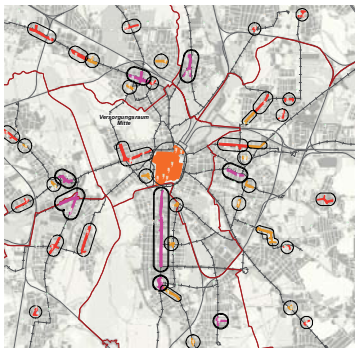
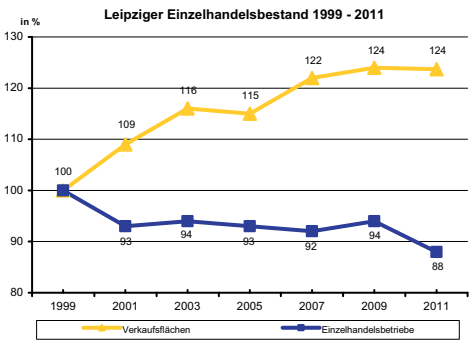
Stadt Leipzig
Dezernat Stadtentwicklung
und Bau

Kleinräumiges Monitoring
der Stadtentwicklung

Monitoringbericht Einzelhandel





2011

Impressum

Herausgeber:
Stadt Leipzig
Der Oberbürgermeister
Dezernat Stadtentwicklung und Bau
Stadtplanungsamt, Stadtentwicklungsplanung

in Kooperation mit
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung GmbH, Büro Dresden

Redaktion:
Stefan Heinig, Stefanie Komm, Irena Krause
Fotonachweis:
Archiv Stadtplanungsamt

Gestaltung:
Julia Reichstein/Verena Ebert

Druck:
Stadt Leipzig, Hauptamt

Redaktionsschluss: Juni 2011

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 2
Kurzfassung 3
1 Gesamtstädtische Entwicklungstendenzen 7
1.1 Datenerhebung/Monitoring 7
1.2 Einzelhandel und Zentrenentwicklung 8
1.2.1 Merkmale des Einzelhandels und Entwicklungen seit 1999 8
1.2.2 Einzelhandelsentwicklung in den Zentren 12
1.3 Lebensmittel-Einzelhandel 15
1.4 Kaufkraft, Einzelhandelsumsatz und Zentralität 20
2 Leipziger City 22
3 Umsetzung 26
4 Entwicklungstendenzen in den Versorgungsräumen 29
4.1 Versorgungsraum Mitte 31
4.2 Versorgungsraum Ost 33
4.3 Versorgungsraum Süd 35
4.4 Versorgungsraum Südwest 37
4.5 Versorgungsraum West 39
4.6 Versorgungsraum Alt-West 41
4.7 Versorgungsraum Nordwest 43
4.8 Versorgungsraum Nord 45
Karten-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 47

Abkürzungsverzeichnis

STEP	Stadtentwicklungsplan
VK	Verkaufsfläche
GMA	Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Dresden
LEH	Lebensmittel-Einzelhandel
SEKo	Integriertes Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020
VR	Versorgungsraum

Einleitung

Der Stadtentwicklungsplan (STEP) Zentren, der in seiner Grundform seit 1999 besteht, stellt mit dem Zentrenplan, den allgemeinen Zielen sowie den Grundsätzen für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben das räumlich-funktionale Ordnungskonzept der Stadt Leipzig zur Erhaltung und Entwicklung ihrer zentralen Versorgungsbereiche dar. Er wurde mit Beschluss des Stadtrates vom 18.03.2009 (RB IV-1544/09) fortgeschrieben.

Folgende **stadtweit geltende Ziele** werden durch den STEP Zentren unterstützt:

- Stärkung der oberzentralen Funktion Leipzigs und Weiterentwicklung der City,
- Stabilisierung der zentralen Versorgungsbereiche und Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung,
- Realisierung von Planungs- und Investitionssicherheit durch verbindlichen Orientierungsrahmen.

Im Wesentlichen beinhaltet die Fortschreibung neben der Aktualisierung eine stärkere Differenzierung des Leipziger Zentrengefüges. Da eine Versorgung mit Waren und Dienstleistungen immer auf ein ausreichendes Kundenpotenzial angewiesen ist, hat es sich bewährt, die Versorgung durch ein hie-rarchisch gegliedertes Zentrensystem zu organisieren. Entsprechend der jeweiligen Stufe nehmen Umfang und Vielfalt der Angebotsstrukturen und Funktionen und damit der jeweilige Einzugsbereich der Kundschaft zu. Auch innerhalb der einzelnen Versorgungsstufen variiert der Ausstattungsgrad der Zentren je nach zentraler Lage, Einwohnerzahl und dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial. Der 2009 fortgeschriebene STEP Zentren enthält die Abgrenzungen zu insgesamt 65 Zentren (zentrale Versorgungsbereiche), die in fünf Zentralitätsstufen unterteilt sind:

- A-Zentrum (City, inklusive Hauptbahnhof),
- 2 B-Zentren,
- 8 C-Zentren (Stadtteilzentren),
- 30 D-Zentren (Nahversorgungszentren),
- 24 Nahversorgungslagen.

Damit verfügt Leipzig, im Vergleich zu zahlreichen anderen Großstädten, über ein ausgesprochen dichtes und vielseitiges Zentrennetz.

Mit dem Beschluss zum STEP Zentren verfolgt die Stadt Leipzig das Ziel, die Zentren so weiter zu entwickeln, dass sie je nach ihrer Position in der Zentrenhierarchie, ein attraktives oder doch zumindest angemessenes Versorgungsangebot präsentieren können. Mit Blick auf das Ziel verlangt das auch, die Zentren vor unerwünschten städtebaulich funktionalen Entwicklungen zu schützen. Die Stadtplanung muss darum in die Prozesse des Einzelhandels räumlich steuernd eingreifen, wenn sie die Zentren gefährden oder schwächen. Die Einzelhandelsvorhaben sind hierzu gezielt sortimentsspezifisch, einheitlich und rechtssicher zu steuern.

Kurzfassung

Strukturen und Entwicklungen im Leipziger Einzelhandel

Vor dem Hintergrund der mit deutlicher Dynamik ablaufenden Veränderungen im Wirtschaftszweig Einzelhandel ist seit 1999 die Leipziger Einzelhandelsfläche um fast ein Viertel auf 802 000 m² angewachsen. Seit 2007 verlangsamte sich das Verkaufsflächenwachstum und blieb zwischen 2009 und 2011 in etwa auf stabilem Niveau, was als Marktsättigung interpretiert werden kann. Gleichzeitig sind die Geschäftszahlen – vorwiegend im kleinflächigen Bestand – weiter rückläufig. Das führte zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgröße des Leipziger Einzelhandelsbestandes auf derzeitig 215 m².

Insbesondere Einzelhandelsbetriebe ab einer Größe von ca. 500 m² haben seit 1999 überdurchschnittlich zugenommen. Das betrifft in besonderem Maße die Größenklasse zwischen 500 bis unter 800 m² und zeigt – dem bundesdeutschen Trend entsprechend – die Zunahme der Fachmärkte und Discounter.

Der Anteil des im STEP Zentren als typisch und wichtig für die Nahversorgung beschriebenen „Leipziger Ladens“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 150 m² war zwischen 2007 und 2009 relativ stabil, ist seit 2009 jedoch geprägt von deutlichen strukturbedingten Geschäftsabgängen bei kleinsten Ladengrößen. Ein im Bundesvergleich relativ hoher Anteil an Fachgeschäften und Boutiquen konnte in etwa gehalten werden.

Die Einzelhandelsausstattung je Einwohner in Leipzig liegt bei 1,58 m². Sie ist seit 1999 um 0,25 m² angewachsen. Seit 2007 hat sich das Pro-Kopf-Wachstum, auch angesichts steigender Einwohnerzahlen, abgeschwächt und basiert nur noch auf dem Wachstum im Food-Bereich.

Einzelhandel in den Leipziger Zentren

Mit 1 990 Betrieben und ca. 422 000 m² Verkaufsfläche befindet sich etwas mehr als die Hälfte des Leipziger Einzelhandelsbestandes in den Zentren. Die Flächenexpansion fand von 1999 bis 2007 vor allem in der City statt, seit 2007 sind stadträumliche Präferenzen bei den folgenden Tendenzen kaum noch festzustellen:

Die Leipziger City (**A-Zentrum**) dominiert mit ca. 170 000 m² Verkaufsfläche erwartungsgemäß das Leipziger Zentrengefüge. Die Verkaufsfläche ist seit 2007 stabil. Da Projekte mit weniger Handel zugunsten anderer Nutzungen präferiert wurden, nahm gleichzeitig die Nutzungsvielfalt zu.

Die seit 2007 leicht rückläufigen Handelsflächen bei stagnierender Anzahl der Geschäfte in den beiden **B-Zentren** Paunsdorf-Center (PC) und Stuttgarter Allee sind begründet durch laufende Umbaumaßnahmen im PC. Gemäß der erteilten Baugenehmigung sind mehr Kleinflächenkonzepte und Angebotsverschiebungen zugunsten der Gastronomie vorgesehen.

In den 8 Leipziger Stadtteilzentren (**C-Zentren**) ist die Handelsentwicklung seit 2007 nicht nur wegen der Ansiedlung von zwei SB-Warenhäusern positiv verlaufen, auch die Anzahl der kleineren Betriebe nahm insgesamt zu. Allerdings wurden in wenigen Stadtteilzentren seit 2009 auch Bestandsabgänge bzw. Leerstände ermittelt.

In den 30 Nahversorgungszentren der **Hierarchiestufe D** mit ihren relativ kleinteiligen Angebotsstrukturen hat sich der Einzelhandelsbesatz seit 2007 infolge von Neubauvorhaben, aber auch bestandsorientierten Investitionen insgesamt positiv entwickelt. Jedoch wurden bei einzelnen D-Zentren teils deutliche Rückgänge bei den Ladengeschäften und Verkaufsflächen seit 2009 festgestellt, die mit den erfassten Leerständen korrespondieren.

Die für die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung ebenfalls wichtigen 24 **Nahversorgungslagen** haben seit 2007 verhältnismäßig hohe Einbußen in ihrem Geschäftsbesatz hinnehmen müssen. Sie sind zum Teil in ihrer Grundversorgungsfunktion geschwächt worden.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Mehrzahl der zentralen Versorgungsbereiche ihre Versorgungsfunktion gut bzw. angemessen wahrnimmt. Seit 2009 wurde verstärkt bestandsorientiert in den reurbanisierten Stadtteilen investiert. Bereits angezeigte und laufende Planvorhaben weisen darauf hin, dass sich dies in den nächsten Jahren fortsetzen wird.

Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist von besonderer Bedeutung für die wohnortnahe Grundversorgung in Kommunen. Strukturprägend für die Nahversorgung sind die Lebensmittel-Märkte mit den drei Betriebstypen Supermarkt, Discounter und SB-Warenhaus, denen zusätzlich eine Leitfunktion als Kunden-Frequenzbringer für alle anderen Versorgungsstrukturen in den Zentren zukommt.

In Leipzig vollzog sich die Entwicklung des LEH seit 2007 uneinheitlich. Wurde bezogen auf die Verkaufsfläche im Leipziger LEH zwischen 2007 und 2009 noch ein Wachstumschub erzielt, sind seit 2009 ein stabiler Handelsflächensaldo und überdurchschnittlich hohe Betriebsabgänge zu verzeichnen.

Die Zahl der Supermärkte war relativ stabil, die Zahl der SB-Warenhäuser wuchs von 9 auf 11 an. Als Resultat der auch in Leipzig stattgefundenen „Discountisierung“ ist bis 2009 auch die Zahl der Discounter auf 107 angestiegen. Inzwischen fand die Standortnetzentwicklung der Discounter jedoch vor dem Hintergrund zunehmender Standortfluktuationen und -aufgaben statt, so dass die Zahl zum Zeitpunkt der Erhebung wieder auf 102 zurück ging und gleichzeitig die Zentrenpräsenz der Discounter gesteigert wurde.

Bezogen auf die Verkaufsfläche der Lebensmittel-Märkte sind zwei gegenläufige Tendenzen zu verzeichnen: Die durchschnittliche Verkaufsfläche der Discounter hat sich in den letzten Jahren deutlich auf heute ca. 700 m² erhöht. Die jüngste Generation der Supermärkte weist sogar Betriebsgrößen von ca. 1 500 m² VK auf. Gleichzeitig ist auch der kleine Lebensmittel-Markt bis ca. 500 m² in Leipzig marktwirksam vertreten und einzelne Betreiber beabsichtigen, diese Betriebsgröße in dicht besiedelten Lagen wieder vermehrt anzusiedeln.

Die Analyse der Entwicklungsprozesse im Lebensmitteleinzelhandel verdeutlicht, dass sich in Leipzig ähnliche Trends wie in anderen Großstädten der BRD abzeichnen.

Kaufkraft, Einzelhandelsumsatz und Zentralität

Leipzigs Bevölkerung wuchs zwischen 2000 und 2010 um ca. 6 %. Gleichzeitig errechnete die GMA einen Anstieg der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft um 10 %, was von einem leichten Anstieg der Pro-Kopf-Kaufkraft zeugt. Trotzdem lag 2010 das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Leipzig nur bei 86,9 (Referenzwert 100) und wird von der GMA im Vergleich mit anderen ostdeutschen Oberzentren als niedrig eingestuft.

Im Jahr 2010 erzielte der Leipziger Einzelhandel über alle Warengruppen hinweg eine Verkaufsflächenproduktivität von ca. 2 980 € je m² VK. Im Vergleich mit anderen ostdeutschen Oberzentren liegt der Wert hoch, im Ost-West-Vergleich ist er jedoch als unterdurchschnittlich einzustufen.

Der Einzelhandel in Leipzig konnte mit einer von der GMA berechneten Einzelhandelszentralität von 101,1 mehr Umsatz generieren als an Kaufkraftvolumen in der Stadt vorhanden ist. In anderen deutschen Oberzentren werden weit höhere Zentralitätskennziffern erreicht. Die vergleichsweise geringe Marktbedeutung Leipzigs bezieht sich auf niedrige Marktanteile im langfristigen Bedarfsbereich, die im Zusammenhang mit Kaufkraftabflüssen zu den Einkaufszentren und Möbelanbieter im Umland stehen.

Umsetzung

Zur Umsetzung der Ziele des STEP Zentren wird eine Doppelstrategie verfolgt, die sowohl die Sicherung als auch die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche umfasst. Um die zentralen Versorgungsbereiche vor Einzelhandelsvorhaben mit negativen Auswirkungen zu schützen, konzentriert sich das Stadtplanungsamt auf die Aufstellung von Bebauungsplänen auf Basis des § 9 (2a) Baugesetzbuch. Von 22 Bebauungslänen sind 14 zur Rechtskraft gelangt (Stand Mai 2011). Gleichzeitig wird im Rahmen der Förderung der konstruktive Dialog mit den lokalen Akteuren des Einzelhandels zur Standortsteuerung und -gestaltung gesucht, da die zahlreichen kleineren Maßnahmen und bestandsorientierten Entwicklungen in den Zentren einer engen planungs- und baurechtlichen Beratung der Bauherren bedürfen.

Einen wesentlichen Handlungsschwerpunkt beim Einsatz von städtebaulichen Fördermitteln bildete die Aufwertung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Förderung und Unterstützung von Kleinunternehmen und der lokalen Ökonomie. Neben den bisherigen räumlichen Schwerpunkten im Leipziger Osten, Leipziger Westen und Leipzig-Grünau wird seit Beginn 2011 das Maßnahmenkonzept zur Revitalisierung der Magistrale Georg-Schumann-Straße umgesetzt, mit Schwerpunkten in den zentralen Versorgungsbereichen in Gohlis-Süd, Möckern und Wahren.

Insgesamt hat die Umsetzung des STEP Zentren mit einer stringenten räumlichen Einzelhandelssteuerung eine positive Wirkung entfaltet. Die am Leipziger Standort tätigen Projektentwickler und Betreiber haben sich mittlerweile auf den STEP Zentren eingestellt und fokussieren zunehmend stärker auf integrierte Standorte.

1 Gesamtstädtische Entwicklungstendenzen

1.1 Datenerhebung/Monitoring

Angesichts der mit deutlicher Dynamik ablaufenden Veränderungen im Wirtschaftszweig Einzelhandel und einer kontinuierlichen Entwicklung der Leipziger Versorgungsstrukturen hat es sich bewährt, dass die Stadt Leipzig seit 1999 im Zweijahres-Rhythmus eine Begehung zur Totalerfassung des Leipziger Einzelhandels[1] durchführen lässt. Da neben dem Einzelhandelsbesatz auch Komplementärnutzungen wie Dienstleistungen, Gastronomie und Freizeit als konstituierendes Element für zentrale Versorgungsbereiche gelten, schließt die Erhebung auch sie mit ein. Damit liegt zum Einzelhandelsstandort Leipzig seit 1999 eine detaillierte und qualifizierte Datengrundlage in nahezu identischer Methodik[2] für das Monitoring vor, aktuell vom Januar 2011. Die Klassifizierung aller erfassten Einzelhandelsbetriebe erfolgt nach betriebs-, branchen- und raumbezogenen Merkmalen. Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Um ein realistisches Abbild der Situation im Einzelhandel zu bekommen, erfolgt bei Mehrbranchenunternehmen, wie Kaufhäusern oder Baumärkten, zusätzlich eine sortimentsgenaue Ermittlung der Verkaufsflächen im jeweiligen Betrieb. Die erfassten Merkmale wurden mit Hilfe eines geografischen Informationssystem ausgewertet, das permanent weiterentwickelt wird.

Erhebung Januar 2011

Der externe Gutachter zum STEP Zentren, die GMA – Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH in Dresden, ergänzte die Einzelhandelsdaten um die Analyse zur Kaufkraft-, Umsatzentwicklung und Zentralität. Um die Aussagen zur Leipziger Einzelhandelssituation und -entwicklung besser einschätzen zu können, wurden wesentliche Leipziger Ausstattungs- und Leistungskennziffern von der GMA beurteilt und denen anderer Oberzentren gegenübergestellt.

Darüber hinaus werden einzelnen thematischen Abschnitten wesentliche Entwicklungen und Trends im deutschen Einzelhandel vorangestellt.

Das Monitoring dient der Prozessbegleitung des STEP Zentren. Mit seiner Unterstützung

- kann die aktuelle Nachfrage- und Angebotssituation des Einzelhandels konkret beschrieben werden, um wichtige Rückschlüsse auf die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten des Leipziger Einzelhandels und seiner Zentren ziehen zu können,
- soll gewährleistet bleiben, dass der STEP Zentren seine Funktion als Grundlage für die stadtplanerische Bewertung von Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben auch voll zur Geltung bringen kann,
- kann dazu beigetragen werden, dass bei der bauleitplanerischen Umsetzung die Rechtssicherheit gewährleistet bleibt,
- sollen neue Handlungserfordernisse frühzeitig erkannt und stadtplanerische Reaktionen, sowohl im Bereich der Zentren als auch bei der Nahversorgungssicherung, eingeleitet werden können.

Ergebnisse für vielfältige kommunale Planungen verwendbar

Der Fokus liegt im Monitoringbericht 2011 auf der Evaluierung des Leipziger Zentrengefüges. Im Hinblick auf die Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung bildet die Analyse der Lebensmittelversorgung einen weiteren wichtigen Baustein des Berichtes.

1 Vgl. Definition der Verkaufsfläche Bundesverwaltungsgericht (BVerwG), Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005
Berücksichtigt wurden nicht nur der Einzelhandel i. e. S. (ohne Brennstoff- und Fahrzeughandel), sondern auch Tankstellenshops, das Ladenhandwerk sowie Apotheken und Hörgeräteakustiker.
2 Hierzu wurden die Erfassung von 1998/99 harmonisiert und zusätzlich die Daten im Ortsteil Burghausen-Rückmarsdorf erfasst.

1.2 Einzelhandel und Zentrenentwicklung

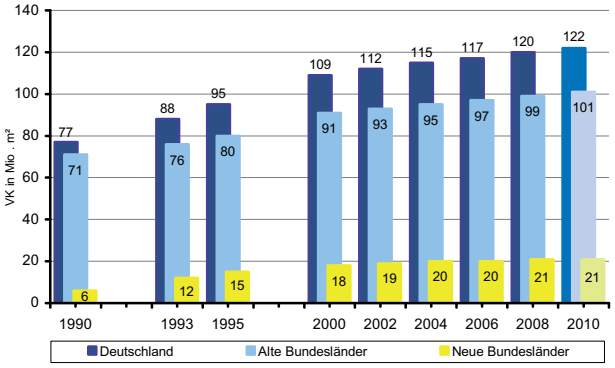
1.2.1 Merkmale des Einzelhandels und Entwicklungen seit 1999

Exkurs: bundesweite Entwicklungen

Marktbereinigung führt zunehmend zu Standortbereinigung

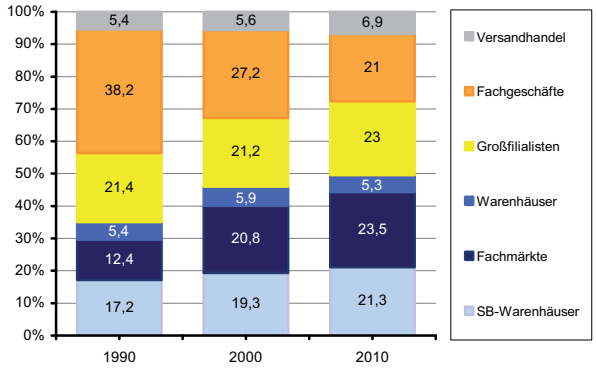
Nach einer ungehemmten, weitgehend unstrukturierten Aufbau- und Wachstumsphase der bundesdeutschen Handelsstrukturen in den 1990er Jahren mit Wachstumsraten um 300 % in den Neuen Bundesländern, stagnierte per Saldo die Entwicklung in den letzten Jahren bundesweit, insbesondere aber in den Neuen Bundesländern (vgl. Abb. 1). Der Einzelhandel reagiert mit permanenten Anpassungsstrategien auf das veränderte Kaufverhalten der Konsumenten und den anhaltende Konkurrenz- und Kostendruck im Wirtschaftszweig. Dies führte zu Marktbereinigungen, die zunehmend auch das Standortnetz einschließen und das Flächenwachstum beeinflussen. Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau- und Elektro-Fachmärkte sind Beispiele für eine expansive Ausweitung der Verkaufsfläche je Betrieb, die zur Konzentration von Unternehmen und den Rückgang der Marktteilnehmer durch sinkende Flächenleistungen führte. Auch veränderte Angebotsprofilierungen wie bei den Lebensmittel-Discountern, die sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Frischekompetenz, Convenience Produkte etc.) neue Marktanteile sichern, führen zu wachsenden Flächenanforderungen. Die Lebenszyklen der Betriebstypen verkürzen sich, immer schneller kommen innovative Betriebstypenkonzepte auf und setzen sich durch. So stoßen besonders Fachmärkte in immer neue Bereiche vor. Media-Markt und Saturn im Bereich Elektrowaren und Fressnapf im Bereich zoologischer Bedarf sind Beispiele dafür, dass der spezialisierte Facheinzelhandel unter Druck gerät. Für die Vertikalisierung der Vertriebsstrategie stehen Factory-Outlet-Center, für die sich bundesweit eine neue „Welle“ abzeichnet.

