

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Aktualisierung der Sortimentsliste für die Stadt Markkleeberg

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Markkleeberg
Rathausplatz 1
04416 Markkleeberg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: +49 361 77 80 660

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Stuttgart · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	3
2. Einzelhandelsanalyse Markkleeberg	4
2.1. Einzelhandelsbestand.....	4
2.2. Räumliche Angebotsstruktur	6
2.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	11
3. Sortimentskonzept Markkleeberg.....	14
3.1. Begriffsdefinition	14
3.2. Herleitung der Markkleeberger Sortimentsliste	16
3.3. Sortimentsliste für Markkleeberg	19
4. Zusammenfassung.....	22

1. Einführung

Die Stadt Markkleeberg hat in der Vergangenheit für ihre **Einzelhandelsentwicklung** auf ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept¹ zurückgegriffen, das im Jahr 2012 erstellt und vom Stadtrat beschlossen wurde. In dem Zentrenkonzept wurde mit dem Stadtzentrum und drei Nahversorgungszentren (Trigaleria, Sonnesiedlung, Großstädteln) in Summe vier zentrale Versorgungsbereiche definiert. Diesen zentralen Versorgungsbereichen als Vorranggebiete zur Einzelhandelsentwicklung wurden durch die „Markkleeberger Liste“ jeweilige Sortimente zugeordnet, die für den Bestand und die Weiterentwicklung dieser Bereiche von Bedeutung sind.

Im Jahr 2019 wurde das benannte Einzelhandels- und Zentrenkonzept² fortgeschrieben. Dabei wurde das Konzept u.a. vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung und der veränderten Angebots- und Nachfragesituation überprüft und teilweise neu aufgestellt. So wurden die beiden Nahversorgungszentren Sonnesiedlung und Großstädteln nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich eingestuft, da diese Bereiche speziell auf Grund ihrer limitierten Angebotsmasse, der fehlenden Multifunktionalität und der geringen Anzahl an komplementären Funktionen nicht die (rechtlichen) Ansprüche an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllt haben. Das Nahversorgungszentrum Trigaleria – ebenfalls nur mit einem begrenzten Handelsangebot ausgestattet – wurde dagegen als zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich benannt. Die Sortimentsliste blieb – mit Ausnahme des Sortiments Fahrräder – unverändert und wurde nicht aktualisiert.

Für die Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der **Nahversorgungs- und der Zentrenrelevanz der Sortimente** eine wichtige Bedeutung zu; eine Sortimentsliste stellt ein wesentliches Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Bauleitplanung dar. Das Ziel dieser Sortimentsliste ist die Integration von Handelsbetrieben mit innenstadtypischen Sortimenten in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich bzw. die Entwicklung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb von Grund- bzw. Nahversorgungszentren.

Die Stadtverwaltung Markkleeberg möchte die ursprüngliche **Sortimentsliste** aktualisieren bzw. überarbeiten. In der bereits beschlossenen Sortimentsliste wird eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen, wobei diese Sortimente dann in dem aktuell gültigem Einzelhandelskonzept räumlich und funktional den jeweiligen Handelsstandorten zugeordnet werden (vgl. Ansiedlungsregeln 1 - 3)³. Die Ansiedlungsregeln sind sachlogisch und städtebaulich nachvollziehbar und behalten weiterhin ihre Gültigkeit.

1 vgl. CIMA, Stadt Markkleeberg Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 16. April 2012; beschlossen vom Stadtrat der Stadt Markkleeberg am 23.05.2012 (Beschluss Nr. 328 – 32/2012).

2 vgl. Junker+Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg, Mai 2019; beschlossen vom Stadtrat der Stadt Markkleeberg am 10.04.2019 (Beschluss Nr. 523 – 53/2019).

3 vgl. Junker+Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg, Mai 2019; Seite 53/57/60.

2. Einzelhandelsanalyse Markkleeberg

2.1. Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden im Rahmen einer Vollerhebung im Juli 2024 alle Einzelhandelsbetriebe mit ihren Verkaufsflächen in Markkleeberg erfasst und entsprechend ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet (vgl. Methodik in Anlage 1).

In Markkleeberg sind aktuell 104 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks tätig. Diese Unternehmen bespielen eine **Verkaufsfläche**⁴ von ca. 56.800 m². Die durchschnittliche Flächengröße aller Handelsbetriebe liegt bei rd. 550 m² je Betrieb und hat sich in den letzten Jahren – gemäß der Entwicklung im gesamtdeutschen Handel⁵ – sukzessive erhöht.

