere für den Groß- und Wocheneinkauf, Möbel sowie Bau- und Gartenmarktartikel.

Die bestehenden Strukturen des Ergänzungsstandortes sollen künftig erhalten werden, Entwicklungsperspektiven liegen jedoch vorwiegend im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Folgende Entwicklung ist für den Ergänzungsstandort vorgesehen:

- Funktionsschwerpunkt liegt auf Bauen/ Wohnen und der großformatigen Betriebsform des Lebensmitteleinzelhandels (SB-Warenhaus), die aufgrund der Größendimensionierung und einer damit verbundenen autoorientierten Kundenbindung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht umsetzbar sind und zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes beitragen.
- Weitere Entwicklungsperspektiven beschränken sich auf Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, deren zentrenrelevante Randsortimente ordnen sich den Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hoyerswerda unter (vgl. Leitlinie 5 im Abschnitt 8.4).
- Künftig ist ein Ausbau von zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten über den Bestand hinaus an diesem autoorientierten Standort auszuschließen, um weder die beiden A-Zentren, das B-Zentrum als gesamtstädtischer Grundversorgungsschwerpunkt noch die Nahversorgungsstrukturen zu gefährden.

Wie bereits erwähnt, sind Ergänzungsstandorte hinsichtlich ihrer Ausdehnung und branchenspezifischen Nutzungen bauplanungsrechtlich abzusichern. Zum Schutz der beiden zentralen Versorgungsbereiche A-Zentrum Altstadt und A-Zentrum Neustadt ist die Aufstellung eines Bebauungsplans anzustreben, um zukünftig eine planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels am Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26 vorzunehmen.

Die städtebauliche Handlungsempfehlungen sind in der *Anlage 2: Städtebauliche Analyse* zu finden.

Ergänzungsstandort Straße E 9

Im östlichen Stadtgebiet von Hoyerswerda existiert der Ergänzungsstandort Straße E 9 im Industriegebiet Zeißig nördlich der Bahnlinie. Die räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes orientiert sich dabei an dem im Bebauungsplan „Industriegebiet Zeißig“²⁸ aus dem Jahr 2020 ausgewiesenen Sondergebiet Handel. Im Süden grenzt der Standort an die Straße E. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes.

Abbildung 45: Abgrenzung des Ergänzungsstandorte Straße E 9



Der Ergänzungsstandort wird maßgeblich durch den Vollsortimenter Kaufland mit über 3.000 m² Verkaufsfläche geprägt, ergänzt wird dieser durch einen Kaufland-Getränkemarkt, den Textildiscounter Takko und kleinteiligen Anbietern des kurzfristigen Bedarfs.

Der Standort weist folgende Funktionen innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auf:

- Standort für Großbetriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels, welcher vor allem eine autoorientierte Kundschaft des Groß- und Wocheneinkaufs anzieht

Weiterentwicklungen am Standort sollten sich zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche ausschließlich auf nicht-zentrenrelevante Sortimente beziehen. Dies sollte mit einer Anpassung des Bebauungsplans „Industriegebiet Zeißig“ abgesichert werden.

Die städtebauliche Handlungsempfehlungen sind in der *Anlage 2: Städtebauliche Analyse* zu finden.

²⁸ Stadt Hoyerswerda (2020): Bebauungsplan „Industriegebiet Zeißig“, 1. Änderung, Beschluss vom 26.05.2020

Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2

Der Ergänzungsstandort liegt am nordöstlichen Stadtrand von Hoyerswerda im Gewerbegebiet Seidewinkel. Die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes entspricht dabei der räumlichen Ausweisung des Sondergebietes gemäß dem Bebauungsplan „Gewerbegebiet Seidewinkel“ (1. Teilbereich)²⁹. Östlich grenzt der Standort an die Bundesstraße B97 (Spremberger Chaussee), die nördliche Grundstücksseite wird von der Straße Am Wasserschloß, im Westen von der Straße Am Speicher und im südlichen Bereich von der Flurstücksgrenze umfasst. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes.

Abbildung 46: Abgrenzung Ergänzungsstandort Am Wasserschloß 2



Laut Bebauungsplan sind in dem Sondergebiet bzw. am Ergänzungsstandort nur großflächige Einzelhandelsbetriebe der Bau- und Gartenmarktbranche zulässig. Der Baumarkt ist auf nicht-zentrenrelevante Sortimente ausgerichtet und stellt mit seinem auf Heimwerker - und Gartenbedarf orientiertem Angebot eine wichtige Ergänzung zu den Nutzungen in den vier zentralen Versorgungsbereichen dar.

Grundsätzlich soll die Branchenausrichtung auf baumarktrelevante Sortimente für diesen Ergänzungsstandort beibehalten und gegebenenfalls ausgebaut werden. Entwicklungsperspektiven zielen folglich auf:

- Fachmarktstandort für Anbieter mit bau- und gartenmarktrelevanten Kernsortimenten, deren zentrenrelevante Randsortimente ordnen sich den Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hoyerswerda unter (vgl. Leitlinie 5 im Abschnitt 8.4).