Abb. 1 Flächenentwicklung im Einzelhandel 1990 - 2010



Quellen: EuroHandelsinstitut, Handel Aktuell 2008/09, S.146,
Kruse, Junker und Kruse, Stadtforschung Planung, Dortmund, Bearbeitung Stadtplanungsamt Leipzig, 2011

Abb. 2: Betriebstypen im Einzelhandel der BRD



Quellen: Difu, Berechnungen und Schätzungen des Ifo Institutes, Bearbeitung Stadtplanungsamt Leipzig, 2011

Dem langjährigen Trend folgend, schreitet der Rückgang der Marktanteile traditioneller Fachgeschäfte und Warenhäuser (vgl. Abb. 2) weiter voran, soweit sie nicht in besonderem Maße auf die geänderten Anforderungen der Kunden eingehen können. Dagegen gewinnen Fachmärkte, SB-Warenhäuser, Großfilialisten und Versandhandel (online-Handel) zunehmend an Bedeutung. Die wirtschaftlichen Entwicklungen haben raumbezogene Auswirkungen und führen in den Kommunen zu hohen Fluktuationen im Einzelhandel mit häufigen Neu- und Umnutzungen. Insgesamt ist eine Tendenz zur Durchmischung der Betriebsformen und Aufhebung der Sortimentsabgrenzung zu erkennen. Die Nachfolge im Facheinzelhandel bleibt in den kommenden Jahren eine unternehmerische Problematik.

Kleiner Lebensmittelmarkt im Gegentrend?

Eher unerwartet tritt auch ein Gegentrend mit der Wiederbelebung von kleinen Lebensmittelmärkten oder Nachbarschaftsmärkten auf. So kann nach erheblichem Bedeutungsverlust in den letzten Jahren gegenwärtig – auch mit Blick auf den zunehmenden Anteil älterer Menschen – davon ausgegangen werden, dass er für die wohnortnahe Grundversorgung wieder stärker an Bedeutung gewinnt (Dezentralisierungsstrategie). Ob der kleine Lebensmittelmarkt ein „Nischenprodukt" bleibt und welchen Umsatzanteil er künftig haben könnte, gilt abzuwarten.

Leipziger Einzelhandel

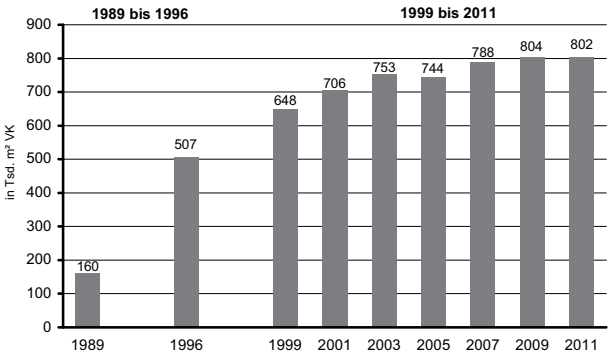
Bestandsinvestition statt Expansion

Zum Zeitpunkt der Erhebung verfügte die Stadt Leipzig über rund 3 700 Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände) mit einer Verkaufsfläche (VK) von fast 802 000 m² im Stadtgebiet. In Relation zur Erhebung von 1999 ist ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs um rund 124 %, d. h. um ca. 154 000 m² VK zu konstatieren. Während 2005 die Reduzierung der Handelsfläche die Folge von stadtumbaubedingten Fluktuationen in der Leipziger City war, traten seit 2007 vermehrt Flächensättigungstendenzen auf. Neuen Standorten standen Standortaufgaben gegenüber, auch Standort-Optimierungsstrategien gewannen an Bedeutung. Im Ergebnis verlangsamte sich das Flächenwachstum im Einzelhandel bzw. stagnierte, so dass seit der letzten Erhebung 2009 ein in etwa gleiches Niveau festzustellen ist.

trotz stagnierender Handelsflächen Trend zu wachsender Betriebsgröße

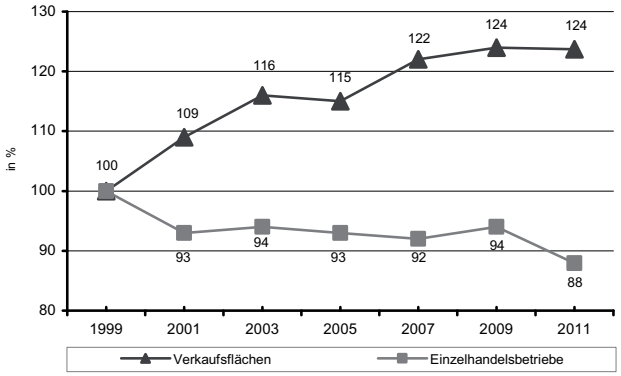
Trotz stagnativer Tendenzen bei den Handelsflächen ging die Anzahl der Betriebe weiter zurück, seit 1999 um insgesamt 12 % (rd. 500 Läden) und seit der letzten Erhebung 2009 um 4 % (vgl. Abb. 4). Diese sich stetig ausweitende Schere zwischen den Entwicklungen bei den Betriebszahlen und Verkaufsflächen gehen konform mit dem bundesweiten Trend, der zur Zunahme der durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Betriebseinheit führt. Im Resultat hat die Durchschnittsgröße der Leipziger Einzelhandelsbetriebe von ca. 150 m² im Jahr 1999 und ca. 200 m² 2007 nunmehr 215 m² Verkaufsfläche je Betrieb erreicht. Dieser Wert bedeutet eine Zunahme um 40 % seit 1999, vor allem aber einen Schub seit 2009 und gilt als ein Indikator für den anhaltendenden Trend zu größeren Verkaufsflächen.

Abb. 3: Leipziger Einzelhandel 1989 - 2011



1999 - Gebietsstand 01.01.2000
Datenquelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Abb. 4: Leipziger Einzelhandelsbestand 1999 - 2011



Datenquelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Größenklassen

Beim Blick auf die Größenklassen der Leipziger Einzelhandelsbetriebe (Abb. 5 und 6) wird deutlich, dass gesamtstädtisch einer geringen Anzahl großflächiger Betriebe, d. h. Betriebe ab 800 m² Verkaufsfläche, eine hohe Zahl an kleinflächigen Betrieben gegenüber steht.

Leipzigs Handels- und Stadtstruktur wird in besonderer Weise einerseits durch eine Mehrheit von kleinflächigen Ladengeschäften geprägt und ist andererseits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe bestimmt. Beide Angebotsstrukturen übernehmen wesentliche Versorgungsfunktionen, prägen das Stadtbild mit und haben Bedeutung im Rahmen der planungsrechtlichen Steuerung von Einzelhandelsvorhaben.

Leipziger Laden seit 1999 leicht im Rückgang

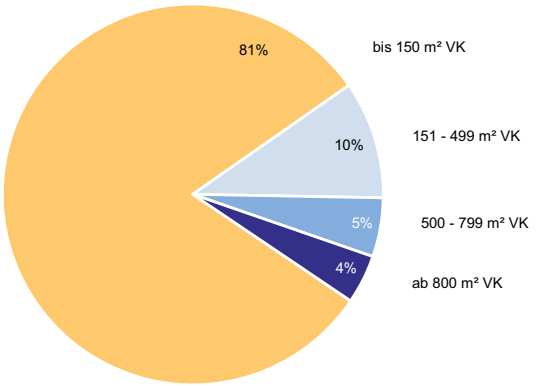
Im STEP Zentren wurde auf Basis der Bestandserhebung 2007 der „Leipziger Laden“ als typprägend für das Ortsbild Leipzigs und die örtliche Versorgungssituation mit einer Verkaufsflächenobergrenze von 150 m² bestimmt. Er dient der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich und ist als Anlagentyp im Rahmen der Steuerung mittels Bebauungsplänen als städtebaulich in die Wohngebiete integriert definiert. Die „Leipziger Läden“ prägen insgesamt mit aktuell 81 % neben den Lebensmittel-Märkten die wohnungsnahe Versorgung. Ihr Anteil hat eine leicht rückläufige Tendenz, er betrug 1999 noch 87 %. Bei jedem 2. Ladengeschäft in Leipzig ist die Verkaufsfläche nicht größer als ca. 50 m². Von Geschäftsrückgängen sind vor allem diese kleinflächigen Bestände betroffen, die mit Ausnahme weniger Branchen (hoch spezialisierte Betriebe) geringer nachgefragt sind oder nicht den Marktanforderungen entsprechen. Das deutet auch auf eine Zunahme der Mindestverkaufsflächengrößen hin. Die „Leipziger Läden“ über 100 m² VK verzeichnen dagegen ebenso Zuwächse wie alle anderen Größenklassen.

Die Zahl der großflächigen Einzelhandelsbetriebe (ab 800 m² VK), die auf Grund ihrer möglichen städtebaulichen Auswirkungen einer planungsrechtlichen Steuerung unterliegen, beträgt 154. Sie nehmen jedoch einen Anteil von über der Hälfte der Leipziger Handelsfläche (55 %) ein. Standortschwerpunkt der großflächigen Betriebe ist die Leipziger City (inkl. Hauptbahnhof). Im Vergleich zu 1999 hat die Handelsfläche der großflächigen Betriebe überdurchschnittlich zugenommen (um 30 %).

höchste Zuwachsraten bei Fachmärkten und Discountern mit 500 bis unter 800 m² VK

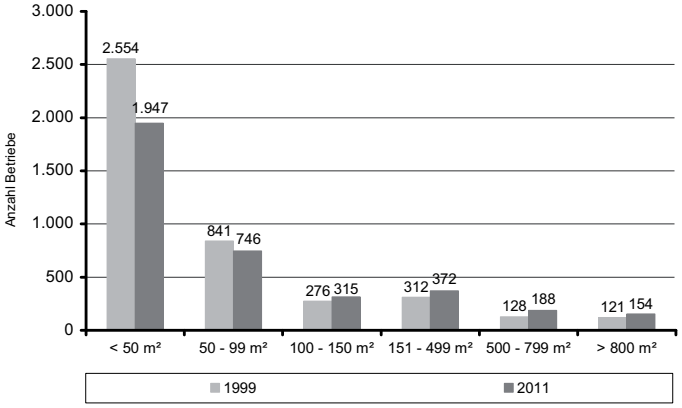
Die höchste Steigerung (fast + 60 %) betrifft jedoch die Größenklasse der Einzelhandelsbetriebe von 500 bis unter 800 m² VK. Hier spiegelt sich betriebstypenbezogen – dem bundesweiten Trend entsprechend – die Zunahme der Fachmärkte und Discounter wider und darüber hinaus, dass eine Vielzahl von Baugenehmigungen für Ansiedlungsvorhaben die Grenze zur Großflächigkeit nur knapp unterschreiten.

Abb. 5: Anteil Betriebe nach Größenklassen 2011



Datenquelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Abb. 6: Betriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen 1999 - 2011



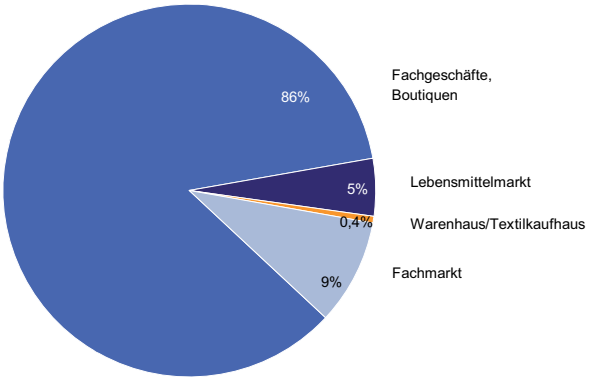
Datenqelle: GMA mbH 1999 - 2011, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Betriebstypen

Der Großteil der Einzelhandelsgeschäfte in Leipzig (86 %) sind Fachgeschäfte und Boutiquen. Mit seinen Betriebszahlen ist der Facheinzelhandel gut aufgestellt, um sich bei Herausforderungen behaupten zu können. Sein Anteil ist gegenüber der letzten Erhebung 2009 relativ konstant geblieben. Der Facheinzelhandel steht in direkter Konkurrenz zu den Fachmärkten, die bezogen auf ihren Anteil an der Leipziger Handelsfläche (38 %) als marktdominierender Betriebstyp anzusehen sind. Mit Blick auf den mangelnden Unternehmernachwuchs im Facheinzelhandel sind die Entwicklungen in den kommenden Jahren weiter zu beobachten.

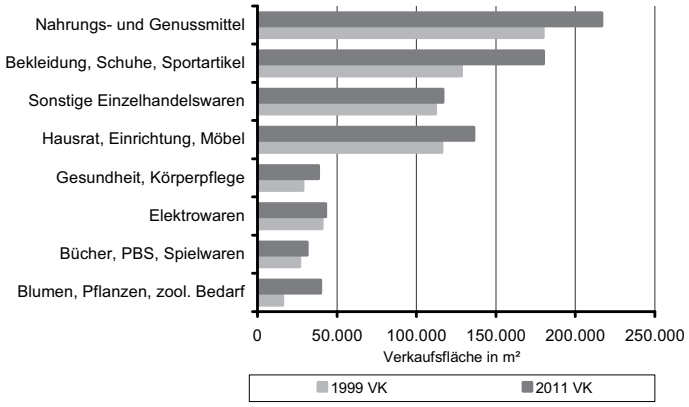
hohe Zahl an Fachgeschäften und Boutiquen konnte gehalten werden

Abb. 7: Einzelhandelsbestand 2011 nach Betriebstypen



Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Abb. 8: Veränderungen der Verkaufsflächen in den Hauptwarengruppen 1999 - 2011



Quelle: GMA mbH 1999 - 2011, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Hauptwarengruppen

Die Versorgungsschwerpunkte des Leipziger Einzelhandels (vgl. Abb. 8) bilden die zwei Hauptwarengruppen *Nahrungs- und Genussmittel* (27 % der VK) und *Bekleidung/Schuhe/Sport* (22 % der VK), die entsprechend der Leipziger Sortimentsliste als zentrenrelevant gelten. Die Unterscheidung der Warengruppen in zentrenrelevant und nicht-zentrenrelevant ist die wesentliche städtebauliche und planungsrechtliche Kategorie, anhand derer die städtebauliche Ordnung der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen wird. Die Entwicklung des Leipziger Einzelhandels in den acht Hauptwarengruppen zeigt im Zeitraum 1999 bis 2011 ein heterogenes Bild. Die höchsten Zuwachsraten sind bei den Handelsflächen im Non-Food-Bereich insbesondere bei *Blumen/Pflanzen/zoologischer Bedarf* und *Bekleidung/Schuhe/Sport* zu verzeichnen. Seit 2007 treten Flächenzuwächse nur noch bei ausgewählten Warengruppen auf: bei *Nahrungs- und Genussmitteln* und im *Bau-/Gartenfachsortiment*. Der Standortwechsel des OBI Bau- und Gartenfachmarktes vom Paunsdorf-Center an den Standort östlich des Leipziger Hauptbahnhofs war mit vergrößerter Verkaufsfläche verbunden.

Versorgungsschwerpunkte Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung/Schuhe/Sport

seit 1999 Zuwachs an Verkaufsflächen für Bau-/Gartenartikel, Bekleidung/Schuhe/Sport

Verkaufsflächenausstattung

Um das Niveau des Verkaufsflächenbesatzes an unterschiedlich großen Standorten vergleichen zu können, wird die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung der Stadt Leipzig den Ausstattungswerten anderer Städte gegenübergestellt. Die Vergleichswerte basieren auf einer Auswertung der GMA von 20 Städten mit über 100 000 Einwohnern[3]. Hinzuweisen ist darauf, dass der GMA-Durchschnittswert nur einen ersten bzw. groben Anhaltspunkt liefert.

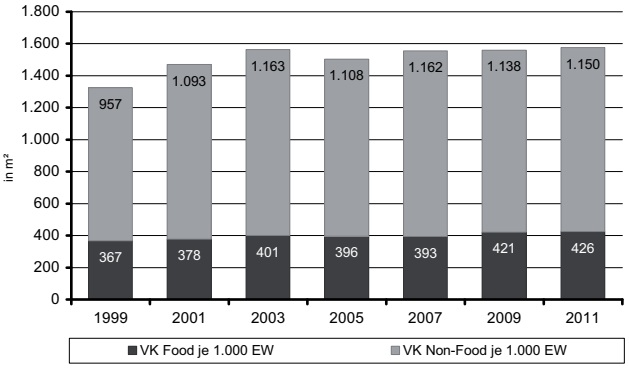
Die in Leipzig ermittelte Verkaufsfläche von 802 000 m² entspricht einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1 576 m² je 1 000 Einwohner. Davon entfallen auf die Hauptwarengruppe Nahrungs- und

3 Die Interpretation der Daten muss vor dem Hintergrund erfolgen, dass die Lagekriterien der Städte differieren (z. B. Solitärstädte, Städte in Verdichtungsräumen, Wettbewerbssituation zu anderen Großstädten, Einzugsgebiet etc.) und unterschiedliche Entwicklungsmöglichkeiten für den Handel nach sich ziehen.

höhere Food-Ausstattung steigert Pro-Kopf-Verkaufsfläche seit 2007

Genussmittel (Food) ca. 426 m² und auf den Non-Food-Bereich 1 150 m² je 1 000 Einwohner. Bei der Gruppierung des Angebotes nach Bedarfsgruppen betragen die Ausstattungswerte beim kurzfristigen und langfristigen Bedarfsbereich je 38 % und bei mittelfristigen Bedarfsgruppen 28 %. Seit 1999 ist die Flächenausstattung je 1 000 Einwohner um 250 m² (+19 %) angestiegen. Der Zuwachs fand seit 1999 vor allem im Non-Food-Bereich (+20 %) statt, im Vergleich zum Zuwachs bei der Food-Ausstattung (+16 %). Seit 2007 basiert dagegen der Zuwachs der Gesamtverkaufsflächen-Ausstattung vor allem auf der gestiegenen Pro-Kopf-Food-Ausstattung.

Abb. 9: Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner nach Food und Non-Food



Datenquelle: GMA mbH 1999 - 2011, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

im Städtevergleich Food-Ausstattung leicht im Plus, langfristiger Bedarfsbereich im Minus

Die GMA ordnet die Verkaufsflächenausstattung von Leipzig im vorgenommenen Städtevergleich (vgl. Tab. 1, Kapitel 1.4) insgesamt als leicht unterdurchschnittlich ein. Nach Bedarfsgruppen ergibt sich dabei ein differenzierteres Bild. Der Ausstattungswert im kurzfristigen Bedarfsbereich einschließlich bei Nahrungs- und Genussmitteln wird insgesamt als leicht über dem Durchschnitt und im mittelfristigen Bedarfsbereich leicht unterdurchschnittlich beurteilt. Dagegen liegt die Kennziffer im langfristigen Bedarfsbereich nach wie vor deutlich unter dem Wert vergleichbarer Oberzentren und resultiert vor allem aus dem Fehlen eines größeren Einrichtungshauses im Stadtgebiet. Um auf dieses Defizit zu reagieren, läuft gegenwärtig ein Bauleitplanverfahren zur Ansiedlung eines leistungsfähigen Einrichtungshauses im Versorgungsraum Mitte auf der „Alten Messe“.

1.2.2 Einzelhandelsentwicklung in den Zentren

die Hälfte des Einzelhandelsbestandes liegt in Zentren/ seit 2007 gleiches Handelsentwicklungsniveau in City und Stadtteilen

Anfang 2011 wurden in den zentralen Versorgungsbereichen des STEP Zentren 1 990 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 422 000 m² Verkaufsflächen erhoben. Dies entspricht gut der Hälfte der Leipziger Einzelhandelsbetriebe (54 %) und der erhobenen Verkaufsflächen (53 %) und spiegelt ein insgesamt relativ konstantes Flächenniveau seit 2007[4] wider, allerdings mit 4 % Geschäftsabgängen. Der Rückgang der Ladengeschäfte fiel hier jedoch geringer aus als in der sonstigen Stadt (-6 %). Während bis 2007 der Flächenzuwachs des Leipziger Einzelhandels in hohem Maße auf dem Entwicklungsschub der City basierte, sind seit 2007 keine Standortpräferenzen mehr festzustellen.