Tabelle 1: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Markkleeberg

	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
2012	63.370	166	~380	2,65
2024	56.830	104	~550	2,32

Quelle: Stadt Markkleeberg Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 16. April 2012, Seite 29 / BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Juli 2024

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von Markkleeberg rangiert mit rd. 2,3 m² je Einwohner oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² je Einwohner, wobei zentrale Orte – Markkleeberg wird in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen – i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte aufweisen. Die Flächendichte von Markkleeberg deutet auf eine stadtübergreifende Ausstrahlung des lokalen Einzelhandels hin, dies wird durch die Kaufkraftbindungsquote der Stadt von 115 %⁶ bestätigt.⁷

In den letzten zwölf Jahren ist in Markkleeberg – dem bundesdeutschen Trend folgend – ein deutlicher **Rückgang der Handelsbetriebe** zu beobachten.⁸ Insbesondere kleinere und mittelständische Unternehmen aus verschiedensten Branchen haben einen Marktaustritt vollzogen, was mit einem fühlbaren Rückgang der Ladeneinheiten (-37 %) einherging. Es haben sich meist kleinere Läden – vor allem im Stadtzentrum und in Nebenlagen – abgesiedelt.

Mit Blick auf die **Flächenentwicklung** zeigt sich in den letzten Jahren – per Saldo – ein rückläufiger Handelsbesatz (-10 %). Die Flächenverluste resultieren aus der Absiedlung kleinerer Handelsunternehmen, ferner haben sich auch großflächige Betriebe aus Markkleeberg⁹ zurückgezogen.

4 In der Verkaufsfläche ist bereits der derzeit im Bau befindliche Lebensmittelmarkt von nahkauf (rd. 720 m² VK) in der Hauptstraße 229 und der erweiterte Aldi-Markt in der Koberger Straße 181 (rd. 1.100 m² VK, Baugenehmigung für einen Abriss/Neubau wurde bereits erteilt, es ist zeitnah mit einem Neubau des Marktes zu rechnen) inkludiert.

5 Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße im deutschen Einzelhandel beträgt ca. 420 m² je Betrieb, im Jahr 2010 lag die Flächengröße noch bei ca. 320 m² je Betrieb.

Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2023.

6 Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2023.

7 Die Kaufkraftbindungsquote drückt das Verhältnis zwischen den generierten Einzelhandelsumsätzen und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft einer Stadt aus. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner umliegender Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Eine Kaufkraftbindungsquote von über 100 % drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist.

8 Die Angebotserosion in Markkleeberg ist vor allem auf den allgemeinen Strukturwandel im deutschen Einzelhandel zurückzuführen, wobei im bundesweiten Trend die Zahl an Handelsbetrieben zwischen 2010 und 2020 um -20 % gesunken ist.

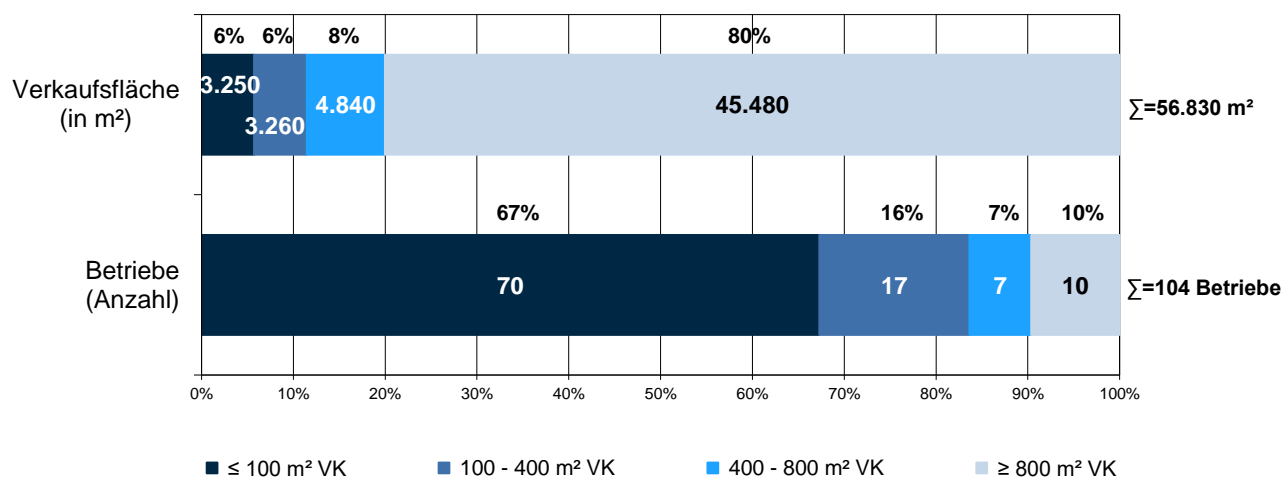
Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2023.