Fazit:

Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel in der Stadt Hoyerswerda sind auch zukünftig im Sinne des Zentrengefüges in Funktionsabstimmung mit den Zentren vorrangig auf Anbieter für nicht-zentrenrelevante Kernsortimente und großformatige Lebensmittelmärkte auszurichten. Eine städtebaulich relevante Wettbewerbssituation bzw. Weiterentwicklungen, welche den Ausbau der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungsstrukturen gefährdet, ist auszuschließen.

²⁹ Stadt Hoyerswerda (1992): Bebauungsplan „Gewerbegebiet Seidewinkel“, 1. Änderung, Beschluss vom 05.05.1992

8. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Hoyerswerda

8.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

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

Für die planerische Steuerung von Standorten zur Neuansiedlung und / oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben bildet ein Einzelhandelskonzept eine unentbehrliche Grundlage, sowohl für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung als auch hinsichtlich der privaten Belange der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber. Dazu bestimmt das Einzelhandelskonzept neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional und legt eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste fest.

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

Über die Bauleitplanung werden die in dem Einzelhandelskonzept festgelegten, städtebaulich gewünschten Standorte durch entsprechende Baugebietsfestsetzungen abgesichert bzw. die Zulässigkeit der Nutzungsarten differenziert bestimmt. Dadurch kann dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten durch Verzicht auf Sondergebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte und durch Festsetzungen zum Ausschluss und zur Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels konsequent begegnet werden.

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

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

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

Eine planerische Steuerung kann auch für den nicht großflächigen Einzelhandel bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² notwendig sein. Dies gilt vor allem für Anbieter von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Steuerung ist auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (insb. Stärkung der zentralen

Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auszurichten.

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

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

8.2. Steuerung des kleinflächigen Einzelhandels durch den „Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladen“

Das Einzelhandelskonzept verfolgt das grundlegende Ziel, durch gezielte Steuerung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebote mittels einer städtebaulich begründeten Zentren- und Standortstruktur die zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe und wohngebietsintegrierte Grundversorgung zu schützen und weiterzuentwickeln. Gemäß § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB kann „für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Absatz 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden.“³⁰

Der vollständige Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur kann jedoch in Einzelfunktionen auch der verbrauchernahen Grundversorgung entgegenstehen. Erforderlich ist eine Feingliederung der zu steuernden Einzelhandelsbetriebe. Gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO³¹ besteht die Möglichkeit, einzelne Unterarten von Nutzungen mit planerischen Festsetzungen zu erfassen, falls sich hierfür besondere städtebauliche Gründe ergeben. Nach einem Urteil des Obergerichts des Landes Sachsen-Anhalt vom 21.09.2016 liegen besondere städtebauliche Gründe vor, wenn

„... es spezielle Gründe gerade für die gegenüber Absatz 5 [Anmerkung: § 1 Abs. 5 BauNVO] noch feinere Ausdifferenzierung der zulässigen Nutzungen geben muss [...]. Gegenstand einer solchen Festsetzung können bestimmte Anlagentypen sein. Hiernach kann die Zulässigkeit auch nach der Größe der Anlagen, wie etwa der Verkaufs- oder der Geschossfläche von Handelsbetrieben, unterschiedlich geregelt werden. Den Anforderungen des § 1 Abs. 9 BauNVO entspricht eine solche Planung allerdings nur, wenn durch die Größenangabe bestimmte Arten von baulichen oder sonstigen Anlagen zutreffend gekennzeichnet werden.[...] Vielmehr muss die Gemeinde darlegen, warum Betriebe unter bzw. über den von ihr festgesetzten Größen generell oder doch jedenfalls unter Berücksichtigung der besonderen örtlichen Verhältnisse einem bestimmten Anlagentyp entsprechen. [...] Die Planungsfreiheit der Gemeinden ist dadurch begrenzt, dass sich die Differenzierungen auf bestimmte Anlagentypen beziehen müssen, die es in der sozialen und ökonomischen Realität bereits gibt“³²

Ein derartiger Anlagentyp kann ein ortsspezifischer Nachbarschaftsladen, im vorliegenden Fall der **Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladen**, sein.

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

Größendimensionierung und Versorgungsfunktion des Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladens bedingen sich gegenseitig und sind in dieser Wechselwirkung ein typisches Charakteristika als ortsspezifischer Anlagentyp. Die kleinteiligen Fachgeschäfte unterstützen jeweils in Teilbereichen eine wohnungsnah Grundversorgung, tatsächlich nur auf das unmittelbare Wohnumfeld ausgerichtet.³³ Ihre Größendimensionierung ordnet sich