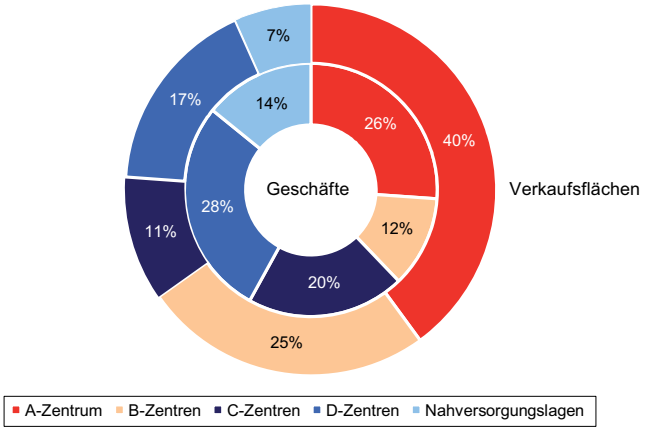
Leerstandsquote höher als übliche fluktuationsbedingte Rate

Zum Zeitpunkt der Erhebung bestanden in den zentralen Versorgungsbereichen rd. 370 Ladenleerstände. Aussagen zu Leerstandsflächen sind nicht möglich, da sie nicht vollständig zu ermitteln waren. Die errechnete Leerstandsquote von 16 % sagt noch nichts über den Grad der Betroffenheit bzw. die Länge des Nutzungsausfalls aus. Quoten über 10 % gelten jedoch als problematisch, da sie höher liegen als die fluktuationsbedingte Rate[5] (5 bis 10 %). Bei der Betrachtung der Leerstände nach teilräumlicher Verteilung und Zentrenstufen (vgl. Kap. 4) gibt es vor allem eine Häufung in den

4 Da mit dem Stadtratsbeschluss 2009 das neue, veränderte Zentrensystem bestätigt wurde, sind direkte vergleichende Beurteilungen zur Zentrenentwicklung nur noch seit 2007 möglich.
5 Leerstand: Summe aller Gewerbestandorte in Erdgeschosszonen, die zum Erhebungszeitpunkt ungenutzt waren, ohne Differenzierung, ob für den Markt verfügbar. Grundlagenuntersuchung mit belastbaren Vergleichswerten sind nicht bekannt. Der HDE spricht von einer ca. 10%igen Leerstandsquote, die häufig als „Fluktuationsrate“ bezeichnet wird.

Nahversorgungslagen. Die geringen Kundenfrequenzen entlang der Geschäftsstraßen, die Verkehrsbelastung, unzureichendes Bau- und Gestaltungsniveau spielen ebenso eine Rolle wie der Wettbewerbsdruck von nicht integrierten Einzelhandelslagen.

Abb. 10: Geschäfte und Verkaufsflächen nach Zentrenkategorien 2011



Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

seit 2007 Handelsflächensaldo der City auf gleichem Niveau

Die Leipziger City **(A-Zentrum)** dominiert mit ca. 170 000 m² VK erwartungsgemäß das Leipziger Zentrengefüge. Bedingt durch ihren hohen Anteil an großflächigen Betriebstypen entfallen zwar 40 % der Verkaufsflächen der Zentren auf das Leipziger Stadtzentrum, aber nur ca. ein Viertel der Geschäfte. Allerdings ist nur jeder 5. Quadratmeter Leipziger Handelsfläche in der City lokalisiert. Das ist bedingt durch den hohen Anteil weiterer Verkaufsflächen in den Einkaufszentren in und außerhalb der Stadt. Der Verkaufsflächenanteil in westdeutschen Cities liegt häufiger zwischen 30 % und 40 % (Beispiele Düsseldorf, Mannheim). Das Verkaufsflächensaldo der Leipziger City bleibt seit 2007 auf seinem Niveau, allerdings bei rückgängigen Geschäftszahlen (-3 %).

Einzelhandel in B-Zentren umbaubedingt rückläufig

Auf beide **B-Zentren** (Paunsdorf-Center/PC und Stuttgarter Allee) entfielen zum Zeitpunkt der Er-hebung ein Viertel der Handelsflächen der zentralen Versorgungsbereiche und 12 % der Geschäfte. Die Handelsfläche ist seit 2007 rückläufig (-9 %) bei stagnierender Anzahl der Geschäfte. Das ist vor allem begründet durch die laufenden Umbaumaßnahmen im PC, die zu einem neuen Geschäftskonzept mit Verlagerungen in den Angebotsschwerpunkten der Warengruppen und Betriebstypen führen. Eine konsequente Abgrenzung zum Angebotskonzept der „Höfe am Brühl“ ist beabsichtigt.

insgesamt positive Entwicklungen in C-Zentren

Mit Blick auf ihre überörtliche Versorgungsfunktion verfügen die 8 Leipziger Stadtteilzentren **(C-Zentren)** mit einem Fünftel der Geschäfte und nur 10 % der Verkaufsflächen immer noch über ein relativ geringes Handelsangebot im Zentrengefüge. Vor diesem Hintergrund sollen hier Ansiedlungen bzw. Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten entsprechend den im STEP formulierten Grundsätzen möglich sein, soweit sie der Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentrums entsprechen. C-Zentren haben seit 2007 die größten Zuwachsraten zu verzeichnen. Das betrifft nicht nur die um ein Drittel gestiegenen Handelsflächen, sondern auch die Geschäftszahlen (+3 %). Der Zuwachs basierte vor allem auf den Ansiedlungen von zwei SB-Warenhäusern in den Stadtteilzentren Reudnitz (2007) und Gohlis (2009), aber nicht ausschließlich. Da die Ansiedlungen der SB-Warenhäuser im Hinblick auf ihre Auswirkungen differenziert eingeschätzt werden, wird die Entwicklung der Zentren in besonderem Maße im Fokus des zukünftigen Monitorings stehen. Die Entwicklung der sonstigen Stadtteilzentren verlief seit 2007 stabil mit einem

Zuwachs im C-Zentrum Karl-Liebknecht-Straße. Allerdings sind 2011 in den C-Zentren Plagwitz und Eutritzsch Bestandsabgänge bzw. Leerstände im Vergleich zu 2009 ermittelt worden, die in Plagwitz zum Teil umbaubedingt (Elster-Passage) nur kurzfristig auftraten.

Die insgesamt 30 Nahversorgungszentren der **Hierarchiestufe D** in Leipzig haben ihren Schwerpunkt bei Angeboten des kurzfristigen Bedarfs und sind damit im Wesentlichen auf die Grundversorgung der Leipziger Haushalte eines oder (selten) zweier Ortsteile ausgerichtet. In Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur (insbesondere Plattenbau und Gründerzeitviertel) weisen sie unterschiedliche Gestaltungen auf. Entsprechend den unterschiedlichen Einwohnerdichten in den Ortsteilen differieren auch ihre Einzugsbereiche von ca. 4 000 bis 20 000 Einwohnern. Dies setzt sich bei der Spannbreite der Einzelhandelsausstattung fort, die bei den einzelnen Zentren von ca. 1 000 m² bis ca. 6 000 m² VK reicht. Die D-Zentren nehmen aktuell im Zentrengefüge nach Anzahl der Betriebe (fast 30 %) den größten Stellenwert ein, können jedoch nur einen relativ geringen Anteil (17 %) der Handelsflächen auf sich vereinen. Dies ist auf ein relativ kleinteilig strukturiertes Angebot zurückzuführen. Zwar ist seit 2007 die Entwicklung der Verkaufsflächen (+8 %) wie auch die Anzahl der Geschäfte (1 %) insgesamt positiv zu beurteilen, seit 2009 treten aber Rückgänge bzw. Verluste bei Ladengeschäften (-3 %) und Verkaufsflächen (-2 %) auf, die im Blick bleiben müssen. Das korrespondiert mit den erfassten Leerständen.

wenige D-Zentren mit Handelsverlusten

Die 24 stadtweit vorzufindenden **Nahversorgungslagen** sind unter funktionalen Gesichtspunkten den vorangegangenen Zentrentypen deutlich nachgeordnet. Das kommt mit 7 % der Handelsfläche und 14 % der Ladengeschäfte zum Ausdruck. Diese für die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung der mobilitätsbeschränkten Bevölkerung des jeweiligen Umfeldes so wichtigen Lagen haben seit 2007 in besonders hohem Maße mit über 70 Geschäften Einbußen in ihrem Geschäftsbesatz (-21 %) und bei den Flächen (-8 %, gegenüber 2009 sogar -15 %) hinnehmen müssen.

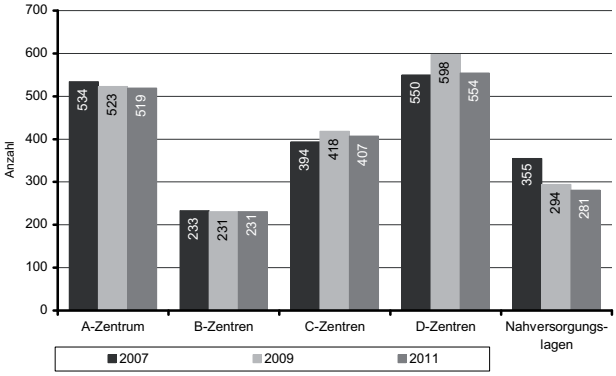
Nahversorgungslagen verlieren Geschäfte

Tendenz zur bestandsorientierten Entwicklung der Zentren

Zusammenfassend ist festzustellen, das die Mehrzahl der Zentren und Nahversorgungslagen ihre Versorgungsfunktion gut oder zumindest angemessen wahrnimmt. Seit 2007 fanden bestandsorientierte Entwicklungen statt, die sowohl Umbaumaßnahmen mit Wechsel der Magnetbetriebe als auch kleinteilige Maßnahmen umfassten. Allerdings weist der Vergleich der Bestandserhebungen zwischen 2007 und 2011 bei einigen Zentren und Nahversorgungslagen auf Schwächen bzw. sogar Schädigungen bzgl. der Nahversorgungsfunktion hin. Einige Nahversorgungslagen nehmen ihre Funktion nur noch eingeschränkt war. Dies betrifft vor allem diejenigen, die eine ausgeprägte kleinteilige Nahversorgungsstruktur aufweisen und daher auf Grund der Entwicklungen im Lebensmittel-Einzelhandel latent in ihrem Bestand gefährdet sind. Die Zukunftsfähigkeit besonders dieser kleinflächigen Lebensmittelbetriebe hängt jedoch nicht nur von den betrieblichen, sondern in hohem Maße auch von den wettbewerblichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen ab.

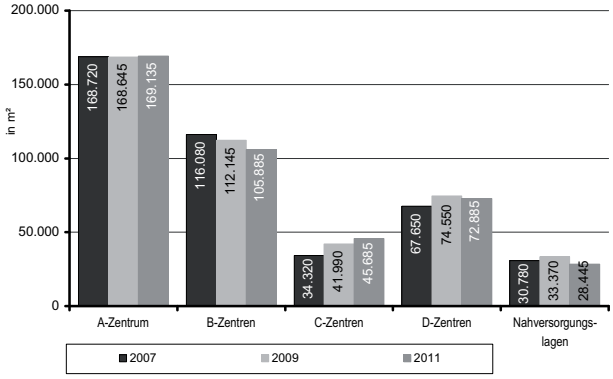
Nahversorgungsfunktion in einigen Zentren geschwächt

Abb. 11: Entwicklung der Anzahl der Geschäfte nach Zentrenkategorien 2007 - 2011



Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Abb. 12: Entwicklung der Verkaufsflächen nach Zentrenkategorien 2007 - 2011



Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

1.3 Lebensmittel-Einzelhandel

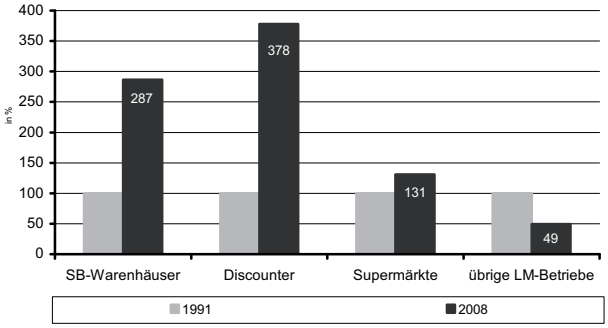
Exkurs: Bundestrends

Lebensmittel-Einzelhandel hat besonderen Stellenwert im STEP Zentren

Die Grundversorgungssituation hat einen besonderen Stellenwert in städtischen Zentrenkonzepten. Einrichtungen der Nahversorgung werden von vielen Bürgern häufig aufgesucht. Aus diesem Grund soll dem planerischen Leitbild entsprechend die Grundversorgung wohnungsnah, das heißt für die Wohnbevölkerung auch in fußläufiger Entfernung von der Wohnung, möglich sein. Im Vordergrund hierbei steht der Lebensmittel-Einzelhandel (LEH), quasi als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation. Er ist aufgrund seines Umfangs ein zentraler Teilmarkt und mit 30 bis 50 % aller Einzelhandelsausgaben der größte Einzelhandelssektor der europäischen Länder. Der Lebensmittel-Einzelhandel erreichte 2009 einen Anteil von fast 40 % des Marktvolumens[6] im Einzelhandel.

Im deutschen Lebensmittel-Einzelhandel herrschte in den letzten Jahren ein Verdrängungswettbewerb, der über den Preiskampf der wenigen großen Filialunternehmen ausgetragen wird und dem sich auch die kleineren Unternehmen und Genossenschaftsorganisationen nicht entziehen können. Infolge von Konzentration und Filialisierung reduziert sich die Zahl der Betreiber weiter, mehr als 90 % der Umsätze entfallen auf bundesweit tätige Unternehmen (Quelle: Retail Institute-online). Eine Phase der Marktbereinigung sowie die weitere Konzentration im Handel, so die Übernahme von Plus durch Edeka, waren in den letzten Jahren Zeichen dafür. Ein Rückzug aus der Fläche ist festzustellen, denn Gebiete mit weniger als 4 000 Einwohner bieten den Betreibern nicht mehr das erforderliche Marktpotenzial für wirtschaftlich tragfähige Lebensmittelmärkte. Die Dominanz der Großflächen hat zugenommen: Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser und die Lebensmittel-Discountmärkte haben in den zurückliegenden Jahren stetige Flächen- und Umsatzzuwächse verbucht. Der Vertriebslinienvergleich von 1991 bis 2008 zeigt die Entwicklung (vgl. Abb. 13). Die Discounter haben bis 2008 die höchsten Flächenzuwächse zu verzeichnen. Langfristige Verlierer waren Supermärkte und übrige Geschäfte, deren Gestaltungsspielräume stetig abnehmen. Besonders deutlich war der Rückgang beim Ladenhandwerk: Bäckereien mit ca. -30 % 1998/2008 und Fleischereien mit ca. -30 % 1995/2008[7].

Abb. 13: Verkaufsflächen der Ladengeschäfte im LEH der BRD (1991 = 100)



Quellen: EuroHandelsinstitut, Handel Aktuell 2004, S. 116 ff., Handel Aktuell 2009, S. 179, Köln, Kruse, Junker und Kruse, Stadtforschung Planung , Dortmund, Bearbeitung Stadtplanungsamt Leipzig, 2011

Die ausgeprägte Dynamik des Einzelhandels macht Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen schwierig. Eine Studie (GfK GeoMarketing[8]) zählt die Rückkehr zum Einzelstandort in Wohnortnähe (in hochverdichteten Wohngebieten) zur jüngsten Tendenz für Großstädte, die zum immer noch anhaltenden Trend zu Kopplungsstandorten (Discounter sucht Supermarkt und umgekehrt) hinzutritt. Dieser Gegentrend mit der Ausrichtung auf den fußläufigen Einzugsbereich von „Taschenkunden“

6 Quellen: Difu, Datenpool OBG 2009/2010
7 Quelle: Kruse, Vortrag am 07.03.2011 in Leipzig
8 Kopplungsstandorte im deutschen LEH: anhaltender Trend mit Gegentrend, 2010, Untersuchung aus Daten zu über 20 000 LEH-Filialen

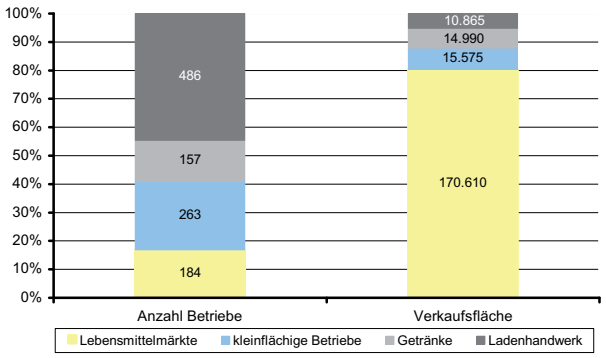
Analysen sehen Reurbanisierung und „Renaissance der Supermärkte“

beinhaltet allerdings, so die Sicht der Betreiber, ein höheres Wettbewerbsrisiko als autoorientierte Standorte mit wesentlich größeren Einzugsbereichen (vgl. Kap. 1.2.1). Die GfK[9] beschreibt aktuell eine „Renaissance der Supermärkte“: „Die LEH-Food-Vollsortimenter haben die Discounter als Wachstumsmotor für den LEH abgelöst. Während die Billigschiene nur dank steigender Preise mäßig wächst, gewinnen die Vollsortimenter ... fast ohne die Unterstützung von der Preisfront hinzu.“

Lebensmittel-Einzelhandel in Leipzig

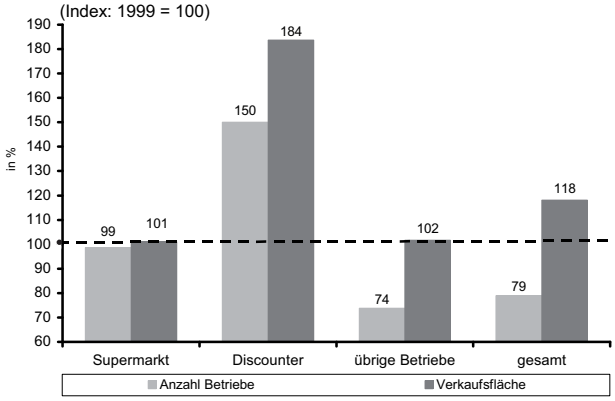
Leipzig verfügt nach der aktuellen Einzelhandelsvollerhebung über eine Verkaufsfläche von rund 212 000 m² in 1 090 Betrieben des Lebensmittel-Einzelhandels ohne Tankstellenshops (4 700 m² VK). Der Anteil der Nahrungs- und Genussmittelbetriebe am Gesamtflächenbestand beträgt 95 %, der des Lebensmittel-Handwerks (Bäckerei, Fleischerei) 5 %, wobei sein Geschäftsanteil deutlich höher (45 %) ist. Mit 81 % der Verkaufsfläche dominieren erwartungsgemäß Lebensmittel-Märkte (ab 250 m² VK) den LEH. Mit fast einem Viertel (24 %) der Betriebe im LEH sind aber auch Nachbarschaftsläden (sonstige Betriebe unter 250 m² VK) zahlenmäßig relativ häufig vertreten.

Abb. 14: Gliederung des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) 2011 nach Betriebstypen



Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Abb. 15: LEH nach Betriebstypen 1999 - 2011
(Index: 1999 = 100)



Quelle: GMA mbH, Dresden, 1999 - 2011, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung 1/2011

seit 2009 Flächenstagnation auch im Leipziger LEH

Die Verkaufsfläche hat sich im LEH im Vergleich zu der 1999 durchgeführten Erhebung deutlich erhöht (+18 %). Besonders stark wuchs sie zwischen 2007 und 2009 (+9 %) und stagniert seit 2009 (vgl. Abb. 15). Überdurchschnittlich hoch waren die Auswirkungen des Strukturwandels: Während die Handelsentwicklung im LEH seit 1999 unterhalb der gesamtstädtischen Flächenwachstumswerte lag, standen überdurchschnittlich hohe Betriebsabgänge (-21 %) im LEH wesentlich geringeren im Gesamtbestand (-12 %) gegenüber. Seit 2007 hat sich die Relation verändert, da die Zahl der Geschäftsabgänge (-3 %) im LEH geringer war als im Gesamtbestand (-4 %). Mehr als ein Viertel der Abgänge betrafen die sonstigen Betriebe und das Ladenhandwerk. Die Ursachen des erheblichen Rückganges (fast -40 %) bei Fleischereien sind handelsstrukturell bedingt durch die Discountisierung (Aufnahme Frischesortiment), stehen aber auch im Zusammenhang mit Erzeugerskandalen. Die Zahl der Leipziger Bäckereien blieb dagegen seit 1999 relativ konstant (-1 %) und erzielte sogar seit 2007 einen Zuwachs (+5 %). Während der Supermarktbestand seit 1999 im Saldo relativ konstant blieb, verzeichneten Discounter erhebliche Marktgewinne (+50 % der Betriebe, +84 % VK). Seit 2007 wurde die Versorgungsstruktur der Zentren mit zwei SB-Warenhaus-Standorten in den Stadtteilzentren Reudnitz und Gohlis ergänzt.

