



Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Zwickau



STADT ZWICKAU
AUTOMOBIL- UND
ROBERT-SCHUMANN-STADT

Vorbemerkung

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Dresden, erhielt im Februar 2010 von der Stadt Zwickau den Auftrag zur Fortschreibung bzw. Erarbeitung eines gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Die Untersuchung soll als Grundlage für eine strategische und städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet dienen, wobei der Ausweisung und Sicherung „zentraler Versorgungsbereiche“ gemäß § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO sowie § 9 Abs. 2a BauGB eine herausragende Bedeutung zukommt.

Als statistische Grundlage für die im Rahmen der Untersuchung zu behandelnden Aufgabenstellungen wurden Einzelhandelsdaten aus dem aktuellen IHK-Handelsatlas Chemnitz 2010 verwendet. Diese Statistiken wurden stichpunktartig von der GMA auf ihre Validität geprüft. Darüber hinaus wurde von Erhebern der GMA der gesamte Einzelhandelsbestand in den räumlich definierten „zentralen Versorgungsbereichen“ nochmals vor Ort erfasst.

Neben den beschriebenen Datengrundlagen standen der GMA für die Ausarbeitung der Analyse weitere sekundärstatistische Materialien der Stadtverwaltung Zwickau, des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen, des Statistischen Bundesamtes sowie diverse Fachpublikationen zum Thema zur Verfügung. Sämtliche Daten und Informationen wurden von Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen zusammengeführt, aufbereitet und ausgewertet.

Eine Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Weitergabe der vorliegenden Untersuchung, auch in digitaler Form, bedarf der schriftlichen Zustimmung des Auftraggebers und der GMA.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Dresden, im Februar 2011
BAU wym

	Seite
Vorbemerkung	
Inhaltsverzeichnis	
I Aufgabenstellung / Untersuchungsdesign	1
II Relevante Strukturdaten der Stadt Zwickau und des erweiterten Untersuchungsraumes	3
III Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels / Kaufkraft	13
1. Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels	13
2. Kaufkraftvolumen / Kaufkraftprognose 2015	16
2.1 Systematik der Kaufkraftberechnung	16
2.2 Grundlagen der Kaufkraftberechnung	17
2.3 Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels	18
2.4 Kaufkraftprognose für das Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels bis 2015	20
IV Situation des Einzelhandelsstandortes Zwickau	23
1. Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt	23
2. Umsatzleistungen und Kaufkraftbewegungen des Zwickauer Einzelhandels	30
2.1 Umsatzleistungen des Zwickauer Einzelhandels 2009	30
2.2 Kaufkraftbewegungen des Zwickauer Einzelhandels 2009	31
2.2.1 Kaufkraftbewegungen bei Nahrungs- und Genussmitteln	31
2.2.2 Kaufkraftbewegungen bei Nichtlebensmitteln	32
2.3 Kaufkraftbewegungen im Einzelhandel insgesamt	33
2.4 Kaufkraftbewegungen in der Zone II des Einzugsgebietes	33
3. Umsatz- und Verkaufsflächenprognose für den Zwickauer Einzelhandel 2015	35

<u>Exkurs:</u>	Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit aktueller Ansiedlungsvorhaben des Einzelhandels in Zwickau	38
1.	Geplante Ansiedlung des Sportfachmarktes „Decathlon“ am Standort Planitzer Straße	39
2.	Geplantes Einkaufszentrum der Fa. Florana Grundstücksverwaltung + Immobilienverwaltungs KG im Kreuzungsbereich Schillerstraße / Humboldtstraße	43
3.	Generelle Einzelhandelsentwicklung im Sanierungsgebiet „Zentrumsnahe Nordvorstadt“ bzw. im Geltungsbereich des B-Plan-Entwurfs 058 „Neumarkt“	46
4.	Möglichkeiten zur einzelhandelsbezogenen Inwertsetzung des Schocken-Areals / Bewertung des vorliegenden Nutzungskonzeptes	48
V	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Zwickauer Einzelhandel	61
1.	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“	65
2.	Zentrale Versorgungsbereiche „Neben- und Stadtteilzentren“ und „Grund- und Nahversorgungszentren“	72
VI	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	92
Karten-, Tabellen- und Übersichtsverzeichnis		95

I Aufgabenstellung / Untersuchungsdesign

Zwickau zählt aktuell ca. 94.400 Einwohner¹ und ist von der sächsischen Landesplanung als Oberzentrum eingestuft. Auf Grund ihrer gehobenen zentralörtlichen Wertigkeit hat die Stadt sowohl für die eigene Bevölkerung als auch für ein weit gespanntes Umland umfassende Versorgungsfunktionen zu erfüllen. Vor diesem Hintergrund hat die Stadtverwaltung die Fortschreibung und Aktualisierung ihres Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes vom Juni 2005² bei der GMA in Auftrag gegeben. Die Untersuchung soll die realen Entwicklungspotenziale der Wirtschaftsgruppe „Einzelhandel“ bis 2015 ermitteln und erfolgversprechende Strategien für die Standortentwicklung, insbesondere im Sinne einer Bewahrung der Zentralität und einer Sicherung der Einkaufsinnenstadt und wohngebietsnahen Versorgung, entwickeln. In dem Gutachten sind die demographischen Trends im Stadt- und Einzugsgebiet, die allgemeinen strukturellen Veränderungen des Einzelhandels und die regionale Wettbewerbssituation zu berücksichtigen.

Wesentliche Aufgabe des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Zwickau ist es, die Angebots- und Nachfragestrukturen zu analysieren, die Möglichkeiten zur Ergänzung und Aufwertung des Einzelhandelsbestandes aufzuzeigen und Empfehlungen zur Inwertsetzung ausgewählter Areale und Liegenschaften auszuarbeiten. Im Einzelnen werden folgende Fragestellungen behandelt:

- Bestand des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Stadtgebiet
- Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Zwickauer Einzelhandel / Berechnung und Prognose der Kaufkraft für die Jahre 2009 und 2015
- Ermittlung der aktuellen Umsatzleistung und Marktbedeutung des Zwickauer Einzelhandels / Prognose der voraussichtlichen Umsatzleistung bis 2015
- Analyse der Kaufkraftbewegungen und der Versorgungszentralität
- Prognose der wirtschaftlich tragfähigen und städtebaulich verträglichen Verkaufsflächen nach Branchen bis zum Jahr 2015

¹ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand 30.09.2009.

² CIMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Zwickau, Leipzig / München im Juni 2005.

- Identifikation und Klassifikation „Zentraler Versorgungsbereiche“ im Stadtgebiet (Innenstadt / Neben- und Stadtteilzentren / Grund- und Nahversorgungszentren) / Zusammenstellung einer individuellen Zwickauer Sortimentsliste der „zentrenrelevanten Waren“
- Erstellung eines Handlungskataloges mit Empfehlungen zur Attraktivierung des Einkaufsortes und seiner zentralen Versorgungsbereiche.

Der vereinbarte Untersuchungs- und Prognosezeitraum vorliegender Analyse erstreckt sich bis zum Jahr 2015. Bis zu diesem Zeitpunkt sollte eine sukzessive Umsetzung der gutachterlichen Empfehlungen angestrebt werden.

II Relevante Strukturdaten der Stadt Zwickau und des erweiterten Untersuchungsraumes

Als wesentliche Einflussfaktoren auf die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Zwickau sind die wirtschaftlichen, demographischen und siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen, aber auch die Lagekonstellation zu konkurrierenden Zentren und die Verkehrsanbindung hervorzuheben. In folgenden Absätzen werden diese Aspekte in ihren wesentlichen Ausprägungen näher dargestellt.

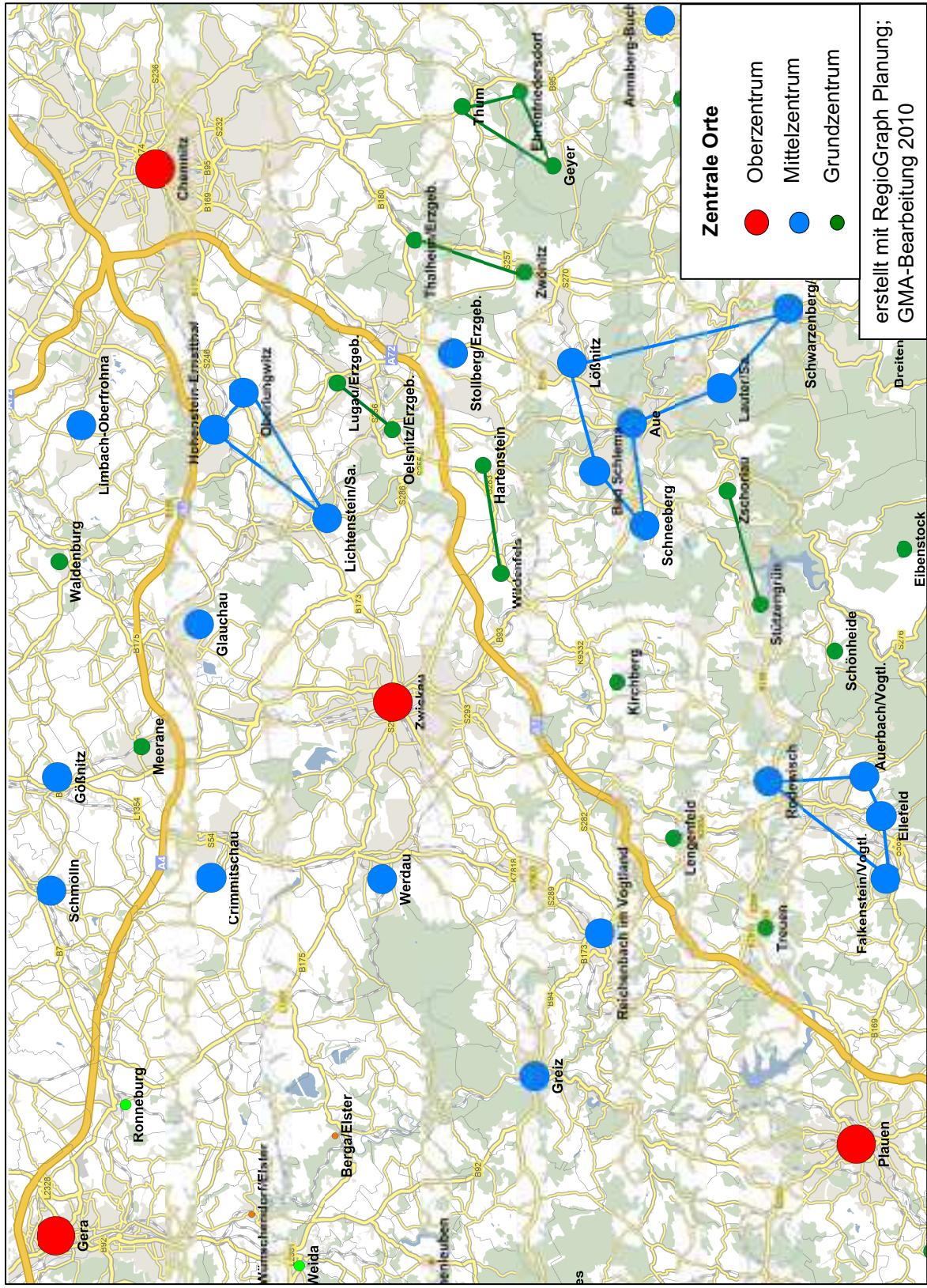
Die Stadt Zwickau liegt im Südwesten des Freistaates Sachsen und ist Sitz des Landkreises Zwickau. Von der Landesplanung ist die Stadt als **Oberzentrum** und Teil der europäischen Metropolregion „Mitteldeutschland“ eingestuft. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Chemnitz (Entfernung ca. 42 km) und Gera (Entfernung ca. 49 km). Im näheren Umfeld von Zwickau befinden sich darüber hinaus die Mittelzentren Glauchau, Crimmitschau, Werdau, Reichenbach im Vogtland und die Städteverbünde Göltzschtal, Sachsenring und Silberberg sowie zahlreiche Grundzentren (vgl. Karte 1).

Gemäß aktuellem Landesentwicklungsplan Sachsen haben Oberzentren im Einzelhandel v. a. folgende Aufgaben zu erfüllen:

- Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung im Verflechtungsbereich mit Gütern und Dienstleistungen unterschiedlicher Stufen.
- Stärkung der Funktionsfähigkeit und Attraktivität ihrer Stadtzentren und Nebenzentren.
- Ansiedlungsorte von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen sowie Factory Outlet Centern.

Zum Nahbereich der Stadt Zwickau zählen lt. Regionalplan Südwestsachsen 2008 die Gemeinden Wilkau-Haßlau, Reinsdorf, Mülsen und Lichtenanne.

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung des Untersuchungsraumes



Zwickau ist ein traditioneller **Industrie- und Gewerbestandort**, der v. a. durch den Automobilbau geprägt ist. In Zwickauer Automobilwerken wurden Marken wie Horch, Audi, Auto Union und Trabant gebaut. Heute werden in den Volkswagenwerken in Zwickau-Mosel die Modelle Passat und Golf hergestellt.

Ungeachtet der großen Bedeutung des Fahrzeugbaus und seines Zuliefererbereiches ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Zwickau innerhalb der letzten 10 Jahre um ca. 14 % zurück gegangen. In der kurzfristigen Betrachtung war in den letzten 3 Jahren allerdings eine Umkehrung dieses Trends zu konstatieren (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten* in Zwickau 1999 – 2009

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr in %
1999	53.574	---
2000	52.796	- 1,5
2001	52.831	+ 0,1
2002	50.556	- 4,3
2003	48.553	- 4,0
2004	48.333	- 0,5
2005	47.226	- 2,3
2006	44.362	- 6,1
2007	44.869	+ 1,1
2008	46.052	+ 2,6
2009	46.154	+ 0,2

* Am Arbeitsort
Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand jeweils 30.06. bzw. 31.12.1999; GMA-Berechnungen

Die Arbeitslosenquote ist in Zwickau in den vergangenen Jahren deutlich geringer geworden. Waren im Jahr 2000 noch 18,5 % der Menschen ohne Beschäftigung, verringerte sich der Wert bis 2009 auf 11,5 %. Allerdings liegt diese Quote noch oberhalb des aktuellen Bundesdurchschnitts von 8,2 %.

Tabelle 2: Arbeitslosenquote der Stadt Zwickau 2000 – 2009

Jahr	Arbeitslosenquote
2000	18,5
2001	19,0
2002	18,9
2003	18,5
2004	18,6
2005	18,6
2006	17,1
2007	13,9
2008	11,2
2009	11,5

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Arbeitsmarkt in Zahlen, Kreisreport, 2000 bis 2004 jeweils Jahresdurchschnittswerte, ab 2005 Stand jeweils 31.12.

Große Bedeutung besitzt Zwickau als Arbeitsstandort in der Region. Dies kommt nicht zuletzt durch einen hohen Pendlerüberschuss zum Ausdruck. 26.300 Einpendlern stehen nur 12.017 Auspendler gegenüber, sodass ein Pendlerüberschuss von ca. 14.283 festzuhalten ist¹.

Trotz eines insgesamt durchaus erfreulichen wirtschaftlichen Trends weist die Stadt keine positive **demographische Entwicklung** auf. So ist die Einwohnerzahl im Stadtgebiet seit dem Jahr 2000 kontinuierlich rückläufig (vgl. Tabelle 3). Insgesamt hat die Stadt in diesem Zeitraum ca. 9.750 Einwohner verloren (- 9,4 %). Auch für die absehbare Zukunft geht die Bevölkerungsprognose² für die Stadt Zwickau von weiteren Bevölkerungsverlusten aus. Im Jahre 2015 wird das Oberzentrum demnach nur noch ca. 88.670 Einwohner aufweisen.

¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2009 (vorläufiger Stand).

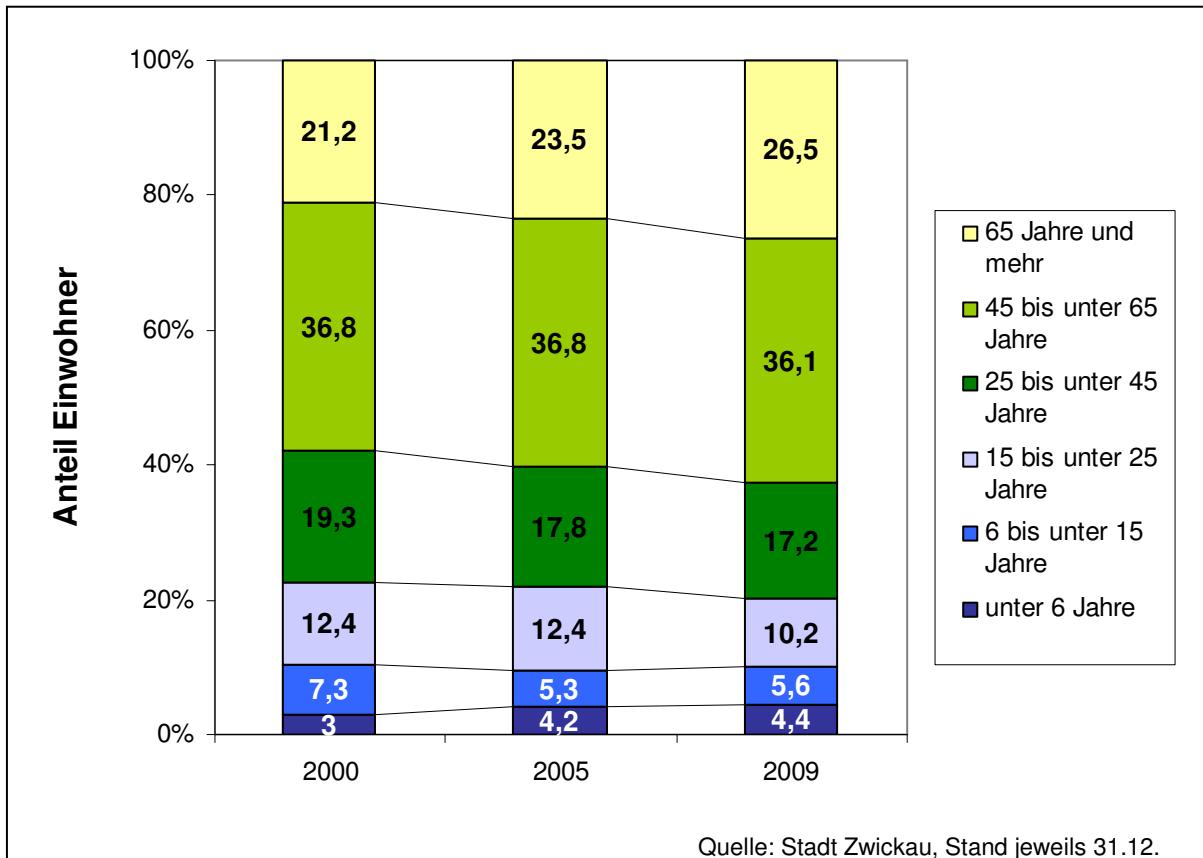
² Quelle: Stadtumbaukonzept 2002, aktualisiert auf Basis der Einwohnerentwicklung 2002 – 2005.

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in Zwickau

Jahr	Einwohner	Veränderung in % zum Vorjahr
1999	104.146	---
2000	103.008	- 1,1 %
2001	101.726	- 1,2 %
2002	100.892	- 0,8 %
2003	99.846	- 1,0 %
2004	98.742	- 1,1 %
2005	97.832	- 0,9 %
2006	96.786	- 1,1 %
2007	95.841	- 1,0 %
2008	94.887	- 1,0 %
2009	94.400	- 0,5 %

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand jeweils 31.12. bzw. 30.09.2009; GMA-Berechnungen

In den vergangenen 10 Jahren vollzog sich in Zwickau auch ein zunehmender **demografischer Wandel**, im Sinne eines dynamischen Alterungsprozesses der Bevölkerung (vgl. Abb. 1). So ist seit 2000 der Anteil der 65-jährigen und älteren von 21,2 % auf 26,5 % angestiegen. Gleichzeitig nahm der Anteil der unter 45-jährigen von 42,0 % auf 37,4 % ab. Zurückgegangen ist im gleichen Zeitraum auch der Anteil der Kinder und Jugendlichen im Alter zwischen 6 und 15 Jahren (2000: 7,3 %; 2009: 5,6 %).

Abbildung 1: Veränderung der Altersstrukturen in Zwickau 2000 – 2009

Administrativ gliedert sich Zwickau in fünf Stadtbezirke und 35 Stadtteile. Die Bevölkerungsschwerpunkte bilden die Stadtteile Neuplanitz (ca. 8.800 Einwohner), Marienthal West (ca. 7.950 Einwohner), Marienthal Ost (ca. 7.270 Einwohner), Oberplanitz (ca. 6.300 Einwohner) und Nordvorstadt (ca. 6.020 Einwohner)¹. Z. T. räumlich abgesetzt vom geschlossenen Siedlungsbereich befinden sich die nach der Wende eingemeindeten Stadtteile Hartmannsdorf, Rottmannsdorf, Crossen, Schneppendorf, Cainsdorf, Mosel, Oberrothenbach, Schlunzig und Hüttelsgrün.

Die **Einzelhandelsstruktur** Zwickaus wird von der Innenstadt und von mehreren auto-kundenorientierten Agglomerationsbereichen geprägt (vgl. Karte 2). Die innerstädtische Haupteinkaufslage wird im wesentlichen durch den Dr.-Friedrichs-Ring eingerahmt. Einen verdichteten Handelsbesatz weisen hier die Hauptstraße, die Magazinstraße, die Innere Plauensche Straße, der Hauptmarkt sowie die Marienstraße auf. Auch in der Äußeren

¹ Quelle: Stadt Zwickau, Stand: 1 / 2010.

Plauenschen Straße existiert ein weitgehend geschlossener Einkaufsbereich, der allerdings schon jenseits des Dr.-Friedrichs-Ringes gelegen ist. Mit Bezug auf die vorhandenen Fachmarktagglomerationen sind aufgrund ihrer Dimensionierung das „Glück-Auf-Center“ im Süden Zwickaus, u. a. mit Obi, Globus, Media Saturn, Alphatecc und Porta, sowie die Einzelhandelsagglomeration Schubertstraße mit Media Markt, Praktiker, Kaufland, Kress und Deichmann besonders hervorzuheben. Darüber hinaus existieren u. a. folgende weitere Einkaufs- und Fachmarktzentren:

- **Reichenbacher Straße / Maxhütte**

Südwestlich der Innenstadt befindet sich das Fachmarktzentrum Reichenbacher Straße. Als Ankerbetriebe sind hier Praktiker, Hammer Heimtex sowie TTM anzuführen.

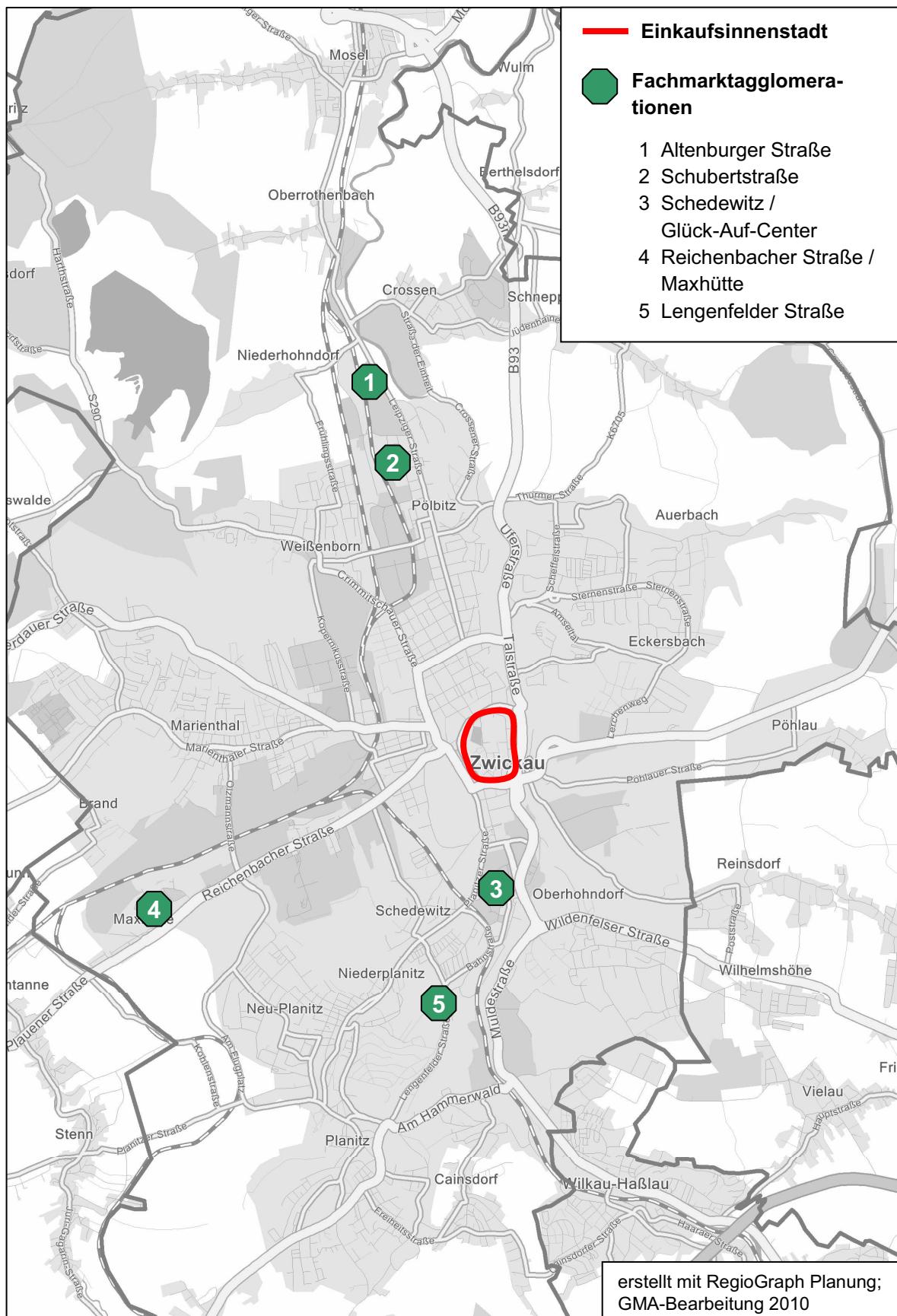
- **Lengenfelder Straße**

Im Süden des Zwickauer Stadtgebietes befindet sich das Fachmarktzentrum Lengenfelder Straße, in dem als Kundenmagneten Skonto und Max Bahr zu nennen sind.