³⁰ vgl. BauGB § 9 Abs. 2a

³¹ vgl. BauNVO § 1 Abs. 5 und Abs. 9

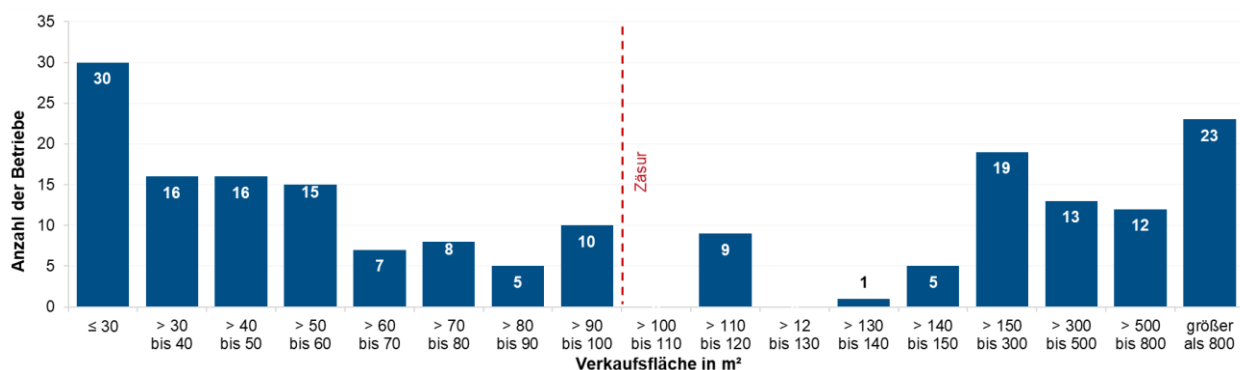
³² vgl. Urteil Obergericht des Landes Sachsen-Anhalt, Aktenzeichen 2K 113/14, vom 21.09.2016

³³ Beispiele sind u.a.: Bäcker oder Fleischer im Wohngebiet, Apotheke im Ärztehaus, aber auch Textil- oder Schuhfachgeschäfte mit höherer Sortimentsbreite bei geringerer Sortimentstiefe

sowohl in die gesamtstädtischen Angebotsstrukturen ein, spiegelt sich aber auch in der begrenzten Flächenstruktur der häufigen Geschäftsunterlagerungen in Wohn- und Geschäftshäusern wider.

Die deutliche Mehrzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Hoyerswerda erweist sich als eher kleinstrukturierte Fachgeschäfte, eine deutliche Trennlinie zeichnet sich bei einer Größendimensionierung von 100 m² ab. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche bis maximal 100 m² sind als tatsächlich überwiegend und flächendeckend existierende Betriebe einzuschätzen. Diese Betriebe finden sich gesamtstädtisch sowohl in der angestrebten Zentren- und Standortstruktur als auch an den sonstigen Standorten. Insgesamt 107 Anbieter bzw. 55% aller Einzelhandelsbetriebe sind dieser Größendimensionierung zuzuordnen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Abbildung 47: Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung der Hoyerswerdaer Nachbarschaftsläden aus der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur



Diese überwiegende Präsenz gilt sowohl für das A-Zentrum Altstadt, das C-Zentrum Lipezker Platz als auch für Ergänzungsstandorte und sonstige Standorte, also für vielfältig im Stadtgebiet eingebundene Einzelzellen. Von den 41 Geschäften der Altstadt gehören 73% zu diesen kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben (30 Anbieter), beim C-Zentrum Lipezker Platz sind es 7 von 12 Geschäften. Von den 40 Einzelhandelsbetrieben an sonstigen Standorten gehören 55% zu diesem Betriebstyp, bei den Ergänzungsstandorten sind es 12 von 20 Betrieben (60%). Beim A-Zentrum Neustadt zeigt sich die Struktur mit filialisierten Konzepten, die tendenziell größerer Verkaufsflächen aufweisen, der Anteil an Betrieben mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche beträgt dennoch rd. 47% (28 von 60 Geschäften).

Diese Verteilung ist ein wichtiges Indiz für die gesamtstädtische Verteilung kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe. Nur in den Nahversorgungslagen mit jeweils einem Lebensmittelmarkt und beim B-Zentrum mit aktuell nur einem Sonderpreis-Baumarkt ist der Anteil deutlich geringer.

Lediglich 45% aller Einzelhandelsbetriebe (86 Einzelhandelsbetriebe zum Stand Dezember 2024) in Hoyerswerda verfügen über eine Verkaufsfläche über 100 m². In der Altstadt sind es mit 27% anteilig weniger größere Anbieter. Insgesamt sind der im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Zentren- und Standortstruktur (Zentren, Nahversorgungslagen, Ergänzungsstandorte) jedoch 68 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche über 100 m² zuzuordnen, lediglich 18 Betriebe finden sich in sonstigen Streulagen.

Einzelanbieter über 100 m² können folglich für die Stadt Hoyerswerda bereits als strukturprägende Anbieter fungieren, sind also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen.

Wichtig ist in diesem Kontext der Blick auf jene Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment, darunter summieren sich insgesamt 70 Einzelhandelsbetriebe bzw. 36% des Hoyerswerdaer Einzelhandels. Diese struktur- und zugleich zentrenprägenden Betriebe finden sich fast ausschließlich in der angestrebten Zentren- und Standortstruktur. Lediglich 10 derartige Betriebe sind an sonstigen Standorten ansässig.