überproportionler Rückgang der Geschäftszahlen seit 1999

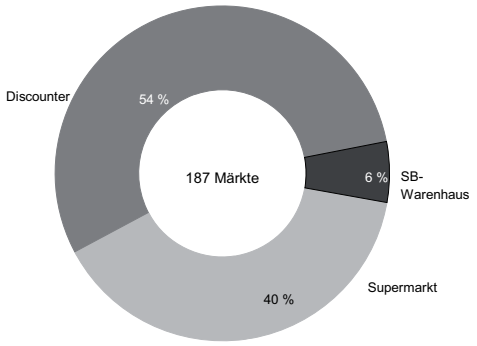
Betriebstypen

Bestimmend für die Nahversorgung sind Lebensmittel-Märkte und „Leipziger Läden“ (vgl. Kap. 1.2.1). Strukturprägend sind die Märkte, die entsprechend ihrer Angebotsstruktur den drei Betriebstypen, Supermarkt, Discounter und SB-Warenhaus, zugeordnet werden. Ihre Leitfunktion als Kunden-

9 Quelle: GfK ConsumerScan, 02/2011, S. 1

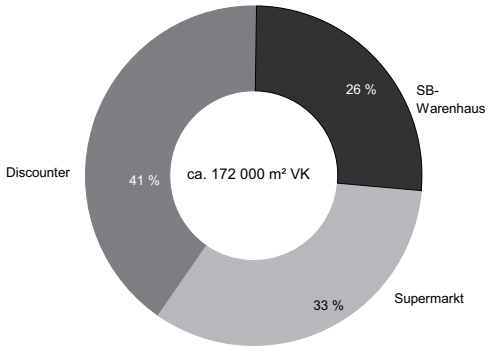
Frequenzbringer für alle anderen Versorgungsstrukturen in den Zentren und die daraus resultierende Bedeutung zur Stärkung und Stabilisierung der Zentren ist unstrittig. Seit 1999 fand in Leipzig – dem Bundestrend entsprechend – vor allem eine „Discountisierung“ statt. Als Resultat dominiert 2011 der Betriebstyp Discounter (54 % Betriebe, 41 % VK) mittlerweile vor den Supermärkten (40 % Betriebe, 33 % VK) und SB-Warenhäusern (6 % Betriebe, 26 % VK) und zeigt das Maß der Discountisierung in Leipzig.

Abb. 16 Anzahl Märkte im LEH 2011



Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Abb. 17: Verkaufsflächen der Märkte im LEH 2011

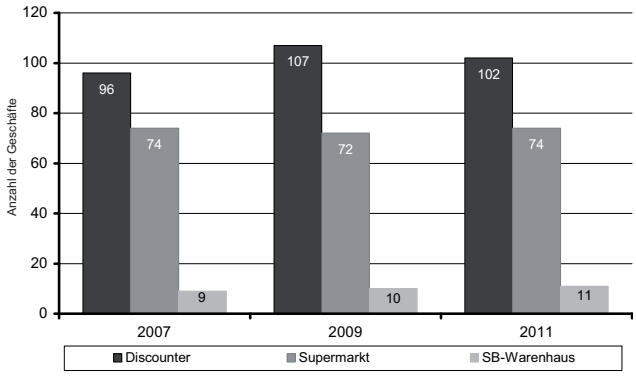


Quelle: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Discounter haben seit 2007 die stärkste Marktpräsenz in Leipzig. Ihre Anzahl ist gegenüber der Erhebung von 2007 gewachsen (+6 absolut). Während zwischen 2007 und 2009 ein starker Anstieg (+11) festgestellt wurde, hat sich ihre Anzahl zum Zeitpunkt der aktuellen Erhebung[10] bereits wieder verringert. Das verdeutlicht, dass der Ausbau der Versorgungsnetze der einzelnen Vertriebsketten zunehmend mit Fluktuationen und Bereinigungen des Standortnetzes verbunden ist, die bis 2010 vor allem die Discounter betrafen. Dagegen standen vier neuen Supermarktstandorten seit 2007 lediglich zwei Standortaufgaben gegenüber.

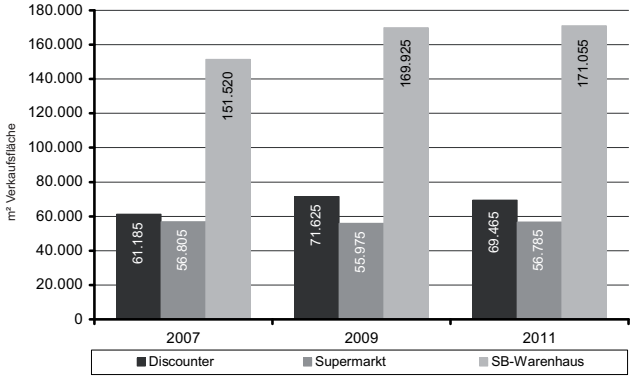
im LEH ist Discountisierung am auffälligsten/seit 2007 zunehmend Fluktuationen mit Standortaufgaben

Abb. 18: Entwicklung Anzahl Geschäfte nach ausgewählten Betriebstypen im LEH 2007 - 2011



Quelle: GMA mbH, Dresden, 2007 - 2011, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung 1/2011

Abb. 19: Entwicklung der Verkaufsflächen ausgewählter Betriebstypen im LEH 2007 - 2011



Quelle: GMA mbH, Dresden, 2007 - 2011, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung 1/2011

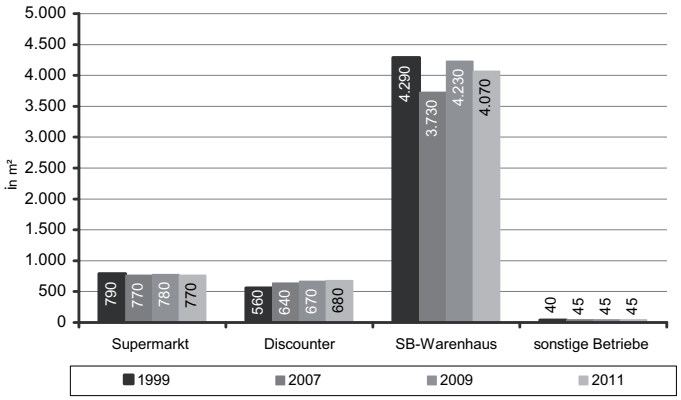
In Leipzig reicht die Spannbreite der Betriebsgrößen bei den Lebensmittel-Märkten von 250 m² bis ca. 1 500 m² VK. Die Betriebsgrößen bei Discountern wuchsen seit 1999 erheblich (+21 %), so dass ihre durchschnittliche Verkaufsfläche aktuell knapp 700 m² beträgt. Der durchschnittliche Supermarkt

„kleiner Nahversorgungsmarkt“ ist präsent in Leipzig

10 Nach der Erhebung fanden sowohl Schließungen als auch Neueröffnungen von SB-Märkten statt (vgl. Kap. 4)

hat in Leipzig eine Verkaufsfläche von fast 800 m². Auch der kleine Lebensmittel-Markt der ersten Generation (1990er Jahre) ist mit einem fast 30%igen Anteil noch durchaus marktwirksam vertreten.

Abb. 20: durchschnittliche Verkaufsfläche 1999 - 2011 Supermarkt/Discounter/SB-Warenhaus/übrige Betriebe



Quelle: GMA mbH, 1999 - 2011, Stadt Leipzig, SPA, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Dualismus bei Supermarktbetreibern: Interesse an Vergrößerung und am „kleinen Nahversorgungsmarkt“

Die durchschnittliche Betriebsgröße der Supermärkte ist seit 1999 in etwa konstant. Es zeichnet sich jedoch ab, dass die zukünftigen Investitionen in Bestandsstandorte mit Bestrebungen zu größeren Märkten verbunden sein werden, allerdings auch mit weiteren Standortaufgaben und der Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes.

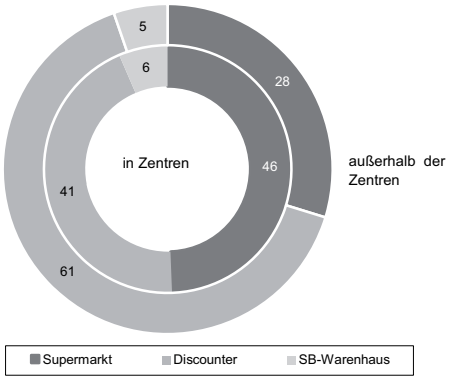
Mit herkömmlichen Anbietern sind die teilräumigen Nahversorgungslücken außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht zu beheben. Aus diesem Grund hat der Stadtrat mit dem Beschluss zum STEP Zentren bestimmt, kleinteilige Nahversorgungskonzepte zu unterstützen. Aktuell gibt es wieder Betreiber, die diese Betriebsgrößen in ihrem Portfolio führen (vgl. Kap. 1.2.1).

Lebensmittel-Märkte in zentralen Versorgungsbereichen

zentrale Versorgungsbereiche gewinnen bei Lebensmittelmärkten

Aktuell liegt die Hälfte der Lebensmittel-Märkte in den Leipziger Zentren und Nahversorgungslagen. Für Supermärkte mit 62 % und SB-Warenhäuser mit 55 % bilden die Zentren bereits die Standortschwerpunkte. Alle drei Betriebstypen haben ihre Zentrenpräsens seit 2007 gesteigert. Lagen 2007 noch 85 Märkte in den zentralen Versorgungsbereichen, sind 2011 93 Standorte erhoben worden. Relativ beträgt die Steigerung jedoch nur 2 %, da Discounter weiter außerhalb der Zentren ein neues Standortnetz aufbauten, das zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 61 integrierte und nicht integrierte Standorte umfasste.

Abb. 21: Anzahl der Betriebstypen im LEH nach Lagen 2011



Quelle: GMA mbH, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

Vor dem Hintergrund der veränderten planungsrechtlichen Steuerungsinstrumente (vgl. Kap. 3) zeichnen sich ab 2009 Veränderungen bei den Discounter-Vertriebsschienen ab, die rückläufige Aktivitäten beinhalten und die Nachfrage nach Zentrenstandorten einschließt. Ein wesentliches Ziel wird es sein, die aktuelle Nachfrage in die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken, und im Fall von Versorgungslücken auch auf integrierte Standorte außerhalb der Zentren, ohne sie zu gefährden.

Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote

gute gesamtstädtische Nahversorgung, aber teilräumliche Defizite bei Erreichbarkeit

Um der Grundversorgungssituation ausreichend Rechnung zu tragen, ist es unerlässlich, neben der rein quantitativen Betrachtung und ihren strukturellen Aspekten (Betriebstypenmix) auch die räumliche Erreichbarkeit zu analysieren. Rein rechnerisch wurde von der GMA im STEP Zentren eine gute gesamtstädtische Grundversorgung festgestellt. In den meisten Siedlungsteilen Leipzigs wurde die Nahversorgungssituation als gut oder zumindest als zufriedenstellend beschrieben. Über 80 % der Leipziger finden in einer Entfernung bis maximal 500 bzw. 800 Meter (in Bereichen mit geringen Einwohnerzahlen) von ihrer Wohnung einen Lebensmittel-Markt (ab 250 m² VK). Damit hat Leipzig im Vergleich mit anderen Städten einen hohen Nahversorgungsanteil[11] auf gesamtstädtischer Betrachtungsebene erreicht.

Nahversorgungsdefizit nur in zwei innerstädtischen Wohnlagen abgebaut

Sowohl im Hinblick auf die quantitative Ausstattung als auch unter strukturellen und räumlichen Gesichtspunkten sind nahversorgungsrelevante Unterschiede in den einzelnen Leipziger Versorgungsräumen und Ortsteilen vorhanden. Ein optimaler quantitativer und qualitativer Versorgungsgrad kann insbesondere in dünnbesiedelten Bereichen nicht immer erreicht werden, dem steht andererseits in vielen Bereichen eine Mehrfachversorgung mit hohen Dichten an Lebensmittelgeschäften gegenüber. Seit 2007 konnte in den kompakten innerstädtischen Bereichen Neustadt-Neuschönefeld und Connewitz der Nahversorgungsanteil durch Ansiedlungsvorhaben verbessert werden. In den äußeren Ortsteilen mit relativ geringen Einwohnerzahlen sind hingegen keine Fortschritte festzustellen. Zum Abbau der teilräumlichen Divergenzen besteht auch weiter Handlungsbedarf ohne die Nahversorgungsfunktion der Zentren zu gefährden.

11 Die 500 m bis 800 m werden im Allgemeinen als Zeit-Wege-Schwellenwert für eine fußläufige Nahversorgung herangezogen.

1.4 Kaufkraft, Einzelhandelsumsatz und Zentralität

Exkurs: Bundestrends

im Einzelhandel sinkt deutschlandweit die Flächenleistung

Die veränderten Kostenbelastungen der privaten Haushalte (z. B. Wohn-/Energiekosten) in der BRD führten zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen seit Anfang der 1990er Jahre mit mehr als 40 %, 1999 mit 29 % auf rd. 26 % 2009 (Quelle Statistisches Bundesamt). Dagegen ist die Entwicklung der Verkaufsflächen im deutschen Ladeneinzelhandel seit Anfang der 1990er Jahre extrem gestiegen von 77 Mio m² auf 122 Mio m². Das sind ca. 40 % Steigerung (vgl. Kap. 1.2, Abb. 1). Mit diesem Verkaufsflächenwachstum hat der Umsatz nicht Schritt gehalten: Er stagniert seit 15 Jahren. Das bedeutet, die Flächenproduktivität hat um knapp 30 % abgenommen (Quelle: Die Wirtschaft, Nov. 2010).

Leipziger Kennziffern der Einzelhandelsausstattung

vergleichsweise niedrige Kaufkraftkennziffer in Leipzig

Die Bevölkerungszahl der Bundesrepublik geht zurück, allerdings läuft dieser Prozess in den Regionen aber auch Großstädten sehr ungleich ab. Leipzig zählt zu den derzeitig 14 Großstädten ab 500 000 Einwohner mit steigender Bevölkerungszahl. Zwischen dem 31.12.2000 und dem 31.12.2010 ist die Bevölkerung Leipzigs um ca. 6 % auf 522 883 Einwohner[12] angewachsen. Für das lokale Kaufkraftniveau in Leipzig wurde ein Wert von 86,9 ermittelt (bundesdeutscher Referenzwert 100)[13]. Vor dem Hintergrund der großen Einkaufszentren im Umland liegen die ermittelten Kaufkraftkoeffizienten für die Städte und Gemeinden im Einzugsbereich der Stadt Leip-zig zwischen 68,6 und 108,5 (Quelle GfK Nürnberg). Auch im Vergleich mit anderen deuschen Oberzentren ist die Kaufkraftkennziffer Leipzigs z. T. als niedrig einzustufen. Dort bewegen sich die Kaufkraftkennziffern (vgl. Tab. 1) zwischen 88,4 (Magdeburg) und 109,3 (Frankfurt am Main).

Tab. 1: Ausstattungs- und Leistungskennziffern im interkommunalen Vergleich

Stadt	Kaufkraftkennziffer	Zentralitäts-kennziffer	VK in m² je 1.000 Einwohner	Umsatz in € je Einwohner	Flächenproduktivität in €/m² VK
Leipzig	86,9	101,1	1.580	4.700	2.980
Halle/Saale	95,9	110,7	1.600	4.530	2.930
Chemnitz	90,6	131,2	2.330	4.710	2.440
Magdeburg	88,4	129,9	2.460	4.600	2.260
Erfurt	90,4	116,8	2.440	6.300	2.580
Frankfurt/Main	109,3	114,5	1.530	6.540	4.470
Augsburg	104,2	128,5	2.120	7.120	3.360
Karlsruhe	103,8	132,2	1.790	6.710	3.740
Köln	107,5	126,6	1.510	6.040	4.010
Wiesbaden	109,0	122,6	1.700	6.110	3.610

Quellen: Kaufkraft -, Zentralitätskennziffern: GfK 2009, Zentralitätskennziffer für Leipzig: GMA-Berechnung; VK, Umsatz, Flächenproduktivität: GMA-Einzelhandelsstrukturuntersuchungen; für Erfurt: Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Stadt Erfurt; für Chemnitz, Halle/Saale und Magdeburg: Umsatz GfK 2009; Flächenproduktivität GMA-Berechnung; (Werte, gerundet)

Die GMA errechnete 2010 im Leipziger Stadtgebiet eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 2 365 Mio. €[14]. Gegenüber 2000 entspricht dieser Wert einem Anstieg von ca. 215 Mio. € bzw. 10 % oder (nominal) 2 % pro Jahr. Der Zuwachs resultiert neben der positiven Bevölkerungsentwicklung auch aus einem leichten Anstieg der Pro-Kopf-Kaufkraft.

12 Quelle: Statistisches Landesamt Freistaat Sachsen, Bevölkerung per 31.12.2010, Gebietsstand 31.12.2010
13 Quelle: GfK Nürnberg
14 Die Abbildung der Nachfragesituation basiert auf sekundärstatistischen Rahmendaten der GMA, die auf intensiven Marktbeobachtungen beruhen. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial für die Wirtschaftsgruppe des Ladeneinzelhandels und -handwerks gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Die Jahresbruttoumsatzleistung des Leipziger Einzelhandels wurde von der GMA über alle Warengruppen hinweg für das Geschäftsjahr 2010 auf ca. 2 391,5 Mio. € geschätzt[15]. Im Zeitraum von 2000 bis 2010 ist für die Gesamtstadt demnach ein Umsatzwachstum (ca. 121,3 Mio. € bzw. ca. 5 %) festzuhalten. Knapp die Hälfte (49 %) dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt, während 22 % des Umsatzes auf mittelfristige Bedarfsgüter und rund 30 % auf langfristigen Bedarfsgüter entfällt.

relativ hohe Flächenleistung des Leipziger Einzelhandels im Städtevergleich

Im Jahr 2010 erreichte der Leipziger Einzelhandel über alle Warengruppen hinweg eine Verkaufsflächenproduktivität von ca. 2 980 € je m² VK. Im Vergleich mit anderen ostdeutschen Oberzentren liegt der Wert höher (vgl. Tab. 1). Im Ost-West-Vergleich ist die Verkaufsflächenproduktivität in Leipzig jedoch noch als unterdurchschnittlich einzustufen. So werden in westdeutschen Oberzentren nicht selten Werte zwischen 3 360 € je m² VK (Augsburg) und 4 470 € je m² (Frankfurt am Main) erzielt.

Der Einzelhandel in Leipzig kann mit einer von der GMA auf Basis der Erhebungsdaten berechneten Einzelhandelszentralität von 101,1 mehr Umsatz generieren, als an Kaufkraftvolumen in der Stadt vorhanden ist. Rechnerisch geht in die Ermittlung des Zentralitätswertes aber auch das wachsende Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet infolge des Bevölkerungszuwachses ein. Damit sind per Saldo sehr geringe Zuflüsse zu verzeichnen.

In anderen deutschen Oberzentren werden weit höhere Zentralitätskennziffern erreicht (vgl. Tab. 1). Obwohl mit der Zentralitätskennziffer häufig die Marktbedeutung eines Standortes bzw. die Attraktivität des Einzelhandels bestimmt wird, macht der direkte Städtevergleich deutlich, dass trotz einer deutlich zu geringen Zentralität Leipzigs die City ein subjektiv und objektiv attraktiver Einkaufsort ist.

weiterhin zu niedrige Einzelhandelszentralität durch Kaufkraftabfluss

Die Zentralität von 101,1 für die Gesamtstadt setzt sich aus den Zentralitätswerten der einzelnen Hauptwarengruppen zusammen. Die Branchenzentralität ist eine gebräuchliche Kennziffer zur differenzierten Evaluierung der örtlichen Versorgungssituation und des Branchenmixes. Für die Hauptwarengruppen des kurzfristigen Bedarfs ist von einer relativ geringen Zielzentralität auszugehen, da es hier keinen regionalen Bedarf zu decken gilt. Der Wert im kurzfristigen Bedarfsbereich (102,3) resultiert aus einer vergleichsweise hohen Zentralität im Nahrungs- und Genussmittelbereich. Für Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs hingegen soll ein Oberzentrum auch eine Versorgungsfunktion für das Umland übernehmen. Bei den mittelfristigen Bedarfsgütern wurde aktuell eine Bindungsquote von 126 % ermittelt, mit deutlich höherer Spitze bei Bekleidung/Schuhe/Sport (146 %). Im langfristigen Bereich sind mit einer Quote von 87 % wiederum große Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Da insbesondere durch „nova eventis“ sowie „Möbel-Höffner“ und „IKEA“ starke Wettbewerbsstandorte existieren, die die Zentralität in den Nonfood-Sortimenten deutlich nach unten drücken. Mit der Ansiedlung eines Einrichtungshauses reagiert die Stadt Leipzig bereits darauf.

15 Die Umsatzleistungen wurden unter Berücksichtigung der individuellen Attraktivität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels mittels realistischer Verkaufsflächenproduktivitäten (= Umsatz je m² VK und Geschäftsjahr) errechnet.

2 Leipziger City

Die Leipziger Innenstadt ist im Unterschied zu anderen Innenstädten klar räumlich definiert durch den kompakten Stadtkern, der von einem Verkehrs- und Grünring, dem Promenadenring umschlossen ist. Die bebaute Fläche misst knapp einen halben Quadratkilometer. Die City durchzieht ein System von Blockdurchquerungen als Durchgänge, Passagen oder Lichthöfe, welches in seiner Komplexität einmalig in Deutschland ist. Dies bietet Fußgängern und Kunden vielfältige Möglichkeiten die City in kurzen Distanzen zu erleben. Diese städtebauliche Kompaktheit ermöglicht gleichzeitig eine besondere Überschaubarkeit, Vielfalt der Nutzungen und Inanspruchnahme in zunehmend städtebaulich anspruchsvollem Ambiente. Die City wurde 1997 durch das Handels- und Dienstleistungszentrum im Leipziger Hauptbahnhof „Promenaden Hauptbahnhof" ergänzt, welches nunmehr mit zur Leipziger Innenstadt zählt.

Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Er ist eine wichtige ökonomische Basis, seine Qualität entscheidet im großen Maße über die Attraktivität der Innenstadt, ihre regionale und überregionale Bedeutung. Das Stadtzentrum hat in den letzten 20 Jahren bedeutende Fortschritte bei der Behebung baulicher Defizite und deutlicher Funktionsschwächen insbesondere im Einzelhandel und im öffentlichen Raum erzielt. In diesem Zuge konnte auch verlorene Kaufkraft Schritt für Schritt wieder in die Innenstadt zurückgeholt und die Zentralität langsam gesteigert werden. Grund dafür war das Zusammenspiel von privaten und öffentlichen Investitionen.

seit 2007 Handelsflächensaldo konstant, aber weniger Handel zugunsten anderer Nutzungen

Das Einzelhandelsangebot wurde von ca. 45 000 m² Verkaufsfläche zum Zeitpunkt der Wende auf aktuell fast 170 000 m² stark ausgeweitet. Die Handelsentwicklung war insbesondere in den Jahren zwischen 1997 und 2004 durch ein enormes Wachstum gekennzeichnet, das vom intensiven Stadtumbau in der City bestimmt wurde. Im Resultat wurden neue Handelsflächen geschaffen, die sich seit 1997 um mehr als 80 % erhöht haben. Nach einer kurzzeitigen, durch Bauphasen bedingten Reduzierung (Karstadt-Neubau und Interimsnutzung, Umbau einiger Passagen), stieg die Handelsfläche zwischen 2005 und 2007 wieder an. Seit 2007 stagniert die Entwicklung der Handelsfläche, die sowohl durch Fluktuation als auch Neuansiedlungen geprägt ist. Insbesondere in Neubau- und Sanierungsobjekten konnten vermehrt andere Nutzungen angesiedelt werden, vor allem das Hotelgewerbe mit kleineren Ladeneinheiten.

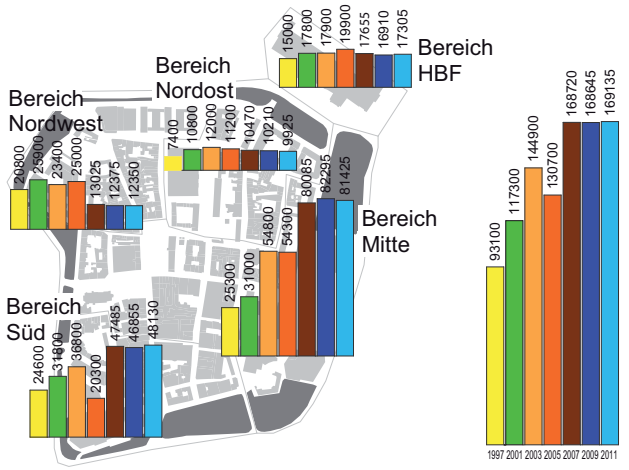
Entwicklungen in Teilräumen

Für teilräumige Analysen wurde der Stadtkern in fünf Bereiche (vgl. Abb. 22) gegliedert. Drei Nord-Süd-Hauptachsen: Hainstraße/Petersstraße, Reichsstraße/Neumarkt, Nikolaistraße/Universitätsstraße und zwei Ost-West-Hauptachsen: Brühl und Thomaskirchhof/Grimmaische Straße erschließen die Bereiche.

Mitte und Süd sind Handelsschwerpunkte

Schwerpunkträume des Einzelhandels sind die Bereiche Mitte und Süd mit den beiden etablierten Kaufhäusern „Karstadt" und „Galeria Kaufhof", die mehr als drei Viertel der innerstädtischen Handelsfläche auf sich vereinen. Beide Bereiche haben in den letzten Jahren infolge einer Innenstadtsanierung mit Konzentration auf den Handelsbereich einen enormen Aufschwung (260 %) genommen. Inzwischen gelten beide Teilräume als Magnetbereiche des Handels, die im Wesentlichen als städtebaulich konsolidiert betrachtet werden können, wenn die Inwertsetzung der Immobilien im südlichen Bereich der Petersstraße erfolgt ist. Verluste traten in den beiden nördlichen Teilbereichen auf.

Abb. 22: City - Verkaufsflächenentwicklung 1997 - 2011 nach Teilräumen



Quelle: GMA, Stadtplanungsamt Leipzig, Stadtentwicklungsplanung, 1/2011

Warengruppenangebote

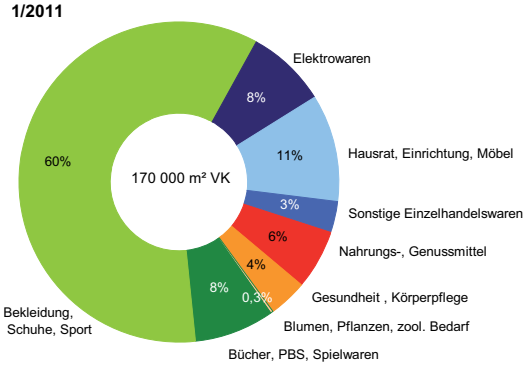
Die GMA sieht sämtliche Preis-, Qualitäts- und Sortimentsgruppen in der Leipziger City vertreten. Das in der Abb. 23 dargestellte Angebotsspektrum nach den acht Hauptwarengruppen in der Innenstadt zeigt die überragende Dominanz der Warengruppe Bekleidung/Schuhe/Sport (ca. 60 %), die gemeinsam mit der Warengruppe Bücher/PBS/Zeitschriften den mittelfristigen Bedarf bildet. Der Bedarfsbereich Bekleidung/Schuhe/Sport hat seit 2007 leichte Rückgänge zu verzeichnen. Das wiegt deshalb schwerer, weil es sich um die für einen kompetenten Innenstadtbesatz maßgeblichen Sortimente handelt, die als ein Indikator für eine interessante City bei den Kunden gelten. Je vollständiger die Angebotspalette ist, desto mehr Zielgruppen werden angesprochen. Hier konnte ein Attraktivitätsgewinn erreicht werden. Neben den bereits eingeführten Konzepten bereichern mehr und mehr Monolabel-Stores[16] das City Angebot, das jüngst mit einem internationalen Konzern (Desigual) mit relativ jungem Markteintritt in Deutschland verstärkt wurde.

Bekleidung/Schuhe/Sport mit Rückgang, aber mehr Vielfalt

Bei den anderen Warengruppen sind Zuwächse im kurzfristigen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege) erkennbar, vor allem aber bei Elektrowaren, die jüngst mit der Ansiedlung des Cyberport Stores komplettiert wurden. So konnte die Angebotskompetenz der City mit leistungsstarken Anbietern in dieser Warengruppe wieder zurückgewonnen werden. Makler[17] sprechen bereits von einer neuen „Technik-Medien-Meile“ am Neumarkt.

Zuwachs bei kurzfristigen Bedarfsgruppen, auch bei Elektrowaren

Abb. 23: City - Verkaufsflächen nach Hauptwarengruppen 1/2011



Quellen: GMA mbH, Dresden, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt, Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

16 ist ein Einzelhandelsbetrieb in dem nur eine Marke (Label) bzw. Waren eines Herstellers angeboten werden. Bekannte Mono-Label-Shops sind Mephisto-Shops, Camel Stores, Esprit
17 Aengevelt-Research, City Report, Region Leipzig, 2011/2012, S. 42

Großprojekt in der City/Langzeitstudie „Höfe am Brühl“

Befragung von Kunden und Händlern zu „Höfe am Brühl”

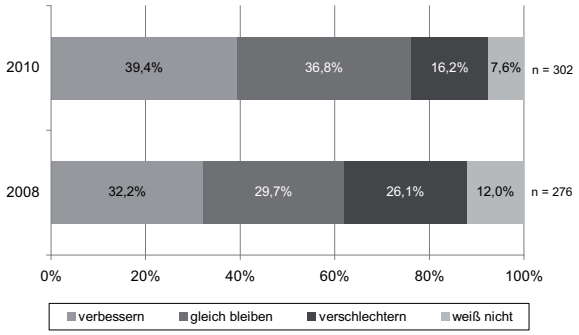
Gerade innerstädtische Großprojekte wirken sich auf die Einzelhandelsentwicklung der gesamten Leipziger Innenstadt aus. In welcher Form sich diese Veränderungen vollziehen, wird mit einer Langzeitstudie beobachtet, die das Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft (ISB) der Universität Leipzig in Kooperation mit der Stadt Leipzig sowie dem Lehrstuhl Stadtmanagement der BTU Cottbus durchführt. Neben Befragungen von Kunden und Händlern, werden in der Studie auch die Veränderungen des kleinräumigen Branchenmixes untersucht.

Mit dem in Bau befindlichen Einkaufszentrum (EKZ) „Höfe am Brühl“ (ca. 27 500 m² VK) sind vielfältige Erwartungen verbunden. So soll es den Branchenmix der Innenstadt nach Möglichkeit nicht duplizieren, sondern ergänzen, den nordwestlichen Teilbereich neu stärken, zur Aufwertung der Einkaufsstraße Hainstraße beitragen und so die derzeitig vorhandenen teilräumlichen Divergenzen in der City ausgleichen. In der gesamten Wettbewerbssituation wird es wichtig sein, dass maßgeblich die eigentümergeführten Fachgeschäfte der City am Markt aktiv bleiben und sich profilieren können. Mehr als die Hälfte dieser Fachgeschäfte befindet sich in den dreißig Leipziger Passagen und Höfen. Dies ist ein Grund dafür, dass das einzigartige Leipziger Passagensystem in seiner Entwicklung in den nächsten Jahren aktiv unterstützt und gefördert werden soll.

City hat sehr hohe Kundenzufriedenheit

An dieser Stelle seien nur die wichtigsten Ergebnisse der Langzeitstudie genannt. Als positiv ist die Zufriedenheit der Kunden mit der Leipziger City einzuschätzen. Insgesamt gaben 90 % der Kunden an, dass sie sehr zufrieden (32 %) oder zufrieden (58 %) mit dem Einzelhandelsangebot in der City sind. Auf die Frage, wie sich das Angebot mit den „Höfen am Brühl“ in der City verändern wird, gaben knapp 40 % der Befragten an, dass sich das Angebot verbessern wird.

Abb. 24: Passantenbefragung:
Die Einkaufsattraktivität der City wird sich nach Eröffnung des EKZ "Höfe am Brühl" ...



Quelle: Universität Leipzig, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, ISB, 2008, 2010

Verunsicherung bei Händlern durch „Höfe am Brühl”

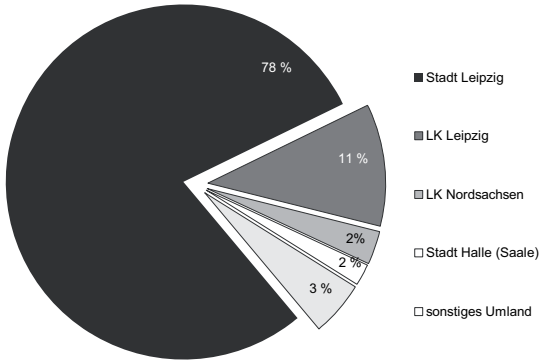
Ganz so positiv wird die Entwicklung der „Höfe am Brühl“ von den befragten Händlern nicht gesehen. Hier geben nur 15 % (2008: 37 %) an, dass sich das Angebot verbessern wird, sogar 30 % (2008: 21 %) befürchten eine Verschlechterung. Diese Anteile haben sich gegenüber der Befragung von 2008 zu ungunsten der „Höfe am Brühl“ deutlich verschoben. Diese Ergebnisse zeigen, dass die Verunsicherung hinsichtlich der zukünftigen Perspektive bei den befragten Händlern zunimmt.

Um einen Anhaltswert für die Akzeptanz der Leipziger City als Einkaufsort im regionalen Kontext zu bekommen, ist die Analyse der Kundenherkunft von besonderer Bedeutung. Die Befragungen in der City 2008 und 2010 ergaben, dass nahezu 80 % der Kunden aus der Stadt Leipzig selbst stammen und nur 14 % aus den an Leipzig angrenzenden Landkreisen (LK) Leipziger Land und Nordsachsen. Diese Werte haben sich seit 2008 bis heute nicht verändert.

Im Mai 2011 konnte eine ähnliche Befragung in „nova eventis“ durchgeführt werden. Die Analyse der Kundenherkunft ergab folgendes Bild: Ca. 55 % der Kunden konnten aus den Städten Leipzig (35,5 %) und Halle (20 %) akquiriert werden. Das zeigt, dass dieser Standort immer noch eine sehr große Anziehungskraft auf die beiden Städte ausübt. Das trifft auch auf die beiden Landkreise Leipzig und Nordsachsen zu mit einem Anteil von 25 % in „nova eventis“.

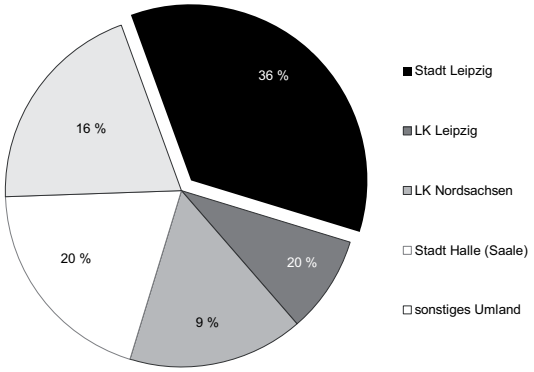
55% der „nova eventis”-Kunden aus Halle und Leipzig

Abb. 25: Kundenbefragung Leipziger City 10/2010 (n = 365)



Quelle: Universität Leipzig, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, ISB, 10/2010

Abb. 26: Kundenbefragung nova eventis 05/2011 (n = 107)



Quelle: Universität Leipzig, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, ISB, 05/2011

Im Ergebnis zeigt sich anhand der genannten Befragungen, insbesondere auch durch die Analyse der Kundenherkunft, dass Leipzig seine oberzentrale Funktion zu einem erheblichen Anteil nicht wahrnehmen kann, da immer noch Kaufkraft aus der Stadt entzogen wird und zu wenig Kundenpotenziale aus dem Umland erschlossen werden können. Die Entwicklung der „Höfe am Brühl“ kann hier einen dringend notwendigen Schub für die Erschließung neuer Kundenpotenziale aus dem Umland liefern. Auch wenn die Entwicklung momentan von Seiten der Händler noch kritisch eingeschätzt wird.

Alarmierend erscheinen, mit Blick auf die relativ niedrige Leipziger Zentralität, die Bestrebungen für eine Ansiedlung der beiden Factory-Outlet-Vorhaben in Wiedemar (15 km Entfernung zur Leipziger City) und Brehna (20 km Entfernung zur Leipziger City). Sie signalisieren, dass die Entwicklungen an nicht integrierten Standorten der „Grünen Wiese“ weiter anhalten, greifen mit ihren Angeboten noch weiter in die traditionelle Angebotskompetenz der Innenstadt ein und gefährden den innerstädtischen Einzelhandel. Aus diesem Grund muss auch künftig der Leipziger Innenstadthandel beim Ausfüllen seiner städtischen und überregionalen Versorgungsfunktion in einen ungleichen Wettbewerb treten.

Factory-Outlets gefährden Innenstadtkompetenz

Die Stadt Leipzig erhofft sich mit der Ansiedlung der „Höfe am Brühl“ und der Eröffnung des City-Tunnels ein neues Angebotsspektrum und eine Verbesserung der Erreichbarkeit der Leipziger City im Jahr 2013, um neue Kundenpotenziale zu erschließen.

3 Umsetzung

städtische Doppelstrategie: Sicherung und Stärkung zentraler Versorgungs-bereiche

Die Entwicklungen im Einzelhandel machen die Notwendigkeit einer aktiven Standortpolitik von Seiten der Stadt deutlich. Sie ist gefordert, die Umstrukturierungen im Einzelhandel steuernd auf Grundlage geeigneter Instrumente zu begleiten, um negative Auswirkungen auf das städtische Wirkungsgefüge unterbinden zu können. Zur Umsetzung der Ziele des STEP Zentren wird eine Doppelstrategie verfolgt, die sowohl die Sicherung als auch die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche umfasst. Hierbei stehen folgende Handlungsschwerpunkte im Mittelpunkt:

- Einsatz des planerischen und städtebaurechtlichen Instrumentariums zur Steuerung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben

Leipzig hat eine präventive Planungspolitik entwickelt, um die zentralen Versorgungsbereiche zu schützen. Die bestehenden Versorgungsstrukturen in den Zentren sind einem ungleichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt, dem sie nur standhalten können, wenn auch sie die Möglichkeit erhalten, ihre Angebote an den vorhandenen Standorten weiterzuentwickeln. Im Rahmen dieser Strategie konzentrierte sich das Stadtplanungsamt auf das Instrument des Bebauungsplanes auf Basis des § 9 (2a) Baugesetzbuch (vgl. Karte 1). Insgesamt sind 22 solcher Bebauungspläne aufgestellt worden, von denen 14 bereits die Rechtskraft erlangt haben (Stand Mai 2011). Vier weitere Pläne, die auf Grund anderer Festsetzungen indirekt Einfluss auf die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben ausüben, sind ebenso zur Rechtskraft gebracht worden. Durch das zielgerichtete Vorgehen konnten Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in nicht integrierten Lagen der Gewerbegebiete weitgehend verhindert werden. Die seit Mitte 2006 bestehende Organisationsstruktur im Stadtplanungsamt ermöglicht, einheitlich, rechtsicher und mit effizientem Personaleinsatz einzelhandelsbezogene Bauanträge bzw. Anfragen zu behandeln.

- Konstruktiver Dialog mit den lokalen Akteuren des Einzelhandels zur positiven Standortsteuerung

Mit der Mehrzahl der am Leipziger Markt aktiven Projektentwickler und Einzelhandelsbetreiber werden regelmäßig Gespräche geführt. Für die C- und D-Zentren wurden in den Zentrenpässen potenzielle Ansiedlungs- und Ergänzungsflächen (insgesamt 47) aufgezeigt, um vorrangig die Grundversorgung der Einwohner mit Waren und Dienstleistungen zu verbessern. Die für marktgängige Lebensmittel-Märkte geeigneten und verfügbaren Potenziale werden zum überwiegenden Teil von den Marktakteuren angenommen. Darüber hinaus wird zunehmend in Bestandsstandorte der Zentren investiert, die verwaltungsseitig begleitet werden.

- Beförderung qualitätsvoller Einzelhandelsprojekte zur Stadtgestaltung

Neben der Begleitung der vorhabenbezogenen Bebauungspläne für Einzelhandelsvorhaben selbst, werden bereits im Vorfeld von Investitionen Beratungen durchgeführt. Die zahlreichen Maßnahmen der bestandsorientierten Entwicklung in den Zentren erfordern in der Regel eine enge planungs- und baurechtliche Beratung der Bauherren und schließen auch Fassadenwettbewerbe ein.

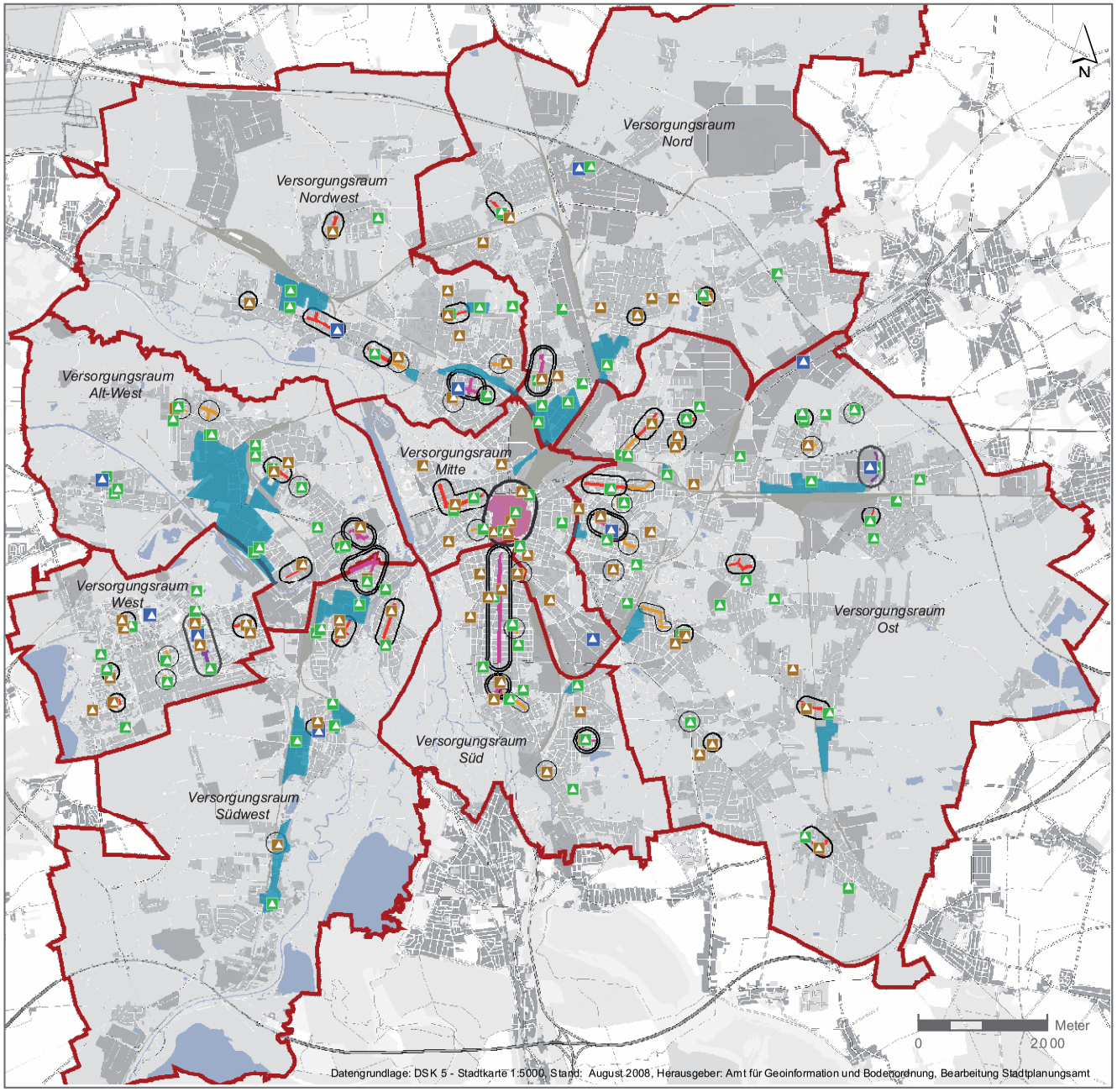
seit 2009 Reurbanisierung bei Standortwahl, mehr Investitionen in Zentren

Die am Leipziger Standort tätigen Projektentwickler und Betreiber haben sich mittlerweile auf den STEP Zentren eingestellt. Zunehmend setzt sich bei den Akteuren die Erkenntnis durch, die betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten mit funktionellen und städtebaulichen Sichtweisen zu verknüpfen. Auch als Folge der stringenten Anwendung der Rechtsinstrumente sind Reurbanisierungstendenzen bei der Standortwahl erkennbar. Das zeigt sich auch in einem verbesserten Erscheinungsbild der jüngsten Vorhaben.