- **Altenburger Straße**

Im Norden des Stadtgebietes in Nachbarschaft zum Agglomerationsbereich in der Schubertstraße befindet sich das Fachmarktzentrum Altenburger Straße. Als Hauptanbieter sind hier zu nennen Hellweg, Teppich Frick und ein Getränkemarkt.

Karte 2: Wichtige Einkaufslagen der Stadt Zwickau



Im übrigen Stadtgebiet existieren zudem noch mehrere Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen sowie zahlreiche Solitärstandorte des Lebensmitteleinzelhandels (z. B. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte).

Exkurs: Regionale Wettbewerbssituation

Der regionale Wettbewerb für den Einzelhandelsstandort Zwickau ist insbesondere durch die Oberzentren Chemnitz und Gera geprägt, welche jeweils über die Autobahn (A 4 bzw. A 72) zu erreichen sind. Seit der politischen Wende hat in beiden Städten eine dynamische Verkaufsflächenexpansion stattgefunden, so dass sie jeweils ein attraktives Einzelhandelsangebot offerieren.

Das **Oberzentrum Chemnitz** ist über die A 4 (Dresden – Eisenach) bzw. die A 72 (Hof – Chemnitz) in 42 bzw. 53 km zu erreichen. Die Stadt zählt ca. 240.500 Einwohner¹.

Insgesamt verfügt der Chemnitzer Einzelhandel über ca. 569.380 m² VK. Daraus lässt sich eine Verkaufsflächenausstattung von 2.340 m² / 1.000 Einwohner ableiten. Die bedeutendsten Einkaufsmagneten der Innenstadt sind die Galerie Roter Turm (ca. 16.730 m² VK) mit den Ankermietern Saturn, C&A und H&M, die Galeria Kaufhof (ca. 20.500 m² VK) sowie Peek & Cloppenburg (ca. 2.750 m² VK). Außerhalb der Innenstadt verfügt Chemnitz mit fünf großen Einkaufszentren über weitere Einzelhandelsschwerpunkte, die z. T. eine erhebliche überörtliche Marktwirkung entfalten. Mit ca. 88.070 m² VK ist das Chemnitz-Center mit den Ankerbetrieben Höffner, toom Baumarkt und Marktkauf die größte Agglomeration. Des Weiteren sind folgende Center etabliert:

- Neefepark (u. a. IKEA, toom SB-Warenhaus, Gartencenter Klee)
- Alt Chemnitz Center (u. a. Sconto Möbel, toom SB-Warenhaus, Praktiker)
- Sachsen-Allee (u. a. Kaufland, Media Markt)
- Vita-Center (u. a. Multipolster, Medimax)².

¹ Quelle: Stadt Chemnitz, Stand: 30.09.2010.

² Quelle: IHK Handelsatlas Chemnitz 2010.

Dieses umfassende Einzelhandelsangebot macht die Stadt Chemnitz zum wichtigsten Konkurrenzstandort des Zwickauer Einzelhandels.

Das thüringische **Oberzentrum Gera** ist von Zwickau aus in etwa 42 km über die A 4 zu erreichen. Aktuell leben rd. 99.600 Personen in der Stadt¹.

Gera verfügt insgesamt über ca. 232.320 m² Verkaufsfläche. Bei der Verkaufsflächenausstattung liegt die Stadt mit 2.080 m² / 1.000 Einwohner unter dem Chemnitzer Wert von 2.340 m² / 1.000 Einwohner². Die bedeutendsten Einkaufsmagneten der Geraer Innenstadt stellen die Gera-Arcaden (ca. 36.000 m² VK) mit den Kundenfrequenzbetrieben Kaufland, C&A und H&M sowie das Elster Forum (ca. 14.650 m² VK) mit Galeria Kaufhof dar³. Außerhalb der Innenstadt sind weitere Einzelhandelsagglomerationen etabliert, so z. B. das Bieblach-Center mit Kaufland, Roller und Expert. Des Weiteren existieren mehrere Einzelstandorte von Möbelmärkten, Baumärkten und SB-Warenhäusern.

Im direkten Umland von Zwickau sind ebenfalls größere Einzelhandelsagglomerationen zu finden, so etwa das Crimmitschau - Center (u. a. B1 Discountbaumarkt, Kaufland) in Crimmitschau, die Auesiedlung (u. a. toom Baumarkt, Kaufland) in Glauchau, das Auersberg-Center (u. a. Simmel, AWG Modecenter) in Lichtenstein oder das Pleissen-Center (u. a. Kaufland, Roller) in Steinpleis. In Meerane ist neben einem Kaufland-Center noch eine Fachmarktagglomeration in der Guteborner Allee (u. a. Obi, Dehner, Media Markt) etabliert. Somit ist für den Einzelhandelsstandort Zwickau insgesamt ein intensiver Wettbewerb gegeben.

¹ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Stand: 30.06.2010.

² Quelle: Zentrenkonzeption der Stadt Gera, 2003.

³ Quelle: Shopping-Center 2009, EHI.

III Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels / Kaufkraft

1. Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Zwickauer Einzelhandel ist die Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohner- und Kundenpotenzials und damit der zur Verfügung stehenden Kaufkraft. Als „Einzugsgebiet“ wird in Anbetracht der inhaltlichen Zielsetzungen vorliegender Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher regelmäßig die Einzelhandelsangebote von Zwickau in Anspruch nehmen. Die Intensität der Kundenbeziehungen hängt hierbei neben der Eigenattraktivität der Versorgungsangebote auch von der überörtlichen Wettbewerbssituation sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit ab.

Die Außengrenze des Zwickauer Einzugsgebietes wird v. a. durch die Lagebeziehung zu anderen Zentralen Orten und größeren Einkaufszentren sowie durch die Verkehrsanbindung bestimmt. Eine beachtliche Attraktivität als Einkaufsorte besitzen in diesem Zusammenhang die Oberzentren Chemnitz, hier insbesondere das EKZ „Chemnitz-Center“ in Röhrsdorf und die Stadt Gera.

Bei der konkreten Fixierung der Außengrenze und bei der Zonierung des Einzugsgebietes für den Zwickauer Einzelhandel wurden vor allem folgende Faktoren berücksichtigt:

- Erkenntnisse aus mehreren GMA-Analysen im Untersuchungsraum (u. a. Chemnitz, Gera, Werdau, Crimmitschau, Oelsnitz / Erzgebirge, Stollberg / Erzgebirge, Glauchau, Hohenstein-Ernstthal, Altenburg)
- Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Attraktivität des Zwickauer Einzelhandels / Marktreichweite
- verkehrliche Anbindung des Zwickauer Umlandes

- Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)¹.

Unter Beachtung aller Kriterien kann für den Zwickauer Einzelhandel ein Einzugsgebiet abgegrenzt werden, in dem ca. 390.570 Menschen leben. Die Zone I repräsentiert das Zwickauer Stadtgebiet. Die Zone II umfasst Städte und Gemeinden des Landkreises Zwickau, des Erzgebirgskreises und des Vogtlandkreises (vgl. Tabelle 4 und Karte 3).

Tabelle 4: Einwohner im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels

Zonen des Einzugsgebietes	Einwohner	Anteil in %
Zone I Stadt Zwickau	94.400	24
Zone II Teile der Landkreise Zwickau, Erzgebirgskreis, Vogtlandkreis	296.170	76
Zonen I – II	390.570	100

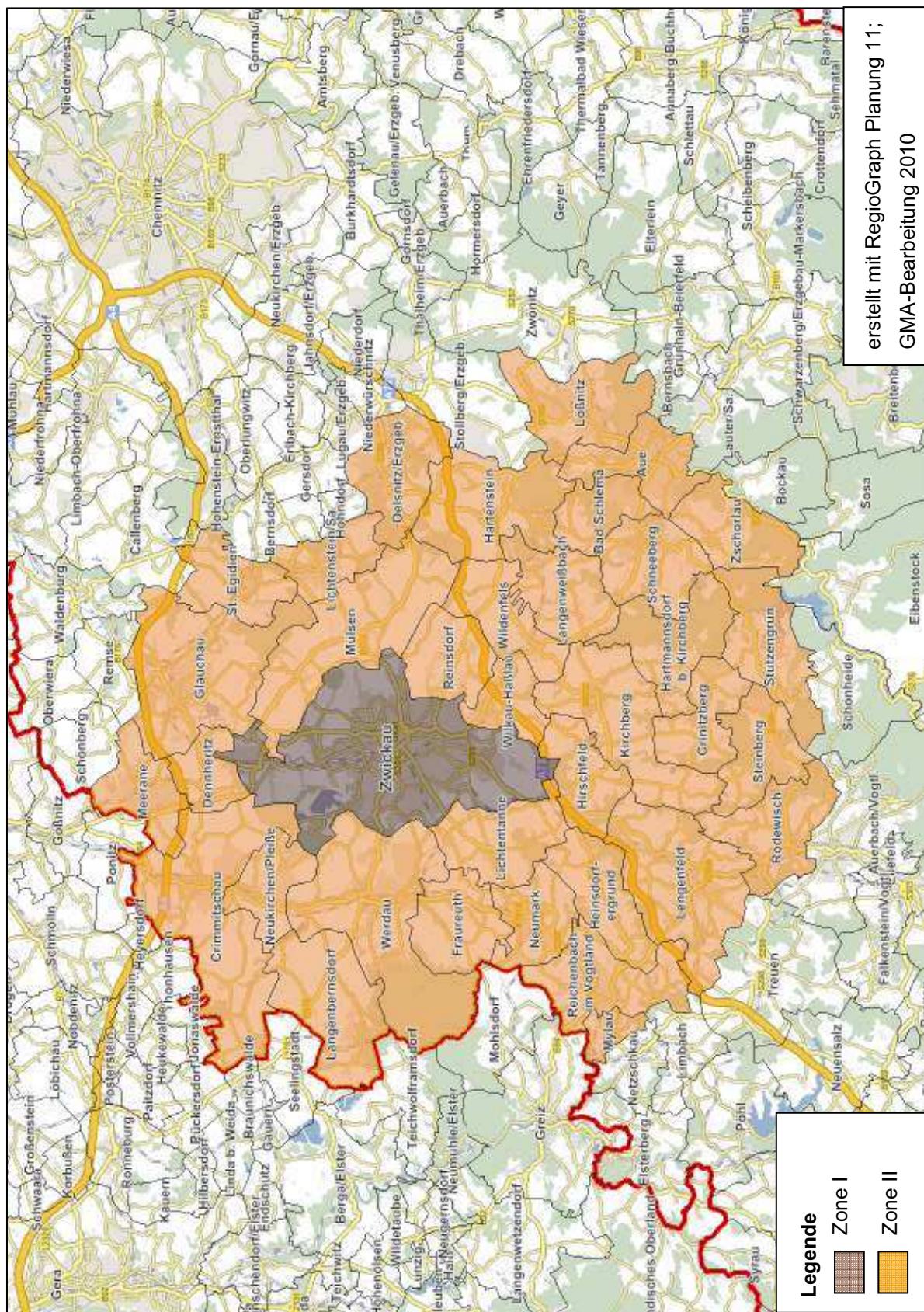
Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand 30.09.2009, ca.-Werte gerundet

Das Oberzentrum Zwickau hält selbst nur einen Einwohneranteil von ca. 24 % am Einzugsgebiet. Vor diesem Hintergrund sind besondere Ansprüche an die Marktreichweite des städtischen Einzelhandels zu stellen, da sonst das Kunden- und Kaufkraftpotenzial im überörtlichen Einzugsgebiet nicht in ausreichendem Umfang erschlossen werden kann.

Selbstverständlich stellt die linienhafte Fixierung der Außengrenze des Einzugsgebietes eine Abstraktion dar. Sie repräsentiert keine eindeutige Grenze im Gelände, sondern markiert lediglich denjenigen Übergangsbereich, in dem die Kundenanbindung an den Zwickauer Einzelhandel an Intensität deutlich verliert. Die Linien beschreiben darüber hinaus einen mittleren Zustand, d. h. nicht alle in Zwickau ansässigen Betriebe strahlen gleichermaßen in das Einzugsgebiet hinein und nicht alle Orte sind mit gleicher Intensität an den Einzelhandelsstandort Zwickau angebunden.

¹ Die GMA hat in ihrer fast 40-jährigen Tätigkeit mehrere 100 Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Konsumentenverhalten abgesicherte empirische Erfahrungswerte vorliegen.

Karte 3: Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels



2. Kaufkraftvolumen / Kaufkraftprognose 2015

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet für den Zwickauer Einzelhandel vorhandenen Kaufkraft wird speziell für die Wirtschaftsgruppe „Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk“ vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden (Verbrauchsausgaben, Einkommens- und Umsatzsteuerstatistik) sowie GMA-Kaufkraftwerte zugrunde gelegt, die auf intensiven Marktrecherchen beruhen.

2.1 Systematik der Kaufkraftberechnung

Die Gegenüberstellung der Nachfrage (= Kaufkraft) und des Angebotes (= Umsatz) erfordert eine klare definitorische Abgrenzung der jeweils einbezogenen Branchen. Zu diesem Zweck werden der Einzelhandel und das Ladenhandwerk nach der Periodizität des Einkaufs in einen kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich differenziert. Dabei ergibt sich in Anlehnung an das auch von der offiziellen Handels- und Gaststättenzählung verwendete Gliederungsschema nachstehende Unterteilung:

Kurzfristiger Bedarfsbereich

- Nahrungs- und Genussmittel verschiedener Art (einschließlich Lebensmittelhandwerk), Reformwaren
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Apotheker- und Sanitätswaren
- Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf.

Mittelfristiger Bedarfsbereich

- Bücher, Papierwaren, Bürobedarf¹, Schreibwaren, Spielwaren
- Bekleidung, Textilien
- Schuhe, Lederwaren, Sportartikel.

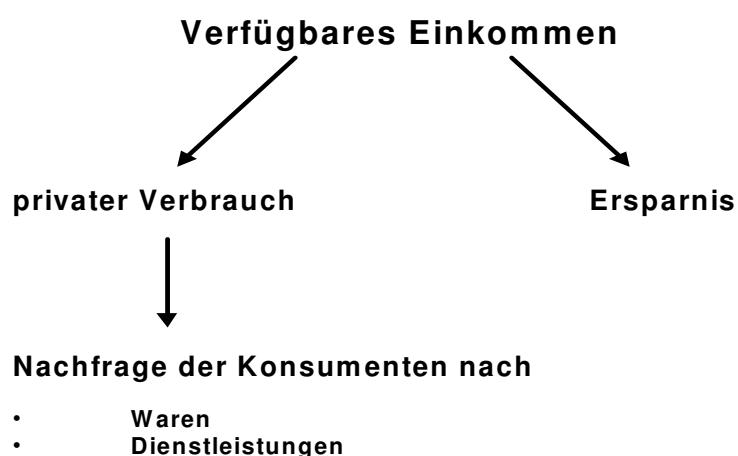
¹ Ohne Computer und Zubehör.

Langfristiger Bedarfsbereich

- Elektrowaren (weiße und braune Ware), Ton- und Bildträger, Lampen und Leuchten, Computer und Zubehör
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
- Möbel und Einrichtungsgegenstände
- Heimtextilien, Raumausstattung
- Heimwerker- und Gartenbedarf
- Foto, Optik, Uhren, Schmuck
- sonstige Waren (u. a. Autozubehör, Musikalien, Waffen).

2.2 Grundlagen der Kaufkraftberechnung

Grundlage für die Berechnung der Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ist das Nettosozialprodukt zu Faktorkosten, aus dem das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte abgeleitet werden kann. Die Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen errechnet sich aus dem verfügbaren Einkommen wie folgt:



Für den in vorliegender Untersuchung im Mittelpunkt stehenden Einzelhandel können die Dienstleistungen vernachlässigt werden. Von Bedeutung sind lediglich die Warenkäufe der privaten Haushalte. Dabei ist jedoch zu beachten, dass diese sowohl in Ladengeschäften (= Ladeneinzelhandel) als auch in Nicht-Ladengeschäften (z. B. Versandhandel, E-commerce, ambulante Märkte) wirksam werden können.

Nach Berechnungen der GMA lag die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) in Deutschland 2009 je Einwohner bei

ca. 5.264 €.

Davon entfielen auf den ...

- kurzfristigen Bedarfsbereich ca. 2.542 €
- mittelfristigen Bedarfsbereich ca. 932 €
- langfristigen Bedarfsbereich ca. 1.790 €.

2.3 Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels

Die Stadt Zwickau und die Städte und Gemeinden im abgegrenzten Einzugsgebiet weisen unterschiedliche Kaufkraftkennziffern auf, in denen sich Unterschiede des regionalen Kaufkraftniveaus widerspiegeln¹. Diese Indexwerte wurden bei den nachfolgenden Kaufkraftberechnungen berücksichtigt (vgl. Tabelle 5)².

¹ Die Gesellschaft für Konsumforschung aus Nürnberg errechnet den Kaufkraftkoeffizienten auf Grundlage der Steuerstatistik und weist diesen für Landkreise, Städte und Gemeinden aus. Der Kaufkraftkoeffizient für die Stadt Zwickau liegt bei 88,4, also rd. 11 – 12 % unterhalb des Bundesdurchschnittes von 100. In den Städten und Gemeinden des überörtlichen Einzugsgebietes (Zone II) liegt die Spanne der Kaufkraftkoeffizienten zwischen 82,2 und 92,8 und damit ebenfalls durchweg unterhalb des Bundesdurchschnittes.

² Auf Angaben für Brennstoffe und Kraftfahrzeuge wurde in vorliegender Untersuchung verzichtet, da diese dem Einzelhandel formell zugerechneten Branchen keinen oder nur einen sehr geringen Verkaufsflächenbedarf besitzen.

Tabelle 5: Kaufkraft im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels

Warengruppen	Zonen	Kaufkraft in Mio. €		
		Zone I	Zone II	Zonen I – II
Nahrungs- und Genussmittel		149,2	459,3	608,5
Gesundheit, Körperpflege		53,5	164,7	218,2
Blumen, Pflanzen zool. Bedarf		9,4	29,0	38,4
kurzfristiger Bedarf insg.		212,1	653,0	865,1
Bücher, PBS*, Spielwaren		21,5	66,3	87,8
Bekleidung, Schuhe, Sport		56,2	173,1	229,3
mittelfristiger Bedarf insg.		77,7	239,4	317,1
Elektrowaren		39,3	121,0	160,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel		43,1	132,8	175,9
Sonstiger Einzelhandel		66,9	206,0	272,9
langfristiger Bedarf insg.		149,3	459,8	609,1
Nichtlebensmittel insg.		289,9	892,9	1.182,8
Einzelhandel insg.		439,1	1.352,2	1.791,3

* PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren
Quelle: GMA-Berechnungen, ca.-Werte gerundet, Stand 2009

Nach den in Tabelle 5 ausgewiesenen Werten belief sich das für die acht Hauptwarengruppen des Einzelhandels errechnete Kaufkraftvolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet 2009 auf

ca. 1.791,3 Mio. €.

Auf Nahrungs- und Genussmittel entfielen davon ca. 608,5 Mio. € (34 %) und auf Nichtlebensmittel ca. 1.182,8 Mio. € (66 %). Nur 24 – 25 % des ermittelten Nachfragevolumens ist im Oberzentrum Zwickau selbst verortet, wo der örtliche Einzelhandel naturgemäß die stärkste Marktposition besitzt. Die Tatsache, dass der überwiegende Teil der Kaufkraft im überörtlichen Einzugsgebiet vorhanden ist, stellt – wie bereits im Zusammenhang mit der Einwohnerverteilung erwähnt – besondere Anforderungen an die Marktreichweite des

Zwickauer Einzelhandels, da sonst die vorhandenen Nachfragepotenziale nicht in ausreichendem Umfang gebunden werden können.

2.4 Kaufkraftprognose für das Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels bis 2015

Die Entwicklung der Kaufkraft im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels bis zum Jahr 2015 hängt v. a. von den zukünftigen Trends des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, aber auch vom generellen Konjunkturverlauf sowie den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum ab.

Das der GMA-Kaufkraftprognose bis zum Jahr 2015 zugrunde liegende Szenario des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- Die Verbraucher verhalten sich innerhalb des Prognosezeitraumes „normal“, d. h. es werden keine extremen Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen, als die Preise für Einzelhandelswaren. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- Im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels¹ wird die Bevölkerungsentwicklung weiterhin rückläufig sein².

Insgesamt ist innerhalb des Einzugsgebietes bis zum Jahr 2015 ein Einwohnerverlust von ca. 22.300 zu erwarten. Dieser Wert entspricht prozentual einem Rückgang von ca. 6 % (vgl. Tabellen 4 und 6).

¹ Eine relevante Ausweitung des Zwickauer Einzugsgebietes hält die GMA im weiteren Zeitverlauf für unwahrscheinlich. Selbst wenn es gelänge, z. B. durch Ansiedlung von Magnetbetrieben, eine höhere Attraktivität des Einzelhandelsangebotes zu erreichen, steht kaum zu erwarten, dass von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes in wesentlichem Umfang Umsatz nach Zwickau fließen wird.

² Grundlage für diese Einschätzung sind die Aussagen im aktuellen Stadtumbaukonzept der Stadt Zwickau, insbesondere aber die Einschätzungen aus der 4. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis zum Jahr 2020. Weitergehende Hinweise auf die Datengrundlage der Einwohnerprognose enthält die Quellenangabe in Tabelle 6.

Tabelle 6: Einwohner im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels 2015

Zonen des Einzugsgebietes	Einwohner	Anteil in %
Zone I Stadt Zwickau	88.670	24
Zone II Teile der Landkreise Zwickau, Erzgebirgskreis, Vogtlandkreis	279.600	76
Zonen I – II	368.270	100
Quelle: Stadtumbaukonzept 2002 der Stadt Zwickau – aktualisiert auf Basis der aktuellen Einwohnerentwicklung 2002-2005; Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen - 4. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2020 (Hinweis: Da die Prognosewerte nur für kreisfreie Städte und kreisangehörige Gemeinden ab 5.000 Einwohner vorliegen, wurden die Daten der Landkreise auf die Kommunen unter 5.000 Einwohner im Einzugsgebiet übertragen), ca.-Werte gerundet		

Parallel zur rückläufigen Einwohnerentwicklung im Zwickauer Einzugsgebiet wird sich auch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bis zum Jahr 2015 verringern. Eine leichte nominale Erhöhung der Pro-Kopf-Ausgaben wird hierbei den Bevölkerungsrückgang nicht vollständig kompensieren können.

Im abgegrenzten Einzugsgebiet ist demnach 2015 nur noch ein **Kaufkraftvolumen von ca. 1.719,9 Mio. €** zu erwarten. Die Einzelwerte nach Hauptwarengruppen und Zonen sind in Tabelle 7 dargestellt. Gegenüber 2009 entspricht die für 2015 prognostizierte Kaufkraft einem Rückgang von ca. 71,4 Mio. € (- 4 %).

Tabelle 7: Kaufkraftprognose für das Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels bis zum Jahr 2015

Warengruppen	Zonen			Kaufkraft in Mio. €
	Zone I	Zone II	Zonen I – II	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	142,5	440,9		583,4
Gesundheit, Körperpflege	52,0	160,8		212,8
Blumen, Pflanzen zool. Bedarf	9,1	28,1		37,2
kurzfristiger Bedarf insg.	203,6	629,8		833,4
Bücher, PBS*, Spielwaren	20,5	63,3		83,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	53,8	166,4		220,2
mittelfristiger Bedarf insg.	74,3	229,7		304,0
Elektrowaren	37,9	117,1		155,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	41,1	127,1		168,2
Sonstiger Einzelhandel	63,3	196,0		259,3
langfristiger Bedarf insg.	142,3	440,2		582,5
Nichtlebensmittel insg.	277,7	858,8		1.136,5
Einzelhandel insg.	420,2	1.299,7		1.719,9

* PBS= Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren

Quelle: GMA-Prognose, ca.-Werte gerundet

IV Situation des Einzelhandelsstandortes Zwickau

1. Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt

Die Ausführungen des Kapitels IV beschäftigen sich mit dem Einzelhandelsangebot in Zwickau. Die aktuellen Daten der Stadtverwaltung Zwickau und des IHK-Handelsatlas Chemnitz 2010 machen in diesem Zusammenhang Stärken und Schwachstellen des Branchenmix deutlich und ermöglichen Empfehlungen zur Ergänzung oder qualitativen Aufwertung des Angebotes.