Abbildung 48: Verteilung der Hoyerswerdaer Nachbarschaftsläden und der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe in der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur

	Betriebe ≤ 100 m ²		Betriebe > 100 m ²		davon mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment	
	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
Einzelhandel insgesamt	107	55%	86	45%	70	36%
A-Zentrum Altstadt	30	73%	11	27%	11	27%
A-Zentrum Neustadt	28	47%	32	53%	29	48%
B-Zentrum Neue Kühnichter Heide	0	0%	1	100%	0	0%
C-Zentrum Lipezker Platz	7	58%	5	42%	4	33%
Nahversorgungslagen	8	42%	11	58%	11	58%
Ergänzungsstandorte	12	60%	8	40%	5	25%
sonstige Standorte	22	55%	18	45%	10	25%

Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis der Analyse zum Einzelhandelsbesatz

Hier wird also bereits im Bestand eine Tendenz der Angebotsstrukturen von Hoyerswerda sichtbar, die größeren und strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind auch in der spezifischen Stadtstruktur bereits mehrheitlich in die städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortstruktur eingebunden. Folglich sollen auch zukünftig strukturprägende Anbieter in ihrer Standortwahl städtebaulich gesteuert werden. Diese Steuerung maßgeblicher nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote gehört zu den ausdrücklichen Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

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

Der Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladen ist zusammenfassend wie folgt charakterisiert:

- Gesamtstädtisch anzufinden an städtebaulich integrierten Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld,
- Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche bis maximal 100 m², abgestimmt auf die Versorgungsfunktion und die typischen Verkaufsraumstrukturen im Wohnumfeld,
- traditionell als Funktionsunterlagerung in Wohn- und Geschäftshäusern – untersetzt Funktion und Größendimensionierung,
- breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Schuhreparatur),
- zielt auf eine verbrauchernahe Grundversorgung ab, im Sinne einer erweiterten Grundversorgung auch im mittelfristigen Bedarfsbereich (keine Spezialgeschäfte),
- unterstützt die Identifikation der Bevölkerung mit ihrem Wohnumfeld,
- keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Hoyerswerda,
- unterstützt die Abstimmung der städtebaulichen Ziele einer Zentrenentwicklung und der verbraucher-nahen Grundversorgung.

8.3. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Hoyerswerdaer Liste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese vorrangig in die städtebaulich gewünschte Zentren- und Standortstruktur von Hoyerswerda einzubinden, bzw. die ohnehin begrenzten Entwicklungschancen der zentralen Versorgungsbereiche nicht durch weitergehende Entwicklungen an Ergänzungs- bzw. sogar an Streustandorten zu gefährden.

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

Die Einstufung als „zentrumrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt oder einem Nahversorgungszentrum vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in zentralen Versorgungsbereichen von Hoyerswerda angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch in zentralen Versorgungsbereichen umsetzbar sind, sollen diesem auch vorbehalten bleiben. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung existenziell wichtig. Ungeachtet der Entwicklung der Nachfragepotenziale und Bindungschancen ist eine Präferenz der zentralen Versorgungsbereiche anzustreben, unabhängig von der Frage, ob das einzelne Sortiment gegenwärtig stärker in der Innenstadt oder an anderen Standorten vertreten ist. Eine Konzentration künftiger Entwicklungschancen auf die beiden A-Zentren sowie auf die weiteren zentralen Versorgungsbereiche von Hoyerswerda ist als übergeordnete Zielsetzung zur Herausbildung lebendiger Zentren wichtig.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

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

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in zentralen Versorgungsbereichen vertreten sind und deren Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

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

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen PKW durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Folglich ist der besondere Schutz einer fußläufigen Nahversorgung ein wichtiges Anliegen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes. Neben der Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu zentralen Versorgungsbereichen können diese bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen ausnahmsweise auch an Standorten zugelassen werden, die zwar

außerhalb zentraler Versorgungsbereiche liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen. Diese als integrierte Nahversorgungslagen in das Zentrenkonzept aufgenommenen Standorte konzentrieren sich ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß der nachfolgend aufgestellten „Hoyerswerdaer Liste“.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.2002 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Hoyerswerda folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ zunächst als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von PKW-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten), wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Speziell für die Stadt Hoyerswerda und der angestrebten Funktionsbündelung in der Standort- und Zentrenstruktur ist eine derartige Zulässigkeit ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit zu begrenzen. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemarkte können in die zentralen Versorgungsbereiche oder Nahversorgungslagen integriert werden.

Tiernahrung/ Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf“ werden momentan in Hoyerswerda vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt. Ein Heimtierfachmarkt ist gegenwärtig in der Nahversorgungslage Kamenzer Bogen 14/ Wittichenauer Straße 20a vertreten, zudem besteht der Fachmarkt für Aquaristik Bulu-Point in nicht-integrierter Lage am südwestlichen Stadtrand der Dresdener Straße. Umfassende Heimtierangebote gibt es weiterhin in den nicht-integrierten Standorten von Globus und Kaufland. Somit wird die Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment für Tiernahrung und Zooartikel empfohlen.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom innerstädtischen Drogeriefachmarkt dm, dem im Lausitz-Center ansässigen Drogeriemarkt Rossmann und der Parfümerie Douglas sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

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

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

Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz. Der maßgebliche Fachhandel in Hoyerswerda ist dem A-Zentrum Neustadt mit der Buchhandlung Thalia und Mc Paper im Lausitz-Center sowie dem A-Zentrum Altstadt mit dem Buch- und Musikhaus Sygusch zuzuordnen. Branchenspezifische Entwicklungsperspektiven sind dem A-Zentrum Altstadt und dem A-Zentrum Neustadt vorbehalten.