- Einsatz von Fördermitteln zur Aufwertung zentraler Versorgungsbereiche

Kleinunternehmen sind Förderschwerpunkte

Eine Reihe von Maßnahmen (vgl. Kap. 4) wurden mittels Einsatz und Überlagerung unterschiedlicher Förderprogramme insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen der Schwerpunkträume des „Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes Leipzig 2020“ (SEKo, RB IV 1595/09) Leipziger Osten, Westen sowie in Grünau umgesetzt. Die Förderung und Unterstützung von Kleinunternehmen (KU) und der lokalen Ökonomie durch „KU-Investitionsbeihilfen“ und „Koordinator Wirtschaft“ bildet dabei einen wesentlichen Handlungsschwerpunkt. Darüber hinaus wurden besondere Maßnahmen gefördert: im D-Zentrum Ranstädter Steinweg/Jahnallee/Waldstraße das Gebäudeensemble Ranstädter Steinweg mit revitalisiertem Ladenbesatz und im D-Zentrum Eisenbahnstraße-Mitte die Bau- und Erschließungsmaßnahme zur Ansiedlung eines Magnetbetriebes am Rabet. Seit 2010 kam der von Bund und Ländern neu gesetzte Förderschwerpunkt im Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ (SOP) hinzu. Über das SOP sind gegenwärtig die Maßnahmen für die Magistrale Georg-Schumann-Straße (Teilgebiet zwischen S-Bahnhof Möckern und historischem Straßenbahnhof) angelaufen, die über die bestehende Förderkulisse (Sanierungsgebiet Gohlis, Stadtumbaugebiet) ergänzt werden und sich auf die in Gohlis-Süd, Möckern und Wahren verorteten Zentren erstrecken.

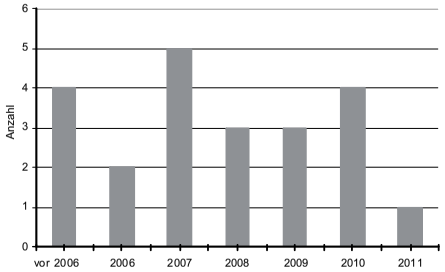


Karte 1:
Bebauungspläne - Nutzungsarten
Standorte Lebensmittelmärkte 2011

Bebauungsplan - Nutzungsarten
(nach § 9 Abs. 2a BauGB)
Stand: Mai 2011

im Verfahren/rechtskräftig

Jahr des B-Plan-Aufstellungsbeschlusses



Quelle: Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt, Stand 05/2011

Betriebstypen

- Supermarkt ab 250 m² VK
- Discounter
- SB-Warenhaus

Stadtteilzentren

A-Zentrum
City mit Hauptbahnhof
Promenaden

B-Zentrum
Stuttgarter Allee/Allee-Center
Paunsdorf Center

C-Zentrum
(Stadtteilzentrum)

D-Zentrum
(Versorgungszentrum)

Nahversorgungslage

Versorgungsraum

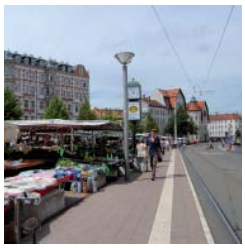
GMA mbH, Büro Dresden
Stadt Leipzig - Stadtplanungsamt
Stadtentwicklungsplanung, Stand: 1/2011

4 Entwicklungstendenzen in den Versorgungsräumen

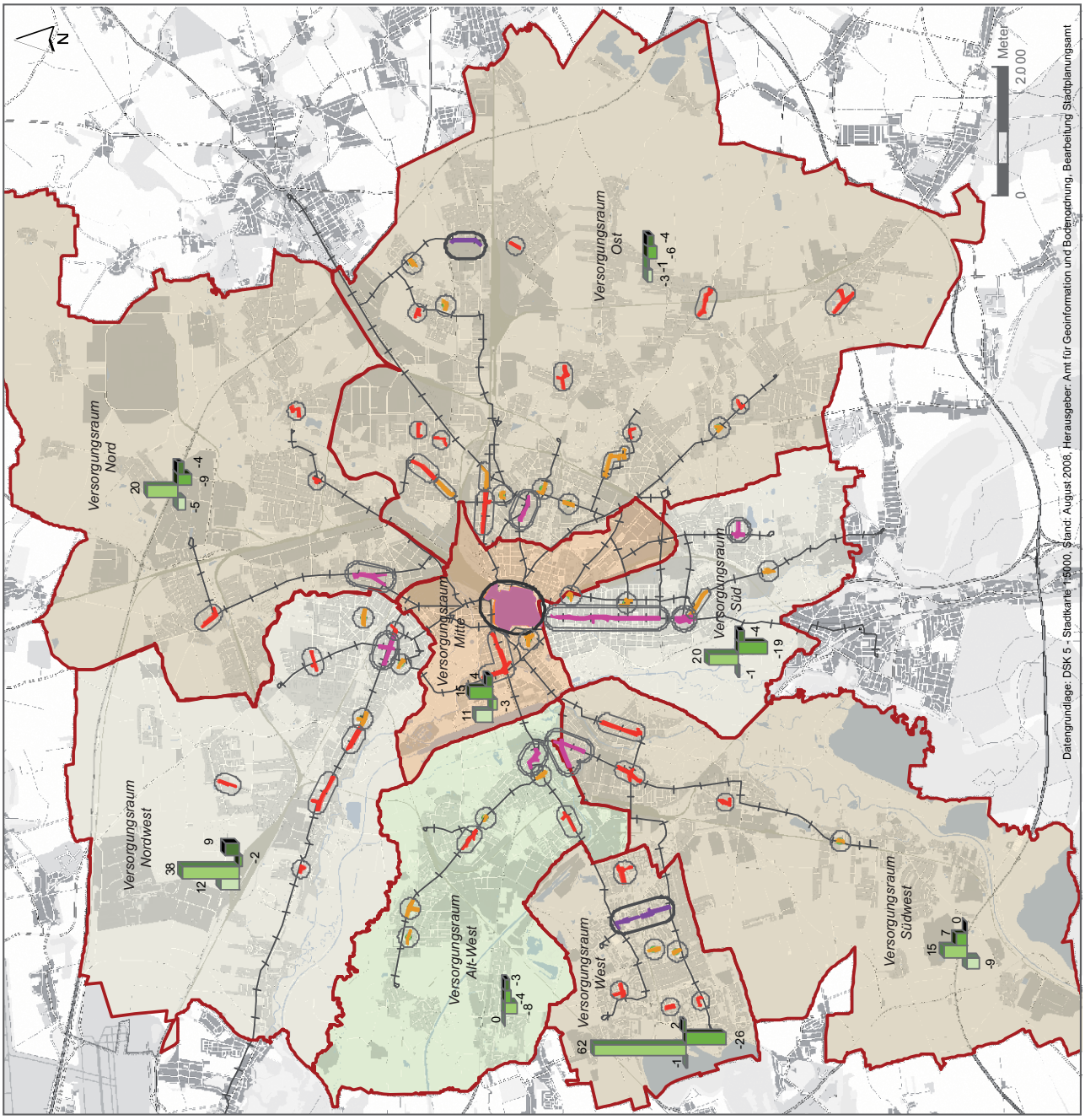
Um vertiefende Aussagen zur örtlichen Versorgungssituation treffen zu können, sind im STEP Zentren acht Versorgungsräume (VR) abgegrenzt. In diesen Versorgungsräumen deckt die Bevölkerung einen Großteil ihres täglichen Bedarfs in den nahe gelegenen Zentren. Sie entsprechen den Leipziger Stadtbezirken mit Ausnahme des Leipziger Ostens und Nordens, wo die Ortsteile neu zu größeren Versorgungsräumen zusammengefasst wurden.

Die seit 2007 stadträumlich unterschiedlich ablaufende Einzelhandelsentwicklung in den Versorgungsräumen sowie die Entwicklung in den Leipziger Zentren seit 2007[18] wird im Folgenden detaillierter beschrieben.

Die Karte 2 zeigt die Entwicklung der Verkaufsflächen zwischen 2009 und 2011 in den einzelnen Versorgungsräumen nach kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen.



18 Mit der Fortschreibung des STEP Zentren ist die Zentrenstruktur in den Versorgungsbereichen verändert worden, so dass vergleichende Aussagen zu den Zentren erst ab 2007 sinnvoll sind.


Karte 2:
Verkaufsflächenentwicklung nach Versorgungsräumen 2009 - 2011
Verkaufsfläche je Bedarfsbereich 2009 - 2011 nach Versorgungsraum in Prozent
31
kurzfristiger Bedarf
mittelfristiger Bedarf
langfristiger Bedarf
VR gesamt
Verkaufsfläche je Einwohner in m²
0,6 - 1,0
2,1 - 3,0
1,1 - 2,0
3,1 - 5,3
Stadtteilzentren
A-Zentrum
City mit Hauptbahnhof
Promenaden
B-Zentrum
Stuttgarter Allee/Allee-Center
Paunsdorf Center
C-Zentrum
(Stadtteilzentrum)
D-Zentrum
(Versorgungszentrum)
Nahversorgungslage
Versorgungsraum
GMA mbH, Büro Dresden
Stadt Leipzig - Stadtplanungsamt
Stadtentwicklungsplanung, Stand 1/2011
N
Versorgungsraum Nord
20
-5
-9
-4
Versorgungsraum Nordwest
38
12
9
-2
Versorgungsraum Mitte
11
15
14
-3
Versorgungsraum Ost
-3
-1
-6
-4
Versorgungsraum Süd
20
-1
-4
-19
Versorgungsraum Alt-West
0
-8
-4
-3
Versorgungsraum West
62
-1
2
-26
Versorgungsraum Südwest
15
7
0
-9
0
2000
Meter
Datengrundlage: DSK 5 - Stadtkarte 1:5000, Stand: August 2008, Herausgeber: Amt für Geoinformation und Bodenordnung, Bearbeitung Stadtplanungsamt

4.1 Versorgungsraum Mitte

Die Leipziger City bestimmt sowohl in ihrer Angebotsstruktur als auch mit mehr als drei Viertel der Verkaufsfläche den Versorgungsraum (VR) Mitte und seine Sonderstellung im städtischen Versorgungsgefüge. Der Anteil an der städtischen Handelsfläche (27 %) ist seit 2007 konstant.

Die seit Anfang 2007 überdurchschnittlichen Einwohnergewinne im VR (+8 %, mit Ausnahme der City) im Vergleich zum geringeren Zuwachs an Handelsflächen (+5 %) führten zur aktuellen Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung von 5,3 m², die insgesamt gegenüber 2007 rückläufig war, seit 2009 jedoch wieder gestiegen ist. In besonderem Maße partizipierte der VR am Kaufkraftanstieg und weist innerhalb des Stadtgebietes mit einem Wert von 383 erwartungsgemäß die höchste Zentralität auf.

Der überdurchschnittliche Zuwachs an Handelsflächen basierte allerdings nicht nur auf den Entwicklungen der Leipziger City und den übrigen Zentren, sondern vor allem aus Betriebsverlagerungen, so des Sportausstatters Tapir und des Bau- und Gartenfachmarktes OBI vom Standort Paunsdorf nach Zentrum-Ost sowie der Handelsentwicklung im Bereich der „Alte Messe“. Hierdurch verschieben sich die Handelsstrukturen im VR zu Lasten der Zentren, deren Flächenanteil mit 80 % jedoch unvergleichbar hoch ist.

Die Bedeutung der Einkaufsinnenstadt kommt durch den hohen Anteil des mittelfristigen Bedarfssegmentes (65 %) zur Geltung. Während der Einzelhandelsbesatz im D-Zentrum Ranstädter Steinweg/Jahnallee/Waldstraße insgesamt vielfältig ist, mit gegenüber 2009 sogar einem Zuwachs im langfristigen Bedarfssegment, waren in der Nahversorgungslage Kolonnadenstraße seit 2007 Betriebsabgänge und Leerstände zu verzeichnen.

Beim kurzfristigen Bedarfssegment liegt der VR infolge der vielseitigen und hochwertigen Angebotssegmente in der Leipziger City bei einer Pro-Kopf-Flächenausstattung (0,9 m²) weit über dem städtischen Durchschnitt (0,6 m²). Auch die Kaufkraftbindungsquoten im kurzfristigen Bedarfsegment erreichen Werte weit über 100 %. Infolge von Neuansiedlungen in den Zentren wurden überdurchschnitt-

Ortsteile
Zentrum,
Zentrum-Ost,
Zentrum-Südost,
Zentrum-West,
Zentrum-Nordwest,
Zentrum-Nord

A-Zentrum
City inkl. Hauptbahnhof „Promenaden“
D-Zentren
Ranstädter Steinweg/ Jahnallee/Waldstraße
Nahversorgungslage
Kolonnadenstraße

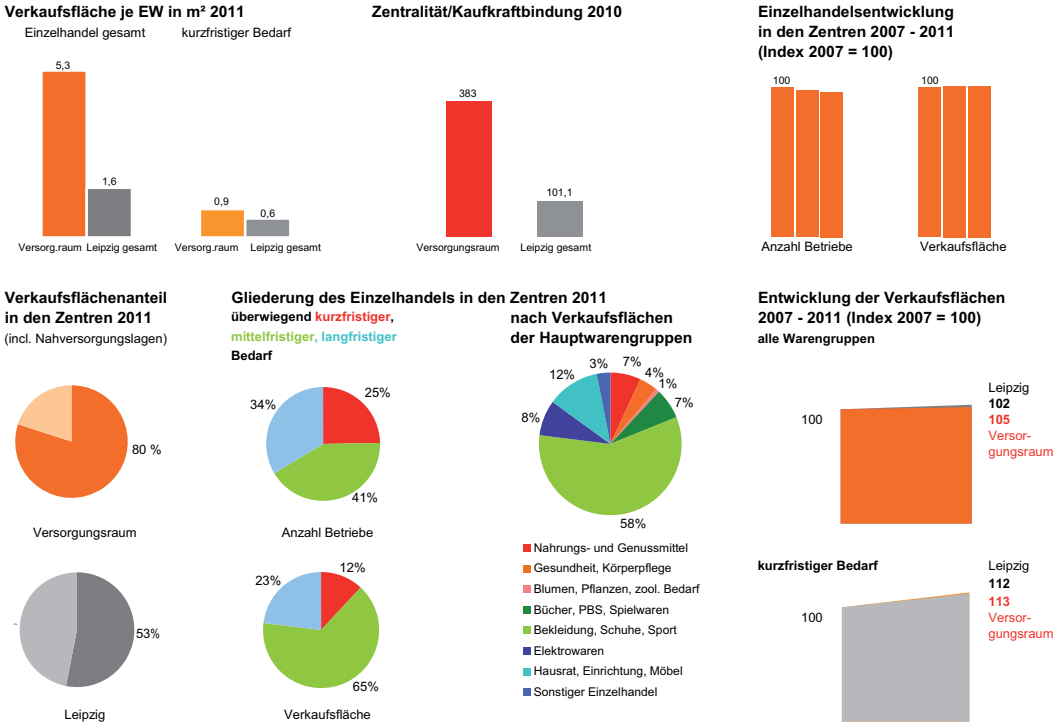


Abb. 27

liche Zuwächse seit 2009 erzielt. Allein im Ortsteil Zentrum-Nord entspricht das Ausstattungsniveau und die Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote nicht den städtischen Referenzwerten.

Aus dem Förderprogramm (SDP) „Leipzig-Innenstadt" sind Maßnahmen zur Gestaltung des öffentlichen Raumes (Plätze, Straßen, Grün) der City im Zeitraum von 2007 bis 2010 in Höhe von ca. 2,37 Mio Euro gefördert worden.

Im Zeitraum 2005 bis 2009 wurde die Baumaßnahme zur Sanierung des denkmalgeschützten Gebäudeensembles Ranstädter Steinweg 6 - 22 mit revitalisiertem Ladenbesatz gefördert (SDP „Waldstraßen-/Bachstraßenviertel").

Tab. 2: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Mitte

zentrale Versorgungsbereiche	
City	Einkaufszentrum „Höfe am Brühl", in Bau
außerhalb	
Leuschnerplatz	Aufstellungsbeschluss für Bauleitplanverfahren
Windmühlenstraße	Sanierung des denkmalgeschützten Ensembles und Ansiedlung eines Nahversorgers, Bauleitplanverfahren
„Altes Messegelände"	Errichtung eines Einrichtungshauses der Fa. Porta mit insgesamt 42 000 m² VK, Bauleitplanverfahren

4.2 Versorgungsraum Ost

Der in seiner räumlichen Ausdehnung und Versorgungsstruktur durch das B-Zentrum „Paunsdorf Center“ (PC) bestimmte Versorgungsraum Ost (VR) ist durch eine weite Ausdehnung und gleichzeitig als bevölkerungsreichster VR (28 % der Einwohner Leipzigs) charakterisiert. Mit einem Viertel der Leipziger Handelsfläche ordnet er sich knapp hinter dem VR Mitte ein.

Im Zuge der seit 2007 geringfügig rückläufigen Handelsflächen (-1 %) und gleichzeitig geringfügig positiver Entwicklung der Einwohnerzahlen (+1 %) verringert sich die Pro-Kopf-Ausstattung von 1,5 auf 1,4 m² VK. Sie liegt damit unter dem städtischen Durchschnittsniveau (1,6). Da die im VR vorhandene Kaufkraft auch in die Leipziger City fließen soll, ist die erreichte Zentralität (83) im städtischen Vergleich angemessen.

Die überdurchschnittlich starke Präsens der Handelsflächen in den Zentren (59 %) des VR ist dem PC geschuldet. Seine seit 2007 in der Summe rückläufigen Verkaufsflächen stehen vor allem in Zusammenhang mit der Verlagerung des Bau- und Gartenfachmarktes OBI bzw. dem Umbau des PC selbst.

Das trifft auch auf die in der Summe rückläufige Entwicklung bei den Geschäftszahlen und Handelsflächen in den Zentren zu, die vor allem durch das große Einkaufszentrum PC bedingt sind. Die bei der Bestandserhebung erfassten reduzierten Handelsflächen sind nicht nur als umbaubedingte Fluktuationen zu verstehen. Gemäß der erteilten Baugenehmigung sind von Seiten des Managements mfi kleinflächige Handelskonzepte und Angebotsverschiebungen zugunsten der Gastronomie vorgesehen. Der Anteil der Handelsflächen in den weiteren Zentren im VR hat sich insgesamt gegenüber sonstigen Standorten seit 2009 leicht verbessert. Die Entwicklung dieser Zentren ist sehr unterschiedlich verlaufen. Die Mehrzahl ist seit 2007 in ihrem Handelsbesatz stabil. Aufgewertet durch Umbauten und Neuansiedlungen wurden in Schönefeld das D-Zentrum Permoser Straße/Bästleinstraße, das D-Zentrum Eisenbahnstraße-Mitte und die Nahversorgungslage Dornbergerstraße. Die Nahversorgungslage Papiermühlstraße/Arnoldstraße/Weißeplatz wurde durch kleinteili-

Ortsteile
Schönefeld-Abtnaundorf, Schönfeld-Ost, Neustadt-Neuschönefeld, Volkmarsdorf, Anger-Crottendorf, Sellerhausen-Stünz, Paunsdorf, Heiterblick, Mölkau, Baalsdorf, Engelsdorf, Althen-Kleinpösna, Reudnitz-Thonberg, Stötteritz, Probstheida, Meusdorf, Holzhausen, Liebertwolkwitz

B-Zentrum
Paunsdorf Center

C-Zentrum
Reudnitz

D-Zentren
Gorkistraße-Nord, Julian-Marchlewskistraße, Permoser Straße/Bästleinstraße, Eisenbahnstraße-Mitte, Goldsternstraße, Mölkau, Hans-Weigel-Straße, Holzhäuser Straße/Kolmstraße, Franzosenallee, Stötteritzer Landstraße, Liebertwolkwitz

Nahversorgungslagen
Gorkistraße-Süd, Eisenbahnstraße-Ost, Dornbergerstraße, Zweinaundorfer Straße, Heiterblickallee, Hermelinstraße, Riebeckstraße, Papiermühlstraße/Arnoldstraße/Weiße Platz, Bockstraße

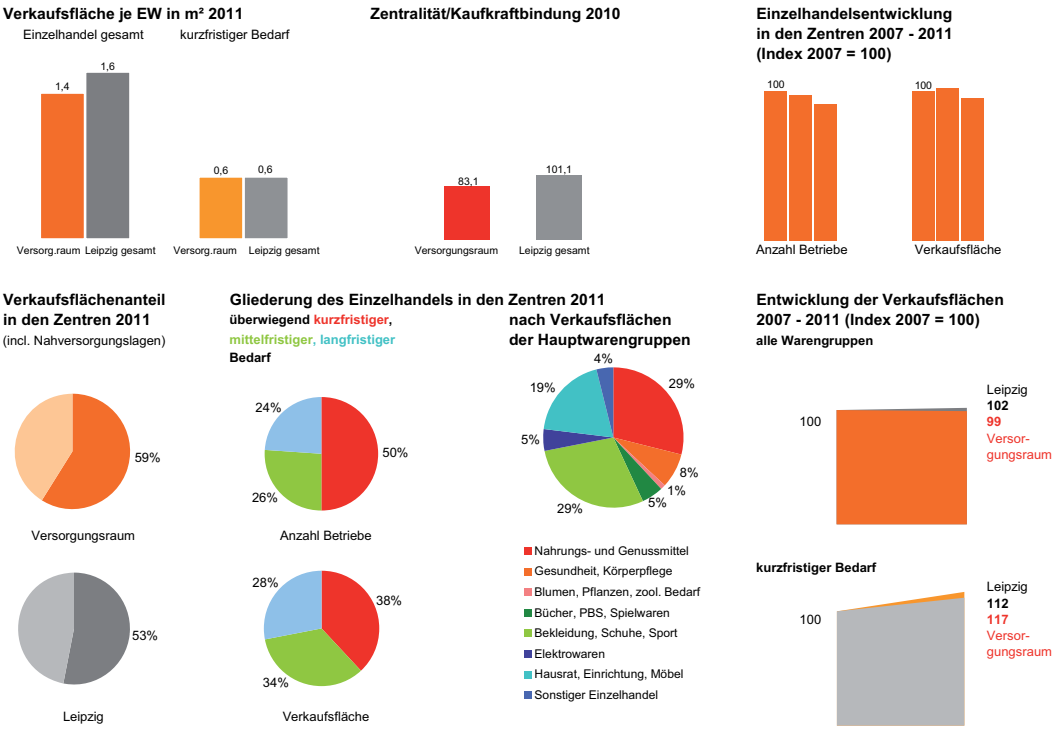


Abb. 28

ge Ergänzungen in ihrer Nahversorgungsfunktion, wenn auch auf sehr niedrigem Niveau, gestärkt. Allerdings weisen die Bestandsaufnahmen bei einigen Zentren und Nahversorgungslagen auch auf Schwächen hin bzw. sogar auf Schädigungen bzgl. der Nahversorgungsfunktion. Das D-Zentrum Mölkau ist wegen anderer Nachnutzung dauerhaft ohne Nahversorger bzw. Magnetbetrieb. Für das D-Zentrum Hans-Weigel-Straße in Engelsdorf ist es noch nicht gelungen, privatwirtschaftliche Investitionen in den Bereich zu lenken, um den Standort zu einem Zentrum zu entwickeln. Eine Reihe von Nahversorgungslagen mit kleinteiligem Besatz nehmen ihre Funktion nur noch eingeschränkt war und weisen Leerstände auf, so die Nahversorgungslagen Eisenbahnstraße-Ost und Zweinaundorfer Straße. Im C-Zentrum Reudnitz fanden seit der Eröffnung des Einkaufszentrums Kaufland geringfügige Strukturanpassungen im Bestand statt, die im Fokus bleiben müssen.