Die Auswertung des Einzelhandelsbesatzes erfolgt nach geographischen und sachlichen Kriterien. In räumlicher Hinsicht liegen die Bestandswerte für folgende Standortlagen vor:

- Stadt Zwickau insgesamt
- Innenstadt
- Streu- und Nebenlagen
- autokundenorientierte Lagen.

Eine sachliche Differenzierung der Bestandswerte erfolgt:

- für alle Einzelhandelsbranchen, ohne den Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen, Mineralölproduktions- und ähnlichen Waren
- für das Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Konditoreien, Fleischereien).

Im Rahmen der Bestandsanalyse des Einzelhandels in Zwickau wurden **932 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 275.725 m²** ermittelt. Davon entfielen ...

- 287 Betriebe (31 % des Gesamtbestandes) mit einer Verkaufsfläche von ca. 65.675 m² (24 % der Gesamtverkaufsfläche) auf den Nahrungs- und Genussmittelektor

- 645 Betriebe (69 % des Gesamtbestandes) mit einer Verkaufsfläche von ca. 210.050 m² (76 % der Gesamtverkaufsfläche) auf den Nichtlebensmittel sektor (vgl. Tab. 8)¹.

Tabelle 8: Betriebe und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Zwickau

Daten Warengruppen	Betriebe	Verkaufsfläche in m²*
Nahrungs- und Genussmittel	287	65.675
Gesundheit, Körperpflege	76	9.835
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	60	3.695
Bücher, PBS*, Spielwaren	53	4.070
Bekleidung, Schuhe, Sport	167	47.035
Elektrowaren	62	11.400
Hausrat, Einrichtung, Möbel	89	63.825
Sonstiger Einzelhandel	138	70.190
Nichtlebensmittel insg.	645	210.050
Einzelhandel insg.	932	275.725
<small>* PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren Quelle: GMA, IHK Handelsatlas Chemnitz 2010, ca.-Werte gerundet</small>		

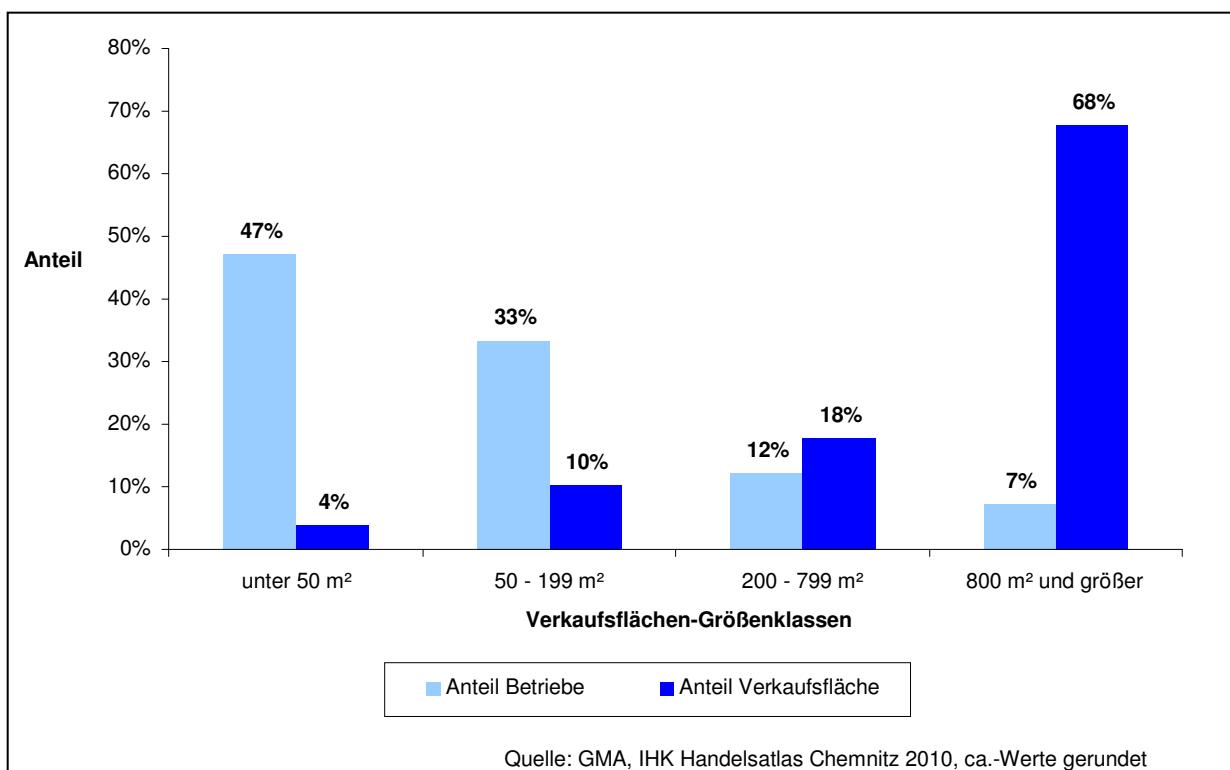
In der strukturellen und teilarräumlichen Betrachtung des Zwickauer Einzelhandels fallen einige Besonderheiten auf:

- Die rechnerische **Durchschnittsgröße der Geschäfte** liegt bei 296 m² VK je Betrieb. Dieser Wert ist höher als der Durchschnitt des Bundesgebietes (240 m²), was auf einen relativ hohen Anteil großflächiger Betriebe hinweist.

¹ Seit 1998 ist der Verkaufsflächenbestand in Zwickau um ca. 75.355 m² angestiegen. Quelle: Aktualisierung des Zentrenkonzeptes und Bewertung des geplanten Einkaufszentrums „Zwickau Arcaden“ in der Stadt Zwickau, GMA 1998. Die größte Expansion entfiel auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (+ 25.790 m² VK). Der Nonfoodsektor erweiterte sich insgesamt um 49.565 m² VK.

In der Tat weisen 66 Geschäfte Verkaufsflächen von 800 m² und mehr auf. Sie repräsentieren einen hohen Verkaufsflächenanteil von 68 % im Stadtgebiet. Diese Betriebe repräsentieren andererseits nur einen geringen Betriebsanteil von 7 %. Demgegenüber weisen 47 % der Geschäfte Verkaufsflächen von unter 50 m² auf. Deren Verkaufsflächenanteil liegt nur bei 4 % des Gesamtbestandes (vgl. Abb. 2).

Abbildung 2: Betriebsgrößenklassen des Einzelhandels in Zwickau



- Der Einzelhandel in der **Zwickauer Innenstadt**¹ nimmt – trotz seiner 264 Betriebe (28 % des Gesamtbestandes) – quantitativ nur eine nachrangige Position ein. Dies wird auch durch den relativ geringen Verkaufsflächenanteil von 17 % (ca. 46.775 m²) dokumentiert.

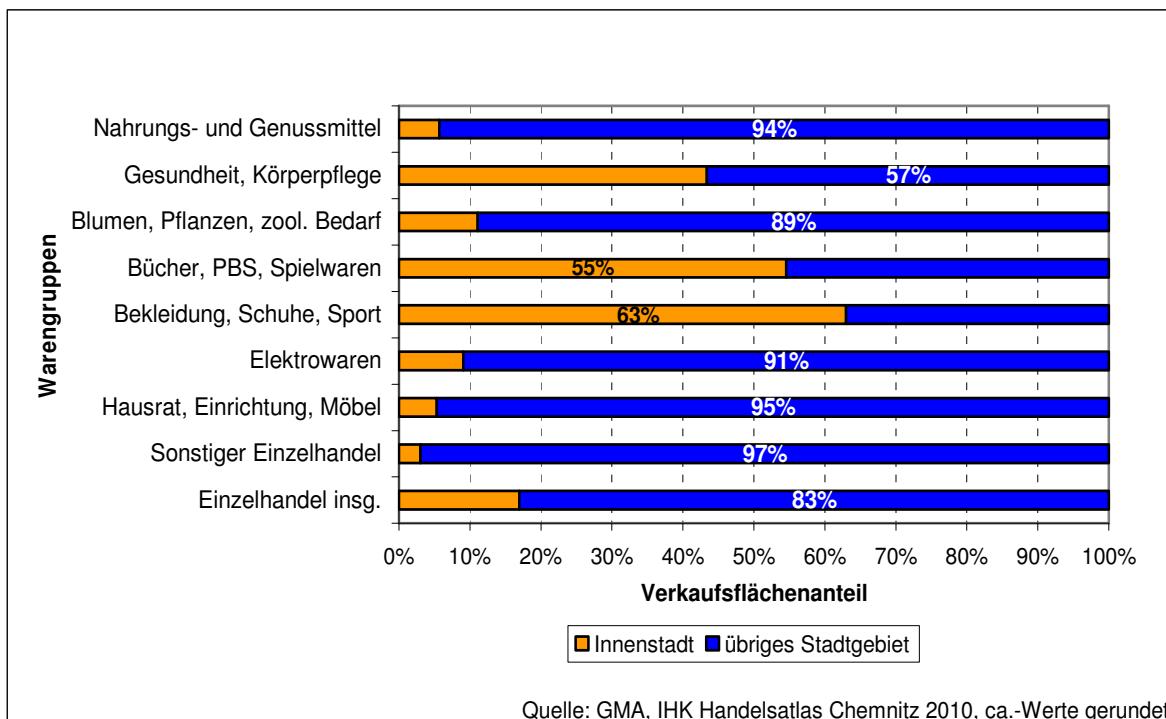
In der für Innenstädte generell attraktivitätsbestimmenden Warengruppe „Bekleidung / Schuhe / Sport“ erreicht die Einkaufsinnenstadt allerdings einen Verkaufs-

¹ Räumliche Definition der Einkaufsinnenstadt gemäß Karte 5.

flächenanteil von ca. 63 %. Auch in der Warengruppe „Bücher / PBS¹ / Spielwaren“ wird ein angemessener Verkaufsflächenanteil von ca. 55 % erzielt (vgl. Abb. 3).

Kennzeichnend für die Innenstadt von Zwickau ist ein überwiegend kleinflächiger Einzelhandelsbesatz. Die Durchschnittsgröße der ansässigen Betriebe liegt nur bei 177 m² VK. Immerhin existieren in der Innenstadt aber 11 großflächige Betriebe.

Abbildung 3: Verkaufsflächenanteile der Zwickauer Innenstadt an der Gesamtstadt



- In der Standortkategorie **Streu- und Nebenlagen** sind in Zwickau zwar 55 % aller Betriebe etabliert, sie repräsentieren jedoch lediglich einen Verkaufsflächenanteil von 23 % an der Gesamtstadt. Die durchschnittliche Größe der Geschäfte fällt mit 129 m² Verkaufsfläche dementsprechend gering aus. Bei den Betrieben in dieser Standortkategorie handelt es sich überwiegend um Anbieter des Lebensmittelsektors (z. B. Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) und kleinteiligen Fachhandel.

¹ PBS = Papier- / Büro- und Schreibbedarf.

Tabelle 9: Betriebe und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Zwickau nach Standortlagen

Warengruppen	Standortlagen		Innenstadt		Streu- und Nebenlagen		autokundenorientierte Lagen	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	46	3.725	192	36.415	49			25.535
Gesundheit, Körperpflege	18	4.265	47	4.230	11			1.340
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	9	410	43	1.925	8			1.360
Bücher, PBS*, Spielwaren	14	2.220	36	1.780	3			70
Bekleidung, Schuhe, Sport	93	29.620	51	5.800	23			11.615
Elektrowaren	22	1.035	31	2.150	9			8.215
Hausrat, Einrichtung, Möbel	31	3.390	35	5.805	23			54.630
Sonstiger Einzelhandel	31	2.110	73	7.250	34			60.830
Nichtlebensmittel insg.	218	43.050	316	28.940	111			138.060
Einzelhandel insg.	264	46.775	508	65.355	160			163.595

* PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren
Quelle: GMA, IHK Handelsatlas Chemnitz 2010, ca.-Werte gerundet

- Eine sehr große Bedeutung besitzen in Zwickau **autokundenorientierte Versorgungslagen**. Obwohl sich hier nur 17 % der Betriebe befinden, entfallen rund 59 % der Verkaufsflächen auf diese Standortkategorie (ca. 163.595 m², vgl. auch Tab. 9). Mit rund 1.022 m² fällt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb entsprechend groß aus.

In Ergänzung der absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand ermöglichen auf Einwohner bezogene Ausstattungs- und Strukturkennziffern im kommunalen Vergleich eine weiterführende Beurteilung der Zwickauer Einzelhandelsstruktur. In Tabelle 10 wurden deshalb die Besatzwerte Zwickaus den Indexzahlen von Städten vergleichbarer Größe und zentralörtlicher Funktion gegenüber gestellt. Alle Daten stammen aus Einzelhandelserhebungen der GMA in den genannten Orten.

Die in Zwickau ermittelte Verkaufsfläche von ca. 275.725 m² entspricht einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 2.921 m² je 1.000 Einwohner. Diese Kennziffer ist im Vergleich mit anderen Oberzentren als weit überdurchschnittlich zu werten. Auch die Zahl der Arbeitsstätten je Einwohner liegt in Zwickau relativ hoch. In diesem Wert kommt indirekt die relativ hohe Zahl kleinflächiger Geschäfte zum Ausdruck, welche im Wesentlichen auf Anbieter in der Innenstadt zurückzuführen sind.

Tabelle 10: Ausstattungskennziffern des Zwickauer Einzelhandels im kommunalen Vergleich

Stadt	Daten	Einwohnerstand im Basisjahr	Betriebe je 1.000 Einwohner	m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner
Zwickau	94.400		9,9	2.921
Dessau-Roßlau	89.930		8,5	2.341
Iserlohn	96.110		6,5	1.797
Gera	106.400		10,5	2.247
Heilbronn	121.600		7,6	2.441
Potsdam	147.700		7,2	1.471
Chemnitz	246.600		9,3	2.320
Leipzig	510.510		7,6	1.563
GMA-Kennziffer*	---		8,0	2.181

* GMA Kennzifferstudie 2009; Basis: 26 Städte und Gemeinden in Deutschland und Österreich mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern

Quelle: GMA-Einzelhandelskonzepte, ca.-Werte gerundet

2. Umsatzleistungen und Kaufkraftbewegungen des Zwickauer Einzelhandels

2.1 Umsatzleistungen des Zwickauer Einzelhandels 2009

Die Umsatzleistungen des Zwickauer Einzelhandels im Geschäftsjahr 2009 wurden auf Basis einer qualifizierten Schätzung ermittelt. Als Grundlage dienten die erfassten Verkaufsflächen und an die Standortsituation und Leistungsfähigkeit der einzelnen Betreiber angepasste Produktivitäten (= Umsätze je m² VK / Jahr). Insgesamt erzielte der Zwickauer Einzelhandel 2009 demnach eine Umsatzleistung von

ca. 602,1 Mio. €.

Davon entfielen ca. 192,5 Mio. € (32 %) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 409,6 Mio. € (68 %) auf Nichtlebensmittel (vgl. Tab. 11). Ca. 60 % des Gesamtumsatzes wurde mit Kunden aus dem Stadtgebiet erzielt. Der Kaufkraftzufluss aus dem überörtlichen Verflechtungsbereich betrug somit ca. 40 %. Dieser Wert ist im Vergleich mit leistungsfähigen Städten ähnlicher zentralörtlicher Funktion als leicht unterdurchschnittlich einzustufen.

Auf Grundlage der Umsatzherkunft kann die Versorgungszentralität Zwickaus ermittelt werden. Diese Kennziffer errechnet sich durch Gegenüberstellung des Umsatzes mit der Kaufkraft im Stadtgebiet¹. Demnach erreichte Zwickau 2009 eine **Versorgungszentralität von ca. 137**. Der Wert unterstreicht die Versorgungsbedeutung des Einkaufsortes für die Bewohner des überörtlichen Einzugsgebietes.

Die Leistungsfähigkeit des Zwickauer Einzelhandels kann auch anhand von **Verkaufsflächenproduktivitäten** bewertet werden. Sie ermitteln sich aus dem Verhältnis der branchenbezogenen Umsätze und der jeweils vorhandenen Verkaufsflächen. Gegenwärtig werden demnach im Zwickauer Einzelhandel folgende Umsätze je m² VK / Jahr erzielt²:

¹ Die korrekte Formel zur Bestimmung der Zentralität lautet: Umsatz x 100 : Kaufkraft in der Standortgemeinde.

² Bei allen Angaben handelt es sich um Bruttoumsätze.

▪ Nahrungs- und Genussmittel	ca. 2.930 € / m ² VK
▪ Gesundheit, Körperpflege	ca. 5.030 € / m ² VK
▪ Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	ca. 2.730 € / m ² VK
▪ Bücher, PBS, Spielwaren	ca. 4.690 € / m ² VK
▪ Bekleidung, Schuhe, Sport	ca. 2.130 € / m ² VK
▪ Elektrowaren	ca. 5.190 € / m ² VK
▪ Hausrat, Einrichtung, Möbel	ca. 1.240 € / m ² VK
▪ Sonstiger Einzelhandel	ca. 1.320 € / m ² VK.

Die errechneten Produktivitäten können insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln als unterdurchschnittlich eingestuft werden. Niedrige Kennziffern erreicht der Zwickauer Einzelhandel auch in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport, Hausrat / Einrichtung / Möbel und Sonstiger Einzelhandel. Sie sind vor allem auf eine bereits hohe Verkaufsflächenausstattung in den jeweiligen Branchen zurückzuführen.

2.2 Kaufkraftbewegungen des Zwickauer Einzelhandels 2009

Durch Gegenüberstellung des in den Einzugsgebietszonen ermittelten Nachfragepotenzials und der um außerörtliche Kaufkraftzuflüsse bereinigten Umsatzwerte können die Kaufkraftbewegungen des Zwickauer Einzelhandels errechnet werden. Die Ermittlung der Kaufkraftzu- und -abflüsse erfolgt dabei getrennt für die Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Nichtlebensmittel sowie für den Einzelhandel insgesamt.

2.2.1 Kaufkraftbewegungen bei Nahrungs- und Genussmitteln

Nach den angestellten Berechnungen belief sich der Zwickauer Einzelhandelsumsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln im Jahr 2009 auf:

$$\begin{aligned}
 & \text{ca. 192,5 Mio. € (unbereinigter Bruttoumsatz)} \\
 ./ . & \quad \text{ca. 59,7 Mio. € (außerörtlicher Kaufkraftzufluss)} \\
 = & \quad \text{ca. 132,8 Mio. € (Umsatzanteil Wohnbevölkerung Zwickau).}
 \end{aligned}$$

Durch Gegenüberstellung des bereinigten Umsatzes mit der für Zwickau ermittelten Kaufkraft errechnet sich folgende Kaufkraftbindung:

$$\text{ca. 132,8 Mio. €} : \text{ca. 149,2 Mio. €} = \text{ca. 89 \%}$$

(Umsatz Zwickauer Bev.) (Kaufkraft Zwickauer Bev.) (Kaufkraftbindung)

Demnach fließen aus Zwickau ca. 11 % (16,4 Mio. €) der Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmittel ab oder werden nicht von einzelhandelsrelevanten Betriebsformen abgeschöpft (z. B. Großhandel, Direktvermarktung, ambulanter Handel).

2.2.2 Kaufkraftbewegungen bei Nichtlebensmitteln

Analog zu dem bei Nahrungs- und Genussmitteln angewandten Berechnungsverfahren lässt sich auch die Kaufkraftbindung und der Kaufkraftabfluss des Zwickauer Einzelhandels im Nichtlebensmittelsektor einschätzen:

$$\begin{aligned} & \text{ca. 409,6 Mio. € (unbereinigter Bruttoumsatz)} \\ ./ & \quad \text{ca. 181,5 Mio. € (außerörtlicher Kaufkraftzufluss)} \\ = & \quad \text{ca. 228,1 Mio. € (Umsatzanteil Wohnbevölkerung Zwickau).} \end{aligned}$$

Durch Gegenüberstellung des bereinigten Umsatzes mit der für Zwickau errechneten Kaufkraft von ca. 289,9 Mio. € im Jahr 2009 lässt sich folgende Kaufkraftbindung ermitteln:

$$\text{ca. 228,1 Mio. €} : \text{ca. 289,9 Mio. €} = \text{ca. 79 \%}$$

(Umsatz Zwickauer Bev.) (Kaufkraft Zwickauer Bev.) (Kaufkraftbindung)

Die in Höhe von 61,8 Mio. € aus Zwickau abfließende Kaufkraft bezieht sich vor allen Dingen auf den mittel- und langfristigen Bedarf, der z. T. an anderen Einkaufsorten (z. B. EKZ Chemnitz-Center) gedeckt wird. Beachtliche Kaufkraftabflüsse aus Zwickau sind insbesondere in den Warengruppen Bücher / PBS / Spielwaren und Sport zu verzeichnen.

2.3 Kaufkraftbewegungen im Einzelhandel insgesamt

In der Gesamtstadt Zwickau wurden für den Einzelhandel im Jahr 2009 Verbrauchsausgaben in Höhe von ca. 439,1 Mio. € ermittelt, denen eine bereinigte Umsatzleistung von ca. 360,9 Mio. € gegenüberstand. Von dem in Zwickau zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzial wurden demnach ca. 78,2 Mio. € nicht durch den ortsansässigen Einzelhandel und das Ladenhandwerk gebunden. Über alle Warengruppen hinweg wurde eine Kaufkraftbindungsquote von ca. 82 % erreicht.

Mit Bezug auf die ermittelten Kaufkraftbindungsquoten können folgende Feststellungen getroffen werden:

- Zwickau erreicht mit einer Kaufkraftbindung von ca. 82 % im Vergleich mit Städten ähnlicher Größe und zentralörtlicher Bedeutung eine leicht unterdurchschnittliche Quote. Sie ist durch die Konkurrenzsituation mit den beiden größeren Oberzentren Chemnitz und Gera bedingt. In einzelnen Branchen sind aber erhebliche Unterschiede der Marktbedeutung festzustellen.
- In den nahversorgungsrelevanten Warengruppen erzielt der Zwickauer Einzelhandel adäquate Marktanteile.
- In den Sortimentsgruppen Bücher / PBS / Spielwaren, Sport sowie Hausrat / Einrichtung / Möbel ist die Marktbedeutung des Zwickauer Einzelhandels zu gering ausgeprägt.

2.4 Kaufkraftbewegungen in der Zone II des Einzugsgebietes

Innerhalb des überörtlichen Einzugsgebietes (Zone II) errechnet sich im Jahr 2009 ein Kaufkraftvolumen von ca. 1.352,2 Mio. €. Hier generierten die Zwickauer Einzelhandelsbetriebe (inkl. Streuumsätze z. B. durch Pendler) eine Umsatzleistung von ca. 241,2 Mio. €. Das heißt, der Zwickauer Einzelhandel verfügte hier über einen Marktanteil von ca. 18 %¹.

Eine besondere Bedeutung als überörtlich wirksame Branchen haben Anbieter aus den Sortimentsgruppen Bekleidung / Schuhe, Elektro sowie Hausrat / Einrichtung / Möbel.

¹ Auf Grund der Integration von Streuumsätzen ist der angegebene Wert der Kaufkraftbindung in der Zone II rechnerisch leicht erhöht.

Tabelle 11: Umsatzleistungen des Zwickauer Einzelhandels 2009

	Daten	Zone I			Zone II			Zonen I - II	
		Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. € ¹	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €
Warengruppen	149,2	89	132,8	459,3	13	59,7	192,5		
Nahrungs- und Genussmittel	53,5	74	39,6	164,7	6	9,9	49,5		
Gesundheit, Körperpflege	9,4	83	7,8	29,0	8	2,3	10,1		
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	21,5	70	15,1	66,3	6	4,0	19,1		
Bücher, PBS*, Spielwaren	56,2	86	48,3	173,1	30	51,9	100,2		
Bekleidung, Schuhe, Sport	39,3	83	32,6	121,0	22	26,6	59,2		
Elektrowaren	43,1	63	27,2	132,8	39	51,8	79,0		
Hausrat, Einrichtung, Möbel	66,9	86	57,5	206,0	17	35,0	92,5		
Sonstiger Einzelhandel	289,9	79	228,1	892,9	20	181,5	409,6		
Nichtlebensmittel insg.	439,1	82	360,9	1352,2	18	241,2	602,1		
¹	inkl. Streumsätze PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren								
*	PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren Quelle: GMA-Berechnung, ca.-Werte gerundet								

3. Umsatz- und Verkaufsflächenprognose für den Zwickauer Einzelhandel 2015

Der im Jahr 2015 zu erwartende Umsatz des Zwickauer Einzelhandels wurde in Form einer Modellrechnung, unter Verwendung des Marktanteilkonzeptes¹, ermittelt. Bei der Ansetzung der voraussichtlich erzielbaren Kaufkraftbindungsquoten wurde unterstellt, dass der örtliche Einzelhandel seine Marktstellung² im Einzugsgebiet insgesamt halten kann.