Zeitschriften gehören weiterhin zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

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

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

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s.o.). Gerade in diesen Warengruppen ist die Präferenz der Entwicklungschancen innerhalb der beiden Hauptgeschäftsbereiche (A-Zentren) von besonderer Bedeutung.

Sportartikel (ohne Campingartikel)

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Derzeit existiert ein Sportfachmarkt (Intersport Wawrok) im A-Zentrum Neustadt. Die Einstufung als zentrenrelevant lenkt künftige Entwicklungen prioritär in die zentralen Versorgungsbereiche des A-Zentrums Altstadt und des A-Zentrums Neustadt.

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

Fahrräder und -zubehör

Das Sortiment wird als zentrenrelevant eingestuft. Diese Einstufung erfolgt aufgrund des vorhandenen Fahrradfachmarktes im A-Zentrum Altstadt (Little John Bikes) und aktueller Marktentwicklungen im Fahrradeinzelhandel mit einer stark steigenden Nachfrage.

Die Entwicklung bei Fahrradangebotskonzepten verläuft dabei differenziert. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den kleinteiligen Fachgeschäften als ausgeprägte, serviceorientierte Unternehmen und den großflächigen Fachmärkten, die die gesamte Bandbreite eines vielfältigen Sortimentsspektrums abbilden. Beide Konzepte sind in den zentralen Versorgungsbereichen von Hoyerswerda umsetzbar.

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Bis auf Hoffmann Möbel, welcher allerdings nur begrenzte Kopplungseffekte mit den weiteren Anbietern des A-Zentrums Neustadt aufweist und damit nur bedingt zur Frequenzsteigerung beiträgt, sind beide Warengruppen in den zentralen Versorgungsbereichen von Hoyerswerda nicht oder nur in geringem Umfang als Randsortimente vertreten. Dominante Wettbewerbsstandorte in Hoyerswerda sind für dieses Branchenspektrum die ausgewiesenen Ergänzungsstandorte Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26 und Am Wasserschloß 2.

Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Zudem sind die beiden Sortimente aufgrund ihrer Sperrigkeit nur schwer in innerstädtische Einkaufslagen integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Gartenbedarf

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

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

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

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Haus- und Tischwäsche werden in Hoyerswerda zwar an verschiedenen Standortlagen angeboten, für qualifizierte Fachgeschäfte bestehen jedoch zusätzliche Entwicklungsperspektiven in den beiden A-Zentren. Folglich gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken), Heimtextilien sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar, die im A-Zentrum Neustadt (Hoffmann Möbel, Matratzen Concord) und im Ergänzungsstandort Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26 (Möbel Boss) angeboten werden. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind jedoch aufgrund der Sperrigkeit mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

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

Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Stufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig den beiden A-Zentren der Stadt Hoyerswerda vorbehalten. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zudem auch im B-Zentrum als Grundversorgungsschwerpunkt, im C-Zentrum und in den integrierten Nahversorgungslagen zulässig. Kleinteilig sind Ansiedlungen nach oben genannten Kriterien auch wohngebietsintegriert außerhalb der Versorgungszentren möglich.

Tabelle 18: „Hoyerswerdaer Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente

Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
Blumen	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
Apotheken	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)

zentrenrelevante Sortimente

Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
Bücher, Papier, Schreibwaren/ Büroorganisation	Papierwaren/Büroartikel/Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen und Bettwaren (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche/Teppichboden (aus WZ-Nr. 47.53)
Musikalienhandel	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
Spielwaren, Bastelbedarf, Sportartikel	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65), Sportartikel ohne Camping- artikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote (aus WZ-Nr. 47.64.2)
Fahrräder und -zubehör	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 47.64.1)

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

8.4. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hoyerswerda

Der Erhalt und die Stärkung von Hoyerswerda als Oberzentrum im Verbund sind untrennbar mit der Entwicklung der Versorgungsstruktur von Hoyerswerda verknüpft. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf den Erhalt und die Weiterentwicklung der beiden A-Zentren Altstadt und Neustadt als Hauptgeschäftsbereiche der Stadt Hoyerswerda.

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

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

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

Handlungsschwerpunkt 1 – Priorität der Entwicklung der A-Zentren mit aufeinander abgestimmten Funktionen

Die beiden Hauptgeschäftsbereiche besitzen oberste Priorität und in Folge sind Investitionen vorrangig auf das A-Zentrum Altstadt und das A-Zentrum Neustadt zu lenken. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der beiden A-Zentren im Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte. Im Sinne einer Funktionsabstimmung ist eine sich ergänzende Profilierung der beiden A-Zentren notwendig, sodass eine gezielte Steuerung von Ansiedlungsvorhaben entsprechend der räumlichen Entwicklungspotenziale erfolgen kann.