Der Zuwachs an Verkaufsflächen im kurzfristigen Bedarfsbereich ist überdurchschnittlich (+117 %). Mit 0,6 m² Pro-Kopf-Ausstattung hat sich die Flächenausstattung seit 2007 (0,5 m²) im Angebotssegment verbessert und entspricht dem städtischen Referenzwert. Das drückt auch die Bindungsquote im kurzfristigen Bedarf von fast 100 % aus.

Über verschiedene Projekte, insbesondere der Wirtschaftsinitiative OstWerk (Programmjahre 2009 bis 2012) und unterschiedliche Förderprogramme (EFRE, BIWAQ, XENOS) wurden die zentralen Versorgungsbereiche D-Zentrum Eisenbahnstraße-Mitte, C-Zentrum Reudnitz und die Nahversorgungslagen Eisenbahnstraße-Ost, Dornbergerstraße und Zweinaundorfer Straße im Schwerpunktraum des SEKo Leipziger Osten gefördert. Das betrifft die Unterstützung von Kleinunternehmen durch „KU-Investitionsbeihilfen“ und „Koordinator Wirtschaft“ durch Coaching, aber auch die Beratung und Unterstützung der lokalen Ökonomie mit Migrationshintergrund zur Stabilisierung der ansässigen Unternehmen.

Tab. 3: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Ost

zentrale Versorgungsbereiche	
D-Zentrum Permoser Straße/Bästleinstraße	Umbau Permoser Eck, Baugenehmigung
B-Zentrum „Paunsdorf Center“	Umbau und umfassende Umstrukturierung, Baugenehmigung
D-Zentrum Goldsternstraße	Umbau Geschäftshaus, Baugenehmigung
außerhalb	
-	

4.3 Versorgungsraum Süd

Der Versorgungsraum (VR) Süd zählt mit seiner räumlichen Ausdehnung zu den kompakten Räumen mit besonders hohen Einwohnerdichten in der Südvorstadt, Connewitz und Lößnig. Der Anteil an der städtischen Handelsfläche liegt seit Anfang 2007 auf konstantem, aber sehr niedrigem Stand (5 %).

Die Pro-Kopf-Handelsflächenausstattung zeigt seit 2007 ein gleichbleibendes Niveau (0,6 m²) bei geringfügig wachsenden Handelsflächen und insgesamt steigenden Bevölkerungszahlen im VR, teilräumlich jedoch mit erheblichen Unterschieden. Sehr hohen Einwohnergewinnen im inneren Süden stehen rückläufige Einwohnerzahlen in Marienbrunn, Lößnig und Dölitz-Dösen gegenüber. Die geringe Flächenausstattung weist auf Angebotsdefizite hin, die zu relativ starken Kaufkraftabflüssen aus dem VR (Zentralität 45,8) führen. Infolge der sehr guten Verkehrsanbindung an die Leipziger City und mit der Eröffnung der Semmelweisbrücke an das „Alte Messegelände“ ist das vertretbar bei der Versorgung der Bevölkerung mit Waren im mittel- und langfristigen Bedarfssegment. Anders bei kurzfristigen Bedarfsgütern, hier ist das Ziel eine wohnungsnahe Versorgung zu erreichen.

Drei Stadtteilzentren, die durch Nahversorgungslagen ergänzt werden, übernehmen mit 55 % der Betriebe und fast 60 % der Verkaufsflächen bereits rein quantitativ den Schwerpunkt der Versorgung.

Das Einzelhandelsangebot der Zentren ist seit 2007 insgesamt leicht instabil. Bei den C-Zentren konnte vor allem die Karl-Liebknecht-Straße im nördlichen Abschnitt funktionell, insbesondere mit Angeboten im Bio-Segment gestärkt werden. Die Entwicklung des Feinkost-Geländes bleibt wesentliches Schlüsselprojekt. Hierzu wurde erneut Anlauf genommen. Die beiden C-Zentren Karl-Liebknecht-Straße und Connewitzer Kreuz verfügen jedoch weiterhin nicht über ausreichend umfangreiche Nahversorgungsangebote. Bei den Nahversorgungslagen Bornaische Straße in Connewitz und Bornaische Straße/Siegfriedstraße in Lößnig sind im Rahmen der Erhebung Leerstände im kleinflächigen Ladenbestand festgestellt worden.

Obwohl die Verkaufsfläche des VR im kurzfristigen Bedarfsbereich seit 2007 einen Zuwachs erzielte (+11 %) , ist der Verkaufsflächenbesatz nach wie vor unterdurchschnittlich. Das kommt sowohl in

Ortsteile
Zentrum-Süd, Südvorstadt, Connewitz, Marienbrunn, Lößnig, Dölitz-Dösen

C-Zentren
Peterssteinweg/ Karl-Liebknecht-Straße, Connewitzer Kreuz, Moritzhof

Nahversorgungslagen
Bayrischer Platz, Bernhard-Göring-Straße, Bornaische Straße/ Siegfriedstraße

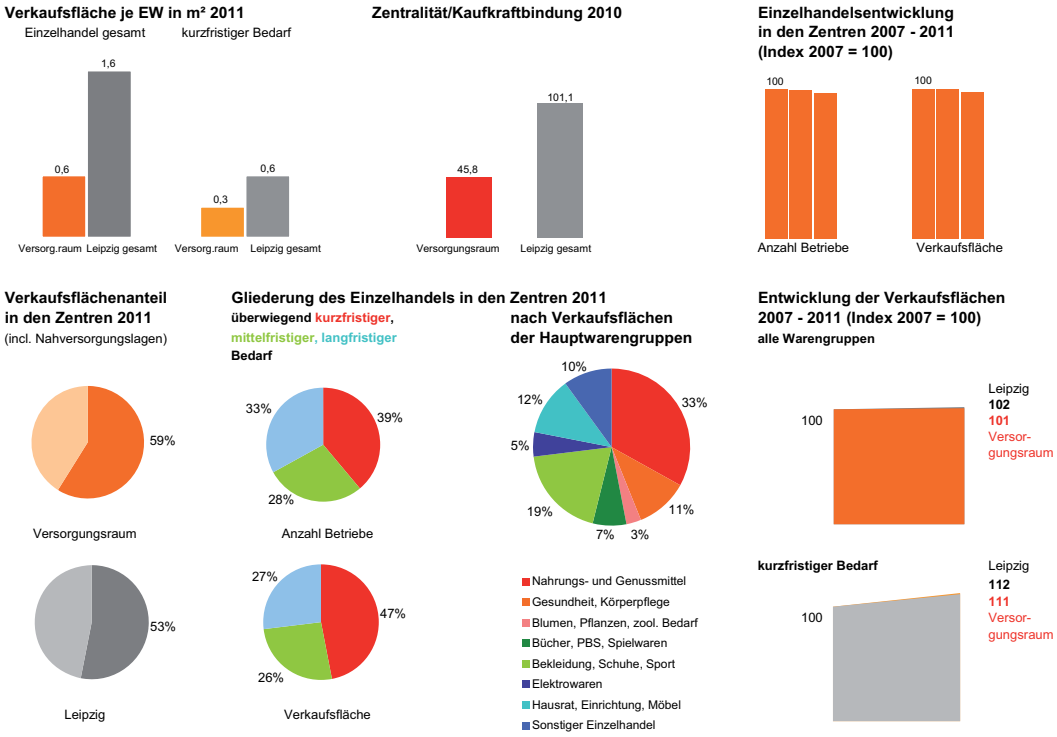


Abb. 29

der niedrigen einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung (0,3 m²) als auch im relativ hohen Kaufkraftabfluss bei kurzfristigen Bedarfsgütern aus dem VR (Zentralitätswert 70) zum Ausdruck. Besonders niedrig ist der Ausstattungswert in der einwohnerstarken Südvorstadt.

Die lokale Ökonomie der Zentren im VR wurde über keine Maßnahmen gefördert. Die Gebäudesicherung auf dem „Feinkost-Gelände" wurde über das Förderprogramm Stadtumbau-Ost mitfinanziert.

Tab. 4: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Süd

zentrale Versorgungsbereiche	
C-Zentrum Connewitzer Kreuz	Weiterführung des Bauleitplanverfahrens Neubau und Erweiterung Rewe-Markt
Nahversorgungslage Bornaische Straße/Siegfriedstraße in Lößnig	neu gestalteter Supermarktstandort in Bau, Eröffnung November 2011
außerhalb	
-	

4.4 Versorgungsraum Südwest

Neben den Versorgungsräumen Mitte und Süd zählt der Versorgungsraum (VR) Südwest zu den Räumen mit überdurchschnittlichen Einwohnergewinnen (+6 %) seit Anfang 2007, die alle Ortsteile umfassen.

Nach einem erheblichen Verkaufsflächenzuwachs zwischen 2007 und 2009, der auch bedingt war durch den Ersatzstandort des Bau- und Gartenfachmarktes (toom) in Plagwitz, ist der Flächenbesatz seit 2009 im Saldo leicht rückläufig (-5 %). Mit Blick auf die Einwohner und Handelsentwicklung beträgt die Verkaufsfläche je Einwohner aktuell 1,2 m² im Vergleich zu 1,0 im Jahr 2007. Die positive Bevölkerungsentwicklung führte nach Einschätzung der GMA zu Umsatzzuwächsen (3,5 %) im Einzelhandel und einem Zentralitätswert von 69,4.

Der Anteil der Ladengeschäfte (51 %) in den Zentren liegt im VR im städtischen Durchschnitt. Der relativ niedrige Zentrenanteil an den Verkaufsflächen (33 %) weist auf Divergenzen mit einem hohen Anteil an großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Zentren hin. Das betrifft aber auch den kurzfristigen Bedarfsbereich, bei dem fast 50 % der Verkaufsflächen außerhalb der Zentren liegen.

Vor allem die Zentren in Plagwitz, Klein- und Großzschocher leiden unter diesem Umstand. Trotzdem verlief die Entwicklung der Zentren seit 2007 insgesamt stabil und auch positiv wie beim D-Zentrum Könneritzstraße. Allerdings zeigte die Bestandserhebung 2011 beim C-Zentrum Plagwitz Abschmelzungen im Ladenbestand im Vergleich zu 2009. Gleichzeitig wurden auch relativ hohe Leerstände registriert.

Beim kurzfristigen Bedarfssegment wurde seit 2007 ein leicht über dem städtischen Durchschnitt liegender Zuwachs an Verkaufsflächen (+13 %) ermittelt, der seit 2009 leicht rückläufig ist, bedingt durch zeitweilige Schließungen im Rahmen der Umstrukturierungen auf dem Plagwitzer Areal westlich der Zschocherschen Straße. Mit 0,5 m² VK pro Einwohner im kurzfristigen Bedarfssegment ist die Flächenausstattung im Nahversorgungsbereich unterhalb der gesamtstädtischen

Ortsteile
Schleußig, Plagwitz, Kleinzschocher, Großzschocher, Knautkleeberg-Knauthain, Hartmannsdorf-Knautnaundorf

C-Zentrum
Plagwitz

D-Zentren
Könneritzstraße, Adler, Südwestzentrum

Nahversorgungslage
Knautkleeberg

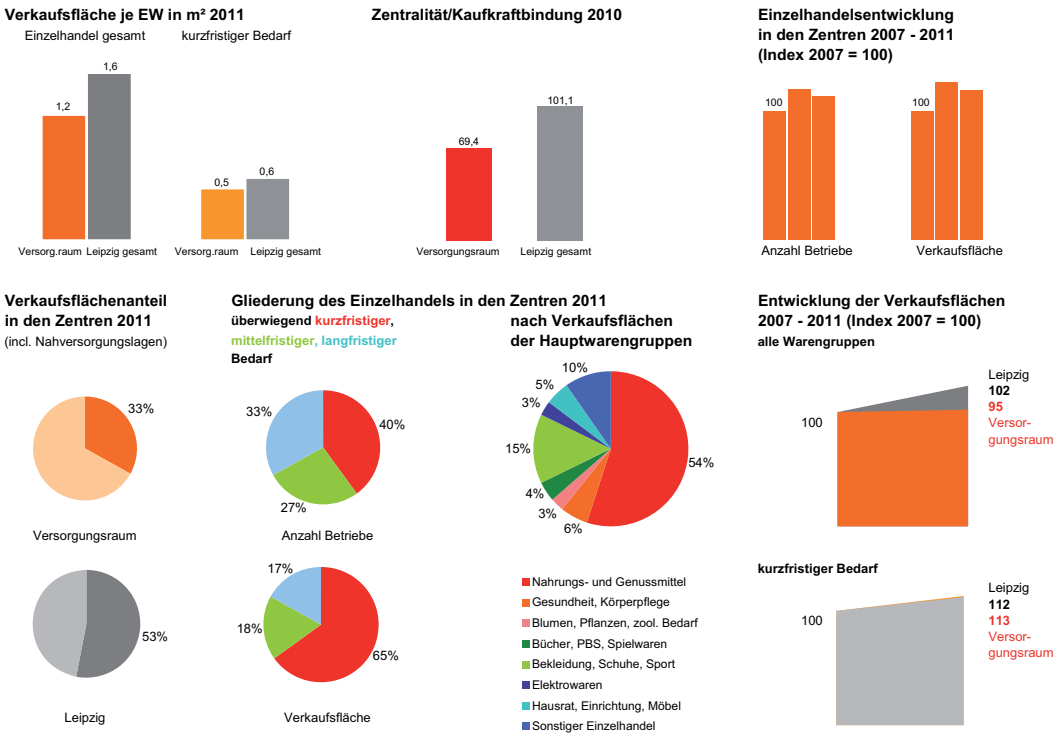


Abb. 30

Ausstattungskennziffer. Hier besteht jedoch eine Häufung von Lebensmittel-Märkten in Plagwitz und in Großzschocher, die sich außerhalb der Zentren angesiedelt haben. Infolge der hohen Konzentration auf wenige Standortbereiche ist der Einkauf für die Einwohner des VR mit einem relativ hohen Zeit- und Verkehrsaufwand verbunden.

Im Leipziger Westen, dem Schwerpunktraum des SEKo, wurde die lokale Ökonomie im C-Zentrum Plagwitz durch Coaching u. a. Angebote über den Europäischen Fond für Regionale Entwicklung (EFRE, Programmjahre 2009 bis 2012) gefördert.

Tab. 5: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Südwest

zentrale Versorgungsbereiche
-
außerhalb
-

4. 5 Versorgungsraum West

Ortsteile
Grünau-Ost, Schönau, Grünau-Mitte, Grünau-Siedlung, Lausen-Grünau, Grünau-Nord, Miltitz

B-Zentrum
Stuttgarter Allee
D-Zentren
Grünauer Allee, Miltitzer Allee, An der Kotsche, Jupiterstraße
Nahversorgungslagen
Karlsruher Straße, Ratzelbogen

Auf den Versorgungsraum (VR) West mit der Großsiedlung Grünau und den drei ergänzenden Siedlungsbereichen Grünau-Siedlung, Lausen und Miltitz verteilen sich 8 % der städtischen Handelsfläche.

Einwohnerzahlen (-6,5 %) und Handelsflächen (-2,6 %) sind seit Anfang 2007 im VR weiter rückläufig. Trotz sinkendem Kaufkraftvolumen sind seit der letzten Erhebung 2009 bereits wieder Zuwächse an Handelsflächen zu verzeichnen. Die Verkaufsflächenausstattung beträgt aktuell 1,3 m² je Einwohner und ist damit seit 2009 geringfügig angestiegen.

Das für Großsiedlungen spezifische Handelsnetz weist den höchsten Anteil an Verkaufsflächen (70 %) und Ladengeschäften (78 %) im städtischen Zentrengefüge auf. Insgesamt traten seit 2007 im Einzelhandel zahlreiche Fluktuationen und auch Geschäftsaufgaben in und außerhalb der Zentren auf, von denen die Standorte außerhalb der Zentren mehr betroffen waren.

Mit der Hälfte der Handelsflächen wird die Versorgung maßgelblich durch das B-Zentrum Stuttgarter Allee, mit seit 2007 stabilem Handelsbestand, geprägt. In den sonstigen Zentren und Nahversorgungslagen traten Fluktuationen im Geschäftsbestand und Komplementärnutzungen auf. Die Abgänge im Ladenbesatz haben sich seit 2009 im Vergleich zu 2007 verringert, so dass insgesamt das Niveau des Zentrenbesatzes noch als verhältnismäßig stabil beschrieben werden kann. Allerdings sind zum Zeitpunkt der Erhebung im D-Zentrum Grünauer Allee und in der Nahversorgungslage Karlsruher Straße relevante Leerstände erfasst worden. Dem Verlust eines Magnetbetriebes im D-Zentrum An der Kotsche und kleinerer Läden im D-Zentrum Jupiterstraße stehen Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen im Zuge von Umbaumaßnahmen in den Nahversorgungslagen Karlsruher Straße und Ratzelbogen gegenüber.

Die Verkaufsflächen beim kurzfristigen Bedarf haben seit 2007 leicht zugenommen, so dass die Pro-Kopf-Flächenausstattung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs auf einem konstant hohen Niveau (0,8 m² VK) liegt, das auf einen Flächenüberhang schließen lässt.

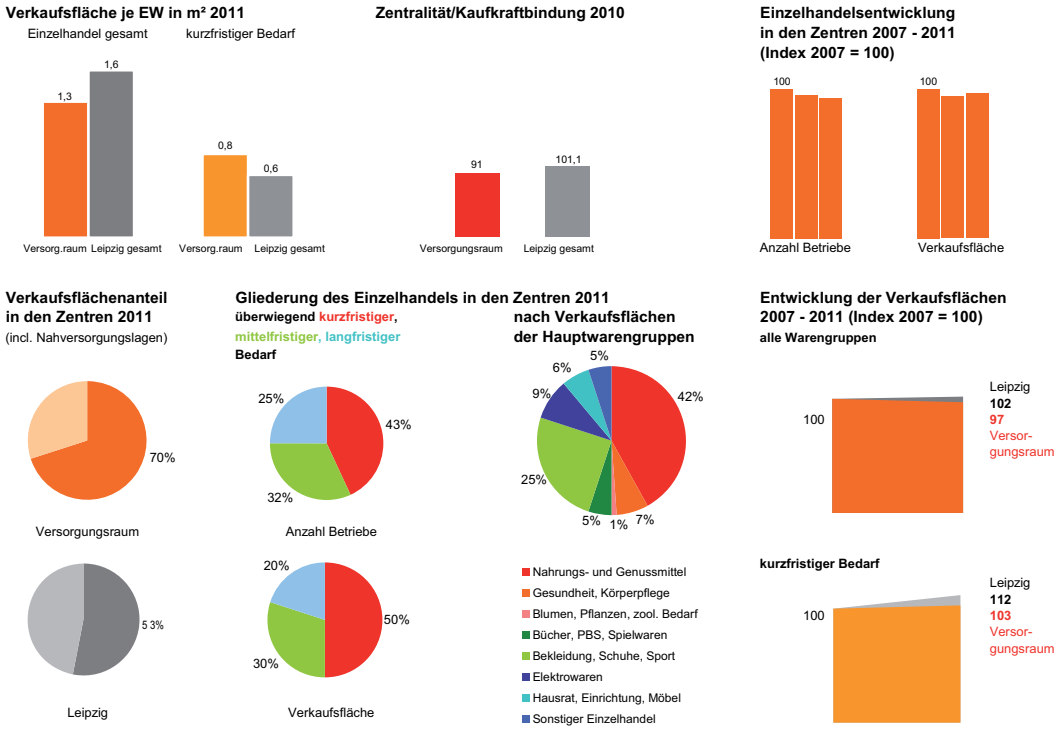


Abb. 31

Nach der Bestandserhebung wurde der Rewe-Markt im D-Zentrum Jupiter Straße geschlossen und ein Netto-Markt am Standort Miltitzer Allee 46 eröffnet.