9 Beispielhaft ist die Absiedlung von großflächigen Betrieben wie Multipolster (vorm. Apelsteinallee), Steinkunst (vorm. Koberger Straße) oder die Verkleinerung von Expert (vorm. Alpha Tecc) in der Nordstraße zu benennen.

Die **Größenstruktur des Markkleeberger Einzelhandels** basiert überwiegend auf kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben, da 70 Geschäfte und somit der Großteil der 104 Handelsbetriebe (ca. 67 %) eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur rd. 50 m² je Ladenlokal; der Großteil dieser Betriebe ist in der Markkleeberger Innenstadt verortet.

Demgegenüber besitzen die 17 großformatigen Handelsunternehmen (Verkaufsfläche ab 400 m²) – die an der Gesamtzahl der Markkleeberger Betriebe einen Anteil von lediglich 17 % repräsentieren – mit einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 50.300 m² einen sehr hohen Anteil von 88 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Abbildung 1: Betriebsgrößenklassen des Markkleeberger Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2024

Zusammengefasst ist in Markkleeberg eine durchmischte Betriebstypenstruktur ausgebildet, die einen Mix aus großformatigen, i.d.R. filialisierten Betrieben und zahlreichen, meist mittelständischen und kleineren Fachanbietern aufweist; aus Kundensicht zeigt sich eine attraktive Betriebstypenstruktur.

2.2. Räumliche Angebotsstruktur

Die **räumliche Verteilung** des Einzelhandelsangebots in Markkleeberg zeigt eine flächenseitige Angebotskonzentration an den beiden Sonderstandorten Marktkauf und Globus, wenngleich in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich der Großteil der Handelsbetriebe ansässig ist.

Karte 1: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Markkleeberg



- | | |
|---|---|
| — Zentrale Versorgungsbereiche | — Fachmarkttagglomeration |
| A – Stadtzentrum | 1 – Marktkauf |
| B – Trigaleria (potenzieller zVB) | 2 – Globus |
| ● Solitärstandort | |



Kartengrundlage: dl-de/by-2-0.1
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

In Markkleeberg stellt die anzahlmäßig größte zusammenhängende Einzelhandelsdestination das **Stadtzentrum** dar; hier sind mit 25 Geschäften fast ein Viertel der gesamtstädtischen Handelsbetriebe ansässig. Die Verkaufsfläche umfasst rd. 2.400 m², nimmt jedoch lediglich einen Anteil an der gesamtstädtischen Fläche von 4 % (vgl. folgende Tab. 2) ein. Die Handelsbetriebe sind größtenteils in der Rathausstraße verortet.

Die traditionelle Hauptgeschäftszone erstreckt sich östlich des Bahngleiskörpers bis zum Rathaus hin und ist auf Grund der kompakten Bebauungsstrukturen durch kleinformige Handelsbetriebe geprägt, die in den Erdgeschosszonen der Wohn- und Geschäftshäuser etabliert sind. Es besteht keine vollständig durchgängige Schaufensterfront, da die Handelsnutzungen durch komplementäre Betriebe (v.a. Dienstleistungen), vereinzelte Leerstände und Wohnnutzungen unterbrochen wird.

Der Handelsbesatz westlich des Bahnhofs ist durch ein zweigeschossiges Geschäftshaus (rd. 1.300 m²) geprägt, in welchem über die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche verortet ist. Das Angebot wird durch Konsum, Rossmann und Ernstings family dominiert, ferner sind vereinzelte kleinformige Geschäfte und vor allem komplementäre Angebote vorzufinden. Im Obergeschoss der sog. Rathaus Galerie sind Ärzte und Angebote mit Gesundheitsdienstleistungen ansässig.

Die Entwicklung des Handelsbestands im Stadtzentrum war in den letzten Jahren rückläufig. Im Einzelhandelskonzept 2012 wurde noch ein Angebot von 39 Betrieben und 2.750 m² Verkaufsfläche ausgewiesen, aktuell ist ein deutlicher Rückgang auf 25 Geschäfte zu beobachten. Der fühlbare Rückgang der innerstädtischen Ladeneinheiten zeigt sich u.a. in vereinzelten Leerständen und einer verstärkten Nachnutzung von Handelsflächen durch komplementäre Betriebe.

Neben den Handelsbetrieben existieren in der Innenstadt fast 30 komplementäre Angebote (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie, Büros), ferner dient die Innenstadt auch als Wohnstandort und ist Sitz der Stadtverwaltung. In Summe wird für die Stadtgröße eine hohe Multifunktionalität erreicht.