Das Zusammenspiel des kleinteilig strukturierten, individuellen Angebots der historischen Altstadt und der vorwiegend durch filialisierten Fachhandel und Shopping-Center-Charakter geprägten Neustadt ergibt für die Stadt Hoyerswerda ein eigenständiges Zentrenprofil. Dementsprechend sind kleinflächige Ansiedlungen von zentrenrelevantem Einzelhandel und anderer frequenzbringender Nutzungen zur Stärkung der innerstädtischen Multifunktionalität in der Altstadt zu forcieren. Das A-Zentrum Neustadt bietet dagegen die Perspektiven auch für großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel. Die räumliche Steuerung von zentrenrelevanten Einzelhandelsansiedlungen ist zwingend notwendig, um auch zukünftig Kundenströme gezielt in die A-Zentren zu lenken und somit die beiden Einzelhandelsstandorte als Hauptgeschäftsbereiche zu erhalten. Dies ist für die Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion, der regionalen Ausstrahlung der Hoyerswerdaer Hauptgeschäftsbereiche und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Handlungsschwerpunkt 2 – Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen auf zentrale Versorgungsbereiche in hierarchischer Funktionsabstimmung (A-Zentrum Altstadt, A-Zentrum Neustadt, B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“ und C-Zentrum Lipezker Platz)

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

Die vorrangige Einzelhandelssteuerung gebührt den beiden A-Zentren der Stadt. In Hoyerswerda sollten Betriebe mit zentrenrelevanten Umsatzschwerpunkten zunächst auf die zentrale Versorgungsbereiche des A-Zentrums Altstadt und des A-Zentrums Neustadt beschränkt werden.

In Funktionsabstimmung mit den A-Zentren ist das nachrangige B-Zentrum „Neue Kühnichter Heide“ im Sinne eines Nebenzentrums als zentrenbasierter Grundversorgungsschwerpunkt auf nahversorgungsrelevante Magnetanbieter ergänzt durch nicht-zentrenrelevante Fachmärkte und Nonfood-Discounter abzustellen.

Das C-Zentrum Lipezker Platz soll im Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Anbieter mit einer funktionsgerechten Größenordnung aufweisen, Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind nur als Ergänzung im Sinne einer erweiterten, stadtteilbezogenen Grundversorgung zulässig.

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

Handlungsschwerpunkt 3 – Ergänzung einer flächendeckenden Nahversorgung durch die Nahversorgungslagen:

Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Hoyerswerdaer Nahversorgungsstruktur baut auf eine zentrenintegrierte Nahversorgung (A-Zentrum, B-Zentrum und C-Zentrum) auf, ergänzt durch wohngebietsintegrierte Nahversorgungslagen, zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung.

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

Mit der Aufnahme der integrierten Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung hervorgehoben. Nahversorgungslagen sind grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten einschließlich von Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich. Eine Ergänzung und Weiterentwicklung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich, wenn diese:

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

In kleineren Ortsteilen und Wohngebietslagen kann durch Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden. Folglich unterstützt die Stadt Hoyerswerda auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen in weiteren Wohngebieten.

Handlungsschwerpunkt 4 – Zulässigkeit des Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladens

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von über 100 m² Verkaufsfläche sollen zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, den ausgewiesenen, integrierten Nahversorgungsstandorten und den planungsrechtlichen Festsetzungen des Ergänzungsstandortes ist folglich nur zulässig, wenn diese dem Betriebs- und Anlagentyp eines „Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladens“ mit maximal 100 m² Verkaufsfläche zuzuordnen sind.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Hoyerswerda. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 m² sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Hoyerswerdaer Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Hoyerswerda. Vom diesem Betriebs- bzw. Anlagentyp gehen keine negativen Auswirkungen auf die vier zentralen Versorgungsbereiche aus.

Einzelanbieter mit Verkaufsflächen über 100 m² sind dagegen für die Stadt Hoyerswerda bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für die zentralen Versorgungsbereiche anzusehen. Folglich können bereits große Fachgeschäfte mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten zu erheblichen Wettbewerbseinflüssen führen und sind dementsprechend in die ausgewiesene Zentren- und Standortstruktur entsprechend deren Funktionszuweisung anzusiedeln.

Handlungsschwerpunkt 5 - Begrenzung der Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

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

Ausnahmen von dieser Empfehlung können nur zugelassen werden, wenn folgende Kriterien erfüllt werden:

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Handlungsschwerpunkt 4 (Hoyerswerdaer Nachbarschaftsläden).

oder:

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Hoyerswerdaer Liste“ zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 100 m² (Größendimensionierung des Hoyerswerdaer Nachbarschaftsladens) begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche verbunden ist.

oder:

- Ausnahmsweise zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichen und betrieblichen Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Hoyerswerdaer Liste“)

führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

Handlungsschwerpunkt 6 - Planungsrechtliche und/oder genehmigungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte

In den bestehenden Ergänzungsstandorten werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, welche sich den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes unterordnen.

Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Hoyerswerda ergänzend zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von den Ergänzungsstandorten Kamenzer Bogen 1-3 / Karl-Liebknecht-Straße 24-26, Straße E 9 und Am Wasserschloß 2 wahrgenommen. Zukünftige Standortentwicklungen an den Ergänzungsstandorten ordnen sich in der Priorität der zentralen Versorgungsbereiche und der wohngebietsintegrierten Nahversorgung unter. Folglich sind Entwicklungen an den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels stets in ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und ausgewiesene Nahversorgungsstandorte zu prüfen.