Bis zum Jahr 2015 sind unter den genannten Voraussetzungen folgende Umsatzleistungen des Zwickauer Einzelhandels zu erwarten (vgl. auch Tab. 12).

Nahrungs- und Genussmittel

Zone I:	ca. 89 %	von ca. 142,5 Mio. €	= ca. 126,8 Mio. €
Zone II:	ca. 13 %	von ca. 440,9 Mio. €	= ca. 57,3 Mio. €
Zonen I – II:	ca. 31 – 32 %	von ca. 583,4 Mio. €	= ca. 184,1 Mio. €

Nichtlebensmittel

Zone I:	ca. 79 %	von ca. 277,7 Mio. €	= ca. 218,6 Mio. €
Zone II:	ca. 20 %	von ca. 858,8 Mio. €	= ca. 174,2 Mio. €
Zonen I – II:	ca. 35 %	von ca. 1.136,5 Mio. €	= ca. 392,8 Mio. €

Auf Basis der Prognose ist (inkl. Streuumsätze) im Jahr 2015 eine Gesamtumsatzleistung des Zwickauer Einzelhandels von ca. 576,9 Mio. € zu erwarten. Im Vergleich zum Jahr 2009 liegt der Umsatzwert 2015 somit um 25,2 Mio. € bzw. um ca. 4 % niedriger.

¹ Das Marktanteilkonzept wird u. a. von allen Kauf- und Warenhausunternehmen in Deutschland zur Umsatzprognose verwendet.

² Bezogen auf die im Jahr 2009 errechneten Werte der Kaufkraftbindung.

Tabelle 12: Umsatzprognose für den Zwickauer Einzelhandel im Jahr 2015

Daten	Zone I			Zone II			Zone I - II Umsatz in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. € ¹	
Warengruppen							
Nahrungs- und Genussmittel	142,5	89	126,8	440,9	13	57,3	184,1
Gesundheit, Körperpflege	52,0	74	38,5	160,8	6	9,6	48,1
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	9,1	83	7,6	28,1	8	2,2	9,8
Bücher, PBS* Spielwaren	20,5	70	14,4	63,3	6	3,8	18,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	53,8	86	46,3	166,4	30	49,9	96,2
Elektrowaren	37,9	83	31,5	117,1	22	25,8	57,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	41,1	63	25,9	127,1	39	49,6	75,5
Sonstiger Einzelhandel	63,3	86	54,4	196,0	17	33,3	87,7
Nichtlebensmittel insg.	277,7	79	218,6	858,8	20	174,2	392,8
Einzelhandel insg.	420,2	82	345,4	1299,7	18	231,5	576,9

¹ inkl. Streumsätze

PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren
Quelle: GMA-Prognose, ca.-Werte gerundet

Zur Ermittlung des mittelfristigen Verkaufsflächenzusatzbedarfes in Zwickau wird der für das Jahr 2015 prognostizierte Umsatz in den einzelnen Branchen realistischen Produktivitätsleistungen (= Umsätze pro m² VK) gegenübergestellt, die erreicht werden müssten, um die Verkaufsflächen wirtschaftlich auszulasten (vgl. Tab. 13).

Tabelle 13: Verkaufsflächenzusatzbedarf in Zwickau bis 2015

Warengruppen	Daten	Umsatz 2015 in Mio. €	Produktivität in €/m ² VK	tragfähige VK 2015 in m ²	VK-Bestand 2009 in m ²	VK-Zusatzbedarf 2015 in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	184,1	3.500	52.600	65.675	---	
Gesundheit, Körperpflege	48,1	4.500	10.690	9.835	855	
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	9,8	2.200	4.455	3.695	760	
Bücher, PBS*, Spielwaren	18,2	4.500	4.045	4.070	---	
Bekleidung, Schuhe, Sport	96,2	2.500	38.480	47.035	---	
Elektrowaren	57,3	5.000	11.460	11.400	60	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	75,5	1.800	41.945	63.825	---	
Sonstiger Einzelhandel	87,7	2.000	43.850	70.190	---	
* PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren Quelle: GMA-Modellrechnung, ca.-Werte gerundet						

In Tabelle 13 wird transparent, dass in den meisten Branchen im Jahr 2015 die aktuell vorhandenen Verkaufsflächen wirtschaftlich nicht mehr voll ausgelastet werden können. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel, bei Bekleidung / Schuhe / Sport, Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie Sonstiger Einzelhandel könnten dadurch Abschmelzungen im Geschäftsbesatz die Folge sein. Äußerst begrenzte Expansionspotenziale sind allenfalls in der Warenguppe Gesundheit / Körperpflege, Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf und Elektro zu identifizieren. Sie sollten durch Verkaufsflächenerweiterungen bestehender Betriebe realisiert werden.

In der Gesamtschau wird vor dem Hintergrund der Modellrechnung zum Verkaufsflächenbedarf 2015 die Notwendigkeit einer Standortsteuerung im Einzelhandelsbereich durch die Stadt Zwickau transparent. Die zu erwartenden Abschmelzungen von Betrieben dürf-

ten sich zwar voraussichtlich überwiegend auf schwächer frequentierte Streu- und Nebenlagen fokussieren, jedoch ist auch in der Innenstadt der Wegfall von Anbietern nicht völlig auszuschließen. Zur Stabilisierung des Versorgungsstandortes empfiehlt es sich daher, im Rahmen gezielter Ansprachen von Händlern in Streu- und Nebenlagen Umlagerungen in die Innenstadt oder in Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen zu initiieren und damit den anstehenden räumlichen Konzentrationsprozess des Einzelhandels aktiv und städtebaulich sinnvoll zu begleiten.

Darüber hinaus kann durch eine selektive Ansiedlungspolitik die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Zwickau gestärkt werden. Dabei erscheint in der Innenstadt die Ansiedlung von Großanbietern – angesichts der Angebots- und Wettbewerbssituation – allerdings wenig Erfolg versprechend. Vielmehr empfiehlt es sich, gezielt imageträchtige Markenanbieter mit kompatiblen Standortanforderungen in Ergänzung des bereits bestehenden Angebotes anzusiedeln. Hilfreich wäre in diesem Zusammenhang die Erstellung eines sog. „Markenportfolios“, um eine direkte Ansprache geeigneter Betreiber vornehmen zu können.

Exkurs: Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit aktueller Ansiedlungsvorhaben des Einzelhandels in Zwickau

Gegenwärtig existieren mehrere Einzelhandelsvorhaben in Zwickau, die u. a. vor dem Hintergrund des errechneten Verkaufsflächenzusatzbedarfes bis 2015 auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit zu überprüfen sind. Die einzelnen Projekte weisen einen unterschiedlichen Konkretisierungsgrad auf:

- Investitionsvorhaben des Sportfachmarktes „Decathlon“ am Standort Planitzer Straße im B-Plan-Gebiet 001
- Investitionsvorhaben der Florana Grundstücksverwaltung + Immobilienverwaltungs KG am Standort Flurstück Nr. 668 / 3, Gemarkung Zwickau, Schillerstraße und Humboldtstraße.

- Sanierungsgebiet „zentrumsnahe Nordvorstadt“ bzw. Geltungsbereich des B-Plan-Entwurfes 058 „Neumarkt“ (generelle Einzelhandelsentwicklung)
- Einzelhandelsbezogene Inwertsetzung des Schocken-Areals / Bewertung des vorliegenden Nutzungskonzeptes¹.

1. Geplante Ansiedlung des Sportfachmarktes „Decathlon“ am Standort Planitzer Straße

Der französische Sportfachmarkt-Betreiber Decathlon plant in Zwickau am Standort Planitzer Straße einen Markt mit ca. 4.000 m² zu errichten. Zu einem späteren Zeitpunkt ist beabsichtigt, die Verkaufsfläche in zwei Schritten auf bis zu 8.000 ² zu erweitern. Auf dem 41.800 m² großen Grundstück sollen 400 Kundenstellplätze errichtet werden, welche – parallel zu den Ausbauplanungen – auf bis zu 700 anwachsen können.

Die Zu- und Abfahrt für den Kundenverkehr ist über zwei Verkehrswege projektiert: Die Bahnstraße entlang des Bahndamms und die Geinitzstraße bzw. den Obersteiger Weg. Der Wirtschaftsverkehr soll ausschließlich über die Bahnstraße abgewickelt werden.

Das Flächenkonzept sieht im Außenbereich des Geländes vor, westlich vom Eingangsbereich Sportfreiflächen anzulegen, welche während der Öffnungszeiten des Fachmarktes für Besucher frei zugänglich sind. Außerhalb der Öffnungszeiten können diese Sportflächen durch angemeldete Vereine genutzt werden. Im Innenbereich sollen große Gangflächen ausreichend Platz zum Ausprobieren von Sportgeräten bieten.

Typisch für Decathlon Sportfachmärkte ist eine große Sortimentsbreite – besonders mit Bezug auf Sportgeräte – sowie ein hoher Anteil selbst produzierter Eigenmarken, welche lt. Angaben des Unternehmens i. d. R. einen Umsatzanteil von 60 % repräsentieren. Nachfolgend wird eine Übersicht über die von Decathlon üblicherweise angebotenen Sortimente präsentiert und der jeweilige ungefähre Anteil an der Gesamtverkaufsfläche beziffert:

¹ Ergänzend zu den oben genannten Einzelhandelsvorhaben hat die GMA für die Stadt Zwickau im Januar 2011 ein Verträglichkeitsgutachten zu einer Planung am Standort Reichenbacher Straße / Olzmannstraße erstellt. Zu diesem Projekt erfolgt an dieser Stelle kein weiterer Hinweis.

▪ Wander- und Joggingbedarf (inkl. Klettern, Walking)	ca. 21 %
▪ Multifunktionssportbekleidung	ca. 15 %
▪ Fahrräder und Radsportzubehör	ca. 12 %
▪ Fitnessbedarf und -geräte	ca. 8 %
▪ Schlägersportbedarf (u. a. Tennis, Golf, Tischtennis)	ca. 7 %
▪ Wassersportbedarf (u. a. Schwimmen, Schnorcheln, Surfen)	ca. 7 %
▪ Wintersportbedarf	ca. 6 %
▪ Zubehör allgemein (u. a. Brillen, Taschen, Uhren)	ca. 5 %
▪ Ballsportbedarf (u. a. Fuß-, Hand- und Basketball)	ca. 4 %
▪ Inline-Skating	ca. 4 %
▪ Reitsportbedarf	ca. 4 %
▪ Randsportbedarf (Bogenschießen, Angeln, Jagen)	ca. 3 %
▪ Gymnastik-, Tanz- und Balettzubehör	ca. 2 %
▪ Kampfsportbedarf (u. a. Judo, Boxen)	ca. 2 %

Der Mikrostandort für den geplanten Decathlon Sportfachmarkt in der Planitzer Straße ist ca. 1,5 km Luftlinie südlich der Zwickauer Innenstadt gelegen. Das im Moment unbebaute Areal wird durch die Planitzer Straße, die Geinitzstraße, den Obersteiger Weg sowie die Bahnstraße begrenzt. Das Grundstück ist relativ schmal geschnitten und erstreckt sich ca. 400 m entlang der Planitzer Straße. Bei einer Bebauung müsste ein Höhenunterschied des Geländes von ca. 5 m zur Planitzer Straße ausgeglichen werden.

Das erweiterte Standortumfeld wird durch eine Nutzungsmischung geprägt. Im Norden ist – getrennt durch einen Bahndamm, aber prinzipiell durch eine Unterführung angebunden – das Fachmarktzentrum „Glück-Auf-Center“ gelegen. Hier sind u. a. Obi, Globus, Media Saturn und Porta angesiedelt. Südlich an das Planareal schließen sich am Obersteiger Weg ein kleines Wohngebiet aus Reihen- und Doppelhäusern sowie Garagen an. Nördlich der Planitzer Straße befindet sich ebenfalls ein Wohngebiet aus Ein- und Zweifamilienhäusern. Allerdings ist dieses Quartier vom Planareal durch die vierspurig ausgebauten Planitzer Straße sowie die dort mittig verlaufende Straßenbahntrasse separiert. Eine fußläufige Erreichbarkeit des Areals für die Bewohner des Wohngebietes ist somit nur bedingt gegeben. Da im unmittelbaren Umfeld des Planstandortes keine weiteren Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind und fußläufig nur eine geringe Anzahl von Bewohnern erreicht werden kann, ist das Areal als autokundenorientierter Solitärstandort einzustufen.

ordnen. Der Mikrostandort ist gleichzeitig nicht Teil eines zentralen Versorgungsbereiches lt. Einzelhandelskonzept der Stadt Zwickau 2010. Somit ist die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente an diesem Standort nicht vorgesehen.

Das Einzugsgebiet des geplanten Decathlon Sportfachmarktes entspricht dem Gesamteinzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels. In diesem Verflechtungsbereich sind demnach insgesamt 390.570 Einwohner vorhanden (vgl. Tab. 4). Innerhalb des Einzugsgebiets ist für die von Decathlon geführten Warengruppen ein Kaufkraftvolumen von ca. 43,7 Mio. € vorhanden. Davon entfallen auf Sporttextilien ca. 13,0 Mio. €, auf Sportschuhe ca. 5,8 Mio. €, auf Sport- und Campingartikel ca. 8,2 Mio. €, auf Fahrräder und Zubehör ca. 11,5 Mio. € und auf Sonstige Sortimente ca. 5,2 Mio. €.

Als wesentliche Wettbewerber des geplanten Decathlon Sportfachmarktes sind grundsätzlich alle Betriebe einzustufen, die projektrelevante Waren als Kernsortimente führen. Als direkte Wettbewerber (= Systemwettbewerber) wurden Anbieter klassifiziert, die dem gleichen Betriebstyp (Fachmarkt) angehören. Demnach sind folgende Hauptwettbewerber in Zwickau vorhanden:

- Intersport Eger, Zwickau, Marienstraße
- Intersport Gü-Sport, Zwickau, Innere Plauensche Straße.

Unter Berücksichtigung weiterer (Kleinflächen) Betriebe verfügen die in Zwickau ansässigen Sportfachgeschäfte und -fachmärkte zusammengenommen über eine Verkaufsfläche von ca. 4.365 m² (inkl. Randsortimente). Das Umsatzvolumen dieser Betriebe belief sich im Jahr 2009 nach GMA-Schätzungen auf ca. 11,7 Mio. €. Davon entfielen ca. 6,6 Mio. € Umsatz auf Betriebe in den „zentralen Versorgungsbereichen“ der Stadt Zwickau lt. Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2010.

Der Sollumsatz des geplanten Decathlon-Sportfachmarktes liegt bei Zugrundelegung einer Verkaufsfläche von 4.000 m² bei ca. 7,2 Mio. €. Setzt man den ermittelten Sollumsatz ins Verhältnis zur projektrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet, so würde der geplante Sportfachmarkt einen Marktanteil von ca. 16 – 17 % erreichen. Diese Kaufkraftabschöpfung ist für einen Einzelbetrieb als hoch zu klassifizieren. Gleichermaßen wird jedoch deutlich, dass der Betrieb zwar die Marktführerschaft, aber keine marktbeherrschende

Stellung im Einzugsgebiet erreichen würde. Der ermittelte Sollumsatz ist somit für Decathlon prinzipiell erzielbar, so dass von einer wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Betriebes auszugehen ist.

Die von einer Ansiedlung des geplanten Decathlon Sportfachmarktes in Zwickau evtl. ausgehenden städtebaulichen Auswirkungen können auf Basis der voraussichtlich ausgelösten Kaufkraftbewegungen eingeschätzt werden. In diesem Zusammenhang ist v. a. die Frage zu beantworten, welche Teile des ermittelten Sollumsatzes von ca. 7,2 Mio. € im Rahmen einer gesteigerten Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet oder durch Umverteilungsprozesse gegenüber bestehenden Einzelhandelsbetrieben erwirtschaftet werden.

Nach gutachterlicher Einschätzung ist bei Etablierung eines ca. 4.000 m² VK umfassenden Decathlon Sportfachmarktes in Zwickau von folgenden Kaufkraftbewegungen bzw. Umsatzumverteilungen auszugehen:

- | | |
|---|----------------|
| ▪ Erhöhung der Kaufkraftbindung in Zwickau
(ca. 15 % von 10,7 Mio. €) | ca. 1,6 Mio. € |
| ▪ Erhöhung des Kaufkraftzuflusses aus Zone II
des Einzugsgebietes nach Zwickau
(ca. 10 % von 33,0 Mio. €) | ca. 3,3 Mio. € |
| ▪ Umsatzumverteilung gegen projektrelevante
Einzelhandelsbetriebe in Zwickau
(ca. 20 % von ca. 11,7 Mio. €) | ca. 2,3 Mio. € |
| – davon gegen Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen ¹
(ca. 20 % von ca. 6,6 Mio. €) | ca. 1,3 Mio. € |

Die errechneten Werte zur gesteigerten Kaufkraftbindung, zur Erhöhung des Kaufkraftzuflusses aus dem überörtlichen Einzugsgebiet und zur Umsatzumverteilung gegen bestehende Einzelhandelsbetriebe können im Hinblick auf die voraussichtlichen Auswirkungen des Planobjektes folgendermaßen interpretiert werden:

- Die Kaufkraftbindung im Oberzentrum Zwickau innerhalb des Sportsegmentes würde sich um ca. 15 % erhöhen. Diese Erhöhung resultiert – in Zusammenwirkung mit einer Erhöhung des Kaufkraftzuflusses aus dem Umland – in einer deutli-

¹ Laut Einzelhandels- und Zentrenkonzept Zwickau 2010.

chen Steigerung des Zentralitätsindex. Der Wert würde in Zwickau von derzeit ca. 109 auf knapp 134 ansteigen.

- Trotz der durchaus positiven Effekte für die Kaufkraftbindung in Zwickau, den Kaufkraftzufluss aus Zone II und die Erhöhung der Zentralität ist nicht zu übersehen, dass bei Ansiedlung des Decathlon Sportfachmarktes auch ca. 2,3 Mio. € gegenüber projektrelevanten Bestandsbetrieben in Zwickau umverteilt würden. Der Wert entspricht einer hohen Umsatzumverteilungsquote von knapp 20 % und liegt weit über dem häufig angesetzten Schwellenwert der städtebaulichen Verträglichkeit von 10 %. Die Ansiedlung des Decathlon Sportfachmarktes würde somit sicherlich zu Geschäftsaufgaben in zentralen Versorgungsbereichen führen.

Aufgrund der Höhe der Umsatzumverteilung ist der Decathlon Sportfachmarkt aus gutachterlicher Sicht nicht genehmigungsfähig, zumal der Standort nicht in einem zentralen Versorgungsbereich der Stadt gelegen ist und Umsatzumverteilungswirkungen somit zu Gunsten eines autokundenorientierten Standortes ausgelöst würden bzw. direkt zu Lasten von Betrieben in der Innenstadt gingen¹.

2. Geplantes Einkaufszentrum der Fa. Florana Grundstücksverwaltung + Immobilienverwaltungs KG im Kreuzungsbereich Schillerstraße / Humboldtstraße

Die Fa. Florana Grundstücksverwaltung + Immobilienverwaltungs KG plant auf einem Areal im Kreuzungsbereich zwischen Schillerstraße und Humboldtstraße die Errichtung eines Einkaufszentrums. Dokumentiert ist das Projekt bislang lediglich in Form eines Lageplans mit Grundrissdarstellung. Demnach sind folgende Nutzungen vorgesehen:

¹ Selbstverständlich würden die Umsatzumverteilungsquoten von Decathlon bei Realisierung der avisierten Ausbauplanungen auf bis zu 8.000 m² VK noch deutlich höher ausfallen.

	Mietfläche
▪ Supermarkt (Vollsortimenter)	ca. 2.091 m ²
▪ Shop 1	ca. 654 m ²
▪ Shop 2	ca. 208 m ²
▪ Shop 3	ca. 139 m ²
▪ Shop 4	ca. 273 m ²
▪ Shop 5	ca. 194 m ²
▪ Shop 6	ca. 99 m ²
▪ Shop 7	ca. 59 m ²
▪ Shop 8	ca. 59 m ²
▪ Shop 9	ca. 54 m ² .

In Ergänzung des Projektes sind 142 Stellplätze geplant. Zusätzlich ist ein Food-Court mit ca. 131 m² Mietfläche vorgesehen. Alle Geschäfte werden durch eine zentrale Mall erschlossen. Eingangsbereiche liegen auf Seiten des Dr.-Friedrichs-Ring und im Kreuzungsbereich zwischen Schillerstraße und Humboldtstraße.

Der Mikrostandort wird eingerahmt von der Humboldtstraße (B 173), der Schillerstraße und dem Dr.-Friedrichs-Ring. Das Areal wird gegenwärtig als Privatparkplatz genutzt. Teilweise ist das Gelände auch begrünt. Aufgrund seiner Lage an der innerstädtischen Fortführung der B 173 (Humboldtstraße) und am Dr.-Friedrichs-Ring, die beide stark befahren sind, kann der Projektstandort als verkehrsorientiert eingestuft werden. Im direkten Umfeld sind zudem kaum Wohnquartiere vorhanden. Nördlich schließt an die Schillerstraße das Landgericht / Amtsgericht an, im Osten die Westsächsische Hochschule und im Westen das weitläufige Gelände des Schwanenteichparks. Gleichwohl handelt es sich um einen „Innenstadtstandort“, der am westlichen Rand des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ liegt (vgl. Karte 5). Demzufolge ist die Ansiedlung von Einzelhandel, auch mit zentrenrelevanten Sortimenten, möglich und vorgesehen. Allerdings verfügt der Standort über keine unmittelbare Anbindung an andere innerstädtische Hauptgeschäftsbereiche. So liegt z. B. die Innere Plauensche Straße fußläufig schon ca. 400 m entfernt. Dies bedeutet, dass das Areal einzelhandelsbezogen als Solitärstandort zu bewerten ist, welcher letztlich die bereits weitläufigen innerstädtischen Hauptgeschäftslagen nochmals verlängert und den Kundenstrom weiter entzerrt.

Der mit Abstand größte Betrieb ist der geplante Supermarkt (Vollsortimenter), welcher bei einer Mietfläche von 2.091 m² wahrscheinlich eine Verkaufsfläche von ca. 1.500 – 1.600 m² aufweisen dürfte. Bei dieser Dimensionierung ist ein Sollumsatz von ca. 6,2 Mio. € anzusetzen, von dem ca. 5,3 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel entfallen wird und ca. 0,9 Mio. € auf Nichtlebensmittel. Da für alle anderen Shopflächen keine Branchenangaben vorliegen, können für sie keine weitergehenden Angaben zum Sollumsatz gemacht werden.

Als Kerneinzugsbereich des Vorhabens, der sich im wesentlichen durch die Ausstrahlungskraft des geplanten Supermarktes definiert, ist der Zwickauer Stadtteil Mitte-West anzugeben. Hier leben gegenwärtig ca. 4.209 Personen¹. Die Bevölkerungszahl entspricht einer Nahrungs- und Genussmittelkaufkraft von ca. 6,3 Mio. €. Dies bedeutet, dass der geplante Supermarkt bei ausschließlicher Generierung seines Umsatzes aus dem Kerneinzugsgebiet einen außerordentlich hohen Marktanteil von ca. 84 % erreichen müsste. Dies ist nicht realistisch! Das Verhältnis von Kaufkraft zu Sollumsatz belegt dabei indirekt, dass die Projektentwicklung in erster Linie auf Autokunden abzielt, die die Humboldtstraße und den Dr.-Friedrichs-Ring benutzen.

Als wesentliche Wettbewerber des geplanten Supermarktes sind die beiden innerstädtischen Anbieter Edeka und Netto in der Katharinenstraße anzuführen. Darüber hinaus ist auf die Anbieter Norma in der Bahnhofstraße, Penny in der Reichenbacher Straße sowie das Globus SB-Warenhaus im Glück-Auf-Center hinzuweisen.

Nach gutachterlicher Einschätzung wird der geplante Supermarkt aus dem Stadtteil Mitte-West einen Nahrungs- und Genussmittelumsatz von ca. 3,4 – 3,5 Mio. € erzielen. Weitere ca. 1,8 – 1,9 Mio. € Umsatz dürften mit Autokunden generiert werden. Es kann von einer wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Supermarktes ausgegangen werden. Allerdings wird die tatsächliche Anziehungskraft letztlich auch vom Branchenmix im Projekt abhängen, zu dem bislang keine konkreten Angaben vorliegen.

¹ Stand: 30.06.2010.