Über das Programm „Soziale Stadt" können Kleinunternehmen in den zentralen Versorgungsbereichen von Grünau mit Mikrokrediten unterstützt werden. Momentan wird ein Unternehmerstammtisch/-netzwerk aufgebaut.

Tab. 6: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR West

zentrale Versorgungsbereiche	
D-Zentrum Grünauer Allee	Discounter und weiterer Handelsbetrieb in Bau, Eröffnung Ende 2011
außerhalb	
-	

4.6 Versorgungsraum Alt-West

Der Anteil an städtischen Einzelhandelsflächen ist im Versorgungsraum (VR) Alt-West überdurchschnittlich hoch (12 %). Das spiegelt sich sowohl im Einzelhandelsbesatz mit 2,0 m² VK je Einwohner wider als auch in der Zentralitätskennziffer von mehr als 100.

Mit Blick auf eine positive Bevölkerungsentwicklung (+4 %) im Vergleich zu Anfang 2007 und einer im Saldo rückläufigen Handelsentwicklung (-5 %) hat sich auch der Wert der Pro-Kopf-Ausstattung seit 2007 (2,2 m² VK) leicht verringert. Die rückläufige Handelsentwicklung fand vor allem im langfristigen Bedarfssegment statt und konzentriert sich auf den Ortsteil Lindenau mit den Fluktuationen in den großen Handelsimmobilien an der Merseburger Straße/Lützner Straße.

Der hohe Ausstattungswert an Handelsflächen insgesamt sowie die überwiegende Zahl an großflächigen Betrieben weist auf stadtstrukturelle Versorgungsdivergenzen hin. So liegen 86 % der Handelsflächen und 70 % der Betriebe außerhalb der Zentren. Sie konzentrieren sich auf den peripher gelegenen Ortsteil Burghausen-Rückmarsdorf (10 % der Einwohner des VR) mit den beiden Fachmarktzentren Löwencenter und Löwenpark und auf die Gewerbegebiete in Neulindenau mit weiteren Fachmärkten (Möbelmärkte, Baufachmärkte). Diese überproportionale Handelsausstattung impliziert einen Kaufkraftabfluss aus anderen Versorgungsbereichen vor allem an die genannten Fachmarktstandorte. Zwei Drittel der Verkaufsflächen in den mittelfristigen Bedarfsgruppen befinden sich im VR außerhalb der Zentren. Umgekehrt ist die Handelsausstattung der Zentren im VR bei den Geschäftszahlen (30 %) und Verkaufsflächen (14 %) nach wie vor außerordentlich niedrig.

Der Einzelhandelsbesatz der Zentren zeigt seit 2007 bei den Verkaufsflächen Abgänge. Auch wurden zum Zeitpunkt der Erhebung mit Ausnahme vom D-Zentrum Neulindenau überdurchschnittlich hohe Leerstände erfasst. Beim C-Zentrum Lindenauer Markt stehen sie im Zusammenhang mit dem Neubauvorhaben und bei der Nahversorgungslage Merseburger Straße mit Fluktuationen von Mietern in den Bestandsobjekten (z. B. Kaufhaus Held).

Ortsteile
Lindenau, Altlindenau, Neulindenau, Leutzsch, Bölitz-Ehrenberg, Burghausen-Rückmarsdorf

C-Zentrum
Lindenauer Markt
D-Zentren
Neulindenau, Leutzsch
Nahversorgungslagen
Merseburger Straße, Ellernweg, Leipziger Straße, Pestalozzistraße

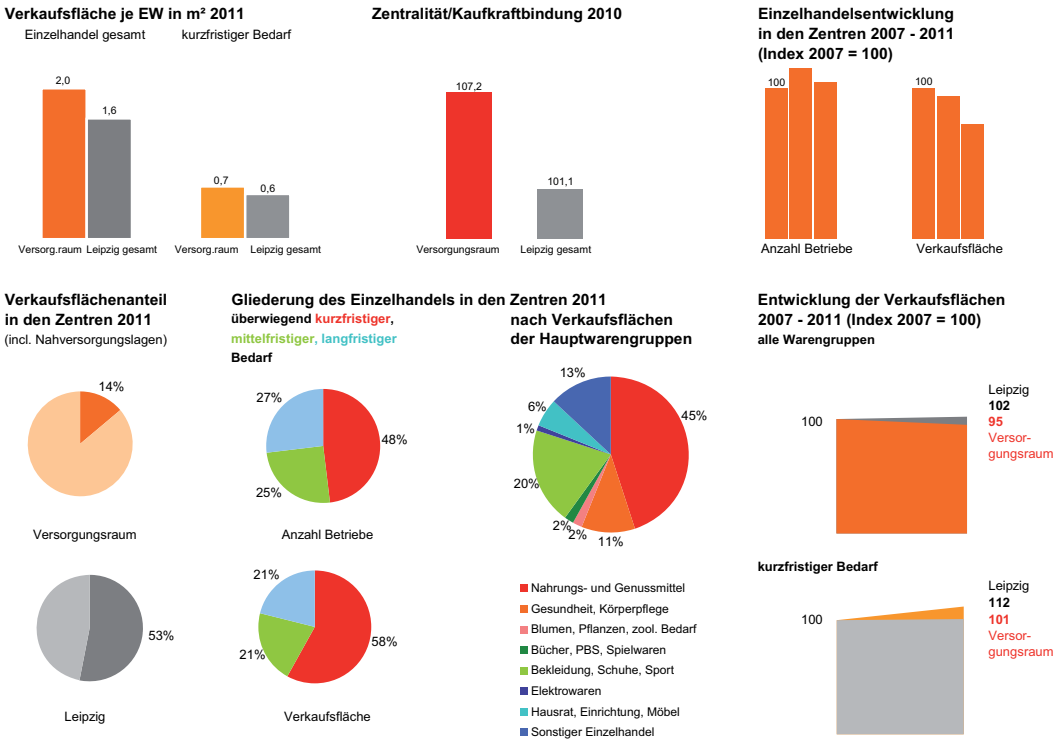


Abb. 32

Mit 0,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner beim kurzfristigen Bedarf ist das Ausstattungsniveau überdurchschnittlich und weist gegenüber 2007 noch einen geringfügigen Zuwachs auf, wobei der Besatz mit Lebensmittelmärkten (ein SB-Markt pro 2 000 Einwohner) weit über dem städtischen Durchschnitt liegt, was als Marktsättigung interpretiert werden kann. Durch den hohen Besatz an Lebensmittelmärkten im VR kann die Etablierung des SB-Warenhauses am Lindenauer Markt auch Umsatzumverteilungen gegen andere Standorte auslösen.

Durch Coaching u. a. Angebote für Kleinunternehmen wurden die Versorgungsstrukturen im C-Zentrum Lindenauer Markt, D-Zentrum Neulindenau und in der Nahversorgungslage Merseburger Straße im Leipziger Westen gefördert (Europäischen Fond für Regionale Entwicklung/EFRE, Programmjahre 2009 bis 2012). Darüber hinaus wird im Zeitraum 2010 bis 2011 der Aufbau einer Standortgemeinschaft Lindenauer Markt förderseitig und durch das Quartiersmanagement unterstützt, um gemeinsame Marketingaktivitäten umzusetzen.

In der Nahversorgungslage Merseburger Straße fand nach der Erhebung ein Nutzerwechsel beim Discounter statt. Im Juni 2011 eröffnete in Böhlitz-Ehrenberg ein Discounter im Bebauungsplangebiet „Wohnen am Wiesenweg“ (vorhandenes Baurecht).

Zur Wiederbelebung der Georg-Schwarz-Straße, die auch als Fördergebiet (Programm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren) bestätigt ist, wurde im Juni 2011 das integrierte „Entwicklungskonzept Georg-Schwarz-Straße“ von der Leipziger Ratsversammlung beschlossen.

Tab. 7: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Alt-West

zentrale Versorgungsbereiche	
C-Zentrum Lindenauer Markt	Vorhaben von Kaufland, in Bau
außerhalb	
Georg-Schwarz-Straße	Sanierungs- und Umbauvorhaben „Brunnenviertel“ mit Gewerbeeinheiten inkl. Nahversorger, Bauleitplanverfahren

4.7 Versorgungsraum Nordwest

Mit einer Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung von 0,7 m² zählt der Versorgungsraum (VR) Nordwest neben dem Süden zu den Räumen mit vergleichsweise geringer Handelsausstattung, die 2007 sogar nur 0,6 m² pro Einwohner betrug.

Infolge eines überdurchschnittlichen Verkaufsflächenzuwachses (+13 %) seit 2007 in Verbindung mit einer positiven Bevölkerungsentwicklung (+5 %) stellte die GMA fest, dass seit 2009 zusätzliche Umsätze im VR generiert wurden. Das drückt sich auch in der gesteigerten Zentralität (51,6) bei allen Warengruppen aus (2006: 48,6).

Der Zuwachs resultiert vor allem aus der Ansiedlung eines Einkaufszentrums (Kaufland) 2009 in Gohlis-Süd, dem Bevölkerungsschwerpunkt im VR Nordwest. Hierdurch wurde das entscheidende Entwicklungspotenzial für die Aufwertung der Versorgungslage an der Georg-Schumann-Straße zum C-Zentrum umgesetzt. Im Zuge der Erhebung 2011 wurden ca. die Hälfte der Betriebe und Handelsflächen des VR in den Zentren erfasst.

Die Einzelhandelsausstattung in den D-Zentren und Nahversorgungslagen blieb seit 2007 relativ stabil. Verluste bei der Nahversorgungsfunktion traten jedoch im D-Zentrum Wahren/Am Viadukt auf, das einen Magnetbetrieb verlor.

Eine bedeutende Steigerung der Handelsfläche bei kurzfristigen Bedarfsgütern wurde seit 2007 (+20 %) erzielt. Mit einer Ausstattung von 0,4 m² Verkaufsfläche je Einwohner im kurzfristigen Bedarfssegment liegt der Wert des VR leicht unter dem städtischen Durchschnitt.

Nach der Erhebung eröffnete ein Aldi-Markt in Gohlis-Süd am Standort Elsbethstraße.

Seit Beginn 2011 wird das Maßnahmenkonzept zur Revitalisierung der Magistrale Georg-Schumann-Straße mit Schwerpunkten in den zentralen Versorgungsbereichen in Gohlis-Süd, Möckern und

Ortsteile
Möckern, Wahren, Lützschena-Stahmeln, Lindenthal, Gohlis-Süd, Gohlis-Mitte, Gohlis-Nord

C-Zentrum
Gohlis

D-Zentren
Möckern, Rathaus
Wahren/Am Viadukt,
Stahmeln,
Lindenthaler Straße,
Gohlis-Arkaden,
Gohlis-Nord

Nahversorgungslagen
Dantestraße, Ellernweg, Möckernsche Straße, Coppistraße

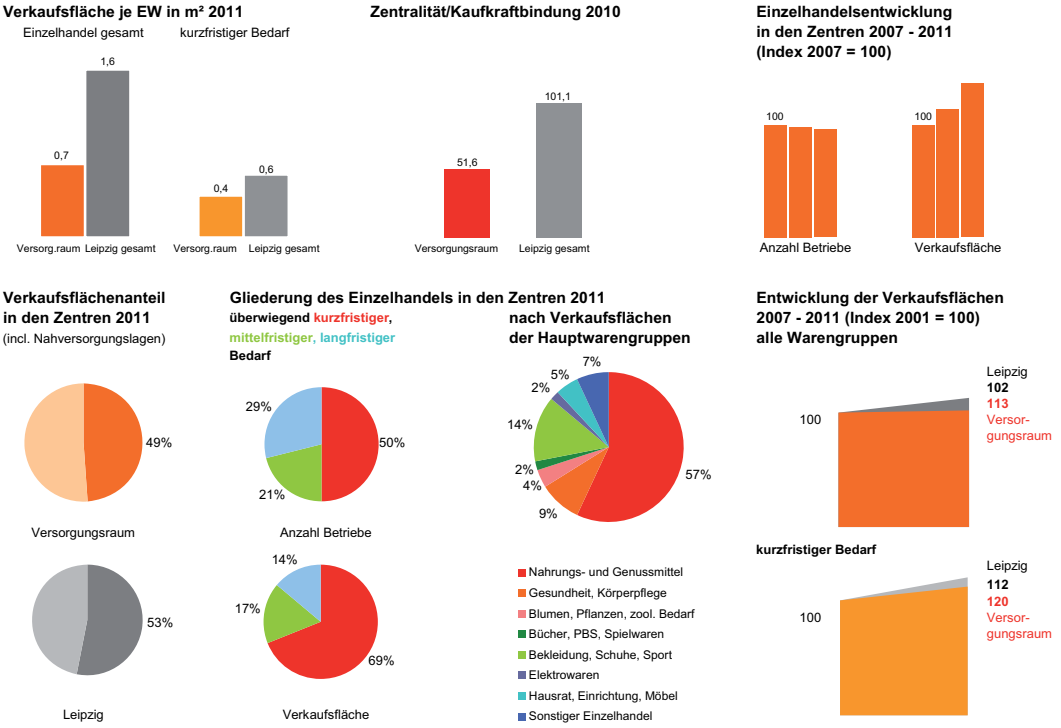


Abb. 33

Wahren umgesetzt. Darüber hinaus ist beabsichtigt, über ein neues Programm „Kooperationen Konkret“ bürgerschaftliches Engagement zu fördern.

Tab. 8: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Nordwest

zentrale Versorgungsbereiche
-
außerhalb
-

4.8 Versorgungsraum Nord

Ortsteile
Mockau-Süd, Mockau-Nord, Thekla, Plaußig-Portitz, Eutritzsch, Seehausen, Wiederitzsch

C-Zentrum
Eutritzsch

D-Zentren
Mockauer Straße, Thekla, Wiederitzsch

Die aktuell ermittelte Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung von 1,7 m² im Versorgungsraum (VR) Nord entspricht einem überdurchschnittlich hohen Versorgungsniveau.

Der Wert ist seit 2007 (1,9 m²) rückläufig infolge leicht positiver Bevölkerungszahlen (+2 %) und im Saldo sinkenden Handelsflächen (-8 %). Die Verluste im Handelsbesatz sind u. a. auch fluktuationsbedingt durch den Umbau im Einkaufszentrum „Portitz-Treff" in Plaußig-Portitz, konzentrieren sich aber auch auf den Ortsteil Eutritzsch.

Die räumliche Zuordnung der Handelsflächen macht eine hohe Ausstattung an großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der ausgewiesenen Zentren transparent und zwar in Eutritzsch im Gewerbegebiet Zschortauer Straße sowie in den Fachmarktzentren „Sachsenpark" und „Portitz-Treff" in Plaußig-Portitz. Diese Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentren führen nicht nur Waren mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, sondern entziehen mit ihren zentrenrelevanten Handelsflächen im kurzfristigen Bedarf (76 %) und im mittelfristigen Bedarfssegment mit sogar 87 % den Zentren im VR die benötigte Kaufkraft, belasten die Zentrenentwicklung und damit die Versorgung der weniger mobilen Bevölkerungsschichten im VR. Dem hohen Verkaufsflächenbesatz an nicht integrierten Standorten stehen folglich besonders geringe Handelsflächen (14 %) und Geschäftszahlen (32 %) der Zentren gegenüber.

Die insgesamt rückläufige Einzelhandelsentwicklung in den Versorgungszentren ist vor allem bedingt durch erhebliche Abgänge im Stadtteilzentrum Eutritzsch.

Die Ausstattung im kurzfristigen Bedarf ist seit 2007 mit 0,8 m² VK je Einwohner nahezu konstant. Der Vergleich mit dem städtischen Referenzwert zeigt einen weit über dem städtischen Durchschnitt (0,6) liegenden Versorgungsgrad, der zusammen mit der relevanten Zentralität von 106 den erforderlichen Kaufkraftzufluss von außerhalb des Versorgungsraumes belegt. Bedingt durch vormals vorhandene Steuerungsdefizite haben sich eine Reihe von SB-Märkten an vorwiegend autoorien-

Abb. 34

tierten Standorten angesiedelt. So ist die Versorgungsdichte mit Lebensmittelmärkten in Eutritzsch infolge einer Agglomeration von Discountern im südlichen Bereich so überdurchschnittlich hoch, dass ein Lebensmittel-Markt auf 1 000 Einwohner kommt (Referenzwert 4 000 bis 5 000 Einwohner). In Anbetracht dieser Entwicklung bleibt das C-Zentrum in Eutritzsch in seiner Funktion zu sichern, der Schwerpunkt der Zentrenentwicklung im VR.

Tab. 9: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Nord

zentrale Versorgungsbereiche	
D-Zentrum Thekla	neu gestalteter Ersatzstandort für den Lebensmittel-Markt (inkl. Bäcker) und Ansiedlung von zwei Fachmärkten, Baugenehmigung erteilt
D-Zentrum Wiederitzsch	Umbau und Erweiterung Lebensmittelmarkt, Bebauungsplan im Verfahren, Antrag auf Befreiung gestellt
außerhalb	
Sachsenpark	Bau- und Heimwerker-Fachmarkt, in Bau

Karten-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis **Seite**

Karte 1:	Bebauungspläne nach § 9 (2a) BauGB und Standorte der Lebensmittelmärkte	28
Karte 2:	Verkaufsflächenentwicklung nach Bedarfsgruppen und Versorgungsräumen 2007 – 2011	30
Abb. 1:	Flächenentwicklung im Einzelhandel der BRD 1990 – 2010	8
Abb. 2:	Betriebstypen im Einzelhandel der BRD 1990 – 2010 98	8
Abb. 3:	Entwicklung der Verkaufsflächen seit 1989 in der Stadt Leipzig 89	9
Abb. 4:	Leipziger Einzelhandelsbestand 1999 – 2011	9
Abb. 5:	Anteil der Betriebe 2011 nach Größenklassen	10
Abb. 6:	Entwicklung der Betriebe 1999 – 2011 nach Verkaufsflächen-Größenklassen	10
Abb. 7:	Anteil der Betriebe 2011 nach Betriebstypen	11
Abb. 8:	Veränderungen der Verkaufsfläche in den Hauptwarengruppen 1999 – 2011	11
Abb. 9:	Verkaufsflächen je Einwohner nach Food und Non-Food 1999 – 2011	12
Abb. 10:	Geschäfte und Verkaufsflächen nach Zentrenkategorien 2011	13
Abb. 11:	Entwicklung der Anzahl der Geschäfte nach Zentrenkategorien 2007 – 2011	14
Abb. 12:	Entwicklung der Verkaufsflächen nach Zentrenkategorien 2007 – 2011	14
Abb. 13:	Verkaufsflächen der Ladengeschäfte im LEH der BRD (1991 = 100)	15
Abb. 14:	Gliederung des LEH 2011 nach Betriebstypen	16
Abb. 15:	LEH nach Betriebstypen 1999 – 2011 (Index: 1999 = 100)	16
Abb. 16:	Anzahl der Geschäfte 2011 ausgewählter Betriebstypen im LEH	17
Abb. 17:	Verkaufsflächen der Märkte im LEH 2011	17
Abb. 18:	Entwicklung Anzahl der Geschäfte ausgewählter Betriebstypen im LEH 1999 – 2011	17
Abb. 19:	Entwicklung der Verkaufsflächen ausgewählter Betriebstypen im LEH 1999 – 2011	17
Abb. 20:	durchschnittliche Verkaufsfläche 1999 – 2011 Supermarkt/Discounter/SB-Warenhaus/übrige Betriebe	18
Abb. 21:	Anzahl der Betriebstypen im LEH nach Lagen 2011	18
Abb. 22:	Verkaufsflächenentwicklung in der Leipziger City 1997 – 2011 nach Teilräumen	23
Abb. 23:	Verkaufsflächen in der City 2011 nach Hauptwarengruppen	23
Abb. 24:	Kundenbefragung Leipziger City	24
Abb. 25:	Kundenbefragung „nova eventis“	25
Abb. 26:	Passantenbefragung: Die Einkaufsattraktivität der City wird sich nach Eröffnung des EKZ „Höfe am Brühl“ ...	26
Abb. 27:	VR Mitte – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	31
Abb. 28:	VR Ost – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	33
Abb. 29:	VR Süd – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	35
Abb. 30:	VR Südwest – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	37
Abb. 31:	VR West – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	39
Abb. 32:	VR Alt-West – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	41
Abb. 33:	VR Nordwest – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	43
Abb. 34:	VR Nord – Kennziffern der Ausstattung und Entwicklung im Einzelhandel 2007 – 2011	45

Tab. 1: Ausstattungs- und Leistungskennziffern im interkommunalen Vergleich 20
Tab. 2: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Mitte 32
Tab. 3: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Ost 34
Tab. 4: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Süd 36
Tab. 5: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Südwest 38
Tab. 6: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR West 40
Tab. 7: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Alt-West 42
Tab. 8: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Nordwest 44
Tab. 9: strukturprägende Planprojekte und Bauvorhaben im Einzelhandel im VR Nord 46