Handlungsschwerpunkt 7 – Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB

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

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

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung

Leipzig, 23. April 2025

Drees & Sommer SE



i.V. Jeremy Proske
Gesamtleitung

Berlin, 23. April 2025

9. Anlage

Verzeichnis der Anlagen

Anlage 1: Zentrenpässe

Anlage 2: Städtebauliche Analyse

Anlage 3: Auswertung der Bürgerinnen und Bürger Beteiligung

Anlage 4: Exceltabelle der Auswertung der Online-Beteiligung

A-Zentrum Neustadt (Hauptgeschäftsbereich)

Lage: Das A-Zentrum Neustadt stellt den zweiten Hauptgeschäftsbereich der Stadt Hoyerswerda dar. Dieser verläuft im Norden entlang der Albert-Einstein-Straße über die Bautzener Allee im östlichen Bereich. Im Süden wird der zentrale Versorgungsbereich von der Dr. Wilhelm-Külz-Straße begrenzt. In westlicher Richtung umschließen die Dietrich-Bonhoeffer-Straße und Teile der Straße des Friedens das A-Zentrum.

Versorgungsfunktion: Das urbane Zentrum der Neustadt übernimmt als bedeutendster Handelsstandort in Hoyerswerda oberzentrale Versorgungsfunktionen. Der zentrale Versorgungsbereich verfügt über einen umfassenden Branchenmix mit einem Fokus auf filialisierten Fachhandel.

Einzugsgebiet: Mit dem Shopping-Center (Lausitz-Center) und der Lausitzhalle für kulturelle Großveranstaltungen erzielt das A-Zentrum eine regionale Ausstrahlung bzw. Einzugsgebiet.

Angebotsstruktur (Stand Dezember 2024)

Nahrungs- & Genussmittel	2.535 m²
Gesundheit, Körperpflege	1.210 m²
Blumen, Heimtier	160 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	685 m²
Bekleidung, Textilien	4.590 m²
Schuhe, Lederwaren	1.300 m²
Heimwerkerbedarf, Garten	70 m²
Spielwaren, Hobby	100 m²
Sportartikel, Fahrräder	870 m²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9.320 m²
Elektronikwaren	845 m²
UE, Kommunikation, PC	780 m²
Foto / Optik	335 m²
Uhren / Schmuck	190 m²
Sonstiges	50 m²

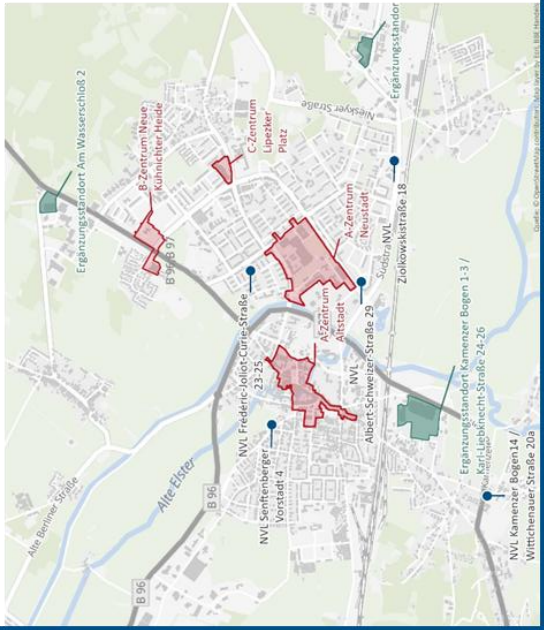
Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Das Herzstück des zentralen Versorgungsbereichs bildet das Zentrum um das Lausitz-Center, welches einen historisch gewachsenen und gelernten Einkaufsstandort darstellt. Das Shopping-Center bildet den frequenzstärksten Teilbereich des A-Zentrums mit der höchsten Einzelhandelsdichte im gesamten Stadtgebiet. Magnetanbieter des A-Zentrums sind Hoffmann Möbel, REWE, H&M und Woolworth. Im weiteren Umfeld des Lausitz-Centers wird die Leitfunktion des Einzelhandels von anderen Nutzungen ergänzt. Das A-Zentrum Neustadt profiliert sich maßgeblich durch den Shopping-Center-Charakter. Der Standort ist als Investitionsvorrangbiet für großflächigen, zentrenrelevanten Einzelhandel zu bewerten und weist begrenzte Entwicklungsspielräume auf.



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage in Hoyerswerda



B-Zentrum – Nebenzentrum „Neue Kühnichter Heide“

Lage: Im Norden des A-Zentrums Neustadt befindet sich ein B-Zentrum in Entwicklung. Eingebunden in den zentralen Versorgungsbereich ist das Areal eines Fachmarktzentrums östlich der B97 zwischen der Claus-von-Stauffenberg-Straße und der Gerhard-von-Scharnhorst-Straße und das Einkaufszentrum Grünewald-Passage südlich des Grünewaldrings.

Versorgungsfunktion: Das Nebenzentrum ist mit den zu entwickelnden Märkten (u.a. Edeka, Aldi) vorwiegend auf die zentrenbasierte Grundversorgung, ergänzt durch nicht-zentrenrelevante Fachmärkte, ausgerichtet.

Einzugsgebiet: Infolge der sehr guten Erreichbarkeit über die angrenzende B97 und die kompakte Bündelung von zentrenbasierten, nahversorgungsrelevanten Magnetanbietern wird das B-Zentrum eine regionale Ausstrahlung erzielen.