Die Frage der städtebaulichen Verträglichkeit stellt sich am geplanten Standort nicht. Er liegt innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“, d. h. Investitionen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes sind hier ausdrücklich erwünscht, auch dann, wenn ggf. Umsatzumverteilungen gegen andere innerstädtische Anbieter ausgelöst werden.

In der Gesamtbetrachtung kann das Projekt aufgrund fehlender Angaben zu den einzelnen Nutzungsmodulen gegenwärtig erst überschlägig bewertet werden. Der Kundenmagnetbetrieb (Supermarkt) ist zwar aufgrund einer bislang geringen Wettbewerbsintensität im Innenstadtbereich als wirtschaftlich tragfähig einzustufen, sein realer ökonomischer Erfolg wird jedoch maßgeblich vom Nutzungskonzept des Gesamtprojektes abhängen.

Aus gutachterlicher Sicht ist das Planvorhaben grundsätzlich genehmigungsfähig, weil es sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ befindet. Allerdings verfügt die Planung über keinen unmittelbaren Anschluss an bestehende Hauptgeschäftslagen und ist deshalb als „Solitärstandort“ einzustufen, der nur in sehr begrenztem Umfang Kundenaustauschbeziehungen mit den Einzelhandelslagen der Innenstadt haben wird. Bei einer Realisierung des Projektes würde der Kundenstrom in der Zwickauer Innenstadt weiter entzerrt. Dies ist nicht wünschenswert.

3. Generelle Einzelhandelsentwicklung im Sanierungsgebiet „Zentrumsnahe Nordvorstadt“ bzw. im Geltungsbereich des B-Plan-Entwurfs 058 „Neumarkt“

Nördlich des Dr.-Friedrichs-Rings liegt zwischen der Nordvorstadt und der Zwickauer Innenstadt der Stadtteil „Mitte-Nord“. Dabei handelt es sich um ein überwiegend von gründerzeitlichen Gebäuden geprägtes Viertel, das zwischen 1870 und 1880 entstanden ist. Als ein zentraler Platz des Stadtteils fungiert der Neumarkt, welcher an die Verkehrsmittel des ÖPNV (Bus und Straßenbahn) hervorragend angebunden ist. In seinem nördlichen Teil wird er überwiegend als Parkplatz genutzt. Der Neumarkt ist nur ca. 300 m von der nördlichen Innenstadt (Dr.-Friedrichs-Ring) entfernt.

Gegenwärtig leben im Stadtteil Mitte-Nord ca. 4.670 Einwohner¹, die die folgende einzelhandelsrelevante Kaufkraft repräsentieren:

▪ Nahrungs- und Genussmittel	ca. 7,4 Mio. €
▪ Gesundheit, Körperpflege	ca. 2,6 Mio. €
▪ Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	ca. 0,5 Mio. €
▪ Bücher, PBS, Spielwaren	ca. 1,1 Mio. €
▪ Bekleidung, Schuhe, Sport	ca. 2,8 Mio. €
▪ Elektrowaren	ca. 1,9 Mio. €
▪ Hausrat, Einrichtung, Möbel	ca. 2,1 Mio. €
▪ Sonstiger Einzelhandel	ca. 3,3 Mio. €

Mit seiner Einwohnerzahl von unter 5.000 ist der Stadtteil Mitte-Nord als Standort für Nahversorgungseinrichtungen prädestiniert. Für eine Ansiedlung kommen insbesondere die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege sowie Blumen, Pflanzen und zoolog. Bedarf in Frage. Bei diesen Warengruppen handelt es sich allesamt um zentrenrelevante Sortimente, deren Ansiedlung lt. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Zwickau 2010 nur innerhalb zentraler Versorgungsbereiche etabliert oder ausgebaut werden sollen. Als ein solcher zentraler Versorgungsbereich ist der „Neumarkt“ im Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2010 ausgewiesen worden (vgl. Zentrenpass 6).

Neben zahlreichen kleinflächigen Einzelhandelsgeschäften (vgl. Zentrenpass 6) ist zur Zeit im Stadtteil Mitte-Nord lediglich ein Penny Lebensmitteldiscounter in der Hölderlinstraße ansässig. Als Wettbewerber erwähnenswert sind darüber hinaus das Grund- und Nahversorgungszentrum in der Konradstraße (mit Netto), sowie die beiden Lebensmittelmärkte in der Innenstadt (Edeka und Netto).

Bei einem Ausbau des Grund- und Nahversorgungszentrums am Neumarkt böte sich die Etablierung eines nahversorgungstypischen Branchenmix an. Dazu gehört als Kundenmagnetbetrieb ein Supermarkt, ohne den ergänzende kleinflächige Anbieter auf Dauer wirtschaftlich kaum lebensfähig wären. In diesem Zusammenhang müsste ein Supermarkt als Lebensmittelvollsortimenter mindestens eine Verkaufsflächengröße von 1.200 m² aufweisen. Der Sollumsatz dieses Marktes läge dann bei etwa 4,2 Mio. €, wovon ca. 3,8 Mio.

¹ Quelle: Kommunale Statistikstelle Zwickau, Einwohnerregister, Stand: 30.06.2010.

€ auf Nahrungs- und Genussmittel entfallen. Bei einer insgesamt vorhandenen Nahrungs- und Genussmittelkaufkraft von ca. 7,4 Mio. € müsste der Markt also eine Kaufkraftbindung von ca. 51 % erreichen. Normalerweise erreichen Supermärkte in Deutschland im Schnitt lediglich eine Kaufkraftbindung von ca. 28 %. Selbst wenn durch die gute ÖPNV-Lage des Standortes Neumarkt mit einem beträchtigen Anteil von Streumsätzen gerechnet werden kann, dürfte der benötigte Sollumsatz zur Sicherstellung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit wohl nur schwer erzielbar sein. Vor diesem Hintergrund ist die Ergänzung des Grund- und Nahversorgungszentrums im Stadtteil Mitte-Nord durch einen Supermarkt zwar aufgrund der Positionierung in einem zentralen Versorgungsbereich genehmigungsfähig, aber mit hohen wirtschaftlichen Risiken verbunden.

4. Möglichkeiten zur einzelhandelsbezogenen Inwertsetzung des Schocken-Areals / Bewertung des vorliegenden Nutzungskonzeptes

Beim „Schocken-Areal“ handelt es sich um die Bausubstanz des ehemaligen Kaufhauses Schocken, welches durch seine Lage in der zentralen Innenstadt prinzipiell für eine hochwertige einzelhandelsbezogene Inwertsetzung prädestiniert ist. Letzter Generalmieter der Immobilie war die Fa. Horten, die jedoch 1999 ihren Betrieb einstellte. Seit dieser Zeit sind bereits mehrfach Überlegungen zur Revitalisierung der Liegenschaft angestellt wurden, u. a. durch das DSSW, durch die Fa. Cima im Rahmen des Zwickauer Einzelhandelskonzeptes 2005, im Zuge eines Fachforums mit dem Titel „Erbe und Chance für die Weiterentwicklung der Zwickauer Innenstadt: Schocken-Kaufhaus Zwickau“ und durch die städtische Wirtschaftsförderung. Dennoch ist es bislang nicht gelungen, ein konkretisiertes Investitionsinteresse bei der Privatwirtschaft zu wecken.

Die Liegenschaft des ehemaligen Kaufhauses Schocken befindet sich in zentraler Innenstadtlage. Das Gebäude wird im Osten durch die Hauptstraße (Fußgängerzone) und im Westen durch die Marienstraße (Einbahnstraße) begrenzt. Gegenwärtig werden die Flächen im Erdgeschoss von den Firmen Quick Schuh und Sparland genutzt. Die Geschäftsflächen von Quick Schuh und Sparland ermöglichen eine Durchwegung von der Marienstraße bis zur Hauptstraße. Eine kleinteilige Ladeneinheit ist zudem in der Marienstraße an ein Geschäft mit spanischen Waren (Iberica) vermietet. Die Obergeschosse der Immobilie stehen jedoch augenscheinlich komplett leer.

Das unmittelbare Standortumfeld weist einen für Innenstadtlagen typischen Mix aus filialisiertem Einzelhandel, Dienstleistern, Gastronomie und Fachgeschäften auf. Im Norden schließt sich – nur durch das Mariengäßchen getrennt – das Kaufhaus Joh an. In unmittelbarer Nahlage befindet sich auch ein Aus- / Eingang des EKZ Zwickau-Arcaden. Er ist jedoch unter Bezugnahme auf die Größe dieser Einrichtung relativ gering frequentiert. Südwestlich schließt sich der Marienplatz mit dem Dom St. Marien an. Hier besteht auch eine Anbindung an die Fußgängerzone in der Inneren Plauenschen Straße. Im Umfeld des Eingangsbereichs zu Sparland in der Hauptstraße sind u. a. als wichtigste Einzelhändler das Kaufhaus Joh, Blume 2000, Jack Wolfskin und Fielmann zu erwähnen.

Aufbauend auf den prinzipiell günstigen Standorteigenschaften wurden in der Vergangenheit verschiedene Konzepte zur Revitalisierung des Schocken-Areals entwickelt. Konkretisierte Vorschläge bestehen zum einen seitens der Zwickauer Wirtschaftsförderung und zum andern seitens der Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH. Beide Konzeptideen werden in nachfolgender Übersicht vergleichend gegenübergestellt.

Übersicht 1: Konzeptideen zur Revitalisierung des Shocken-Areals in Zwickau

	Wirtschaftsförderung Stadt Zwickau	Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH
	Zusammenlegung und Erweiterung der Grundstücksfläche, Gestaltung einer Passage mit attraktivem Rondellbereich und Abzweig in das Mariengäßchen, Etablierung von Handel und Komplementärnutzungen	Zusammenlegung und Erweiterung der Grundstücksfläche, Etablierung von Handel im Erdgeschoss und Büronutzungen in den Obergeschossen
UG	Tiefgarage ggf. über mehrere Etagen für Besucher Schocken-Passage und Innenstadt	
EG	2.900 m ² Nutzfläche Flächenaufteilung in der Passage: - 900 m ² , 800 m ² , 1.200 m ²	2.150 m ² Nutzfläche Nutzung: - Handel
	Nutzung: - Handelseinrichtungen verschiedener Größen im mittleren bis gehobenen Segment - verschiedene gastronom. Einrichtungen wie Cafes, Restaurants	
1. OG	3.000 m ² Nutzfläche Verbindung mit Kaufhaus JOH über Mariengäßchen-Passage	2.000 m ² Nutzfläche 300 m ² Lichthof
	Flächenaufteilung: - 1.200 m ² , 1.800 m ²	Nutzung: - Büro
	Nutzung: - Handelseinrichtungen verschiedener Größen im mittleren bis gehobenen Segment - Einrichtungen für Wellness, Sport- und Fitness	

Wirtschaftsförderung Stadt Zwickau		Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH
2. OG	3.000 m ² Nutzfläche Flächenaufteilung: - 1.200 m ² , 1.800 m ² Nutzung: - Stadtbibliothek / Öffentliche Nutzung - Bildungseinrichtungen - Galerien	2.000 m ² Nutzfläche 300 m ² Lichthof Nutzung: - Büro
3. OG	3.000 m ² Nutzfläche Flächenaufteilung: - 1.200 m ² , 1.800 m ² Nutzung: - Veranstaltungsräumen für Events, Konferenzen, Ausstellungen	2.000 m ² Nutzfläche 300 m ² Lichthof Nutzung: - Büro
DG	3.000 m ² Nutzfläche Flächenaufteilung: - 1.200 m ² , 1.800 m ² Nutzung: - mittlere bis gehobene Gastronomie	2.000 m ² Nutzfläche 300 m ² Lichthof 800 m ² Terrasse Nutzung: - Büro - evtl. Wohnen

Quelle: Wirtschaftsförderung Stadt Zwickau 2006; Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH, GMA-Zusammenstellung

Gemeinsam haben beide Konzeptüberlegungen, dass die momentane Gebäudestruktur durch Zukauf umgebender Grundstücke arrondiert bzw. erweitert wird. Der Vorschlag der Wirtschaftsförderung geht dabei jedoch weiter als der der Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH. Eine weitere Überschneidung der Nutzungsvorschläge besteht in der Konzentration von Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss. Keines der beiden Konzepte benennt jedoch Branchen oder Betriebstypen. Im Hinblick auf die Inwertsetzung der Obergeschosse gibt die Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH lediglich eine „Büronutzung“ vor. Das Konzept der Wirtschaftsförderung setzt hingegen auf eine Mischung aus Handel und verschiedenen Komplementärnutzungen.

Aus gutachterlicher Sicht ist das Konzept der Zwickauer Wirtschaftsförderung ohne Zweifel schlüssiger und zielführender als das der Martin Wurzel Beteiligungs- / Verwaltungs GmbH. Grund für diese Einschätzung ist, dass eine ad hoc-Vermarktung von bis zu 8.000 m² Bürofläche am Standort Zwickau derzeit wohl nicht realistisch ist. Dies wäre nur denkbar bei Akquisition eines Generalmieters, wie z. B. der Stadtverwaltung Zwickau. Erfolgversprechender ist hier sicherlich der multifunktionale Ansatz, wobei ein möglichst großer Anteil von Einzelhandelsnutzungen aus immobilienwirtschaftlicher Sicht notwendig wäre, weil die Mieteinnahmen von öffentlichen Nutzern oder Dienstleistern (Stadtbibliothek, Bildungseinrichtungen, Galerien, Veranstaltungsflächen) in keinem günstigen Verhältnis zu den erforderlichen Investitionskosten stehen, bzw. sich dadurch die Zeiträume bis zum ökonomischen break-even-point verlängern.

Sicher ist auch, dass die Immobilie im jetzigen Zustand für eine multifunktionale Inwertsetzung nicht in Frage kommt und dass bauliche Auflagen (z. B. Denkmalschutz) sowie der notwendige Zukauf benachbarter Liegenschaften einem investiven Engagement der privaten Wirtschaft nicht förderlich sind. Angesichts der Größe der Liegenschaft ist nach GMA-Einschätzung bei einem evtl. Neubau von einem Investitionsvolumen in hoher zweistelliger Millionenhöhe auszugehen. Dies macht i. d. R. eine entsprechende Kreditfinanzierung erforderlich. Die zu beteiligenden Finanzdienstleister sind aber gewiss nur dann bereit entsprechende Risiken einzugehen, wenn ein schlüssiges Nutzungskonzept rasche und nachhaltige Renditen verspricht. Um dies zu gewährleisten, müssten grundlegende Entwicklungshemmnisse des Schocken-Areals vorher beseitigt werden. Dazu gehören:

- Eine Einigung der Erbengemeinschaft über die Nutzungsform oder den Verkauf der Liegenschaft.
- Ein erfolgreicher Ankauf benachbarter Immobilien bzw. Liegenschaften zur Arrondierung des Geländes.
- Die Vorlage einer stimmigen und immobilienwirtschaftlich tragfähigen Nutzungs- konzeption durch einen Projektentwickler bzw. Investor.
- Die Optimierung der verkehrlichen Erreichbarkeit, inkl. der Schaffung von mindestens 300 – 400 Stellplätzen.

Insgesamt sind die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Suche nach einem Investor – nicht nur wegen der vorgenannten Voraussetzungen – relativ ungünstig. In diesem Zusammenhang ist v. a. auf den hohen Marktbesetzungsgrad des Einzelhandels in Zwickau hinzuweisen. Im Einzelhandelskonzept 2005 war noch eine Verkaufsflächenausstattung je Einwohner von 2,56 m² festgestellt worden. Im aktuellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der GMA liegt der Wert, durch eine Ausweitung der Verkaufsflächen bei gleichzeitigem Rückgang der Bevölkerung, schon bei 2,92 m² (+ 14 Prozentpunkte). Aktuelle Berechnungen zum Verkaufsflächenzusatzbedarf nach Branchen in Zwickau bis 2015 haben zudem ergeben, dass in den typischen innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen nahezu kein Bedarf mehr ausweisbar ist (siehe Tabelle 13). Auch die Betrachtung einzelner flächenintensiver Betriebstypen des Einzelhandels zeigt, dass kaum mehr Marktpotenziale vorhanden sind: Es gibt im Oberzentrum bereits ein innerstädtisches Einkaufszentrum, mehrere Textilkaufhäuser, ein Vollsortiment-Kaufhaus und zahlreiche frequenzstarke Fachmärkte in dezentraler Lage (z. B. im Elektroniksektor Media Markt, Media Saturn und Alphatecc). Nicht hilfreich ist in diesem Kontext auch die öffentliche Diskussion über die Schaffung oder Ausweitung weiterer Einzelhandelsagglomerationen in autokundenorientierter Lage. Sie resultieren letztlich in einer Verunsicherung potenzieller Innenstadtinvestoren. Ein klares Bekenntnis zur Stärkung zentraler Versorgungsbereiche wäre wünschenswert.

Den Vorschlägen zur baulichen Strukturierung der Schocken-Immobilie seitens der Wirtschaftsförderung Zwickau ist aus gutachterlicher Sicht in jedem Falle beizupflichten. Die Anlage einer Passage hat hierbei den großen Vorteil, eine attraktive Verbindung zwischen den Hauptgeschäftsbereichen Zwickau-Arcaden / Innere Plauensche Straße und der Hauptstraße herzustellen. Diese Funktion wird gegenwärtig vom engen Mariengäßchen

nur in unbefriedigender Weise erfüllt. Allerdings sorgt die Passagenlösung auch für eine Aufteilung der Einzelhandelsflächen im Erdgeschoss. Die entstehenden drei Verkaufsflächen sind nur zwischen 800 und 1.200 m² groß. Eine Belegung durch einen großflächigen Kundenmagneten (z. B. Textilkaufhaus, Elektrofachmarkt etc.) ist nicht mehr möglich. Somit müssen andere Nutzungsformen gefunden werden, welche trotz der Begrenzung einzelner Verkaufsflächen aufgrund ihrer besonderen Qualität den notwendigen Kundenstrom induzieren. Hier kommen nur bekannte Markenartikelfirmen (sog. Mono-Label-Shops) in Frage. Deshalb hat die GMA den Markenartikelbesatz in Zwickau analysiert (siehe Übersicht 2).

Übersicht 2: Markenportfolio des Zwickauer Einzelhandels

Betriebe mit Markenartikeln Branche / Firmierung	Innenstadt Zwickau	Reststadt Zwickau
	Markenshop	Markenshop
Nahrungs- und Genussmittel		
arko		
Hussel	X	
Tee Geschwendner	X	
Tee Handelskontor Bremen		
vom Fass	X	
neuform Reformhaus	X	
Eilles		
Alnatura		
Basic		
Vitalia Reformhaus		
Drogerie, Kosmetik, Parfümerie		
Body Shop		
dm Drogeriemarkt	X	
Douglas	X	
Lush		
Drogeriemarkt Müller	X	
Rossmann	X	
Yves Rocher	X	
Bücher, Papier- und Schreibwaren		
Der Club Bertelsmann	X	
Hugendubel		
Idee. der creativmarkt		
McPaper	X	
Thalia	X	
Weltbild	X	

Branche / Firmierung	Innenstadt Zwickau	Reststadt Zwickau
	Markenshop	Markenshop
Bekleidung		
Aigner		
Basler		
Benetton		
Betty Barclay		
BIBA		
Bonita	X	
Boss		
Breuninger		
Buddelei		
C&A	X	
Calida		
Camel active		
Carolin Vanity		
Cecil	X	
Chelsea		
Cinque		
Colloseum		
COS		
comma		
Diesel		
Eckerle		
edc by Esprit		
engbers	X	
Esprit	X	
eterna		
Fishbone		
Forever 18		
Frankonia		
Gant		
Gas Jeans		
Gerry Weber		
Gin Tonic		
G-Star RAW		
H&M	X	
Hallhuber		
Hirmer		
Hunkemöller	X	
Jack & Jones		
Jeans Fritz	X	
Jil Sander		

Betriebe mit Markenartikeln Branche / Firmierung	Innenstadt Zwickau	Reststadt Zwickau
	Markenshop	Markenshop
K & L Ruppert		
Kookai		
Lacoste	X	
Levis		
Liberty women	X	
Mango		
Marc Cain		
Marc O'Polo		
Mexx		
Miss Sixty		
Mister & Lady Jeans	X	
Mode Express	X	
More & More		
Mustang Jeans	X	
Nicolas Scholz (NIC)		
No.1 Mode Express	X	
New Yorker	X	
Olsen		
Orsay		
Oui		
Otto Kern		
Peek & Cloppenburg		
Palmers		
Peak Performance		
Pepe Jeans		
Pimkie	X	
Polo Ralph Lauren		
promod		
Quicksilver		
Replay		
s.Oliver	X	
Sisley		
Soccx		
Street One	X	
Strenesse		
Taifun		
Tally Weijl	X	
Tom Tailor		
Tommy Hilfiger		
Triumph		
Ulla Popken		
Vero Moda		
Wissmach	X	

Betriebe mit Markenartikeln Branche / Firmierung	Innenstadt Zwickau	Reststadt Zwickau
	Markenshop	Markenshop
Wöhrl	X	
Wolford		
Xanaka		
Zara		
Zero		
Kinderbedarf / Spielwaren		
Baby-Kanz	X	
Baby1One		
Baby Walz		
C&A Kids Store		
Ernsting's family		X
HappyBaby		
H&M Kinder	X	
JAKO-O		
Vedes		
Schuhe		
Ara	X	
Bär		
Bally		
Camper		
Deichmann	X	X
ecco Schuhe		
Foot Locker		
Geox		
Görtz		
Görtz 17		
Humanic		
Mayer's Markenschuhe		X
Leiser Schuhe		
Quick Schuh	X	
Reno	X	
Roland		
Salamander		
Schuhhof	X	
Street Super Shoes		
Tack Schuhe		
Tamaris		
Timberland		
Tod's		
Werdich		
Lederwaren		
Bree		
Mandaria Duck		

Betriebe mit Markenartikeln	Innenstadt Zwickau	Reststadt Zwickau
	Markenshop	Markenshop
Branche / Firmierung		
Sportbekleidung / Sportschuhe		
adidas		
Decathlon		
Globetrotter		
Intersport	X	
Jack Wolfskin	X	
Karstadt Sport		
Mammut		
Nike		
Puma		
Runners Point		
Schöffel		
Sport 2000		
Sport Arena		
Sport Scheck		
The North Face		
Elektrowaren		
Alpha Tecc		X
Arcor		
Bang & Olufsen		
Conrad		
dug		
EB Games		
EP (Electronic Partner)		X
e-plus	X	
Euronics		X
Expert	X	X
Freenet / Mobilcom	X	
GameStop		
Gravis (Apple)		
Media Markt		X
Media Saturn		X
MediMax		
Nokia	X	
O2 Shop	X	X
Photo Porst		
ProMarkt		
The Phone House	X	
T-Punkt	X	
Vobis		

Betriebe mit Markenartikeln Branche / Firmierung	Innenstadt Zwickau	Reststadt Zwickau
	Markenshop	Markenshop
Vodafone	X	X
<i>Haushaltswaren / Geschenke / Einrichtungszubehör</i>		
Allerlei		
Butlers		
cookmal!		
Cult at Home		
Das Depot		
Habitat		
Leonardo		
ligne roset		
Manufactum		
Nanu Nana	X	
Strauss Innovation		
Tchibo	X	X
Villeroy & Boch		
WMF	X	
Xenos		
<i>Optik, Uhren, Schmuck</i>		
Abele Optik		
Apollo Optik	X	
Bijou Brigitte	X	
Blue Spirit		
Claire's	X	
Fielmann	X	
Fossil Store		
Geers Hörakustik		
Hörgeräte Iffland		
Juwelier Christ		
Kind Hörgeräte	X	
Krass Optik		
Oro Vivo		
Pro Optik	X	
Six		
Swarowski		
Swatch		
Wempe		

¹ Der Begriff „Markenshop“ umfasst Monolabel-Stores und bundesweit bekannte Filialisten
Quelle: GMA-Erhebungen 2010, X = vorhanden

Als wesentliche Ergebnisse der Bestandsanalyse des Markenartikelangebotes in Zwickau sind festzuhalten:

- In Zwickau ist erst eine begrenzte Anzahl an imageträchtigen Markenanbietern in Form von Mono-Label-Stores vertreten.
- Die Mehrzahl der Markenshops ist in der Zwickauer Innenstadt verortet. Als wichtigste Anbieter mit bundesweitem Bekanntheitsgrad treten hier im Textilbereich s.Oliver, Esprit, Wöhrl, H&M und C&A in Erscheinung. Wichtigster Einzelstandort des Markenangebotes sind die Zwickau-Arcaden.
- Neben den Mono-Label-Stores existiert ein begrenztes Markenartikel-Angebot v. a. des mittleren und gehobenen Bekleidungssegmentes in Kaufhäusern und größeren Modegeschäften, wie z. B. dem Kaufhaus Joh oder Wöhrl.

Die Übersicht 2 belegt auch, dass die Zwickauer Innenstadt in zahlreichen Branchen noch erhebliche Lücken im Markenartikelbesatz aufweist. Die fehlenden Marken können durch die Wirtschaftsförderung Zwickau gezielt im Rahmen einer unterstützenden Akquisition für die Revitalisierung der Schocken-Immobilie kontaktiert werden. Bei einer Konzentration auf Markenartikelshops könnte der Handelsbereich in der neu gestalteten Schocken-Immobilie dann z. B. als „Haus der Marken“ vermarktet werden.