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Derzeit bestehen innerhalb der Grünewald-Passage ein Sonderpreis-Baumarkt, eine Sanitätsschule, Gastronomie und diverse Dienstleistungsangebote am Standort.

Zusammen mit dem geplanten EDEKA-Markt (rd. 2.300 m² VKF), dem ALDI-Markt (rd. 1.050 m² VKF) und einem Heimtierfachmarkt soll ein B-Zentrum entwickelt werden. Ziel ist der Aufbau eines zentrenbasierten Grundversorgungsschwerpunktes. In diesem Sinne versteht sich das B-Zentrum als ausdrückliches Nebenzentrum zu den A-Zentren. Es darf nur die Entwicklung festgelegter nahversorgungsrelevanter Magnetanbieter ergänzt durch nicht-zentrenrelevante Fachmärkte und Nonfood-Discounter aufgreifen, ohne die Entwicklungsperspektiven der beiden A-Zentren zu beschneiden.

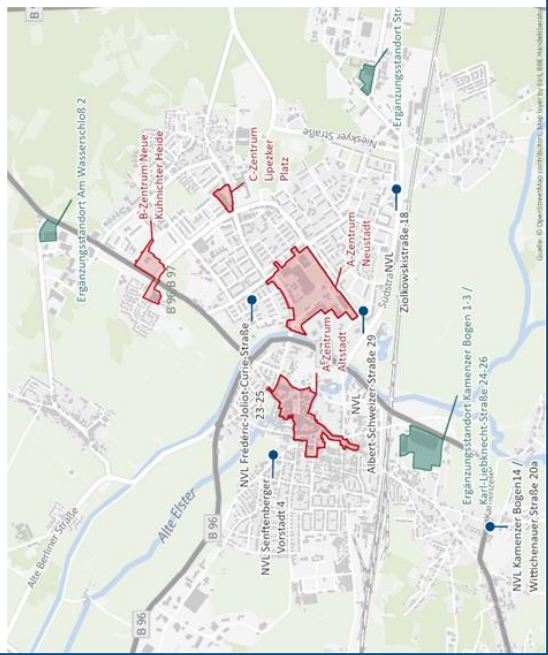
Angebotsstruktur (Stand Dezember 2024)

Nahrungs- & Genussmittel	10 m²
Gesundheit, Körperpflege	
Blumen, Heimtier	
Bücher, Zeitschriften, PBS	
Bekleidung, Textilien	
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf, Garten	1.190 m²
Spielwaren, Hobby	10 m²
Sportartikel, Fahrräder	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	
Elektrowaren	20m²
UE, Kommunikation, PC	
Foto / Optik	
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	20m²



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage in Hoyerswerda



C-Zentrum – Nahversorgungszentrum „Lipezker Platz“

Lage: Das Nahversorgungszentrum Lipezker Platz liegt in der Hoyerswerdaer Neustadt nordöstlich des A-Zentrums Neustadt und südlich des B-Zentrums „Neue Kühnichter Heide“. Der zentrale Versorgungsbereich wird von der Schöpsdorfer Straße im Norden, dem Lipezker Platz im östlichen Bereich, der Maria-Grollmuß-Straße im Süden und Teile der Claus-von-Stauffenberg-Straße begrenzt. Die Zufahrt erfolgt über die Maria-Grollmuß-Straße.

Versorgungsfunktion: Der Standort weist Grundversorgungsfunktionen im kurzfristigen Bedarf für das Umfeld der Neustadt sowie das gegenüberliegende Lausitzer Seenland Klinikum auf.

Einzugsgebiet: Das Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums bezieht sich auf die nördliche Neustadt von Hoyerswerda, insbesondere auf das unmittelbare Wohnumfeld des Wohnkomplexes VIII.

Angebotsstruktur (Stand Dezember 2024)

Nahrungs- & Genussmittel	1.070 m²
Gesundheit, Körperpflege	280 m²
Blumen, Heimtier	50 m²
Bücher, Zeitschriften, PBS	30 m²
Bekleidung, Textilien	540 m²
Schuhe, Lederwaren	10 m²
Heimwerkerbedarf, Garten	60 m²
Spielwaren, Hobby	25 m²
Sportartikel, Fahrräder	15 m²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	430 m²
Elektrowaren	5 m²
UE, Kommunikation, PC	45 m²
Foto / Optik / Akustik	2 m²
Uhren / Schmuck	30 m²
Sonstiges	

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Der Standort zeigt sich als einheitlich entwickeltes Einkaufszentrum (Treff 8). Die räumliche Abgrenzung als C-Zentrum schließt den Gebäudekomplex einschließlich der Parkflächen vor dem Einkaufszentrum ein. Als Magnetanbieter fungiert der großflächige Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount, insgesamt sind jedoch 12 Einzelhandelsbetriebe ansässig, ergänzt durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote. Die Angebotsvielfalt trägt zur Standortattraktivität und Funktion als Zentrum des Wohngebiets mit Versorgungsfunktionen für das gegenüberliegende Klinikum bei.

Ziel ist die Sicherung und Qualifizierung des wichtigen Nahversorgungsstandorts im östlichen Stadtgebiet.



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage in Hoyerswerda