V

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Zwickauer Einzelhandel

Auf Basis der Bestandsanalysen des Einzelhandels und der vorgestellten Entwicklungsprognosen kann eine zukunftsorientierte Branchen- und Standortstruktur für die Stadt Zwickau abgeleitet werden. Ziel dieses Planungskonzeptes ist es, die zum Erhalt der Zentralitätsfunktion und zur Sicherung der wohngebietsnahen Versorgung erforderlichen Strategien und Maßnahmen zu formulieren und „zentrale Versorgungsbereiche“ gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und § 34 Abs. 3 BauGB im Stadtgebiet festzulegen. Im Fokus der Betrachtung stehen dabei die Zwickauer Innenstadt sowie die Neben- und Stadtteilzentren bzw. Grund- und Nahversorgungszentren.

Zur Identifikation und Klassifikation „zentraler Versorgungsbereiche“ in Zwickau wurde die in Tabelle 14 dargestellte Anforderungsliste ausgearbeitet. Die dort aufgeführten Kriterien machen deutlich, dass die Attraktivität zentraler Versorgungsbereiche zwar maßgeblich von der Einzelhandelsausstattung abhängt, jedoch auch andere Aspekte, wie z. B. Komplementärnutzungen aus dem Freizeit- und Dienstleistungsbereich, Veranstaltungen oder die Sozialisationsfunktion eine bedeutende Rolle spielen. Zudem ist ein ausreichendes Maß an räumlicher Konzentration der verschiedenen Angebote unerlässlich, weil die zentralen Versorgungsbereiche sonst von den Kunden nicht als zusammenhängend wahrnehm- und erlebbar sind. Deshalb wurden auch Aussagen zur maximalen räumlichen Ausdehnung der Einkaufslagen in zentralen Versorgungsbereichen getroffen.

Unter Zugrundelegung der vorgestellten Identifikations- und Klassifikationskriterien für zentrale Versorgungsbereiche wurden die Zwickauer Innenstadt, sechs Neben- und Stadtteilzentren sowie drei Grund- und Nahversorgungszentren identifiziert.

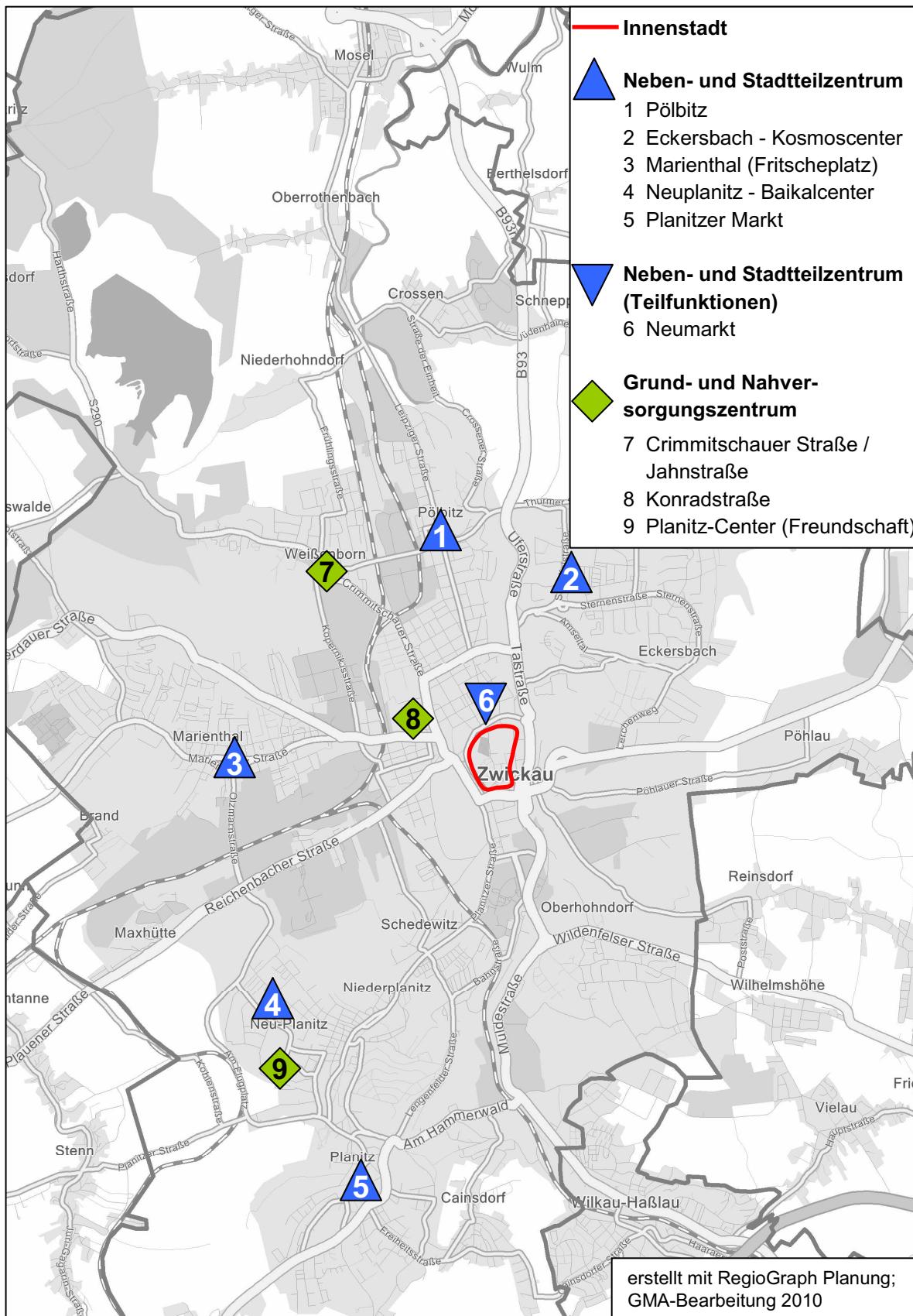
Tabelle 14: Kriterien der Identifikation und Klassifikation zentraler Versorgungsbereiche in Zwickau

Anforderungen	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“	Zentrale Versorgungsbereiche „Neben- und Stadtteilzentren“	Zentrale Versorgungsbereiche „Grund- und Nahversorgungszentren“
Einzugsbereich	gesamtstädtisch / überörtlich ca. 400.000 Einwohner	Stadtteil, z. T. überörtlich mindestens ca. 4.000 – 15.000 Einwohner	Wohnfeld, ca. 3.000 – 4.000 Einwohner
Branchenmix	alle Bedarfsbereiche	Schwerpunkt kurzfristiger und mittelfristiger Bedarf	Schwerpunkt kurzfristiger Bedarf, ausschnittweise mittelfristiger Bedarf
Sortimente	breit und tief	breit	breit bei Lebensmitteln
Kundenmagneten	Einkaufszentrum Kaufhaus Textilkaufhaus größere Filialisten und Fachgeschäfte	Verbrauchermarkt Supermarkt Lebensmitteldiscounter Fachmärkte	Supermarkt Lebensmitteldiscounter
Betriebstypenmix	Einkaufszentrum Filialisten Fachhandel	Verbrauchermarkt Supermarkt Lebensmitteldiscounter Fachmärkte Fachhandel	Supermarkt Lebensmitteldiscounter Fachhandel (Optiker, Schreibwaren, Toto-Lotto, Blumen) Lebensmittel- und Ladenhandwerk
Preissegmente	mittleres bis gehobenes Niveau	unteres bis mittleres Niveau	unteres bis mittleres Niveau
Komplementärnutzungen (Auswahl)	öffentliche Verwaltung Finanzdienstleister freie Berufe / Dienstleister Gastronomie Reisebüros Veranstaltungsräume Museen Touristeninformation	Ärzte Bankfiliale / Cash-Point Postagentur Gastronomie Friseur sonst. Dienstleister	Gastronomie Friseur konsumnahe Dienstleister

Anforderungen	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“	Zentrale Versorgungsbereiche „Neben- und Stadtteilzentren“	Zentrale Versorgungsbereiche „Grund- und Nahversorgungszentren“
Service / Convenience (Auswahl)	Möblierung öffentlicher Raum Kinderspielgeräte Ruhe- und Erholungszonen öffentliche Toiletten	Möblierung öffentlicher Raum	Wertstoffbehälter
Angebotstransparenz / Orientierung	Leitsysteme / Wegweiser Standortbroschüre Branchenführer	Branchenführer	Firmierung
Veranstaltungen / Animation	Zielgruppenveranstaltungen / Events Kinder- und Familienfeste Märkte Musik / Theater attraktiver Außenverkauf	Außenverkauf Stadtteilmärkte	Außenverkauf
Verkehr	Parkraumkonzept / Parkleitsystem Fußgängerzone ÖPNV-Zentralhaltestelle Fahrradwegennetz / -abstellplätze Beriollbarkeit	Parkierungsflächen ÖPNV-Haltepunkt Fahrradwegeanbindung Fußwegeanbindung Beriollbarkeit	Parkierungsflächen ÖPNV-Haltestelle Fahrradwegeanbindung Fußwegeanbindung Beriollbarkeit
Ergänzende Funktionen	Identifikationsfunktion Treffpunktfunction Informationsfunktion Gesamtstadt	Mittelpunktfunktion für Stadtteil Treffpunktfunction Kommunikationsfunktion Informationsfunktion Stadtteil	Mittelpunktfunktion Wohnquartier Kommunikationsfunktion Informationsfunktion Wohnquartier
räumliche Ausdehnung zwischen den Außenpunkten	max. 600 – 700 m	max. 200 – 400 m, bei strassenbegleitenden Neben- und Stadtteilzentren bis 600 m	max. 100 – 200 m, bzw. ein Gebäudekomplex

Quelle: GMA-Standortforschung / Standortbegehungen Zwickau 2010

Karte 4: Zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Zwickau



Nachfolgend werden die einzelnen „zentralen Versorgungsbereiche“ Zwickaus im Detail vorgestellt. Karte 4 gibt in diesem Zusammenhang einen Überblick über die Lage innerhalb des Stadtgebietes.

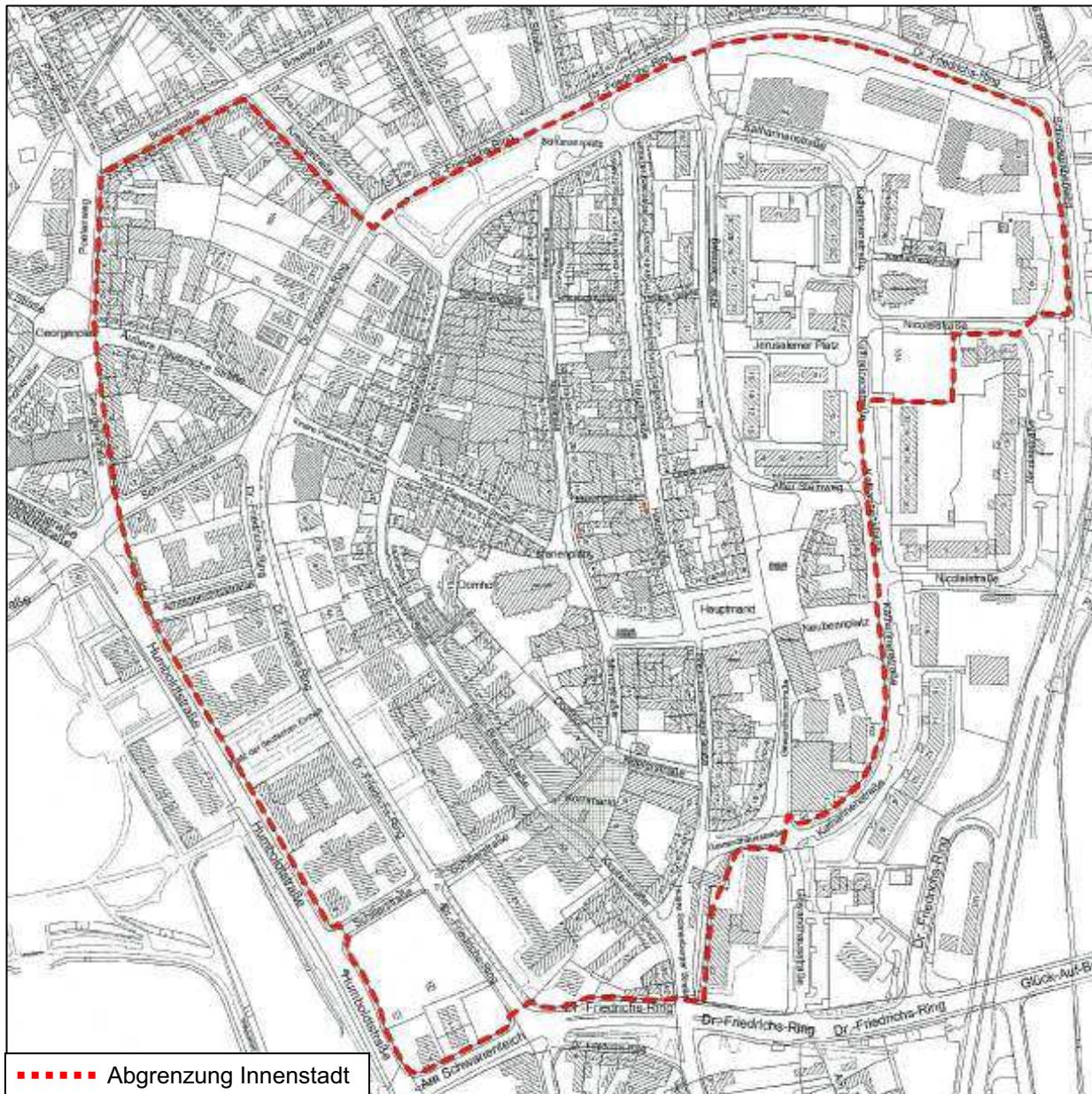
1. Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“

Bei der räumlichen Definition des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ wurden neben den hier ansässigen Einzelhandelsbetrieben auch Komplementärnutzungen (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Freizeit und Kultur, öffentliche Einrichtungen) berücksichtigt. Die gewählte Abgrenzung bezieht die bestehenden Hauptgeschäftslagen Hauptstraße, Magazinstraße, Innere und Äußere Plauensche Straße, Hauptmarkt und Marienstraße ein. Weiterhin wurden angrenzende Bereiche, die in einer funktionalen Beziehung zu den Hauptgeschäftslagen stehen, berücksichtigt. Die gewählte räumliche Definition der Innenstadt wurde mit der Stadtverwaltung Zwickau diskutiert und abgestimmt. Im Ergebnis wurde das in Karte 5 dargestellte Gebiet als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

Der zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt“ nimmt Versorgungsfunktionen für die Gesamtstadt und das überörtliche Einzugsgebiet Zwickaus wahr. Zum Erhebungszeitpunkt waren hier insgesamt 264 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 46.775 m² Verkaufsfläche ansässig¹. Als wichtigste Kundenmagneten fungieren das Einkaufszentrum „Zwickau Arcaden“ mit C&A und H&M, das Kaufhaus Joh, das Textilkaufhaus Wöhrl, die Müller Drogerie und New Yorker. Der vorhandene Einzelhandelsbesatz umfasst praktisch alle Warengruppen. Positiv ist auch zu bewerten, dass mit den Anbietern Edeka und Netto in der Katharinenstraße zwei größere Lebensmittel Märkte ansässig sind, die gemeinsam mit Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischereien) und diversen Spezialanbietern ein relativ breites Sortiment im Nahrungs- und Genussmittelbereich bereit stellen.

¹ Zur branchenbezogenen Aufschlüsselung der Verkaufsflächen siehe Tabelle 9 „Innenstadt“.

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“



Quelle: Städtebauliches Entwicklungskonzept SEKo Zwickau 2020 – Fachplan Zentrenkonzept Zwickau 2010, GMA Bearbeitung

Das Spektrum der Komplementärnutzungen umfasst in der Zwickauer „Innenstadt“ gastronomische Einrichtungen¹, diverse Beherbergungsbetriebe sowie eine breite Palette sonstiger Dienstleister (u. a. Finanzdienstleister, Freie Berufe, Reisebüros, konsumnahe Dienstleister). Hinzu kommen öffentliche (Stadtverwaltung) und kulturelle bzw. tourismusrelevante Einrichtungen (z. B. Tourist-Info, Marienkirche, Gewandhaus, Robert-Schumann-Haus). Dadurch ist für die Zwickauer Innenstadt ein recht hohes Maß an Multifunktionalität zu konstatieren.

Vor dem geschilderten Hintergrund sind es nicht in erster Linie quantitative Ergänzungen des Versorgungsangebotes, sondern überwiegend qualitative Maßnahmen, die zu einer weitergehenden Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereiches beitragen könnten. In diesem Zusammenhang sind in Teilbereichen mehrere Detailprobleme anzusprechen, die z. B. die städtebauliche Qualität, die Familienfreundlichkeit, die Absatzpolitik oder die Funktionalität beeinträchtigen:

- Trading-down Prozesse des Einzelhandels, z. B. in der Äußeren Plauenschen Straße und in der nördlichen Hauptstraße, im Verbund mit absatzpolitischen Mängeln (z. B. Außenverkauf, Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation)
- großflächige Leerstände im Hauptgeschäftsbereich (v. a. in den Obergeschossen), z. B. im ehemaligen Kaufhaus Schocken, in der Hauptstraße oder in der Äußeren Plauensche Straße
- Geschäftsstraßen mit „totem Ende“, z. B.
 - nördliche FGZ Magazinstraße
 - südliche Peter-Breuer-Straße
 - nördliche Hauptstraße
- Kundenmagnetbetriebe aus dem Food- und Nonfood-Bereich, ohne direkte Anbindung an Hauptgeschäftsbereiche, z. B. Edeka in der Katharinenstraße oder Wöhrl in der Inneren Schneeberger Straße

¹ Insbesondere in der Peter-Breuer-Straße existiert ein verdichtetes Angebot an Gastronomiebetrieben. Die Straße wird deshalb im touristischen Leitsystem als „Kneipenstraße“ ausgewiesen.

- ungestaltete oder unattraktive Eingangsbereiche zu Hauptgeschäftslagen (städtebauliche Kennzeichnung, Leerstände), z. B. im Bereich Äußere Plauensche Straße / Georgenplatz, Innere Plauensche Straße / Marienplatz, Hauptstraße / Magazinstraße
- Entzerrung des Kundenstroms durch Weitläufigkeit der Geschäftslagen¹
- unbefriedigende infrastrukturelle und funktionale Verknüpfung von Geschäftsstraßen, z. B. Marienstraße / Hauptmarkt, Marienstraße / Hauptstraße (über Mariengäßchen), Innere und Äußere Plauensche Straße
- suboptimale Angebotsstruktur in den Zwickau Arcaden: mit C&A und H&M nur zwei echte Kundenmagneten, keine „Knochenstruktur“, schwaches Lebensmittelangebot
- zu geringe Kundenaustauschbeziehungen zwischen den Zwickau Arcaden und den umgebenden Geschäftslagen, z. T. verursacht durch umgebende Straßen mit wenig Einzelhandelsbesatz (z. B. Magazinstraße, Marienstraße, Schwanengasse)
- uneinheitliche Öffnungszeiten der Innenstadtgeschäfte. Dies gilt auch für Kundenmagnete (z. B. Zwickau Arcaden 21 Uhr / Kaufhaus Joh 19 Uhr).

Als **Hauptproblem der Zwickauer Innenstadt** ist mit Bezug auf die Einzelhandelsfunktion aus gutachterlicher Sicht die **mangelhafte Verknüpfung zwischen den einzelnen Einkaufslagen** hervorzuheben. Dadurch bleiben Kundenaustauschbeziehungen begrenzt. Darüber hinaus kommt es durch die Länge der Haupteinkaufslagen und die z. T. solitäre Lage von Kundenmagneten zu einer Entzerrung des Kundenstroms. Der zu geringe Vernetzungsgrad der Haupteinkaufslagen resultiert indirekt auch in „dead-end-Situationen“, die in diesen Bereich der Geschäftsstraßen u. a. zu trading-down-Prozessen und zu Leerstandsbildungen führen. Letztere betreffen nicht nur Gewerbeböden in Erdgeschosslagen, sondern insbesondere die Obergeschosse der Immobilien.

Ungeachtet der angesprochenen Mängel verfügt die Zwickauer „Innenstadt“ über strukturelle und funktionale sowie touristische Stärken, die eine Profilierung ermöglichen. Folgende Aspekte sind in diesem Zusammenhang besonders hervorzuheben:

¹ z. B. Entfernung vom Georgenplatz über die Äußere und Innere Plauensche Straße bis zur nördlichen Hauptstraße (ca. 700 m).

- Überwiegend sanierte Innenstadt (Gebäude und öffentlicher Raum)
- hohes Maß an Multifunktionalität
- Food und Nonfood-Angebote vorhanden
- großes Einkaufszentrum vorhanden
- „Kneipenmeile“ Peter-Breuer-Straße
- Hauptmarkt als zentraler Platz mit Markt- und Veranstaltungsfunktion und hoher Urbanität durch attraktives Gebäudeensemble und Außengastronomie
- prinzipiell gute verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt durch Ringstraßensituation (Dr.-Friedrichs-Ring)
- touristische Attraktivität / touristisches Leitsystem vorhanden.

Die aus gutachterlicher Sicht besonders Erfolg versprechenden Ansätze für die weitergehende Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ in Zwickau sind in Tabelle 15 überblickartig dargestellt. In der Auflistung werden auch Aussagen zur Verantwortlichkeit und zur Dringlichkeit der vorgeschlagenen Maßnahmen gemacht.

Tabelle 15: Maßnahmenkatalog zur Aufwertung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ in Zwickau

Oberziele / Teilziele / Maßnahmen	Akteure / Verantwortung	Dringlichkeit
Oberziel: Städtebauliche Aufwertung		
- städtebauliche und funktionale Aufwertung von Bereichen mit „trading-down“-Tendenzen, z. B. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Äußere Plauensche Straße ▪ nördliche Hauptstraße 		
- Gestaltung der Eingangsbereiche zu den Hauptgeschäftslagen, insbesondere Äußere Plauensche Straße / Georgenplatz, Innere Plauensche Straße / Marienplatz, Hauptstraße / Magazinstraße		
- Revitalisierung von Leerständen, vor allem in den Obergeschossen der Gebäude innerhalb der Hauptgeschäftslagen (City-Wohnen / Dienstleistungsnutzungen)	Stadt, Immobilienbesitzer, Sponsoren	erforderlich
- Installation von Kinderspielinfrastruktur (Kleingeräte)		
- Homogenisierung der Möblierung im öffentlichen Raum im Corporate Design der Stadt Zwickau und unter Bezugnahme auf das Themenfeld „Schumannstadt“		
Oberziel: Optimierung der Absatzpolitik / Verbesserung der Geschäftspräsentation		
- Festlegung von Kernöffnungszeiten		
- Dekoration der Geschäftseingänge		
- Attraktivierung des Eingangsbereichs der „Zwickau Arcaden“ zur Marienstraße	Stadt, Händler,	
- Installation von Branchenführern in den Eingangsbereichen der Fußgängerzone	Immobilienbesitzer, Berater	
- absatzpolitische Beratungen für Einzelhändler, insbesondere in den Geschäftsstraßen mit trading-down-Prozessen (Äußere Plauensche Straße, nördliche Hauptstraße)		

Oberziele / Teilziele / Maßnahmen	Akteure / Verantwortung	Dringlichkeit
Oberziel: Vernetzung der Hauptgeschäftslagen		
<ul style="list-style-type: none"> - Aufwertung des Mariengäßchen als Verbindungsweg zwischen Marienplatz (Eingangsbereich „Zwickau Arcaden“) und Hauptstraße - Überprüfung der Angebotssuktur in den Zwickauer Arcaden, unter den Gesichtspunkten Kundenmagnetbetriebe, Aufbau einer Kundenspannung bzw. „Knochenstruktur“ - Einzelhandelsbezogene Aufwertung des Marienplatzes / Marienstraße als Scharnier zwischen Innere Plauensche Straße und Hauptmarkt - weitergehende Verdichtung des Gastronomiebesatzes in der Peter-Breuer-Straße / Setzung von Ansiedlungsanreizen z. B. durch temporäre Aussetzung von Sondernutzungsgebühren - kombinierte touristische, Einzelhandels- und gastronomiebezogene Leitsysteme - Einzelhandelsbezogene Invertsetzung des Shockenareals in seiner Funktion als Verbindungsglied zwischen den Hauptgeschäftslagen 	Stadt, Immobilieneigentümer, Händler, Gastronomen	dringend erforderlich
Oberziel: Sonstiges		
<ul style="list-style-type: none"> - Ausschilderung der Einkaufsinnenstadt von den Parkhäusern - effiziente Schneeräumung der Fußgängerzone in den Wintermonaten - regelmäßiges Entfernen von Graffiti und Unrat im Umfeld von Leerständen 	Stadt, Immobilieneigentümer	erforderlich
Quelle:	GIMA-Vorschläge 2010	

2. Zentrale Versorgungsbereiche „Neben- und Stadtteilzentren“ und „Grund- und Nahversorgungszentren“

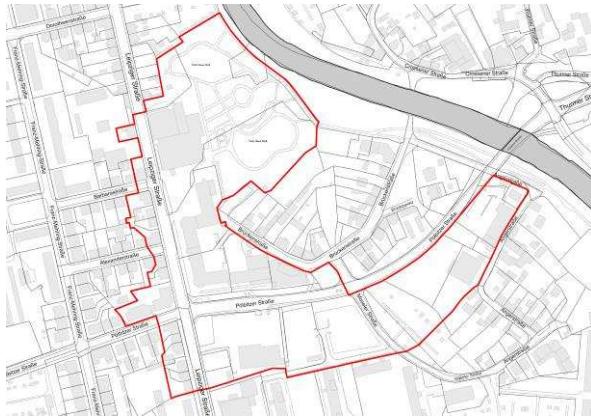
Während die „Innenstadt“ im Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Kultur- und Verwaltungsbereich die zentralörtlichen Funktionen Zwickaus bündelt, übernehmen Neben- und Stadtteilzentren sowie Grund- und Nahversorgungszentren die Aufgabe, städtische Teillräume zu versorgen. Unter Zugrundelegung der Identifikations- und Klassifikationskriterien aus Tabelle 14 konnten hierbei im Zwickauer Stadtgebiet fünf Neben- und Stadtteilzentren und ein Neben- und Stadtteilzentrum mit Teifunktionen ermittelt werden. Darüber hinaus existieren drei Grund- und Nahversorgungszentren. Im Einzelnen handelt es sich um ...

- das Neben- und Stadtteilzentrum „Pölbitz“
- das Neben- und Stadtteilzentrum „Eckersbach-Kosmoscenter“
- das Neben- und Stadtteilzentrum „Marienthal (Fritscheplatz)“
- das Neben- und Stadtteilzentrum „Neuplanitz – Baikalcenter“
- das Neben- und Stadtteilzentrum „Planitzer Markt“
- das Neben- und Stadtteilzentrum (Teifunktionen) „Neumarkt“
- das Grund- und Nahversorgungszentrum „Crimmitschauer Straße / Jahnstraße“
- das Grund- und Nahversorgungszentrum „Konradstraße“
- das Grund- und Nahversorgungszentrum „Planitz-Center“.

Die genannten zentralen Versorgungsbereiche decken mit ihren jeweiligen Kerneinzugsgebieten weite Teile des Zwickauer Stadtgebietes ab. Das restliche Stadtgebiet wird durch zahlreiche solitär gelegene Lebensmittel Märkte versorgt.

Eine detaillierte Beschreibung der zentralen Versorgungsbereiche mit individuellen Angaben zum Einzelhandelsbestand und den Komplementärnutzungen sowie mit Aufwertungsempfehlungen erfolgt in Form sog. „Zentrenpässe“.

Zentrenpass 1: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Pöhlitz“



VK-Ausstattung nach Branchen in m²	
Nahrungs- und Genussmittel	1.765
Gesundheit, Körperpflege	40
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	15
Bücher, PBS, Spielwaren	20
Bekleidung, Schuhe, Sport	150
Elektrowaren	120
Hausrat, Einrichtung, Möbel	280
Sonst. Einzelhandel	510
Einzelhandel insgesamt	2.900

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Änderungsschneiderei, Nagelstudio / Solarium / med. Fußpflege, Sparkasse, Zahnarzt, Allgemeinarzt, Physiotherapie, Frisör (2x), Ehe- und Partnerschaftsvermittlung, Packstation

Gastronomie: Pizzaservice + Bistro, Restaurant (2x), Kneipe

Sonstiges: Ingenieurbüro, Managementgesellschaft, Stadtverwaltung Zwickau, Finanzamt, Weiterbildungszentrum, Spielothek, Hotel, Radiosender, Technik Büro, Theater, Berufsförderwerk, Schulungszentrum, Immobilienmakler, Autogastankstelle, Labor

Das Neben- und Stadtteilzentrum „Pöhlitz“ befindet sich nördlich der Zwickauer Innenstadt im gleichnamigen Stadtteil. Die Siedlungsstruktur dieses Teilraums wird durch eine heterogene Nutzungsmischung sowie durch den Verlauf der Zwickauer Mulde bestimmt.

Die verkehrliche Anbindung des Neben- und Stadtteilzentrums erfolgt sowohl über die Leipziger Straße, welche in Nord-Süd-Richtung verläuft, als auch über die Pöhlitzer Straße, welche die Anfahrt aus östlicher Richtung gewährleistet. Parkmöglichkeiten bestehen auf den Betriebsarealen zweier Lebensmitteldiscounter. Eine ÖPNV-Anbindung gibt es entlang der Leipziger Straße durch die Straßenbahnlinie 4 mit dem Haltepunkt „Neue Welt“ sowie durch eine Stadtbuslinie, welche eine Haltestelle in der Pöhlitzer Straße bedient. Die fußläufige Erreichbarkeit aus den südlich angrenzenden Wohnblöcken in der Leipziger Straße sowie aus den Wohngebieten westlich davon ist als unproblematisch einzustufen, da ampelgeregelte Querungsmöglichkeiten für Fußgänger eingerichtet sind.

Das Nahumfeld des Neben- und Stadtteilzentrums wird durch mehrgeschossige Wohngebäude in Plattenbauweise in der Leipziger Straße sowie durch eine Blockrandbebauung westlich der Leipziger Straße geprägt. Südöstlich, in Richtung Zwickauer Mulde, schließt sich das Freibad sowie eine Kleingartenanlage an.

Das Neben- und Stadtteilzentrum ist entlang der Leipziger und Pöhlitzer Straße bzw. in deren Kreuzungsbereich positioniert. Als Magnetbetriebe fungieren Lidl und Aldi. Im Eckgebäude von der Leipziger zur Pöhlitzer Straße befinden sich zudem weitere Einzelhandelseinrichtungen, darunter zwei Textilgeschäfte, eine Apotheke und ein Optiker. Im gleichen Gebäude ist wegen des Rathausumbaus temporär auch die Stadtverwaltung Zwickau untergebracht (Auszug März 2011 geplant). Allerdings sind dort auch größere Leerstände zu verzeichnen. Weiter nördlich befindet sich ein Hotel sowie das Konzert- und Ballhaus „Neue Welt“, welches über einen großzügigen Park und eine Festwiese verfügt.

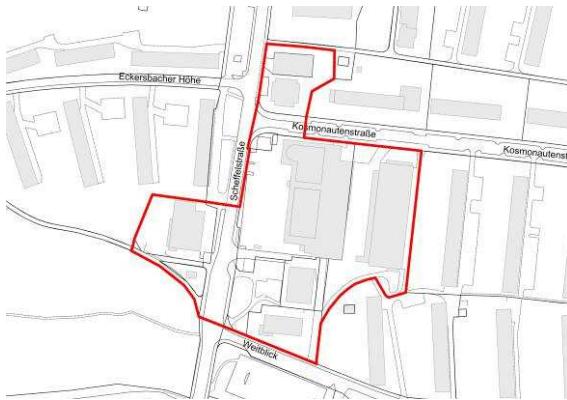
Der Einzelhandel im Neben- und Stadtteilzentrum deckt neben dem kurzfristigen, teilweise auch den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ab.

Empfehlungen zur Aufwertung des Neben- und Stadtteilzentrums

- Sanierung einzelner Gebäude an der Leipziger Straße / Ecke Pölbitzer Straße
- Wiederbelegung der Geschäftsleerstände und Angebotsergänzung u. a. durch einen Blumenladen und eine Drogerie
- Revitalisierung der Büroleerstände in der Leipziger Straße 133



Zentrenpass 2: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Eckersbach-Kosmoscenter“



VK-Ausstattung nach Warengruppen in m²	
Nahrungs- und Genussmittel	2.030
Gesundheit, Körperpflege	715
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	80
Bücher, PBS, Spielwaren	60
Bekleidung, Schuhe, Sport	210
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonst. Einzelhandel	80
Einzelhandel insgesamt	3.205

Die Zufahrt zum Neben- und Stadtteilzentrum erfolgt aus Nord-Süd-Richtung über die Scheffelstraße und aus Osten über die Kosmonautenstraße. Parkmöglichkeiten sind am Kosmoscenter und auf der gegenüberliegenden Straßenseite bei einem Getränkemarkt vorhanden. Eine direkte Anbindung des Kosmoscenter an den ÖPNV besteht nicht. Immerhin befindet sich aber ca. 100 m nördlich an der Scheffelstraße eine Stadtbushaltestelle. Da sich das Zentrum inmitten einer Großwohnsiedlung befindet, ist eine gute fußläufige Erreichbarkeit für die Bewohner gegeben. Zusätzlich zu straßenbegleitenden Fußwegen gibt es einen Fußgängerüberweg über die Scheffelstraße.

In Nahumfeld des Neben- und Stadtteilzentrums befinden sich neben zahlreichen Wohnblocks auch Grünflächen und Spielplätze. Ebenso sind diverse Bildungseinrichtungen, wie die Westsächsische Hochschule sowie eine Grund- und Mittelschule vorhanden. In direkter Nachbarschaft existieren zudem Einrichtungen für Senioren, wie ein Altenwohnheim, eine Seniorenbegegnungsstätte und eine Sozialstation.

Das Neben- und Stadtteilzentrum ist zum größten Teil in einer zweistöckigen Immobilie untergebracht, in welcher sich ein Rewe Markt, eine Rossmann Drogerie und mehrere kleinflächige Geschäfte befinden. In weiteren Gebäuden sind u. a. ein Getränkemarkt, eine Apotheke und ein Stadtteilbüro sowie das Gesundheitszentrum Eckersbach (ebenfalls mit Apotheke) angesiedelt.

Der Einzelhandelsbesatz im Neben- und Stadtteilzentrum deckt überwiegend den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich ab. Unter Einbeziehung der vorhandenen Komplementärnutzungen existiert ein gutes nahversorgungsspezifisches Angebot.

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Sparkasse, Post, Reisebüro, Frisör, Copy-Shop, Physiotherapien (2x), Allgemeinmediziner, Gynäkologe, FA für Innere Medizin, Zahnärzte (2x), Gesundheitszentrum Eckersbach (med. Fußpflege, Allgemeinmediziner, Augenarzt, Zahnarzt, FA für Chirurgie, FA für Haut- und Geschlechtskrankheiten, FA für Kinder- und Jugendmedizin, Physiotherapie)

Gastronomie: Imbissanbieter (2x), Café

Sonstiges: Stadtteilbüro, Spielothek

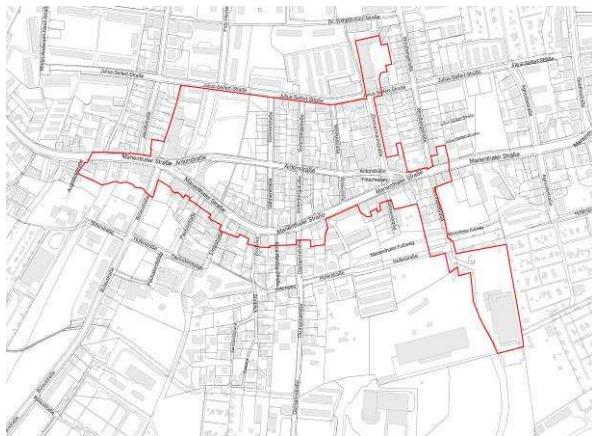
Das Neben- und Stadtteilzentrum „Eckersbach-Kosmoscenter“ ist zwischen zwei Stadtteilen positioniert: Eckersbach E1-E4 sowie Eckersbach E1-E2. Beide befinden sich im nordöstlichen Bereich des Zwickauer Stadtgebietes. Siedlungsstrukturell wird dieser Teilraum durch Geschosswohnungsbau geprägt.

Empfehlungen zur Aufwertung des Neben- und Stadtteilzentrums

- Erhöhung der Aufenthaltsqualität, u. a. durch Neugestaltung der Sitzmöblierung vor dem Gebäude Scheffelstraße 44
- Revitalisierung der Leerstände im Obergeschoss des Einkaufszentrums (Dienstleistungen)
- Zwischenutzung der Leerstände, z. B. durch soziale Initiativen oder Künstler
- Optimierung der Treffpunkt- und Informationsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere.



Zentrenpass 3: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Marienthal (Fritzscheplatz)“



Das Neben- und Stadtteilzentrum „Marienthal“ ist zwischen den Stadtteilen Marienthal-Ost und Marienthal-West positioniert. Siedlungsstrukturell wird dieser Bereich durch kleinteilige Bebauung und durch gründerzeitliche Blockrandbebauung geprägt.

Die verkehrliche Anbindung des Neben- und Stadtteilzentrums erfolgt über die Marienthaler Straße und Antonstraße, welche zum Großteil in diesem Bereich als Einbahnstraßen konzipiert sind. Den in Ost-West-Richtung verlaufenden Straßen, folgen eine Straßenbahntrasse und eine Buslinie. Innerhalb des Neben- und Stadtteilzentrums befinden sich zwei Haltestellen. Parkmöglichkeiten gibt es außer auf dem Gelände von Kaufland und Konsum auch in den Querstraßen. Fußläufig ist das Stadtteilzentrum prinzipiell gut für die Bewohner der umliegenden Wohnquartiere erreichbar.

VK-Ausstattung nach Warengruppen in m²	
Nahrungs- und Genussmittel	4.175
Gesundheit, Körperpflege	565
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	260
Bücher, PBS, Spielwaren	80
Bekleidung, Schuhe, Sport	260
Elektrowaren	85
Hausrat, Einrichtung, Möbel	65
Sonst. Einzelhandel	340
Einzelhandel insgesamt	5.730

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Finanzdienstleister, Fitness- und Gesundheitsstudio, Versicherungsbüro (2 x), Textilreinigung (2 x), Physiotherapie, Logopäde, Autolackiererei (2 x), Autowerkstatt (2 x), PC-Servicewerkstatt, Hundesalon, Büroservice, Frisör (5 x), Wellnessoase, Optiker, Tattoo-Studio, Fahrschule, Allgemeinmediziner, Massagapraxis, Sauna und Solarium, Schlüsseldienst, Reisebüro (2 x), Sparkasse, Post, Bestattungsinstitut, Orthopäde, Kinderarzt, Fachzentrum für Kosmetik, Pflegedienst, Zahnärzte (3 x), Ergotherapie, Physiotherapie, Familientherapie, Pflegedienst, Anwaltskanzlei, Immobilien- und Finanzbüro, Änderungsschneiderei, Glaserei

Gastronomie: Restaurant, Imbiss, Cafes (2x), Pizzaservice

Sonstiges: Ev.-luth. Pfarramt, Baudienstleistungen, Lohnsteuerhilfverein, Billardclub, Metallbau, Hotel, Kegelklub, Autohaus, Büro für Architektur, Kinderfreizeitzentrum

Das gewachsene Neben- und Stadtteilzentrum erstreckt sich hauptsächlich entlang der Marienthaler Straße und Antonstraße. Am nördlichen Rand befinden sich ein Konsum und ein Getränkemarkt. Im Südosten ist mit dem SB-Warenhaus Kaufland der größte Betrieb positioniert. Darüber hinaus ist das Zentrum durch viele kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe geprägt. Der Großteil davon befindet sich in der Marienthaler Straße, z. T. im EG mehrgeschossiger Wohnhäuser. Die meisten Gebäude wurden ansprechend saniert, nur einige Immobilien sind in baulich marodem Zustand. Auf der Fläche zwischen der Julius-Seifert-Straße und der Antonstraße findet regelmäßig ein Wochenmarkt statt. Östlich des Marktes befindet sich ein kleiner Park mit Sitzmöglichkeiten, welcher die Aufenthaltsqualität maßgeblich bestimmt. Als kulturelle Einrichtung ist ein Kinderfreizeitzentrum hervorzuheben.

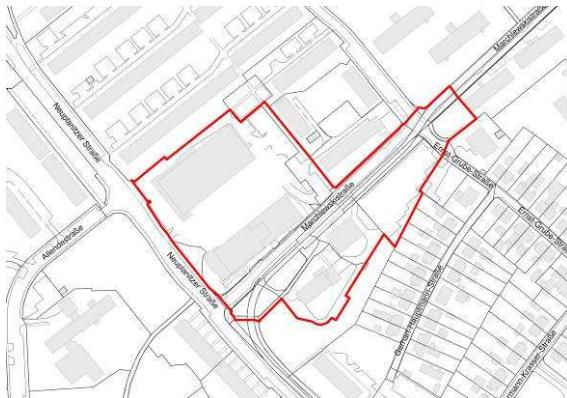
Der Einzelhandel im Neben- und Stadtteilzentrum deckt sowohl den kurz- bis mittelfristigen Bedarf als auch den überwiegend langfristigen Bedarf ab. Unter Einbeziehung der vorhandenen Komplementärnutzungen besteht ein umfassendes nahversorgungsorientiertes Angebot.

Empfehlungen zur Aufwertung des Neben- und Stadtteilzentrums

- Optimierung der Ausschilderung zum Konsum und Getränkemarkt
- Sanierung der Gebäude im östlichen Teil der Marienthaler Straße (u. a. Nr. 101, 103)
- Einrichtung einer Außengastronomie (z.B. vor Bäckerei und Fleischerei)



Zentrenpass 4: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Neuplanitz-Baikalcenter“



VK-Ausstattung nach Warengruppen in m ²	
Nahrungs- und Genussmittel	2.020
Gesundheit, Körperpflege	185
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	40
Bücher, PBS, Spielwaren	60
Bekleidung, Schuhe, Sport	180
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	260
Sonst. Einzelhandel	50
Einzelhandel insgesamt	2.795

Neuplanitzer Straße. Parkmöglichkeiten sind sowohl direkt auf dem Gelände des Baikalcenters als auch in den angrenzenden Wohngebieten sowie auf einem weiteren Parkplatz innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorhanden. Eine optimale Anbindung an den ÖPNV besteht mit der Straßenbahnhalttestelle in der Marchlewskistraße sowie mit der Stadtbushalttestelle in der Neuplanitzer Straße. Da das Zentrum inmitten einer Großwohnsiedlung situiert ist, ist es für die Mehrzahl der Bewohner aus den umliegenden Wohnblöcken fußläufig gut erreichbar.

Im Nahumfeld befinden sich überwiegend mehrgeschossige Wohngebäude in Plattenbauweise. Richtung Südosten schließen sich Doppelhäuser mit größeren Grundstücken an. Im Westen bilden Wohnblocks mit dazugehörigen Garagen die Stadtgrenze. In der näheren Umgebung sind zudem eine Grund- und eine Mittelschule zu finden.

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Sonnenstudio, Schülerhilfe, Orthopäde, Anästhesiologe, Physiotherapie (2x), Augenarzt, Ergotherapeut, Allgemeinmediziner, Reisebüro, EC-Automat, Postfiliale / Postbank, Versicherungsbüro (2x), Zahntechnik, FA für Kinder-, Jugend- und Sportmedizin, Änderungsschneiderei, Seniorenbetreuung, Frisör, Sparkasse, Gesundheitsstudio, Epilations- und Kosmetikstudio

Gastronomie: Restaurant, Imbiss

Sonstiges: Casino, Lohnsteuerhilfverein, Wirtschaftsberatung, ASB Beratungsstelle

Das Neben- und Stadtteilzentrum „Neuplanitz-Baikalcenter“ befindet sich im Stadtteil Neuplanitz, im Südwesten des Zwickauer Stadtgebiets. Siedlungsstrukturell wird dieser Bereich durch Geschosswohnungsbau geprägt.

Die Zufahrt zum Neben- und Stadtteilzentrum erfolgt über die Marchlewskistraße bzw.

Das Baikalcenter besteht aus zwei neueren zweigeschossigen Gebäudeteilen. Zwischen den Gebäuden sind die Kundenparkplätze angeordnet. Die Immobilie an der Marchlewskistraße beherbergt neben kleineren Einzelhandelsbetrieben hauptsächlich Dienstleistungsunternehmen sowie ein Restaurant mit angegliedertem Casino. In einem etwas zurückversetzten Gebäude ist als Hauptmieter Rewe untergebracht. Weiterhin sind zwei Gebäude auf der gegenüberliegenden Seite der Marchlewskistraße mit hauptsächlich medizinischen Einrichtungen und einer Apotheke Teil des zentralen Versorgungsbereiches.

Der vorhandene Einzelhandelsbesatz deckt überwiegend den kurz- und mittelfristigen sowie in Teilen auch den langfristigen Bedarfsbereich ab. Zusammen mit den vorhandenen Komplementärnutzungen existiert ein gutes nahversorgungsspezifisches Angebot.

Empfehlungen zur Aufwertung des Neben- und Stadtteilzentrums

- Revitalisierung der Ladenleerstände in der Einkaufspassage
- Erweiterung des Nahversorgungsangebotes (z. B. Drogeriefachmarkt)
- Einrichtung einer gesicherten Straßenquerung für Fußgänger von der Straßenbahnhaltestelle zum Zugangsbereich in der Marchlewskistraße.



Zentrenpass 5: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Planitzer Markt“



VK-Ausstattung nach Warengruppen in m²	
Nahrungs- und Genussmittel	760
Gesundheit, Körperpflege	330
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	70
Bücher, PBS, Spielwaren	230
Bekleidung, Schuhe, Sport	350
Elektrowaren	20
Hausrat, Einrichtung, Möbel	100
Sonst. Einzelhandel	60
Einzelhandel insgesamt	1.870

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Sparkasse, Reisebüro, EDV-Dienstleister, Versicherungs- und Finanzierungsbüros (4 x), Frisör, Nagelstudio, Kosmetikstudio, Psychotherapie, Logopädie, Fahrschule, Post, Rechtsanwalt, med. Fußpflege und Naturkosmetik, Naturheilpraxis

Gastronomie: Eisbar, Imbiss

Sonstiges: Volkssolidarität mit betreutem Wohnen und Sozialstation, Christliche Gemeinde Planitz, Handwerkskammer, Grafik- und Werbestudio, Büro für Maurer- und Betonarbeiten

Das Neben- und Stadtteilzentrum „Planitzer Markt“ befindet sich im Stadtteil Oberplanitz, im Süden des Zwickauer Stadtgebietes. Siedlungsstrukturell wird dieser Bereich überwiegend durch eine kleinteilige Bebauung geprägt.

Die Zufahrt zum Neben- und Stadtteilzentrum erfolgt hauptsächlich über die Äußere Zwi-

ckauer Straße. Parkmöglichkeiten gibt es auf dem Planitzer Markt sowie auf dem Gelände eines in der Fichtestraße angesiedelten Lebensmitteldiscounters. Eine Haltestelle direkt am Planitzer Markt wird von drei städtischen Buslinien angefahren, so dass eine gute ÖPNV-Anbindung besteht. Aus den umliegenden Wohngebieten ist die fußläufige Erreichbarkeit problemlos gegeben.

Das Nahumfeld des Neben- und Stadtteilzentrums wird durch eine offene Wohnbebauung geprägt. Ein Sportplatz und ein Freibad befinden sich nordwestlich. Im Norden liegt die Park- und Friedhofsanlage des Schlossensembles Planitz.

Das Neben- und Stadtteilzentrum erstreckt sich entlang der Äußeren Zwickauer Straße. Den Mittelpunkt bildet der Marktplatz, welcher sowohl als Wochenmarkt als auch als Parkplatz genutzt wird. Größter Betrieb des Zentrums ist Diska mit einem Fleischer und Bäcker als Konzessionär. Aus einer Vielzahl kleinfächiger Betriebe sind Schlecker, die Oberplanitzer Apotheke, Blumen Fiedler und das Schuheck hervorzuheben.

Der Einzelhandelsbesatz des Neben- und Stadtteilzentrums deckt überwiegend den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich ab. Einzelne Ladeneinheiten führen auch Waren aus dem langfristigen Bedarfssektor. Unter Einbeziehung der vorhandenen Dienstleistungen besteht ein gutes nahversorgungsorientiertes Angebot.

Empfehlungen zur Aufwertung des Neben- und Stadtteilzentrums

- Inwertsetzung des brachliegenden Grundstücks Äußere Zwickauer Straße 42

Einzelhandelskonzept Zwickau

- Sanierung der Gebäude in der Äußenen
Zwickauer Straße 42, Jacob-Leupold-
Straße 1
- Ausbau des gastronomischen Angebotes



Zentrenpass 6: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum (Teilfunktionen) „Neumarkt“



Das Neben- und Stadtteilzentrum „Neumarkt“ befindet sich im Stadtteil Mitte-Nord, nur durch den Dr.-Friedrichs-Ring von der Zwickauer Innenstadt getrennt. Siedlungsstrukturell wird dieser Bereich durch eine Blockrandbebauung geprägt.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt in Nord-Süd-Richtung hauptsächlich über die Leipziger Straße. In Ost-West-Richtung ist das Neben- und Stadtteilzentrum über die Moritz- und Bösestraße anzufahren. Die Anbindung an den ÖPNV ist durch Straßenbahn- und Buslinien, welche entlang der Bösestraße und der Leipziger Straße verlaufen, sehr gut. Die Haltestelle Neumarkt fungiert als zentraler ÖPNV-Knotenpunkt.

Der Neumarkt bietet eine große Anzahl an Parkplätzen. Fußgänger aus den umliegenden Wohngebieten erreichen das Neben- und Stadtteilzentrum problemlos.

VK-Ausstattung nach Warengruppen in m ²	
Nahrungs- und Genussmittel	85
Gesundheit, Körperpflege	330
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	20
Bekleidung, Schuhe, Sport	900
Elektrowaren	140
Hausrat, Einrichtung, Möbel	200
Sonst. Einzelhandel	160
Einzelhandel insgesamt	1.835

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Immobilienbüro (6x), Nagelstudio (4x), Versicherungsbüro (10x), Ernährungsberatung, Messdienstleistungen, Zahnarzt (4x), Sonnenstudio (2x), Frisör (7x), Augenarzt, Änderungsschneiderei, Rechtsanwalt (2x), Notar, Internetcafé, med. Sportstudio, Physiotherapie, Hautarzt, Psychotherapie (3x), FA f. Innere Medizin (3x), Vermögensverwaltung, Nachhilfe, Kosmetikstudio, Reisebüro, Fußpflegepraxis (2x), EDV-Dienstleistungen, Hausmeisterservice, Postbank, DVD-Verleih, Logopäde, Neurologe, Allgemeinmediziner, Steuerberater, Ergotherapeut

Gastronomie: Restaurant (3x), Kneipe / Bistro (3x), Imbiss (2x)

Sonstiges: Wettbüro, Verband für Arbeitsstudien und Betriebsorganisation, Bauunternehmen, Kleintransporte, Lohnsteuerhilfeverein, Berufsschule, Endokrinologie- und Diabeteszentrum, Bauträger- und Wohnbaugesellschaft, Beratungszentrum Massivhaus, Diakonie, Mieterverein, Baubetreuung und Finanzierung, Immobilienbewertung, Werbebüro, Zeitarbeitsfirmen (2x), Sozialverband, Druckerei

Im südlichen Nahumfeld des Zentrums befindet sich die Zwickauer Innenstadt. Im Nordwesten schließt sich der Platz der Völkerfreundschaft an. In westlicher Richtung, zur Mulde hin, liegen das Johannisbad, ein Seniorenwohnheim am Schlobigpark sowie das ambulante Reha-Zentrum Zwickau.

Das Neben- und Stadtteilzentrum ist um den Neumarkt herum positioniert. Einen Magnetbetrieb, z.B. in Form eines Lebensmittelmarktes, gibt es nicht. Der größte Anbieter ist deswegen ein Schlecker. Die Einzelhandelsstruktur ist insgesamt geprägt durch kleinflächige Geschäfte, deren Angebot durch verschiedene Dienstleister und gastronomische Einrichtungen abgerundet wird. Diese Nutzungen befinden sich zumeist im EG von Gebäuden aus der Gründerzeit, welche größtenteils einen guten Sanierungsstand aufweisen. Entlang der Leipziger Straße gibt es jedoch auch immer wieder Leerstände.

Der Einzelhandelsbesatz im Neben- und Stadtteilzentrum deckt partiell sowohl den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich als auch den langfristigen Bedarf ab. Unter Einbeziehung der Komplementärnutzungen besteht ein breites nahversorgungsrelevantes Angebot, dem allerdings ein größerer Lebensmittelmarkt als Kundenmagnet fehlt.

Empfehlungen zur Aufwertung des Neben- und Stadtteilzentrums

- Aufwertung des bestehenden Frischemarktes
- Renovierung der Marktstände auf dem Marktplatz
- Sanierung der brach gefallenen Gebäude in der Leipziger Straße 6, 8, 10
- Revitalisierung der Leerstände in der Leipziger Straße 11, 15, 30



Zentrenpass 7: Zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum „Crimmitschauer Straße / Jahnstraße“



Erreichbarkeit ist für die Bewohner der Wohnquartiere in nördlicher und östlicher Richtung problemlos gewährleistet.

Im Nahumfeld des Grund- und Nahversorgungszentrums befindet sich in Richtung Süden ein Gewerbegebiet. Der Norden und Osten ist durch weitläufige Wohngebiete mit Ein- oder Zweifamilienhäusern geprägt.

VK-Ausstattung nach Warengruppen in m²	
Nahrungs- und Genussmittel	650
Gesundheit, Körperpflege	---
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	20
Bücher, PBS, Spielwaren	70
Bekleidung, Schuhe, Sport	70
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonst. Einzelhandel	---
Einzelhandel insgesamt	810

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Frisör, Postfiliale, Vermögensberatung, Reisebüro, Änderungsschniederei, Reinigung

Das Grund- und Nahversorgungszentrum „Crimmitschauer Straße / Jahnstraße“ befindet sich im Stadtteil Weißenborn, im Nordwesten des Zwickauer Stadtgebiets. Siedlungsstrukturrell wird dieser Bereich durch eine lockere Wohnbebauung in Stadtrandlage geprägt.

Die verkehrliche Anbindung des Grund- und Nahversorgungszentrums erfolgt aus Nord-Süd-Richtung über die Crimmitschauer Straße, aus Richtung Osten hauptsächlich über die Jahnstraße. Parkmöglichkeiten sind im Hinterhof der Immobilie Crimmitschauer Straße 90 vorhanden. Sowohl Stadt- als auch Regionalbusse fahren den Haltepunkt Ludwig-Richter-Straße an, welcher direkt vor dem Grund- und Nahversorgungszentrum liegt. Die fußläufige

Das Grund- und Nahversorgungszentrum ist zum größten Teil in einer neuwertigen Immobilie untergebracht, in der ein Penny Markt und mehrere kleinflächige Geschäfte das Angebot prägen. Im OG des Gebäudes befinden sich Wohnungen. Im Eckhaus Crimmitschauer Straße / Jahnstraße sind ein Blumenladen und ein Frisör etabliert.

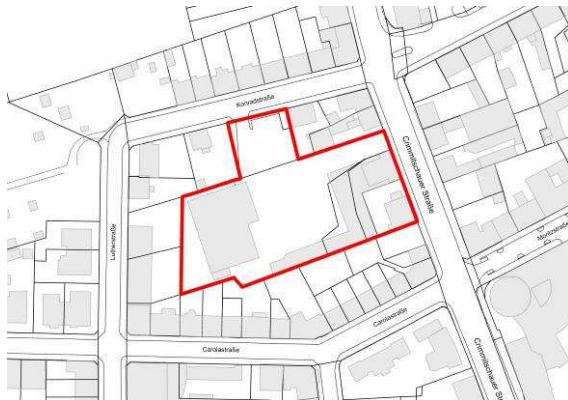
Der Einzelhandelsbesatz deckt partiell den kurzfristigen und in Teilen auch den mittelfristigen Bedarfsbereich ab. Unter Einbeziehung der vorhandenen Komplementärnutzungen existiert ein angemessenes nahversorgungsspezifisches Angebot.

Empfehlungen zur Aufwertung des Grund- und Nahversorgungszentrums

- Ausbau des Komplementärangebotes, z.B. EC-Automat, medizinische Dienstleistungen



Zentrenpass 8: Zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum „Konradstraße“



VK-Ausstattung nach Warengruppen in m ²	
Nahrungs- und Genussmittel	810
Gesundheit, Körperpflege	---
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	---
Bücher, PBS, Spielwaren	---
Bekleidung, Schuhe, Sport	90
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---
Sonst. Einzelhandel	850
Einzelhandel insgesamt	1.750

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Frisör, Änderungsschneiderei, Kosmetikstudio, Schlüsseldienst, Autovermietung, Versicherungsbüro

Gastronomie: Imbiss

Das Grund- und Nahversorgungszentrum „Konradstraße“ befindet sich im Stadtteil Mitte-Nord, nordwestlich der Zwickauer Innenstadt. Siedlungsstrukturell wird dieser Bereich durch grün-derzeitliche Blockrandbebauung geprägt.

Die verkehrliche Anbindung des Grund- und Nahversorgungszentrums erfolgt hauptsächlich über die Crimmitschauer Straße und die Konradstraße. Parkmöglichkeiten befinden sich im Innenhof der Liegenschaft. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV besteht hingegen nicht. Die nächstgelegenen Haltestellen sind am Georgenplatz bzw. der Zentralhaltestelle in ca. 100 – 200 m Entfernung eingerichtet. Eine fuß-

läufige Erreichbarkeit aus den angrenzenden Wohnblöcken ist gegeben. An der viel befahrenen Crimmitschauer Straße besteht eine ampelgeregelte Querungsmöglichkeit

Das Nahumfeld des Grund- und Nahversorgungszentrums wird durch eine heterogene Nutzungs- mischung geprägt. Im Westen und Osten schließen sich vorwiegend Wohn- und Kleingartenanlagen an. Im Norden befindet sich ein Sportgelände sowie der Platz der Völkerfreundschaft. Im Süden grenzt das Robert-Schumann-Konservatorium, die Hauptgeschäftsstelle der Sparkasse sowie ein brachgefallenes Industriegebäude an.

Als Magnetbetrieb fungiert im Grund- und Nahversorgungszentrum ein Netto Lebensmitteldiscounter, dessen Angebot durch einen Bäcker, eine Modeboutique sowie einen Sonderposten- markt abgerundet wird. Diese Betriebe sind jeweils in eingeschossigen Immobilien untergebracht. In einem weiteren Gebäude, das direkt an die Crimmitschauer Straße grenzt, befinden sich mehrere Dienstleister.

Die Einzelhandelsbetriebe im Zentrum decken partiell den kurzfristigen und ausschnittsweise den mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich ab.

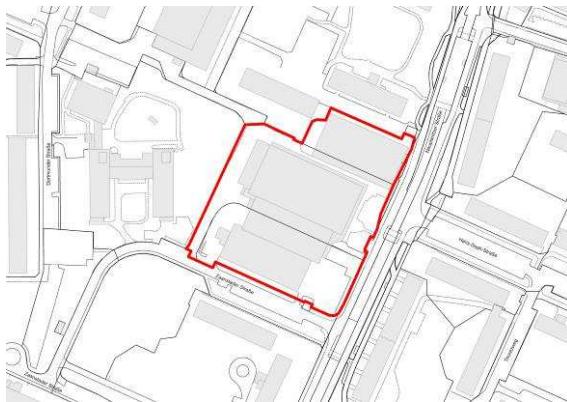
Empfehlungen zur Aufwertung des Grund- und Nahversorgungszentrums

- Ausbau des Komplementärangebotes
- Angebotsergänzung im Einzelhandelsbe- reich (z. B. Blumen, Schreibwaren / Zeitschriften, Drogeriewaren)

Einzelhandelskonzept Zwickau



Zentrenpass 9: Zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum „Planitz-Center (Freundschaft)“



Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist als unproblematisch einzustufen.

Das Nahumfeld des Zentrums wird überwiegend durch mehrgeschossige Wohngebäude in Plattenbauweise geprägt. In der näheren Umgebung sind eine Berufsschule und eine Förderschule ansässig.

Das Grund- und Nahversorgungszentrum ist in einem Gebäudekomplex an der Neuplanitzer Straße untergebracht. Als Magnetbetrieb fungiert ein Netto Lebensmitteldiscounter. Neben fünf größeren Geschäftsleerständen im OG sind u. a. Schlecker, Tedi und Kik ansässig. Darüber hinaus sind weitere kleinteilige Läden und Dienstleistungsbetriebe etabliert.

Der Einzelhandel im Grund- und Nahversorgungszentrum deckt hauptsächlich den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich ab. Unter Einbeziehung der Komplementärnutzungen besteht ein gutes nahversorgungsrelevantes Angebot.

VK-Ausstattung nach Warengruppen in m²	
Nahrungs- und Genussmittel	1.840
Gesundheit, Körperpflege	270
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	50
Bücher, PBS, Spielwaren	45
Bekleidung, Schuhe, Sport	830
Elektrowaren	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	590
Sonst. Einzelhandel	---
Einzelhandel insgesamt	3.625

Komplementärnutzungen

Dienstleistungen: Reisebüro, Textilreinigung, Versicherung, Fahrschule, Hausgerätereparatur, Citypost Filiale

Gastronomie: Restaurant, Imbiss

Sonstiges: Begegnungsstätte Neuplanitz e.V., Spielothek

Das Grund- und Nahversorgungszentrum „Planitz-Center“ befindet sich im Stadtteil Neuplanitz, im Südwesten des Zwickauer Stadtgebiets. Siedlungsstrukturell wird dieser Bereich durch Geschosswohnungsbau geprägt.

Die verkehrliche Anbindung des Zentrums erfolgt über die Neuplanitzer Straße, die Pestalozzistraße sowie die Hans-Soph-Straße. Die Immobilie verfügt über ein eigenes Parkhaus sowie Parkplätze im Außenbereich. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV besteht durch eine Stadtbus- und Straßenbahlinie. Die fußläufige

Empfehlungen zur Aufwertung des Grund- und Nahversorgungszentrums

- Revitalisierung der Ladenleerstände in der Immobilie
- Optimierung der Außenwerbung des Zentrums (Fahnen und Werbetafel)



Zur **Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes** (vgl. Karte 4) empfiehlt die GMA der Stadtverwaltung Zwickau ein mehrstufiges Verfahren:

1. Beschluss der räumlich und inhaltlich definierten zentralen Versorgungsbeziehe „Innenstadt“, sowie folgender Neben- und Stadtteilzentren bzw. Grund- und Nahversorgungszentren:
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Pölbitz“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Eckersbach-Kosmoscenter“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Marienthal (Fritzscheplatz)“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Neuplanitz – Baikalcenter“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Planitzer Markt“
 - Neben- und Stadtteilzentrum (Teilfunktionen) „Neumarkt“
 - Grund- und Nahversorgungszentrum „Crimmitschauer Straße / Jahnstraße“
 - Grund- und Nahversorgungszentrum „Konradstraße“
 - Grund- und Nahversorgungszentrum „Planitz-Center“.

Die genannten zentralen Versorgungsbereiche sollten als städtebaulich schutzwürdige Bereiche bis 2015 beschlossen und bauplanungsrechtlich abgesichert werden.

Im Zusammenhang mit der bauplanungsrechtlichen Absicherung der zentralen Versorgungsbereiche ...

- sind Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels an nicht integrierten Standorten restriktiv zu genehmigen
- ist der § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch konsequent anzuwenden
- ist der § 9 Abs. 2a BauGB bei Bedarf anzuwenden
- sind Beschränkungsmöglichkeiten in Bebauungsplänen gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO bzgl. des Ausschlusses von Einzelhandel anzuwenden.

2. Beschluss der in Tabelle 16 dargestellten „Zwickauer Liste“ zentrenrelevanter Sortimente. Dabei handelt es sich um Warengruppen, die innerhalb des Stadtgebietes bis 2015 ausschließlich in den definierten zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt oder erweitert werden sollten.

Tabelle 16: „Zwickauer Liste“ zentrenrelevanter Sortimente

▪ Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke, Reformwaren, Tabak
▪ Drogeriewaren, Parfümeriewaren, Kosmetika, Apothekerwaren, Sanitätswaren
▪ Schnittblumen / Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
▪ Papier- und Schreibwaren, Büroartikel
▪ Zeitschriften, Bücher, Toto / Lotto
▪ Spielwaren, Bastelartikel
▪ Oberbekleidung, Wäsche, Wolle, Kurzwaren, Stoffe, sonstige Textilien
▪ Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Orthopädiewaren und Accessoires
▪ Sportbekleidung und -schuhe, Sportartikel
▪ Kinder- und Babyartikel
▪ Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte (Vollsortiment), Geräte der Telekommunikation
▪ Computer
▪ Musikalien und Musikinstrumente, Ton- und Bildträger, Unterhaltungssoftware
▪ Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör
▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Antiquitäten / Kunst
▪ Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren
▪ optische Waren, Hörgeräte
▪ Uhren, Schmuck

Quelle: GMA-Erhebungen des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen Zwickaus 2010

Im Zusammenhang mit der „Zwickauer Liste“ ist die Problematik von Randsortimenten bei Ansiedlung oder Erweiterung sog. „Mehrbranchenunternehmen“ anzusprechen. Um einen geordneten Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten zu gewährleisten, sollten diese, z. B. in Möbelmärkten oder Bau- und Gartenmärkten, als Einzelsortimente eine Verkaufsfläche von max. 200 m² nicht überschreiten. Darüber hinaus sollte die Summe der zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten.

3. Publikation der Beschlusslage zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept und aktive Information der Immobilien- und Grundbesitzer, Gewerbetreibenden,

Investoren und Projektentwickler, um Investitionssicherheit bei diesen Zielgruppen herzustellen.

4. Konsequente bauplanungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

VI Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

Die Untersuchungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Zwickau kommen zu folgenden Ergebnissen:

- Im Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Zwickau leben gegenwärtig ca. 390.570 Personen, davon 24 % im Stadtgebiet Zwickau (Zone I) und 76 % im überörtlichen Einzugsgebiet (Zone II).
- Das Kaufkraftvolumen für alle Einzelhandelsbranchen belief sich im Einzugsgebiet 2009 auf ca. 1.791,3 Mio. €. Davon entfielen ca. 608,5 Mio. € auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 1.182,8 Mio. € auf Nichtlebensmittel. In Zwickau selbst beträgt das Kaufkraftvolumen ca. 439,1 Mio. €. In die Kaufkraftberechnungen flossen die mit Bezug auf den Bundesdurchschnitt relativ niedrigen Kaufkraftkennziffern des Untersuchungsraumes mit ein. So verfügt Zwickau im Bundesvergleich nur über einen Kaufkraftindex von 88,4 (Bundesdurchschnitt 100,0). In der Zone II des Einzugsgebietes liegt die Spannweite der Kaufkraftkennziffern zwischen 82,2 und 92,8.

Für das Jahr 2015 ist innerhalb des Einzugsgebietes ein Kaufkraftvolumen von ca. 1.719,9 Mio. € zu erwarten. Dieser Wert entspricht gegenüber dem Jahr 2009 einem Rückgang von ca. 4 % und steht v. a. im Zusammenhang mit einem Einwohnerverlust im Einzugsgebiet.

- Der Einzelhandelsbestand in Zwickau umfasst 932 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 275.725 m². 287 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 65.675 m² können dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zugeordnet werden. Auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen 645 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 210.050 m² VK. Die rechnerische Durchschnittsgröße der Betriebe liegt bei 296 m² VK und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt (240 m² VK je Betrieb).

In der Zwickauer Innenstadt befinden sich zwar 28 % aller Betriebe, sie repräsentieren jedoch nur ca. 17 % der Gesamtverkaufsfläche. Die überragende Bedeutung als Handelsstandorte besitzen in Zwickau autokundenorientierte Versorgungslä-

gen. Obwohl sich hier nur 17 % der Betriebe befinden, entfallen rd. 59 % der Verkaufsflächen auf diese Standortkategorie (absolut ca. 163.595 m² VK).

- Im Geschäftsjahr 2009 erzielte der Zwickauer Einzelhandel eine Umsatzleistung von ca. 602,1 Mio. €. Dieser Wert entsprach im Stadtgebiet einer Kaufkraftbindung von ca. 82 %. Unter der Prämisse, dass die im Jahr 2009 in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes erreichten Marktanteile stabil gehalten werden können, wird die Umsatzleistung des Zwickauer Einzelhandels im Jahr 2015 nur noch ca. 576,9 Mio. € betragen. Dieser Wert entspricht im Vergleich mit 2009 einem nominalen Rückgang um ca. 4 %.
- Bis zum Jahr 2015 wurde in Zwickau nur ein geringer rechnerischer Verkaufsflächenzusatzbedarf in den Bereichen „Gesundheit / Körperpflege“, „Blumen / Pflanzen / zoolog. Bedarf“ sowie „Elektrowaren“ ermittelt. In allen anderen Warengruppen ist hingegen ein Verkaufsflächenüberbesatz erkennbar, der wohl zu Abschmelzungen im Geschäftsbesitz führen wird. Daher sollte die Stadt zukünftig eine aktive Standortsteuerung verfolgen. Dabei ist es notwendig, den anstehenden Konzentrationsprozess zu begleiten, z. B. durch aktive Unterstützung von Betriebsverlagerungen aus Streu- und Nebenlagen in die Innenstadt oder Neben- und Stadtteilzentren sowie Grund- und Nahversorgungszentren.
- Vor dem Hintergrund der Bestands- und Kaufkraftanalysen wurden in Zwickau 10 zentrale Versorgungsbereiche identifiziert:
 - „Innenstadt“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Pöhlbitz“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Eckersbach – Kosmos-Center“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Marienthal (Fritscheplatz)“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Neuplanitz – Baikalcenter“
 - Neben- und Stadtteilzentrum „Planitzer Markt“
 - Neben- und Stadtteilzentrum (Teilfunktionen) „Neumarkt“
 - Grund- und Nahversorgungszentrum „Crimmitschauer Straße / Jahnstraße“
 - Grund- und Nahversorgungszentrum „Konradstraße“
 - Grund- und Nahversorgungszentrum „Planitz-Center (Freundschaft)“

Darüber hinaus wurde auf Basis einer Auswertung des Einzelhandelsbestandes in den vorstehend genannten zentralen Versorgungsbereichen eine auf die spezifische Situation in Zwickau abgestimmte Liste mit „zentrenrelevanten Sortimenten“ erstellt. Die Ansiedlung und Erweiterung von Betrieben mit den darin aufgeführten Sortimenten sollte zukünftig nur innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden.

- Die GMA empfiehlt der Stadt Zwickau den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (zentrale Versorgungsbereiche / „Zwickauer Liste“ zentrenrelevanter Sortimente) als Grundlage für die Standortentwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet bis 2015 und dessen konsequente bauplanungsrechtliche Umsetzung.

Als wesentliche Erkenntnisse und Empfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in Zwickau sind abschließend hervorzuheben:

- Es gibt bis 2015 in Zwickau nur einen geringen Verkaufsflächenzuzatzbedarf. Investitionen des Einzelhandels sollten deshalb ausschließlich in den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen gestattet werden¹. Im Mittelpunkt muss hierbei die Innenstadt stehen, in welcher vor allem eine Revitalisierung des Schocken-Areals notwendig ist, weil es eine zentrale Verbindungsfunction zwischen den Hauptgeschäftslagen erfüllen würde.
- Nicht wünschenswerte Standortentwicklungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollten durch eine konsequente Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes und stringente Anwendung des Bauplanungsrechtes vermieden werden.

¹ Ausnahme: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Waren.

Karten-, Tabellen- und Übersichtsverzeichnis

	Seite	
Kartenverzeichnis		
Karte 1:	Zentralörtliche Gliederung des Untersuchungsraumes	4
Karte 2:	Wichtige Einkaufslagen der Stadt Zwickau	10
Karte 3:	Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels	15
Karte 4:	Zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Zwickau	64
Karte 5:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“	66

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten* in Zwickau 1999 – 2009	5
Tabelle 2:	Arbeitslosenquote der Stadt Zwickau 2000 – 2009	6
Tabelle 3:	Einwohnerentwicklung in Zwickau	7
Tabelle 4:	Einwohner im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels	14
Tabelle 5:	Kaufkraft im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels	19
Tabelle 6:	Einwohner im Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels 2015	21
Tabelle 7:	Kaufkraftprognose für das Einzugsgebiet des Zwickauer Einzelhandels bis zum Jahr 2015	22
Tabelle 8:	Betriebe und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Zwickau	24
Tabelle 9:	Betriebe und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Zwickau nach Standortlagen	27
Tabelle 10:	Ausstattungskennziffern des Zwickauer Einzelhandels im kommunalen Vergleich	29
Tabelle 11:	Umsatzleistungen des Zwickauer Einzelhandels 2009	34
Tabelle 12:	Umsatzprognose für den Zwickauer Einzelhandel im Jahr 2015	36
Tabelle 13:	Verkaufsflächenzusatzbedarf in Zwickau bis 2015	37
Tabelle 14:	Kriterien der Identifikation und Klassifikation zentraler Versorgungsbereiche in Zwickau	62
Tabelle 15:	Maßnahmenkatalog zur Aufwertung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ in Zwickau	70
Tabelle 16:	„Zwickauer Liste“ zentrenrelevanter Sortimente	90

Zentrenpässe

Zentrenpass 1: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Pöhlitz“	73
Zentrenpass 2: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Eckersbach-Kosmoscenter“	75
Zentrenpass 3: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Marienthal (Fritzscheplatz)“	77
Zentrenpass 4: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Neuplanitz-Baikalcenter“	79
Zentrenpass 5: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum „Planitzer Markt“	81
Zentrenpass 6: Zentraler Versorgungsbereich Neben- und Stadtteilzentrum (Teilfunktionen) „Neumarkt“	83
Zentrenpass 7: Zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum „Crimmitschauer Straße / Jahnstraße“	85
Zentrenpass 8: Zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum „Konradstraße“	86
Zentrenpass 9: Zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum „Planitz-Center (Freundschaft)“	88