Leerstehende Ladenflächen haben eine hohe Signalwirkung und belasten das Erscheinungsbild einer Innenstadt in besonderem Maße. Der aktuelle Leerstand im Stadtzentrum umfasst vier Ladengeschäfte, die durchschnittliche Flächengröße liegt bei etwa 50 m² je Laden und somit unter der Mindestbetriebsgröße zahlreicher Handelsbranchen.

Abbildung 2: Exemplarische städtebauliche Situation im Stadtzentrum



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Perspektivisch ist im Stadtzentrum die Entwicklung einer „Neuen Mitte“ geplant, das Umfeld des Bahnhofsbereiches soll stadträumlich und freiraumplanerisch aufgewertet werden und sich zu einem übergeordneten und identitätsstiftenden Ort entwickeln. Im Rahmen der Bebauung von Potenzialflächen sollen in fünf kleinräumigen Entwicklungsgebieten¹⁰ verschiedene gemischt genutzte Gebäude errichtet werden. Hierbei stehen in Erdgeschosslagen auch Flächen zur Einzelhandelsnutzung zur Verfügung.

Gemäß den Planungsunterlagen ist eine großformatige Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m² entwickelbar, eine Belegung durch Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erscheint hierbei realistisch. Ferner sind auch kleinere Flächen zwischen 150 bis 500 m² verfügbar, wobei noch keine konkreten Belegungsoptionen formuliert wurden. Jedoch ist grundsätzlich für die Markkleeberger Innenstadt mit Blick auf den Handel nach der Entwicklung der „Neuen Mitte“ mit einem gewissen Bedeutungszuwachs zu rechnen.

¹⁰ vgl. Stadt Markkleeberg / Querfeld Eins, Rahmenplanung „Neue Mitte“ Markkleeberg, Stand: 29.11.2016.

Im Markkleeberger Einzelhandelskonzept wurde neben dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Markkleeberg-Ost das **perspektivische Grund- und Nahversorgungszentrum Trigaleria** ausgewiesen. Der Handelsstandort umfasst ein mehrgeschossiges Wohn- und Geschäftshaus, in dessen Erdgeschosszone um eine innenliegende Mall verschiedene Handels- und Dienstleistungsbetriebe etabliert wurden.

In dem Nahversorgungszentrum sind fünf Handelsunternehmen ansässig, die eine Verkaufsfläche von knapp 800 m² bespielen. Als standortprägender Betrieb fungiert ein Konsum-Lebensmittelmarkt, darüber hinaus ist ein größeres Fahrradfachgeschäft ansässig. Das skizzierte Angebot wird durch sechs Komplementäre abgerundet, im 1. Obergeschoss des Wohn- und Geschäftshauses sind weitere Dienstleistungsanbieter bzw. auch Ärzte eingemietet.

Der Versorgungsstandort wurde als zentraler Versorgungsbereich¹¹ definiert. Hierzu wird im Einzelhandelskonzept¹² ausgeführt: „Auch erfüllt das Grund- und Nahversorgungszentrum Trigaleria mit seinem jetzigen Bestand nach Maßgabe der aktuellen Rechtsprechung nicht mehr die Anforderungskriterien an einen zentralen Versorgungsbereich.“ Der Einschätzung des Einzelhandelskonzepts kann aus gutachterlicher Sicht und unter Berücksichtigung der Rechtsprechung¹³ zugestimmt werden, zumal der Konsum-Markt mit etwa 300 m² keine umfassende Lebensmittelversorgung abbilden kann. Im Einzelhandelskonzept wurde jedoch südlich dieses Bereiches eine Potenzialfläche zur Weiterentwicklung ausgewiesen.

Abbildung 3: Exemplarische städtebauliche Situation im Nahversorgungszentrum Trigaleria



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

11 Bei sog. zentralen Versorgungsbereichen handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Des Weiteren bilden einzelne solitäre Betriebe, welche diffus über das Stadtgebiet auch an städtebaulich integrierten Standorten liegen, keine zentralen Versorgungsbereiche.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

12 vgl. Junker & Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg (Mai 2019), Seite 21.

13 Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

Als eine wesentliche Grundvoraussetzung für ein funktionsfähiges Nahversorgungszentrum wird die Existenz eines modernen und zukunftsfähigen Lebensmittelmarktes unter Einschluss weiterer Handels- und vor allem Dienstleistungsbetriebe gesehen.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

Im Jahr 1992 wurden sowohl in Wachau als auch in Markkleeberg-West zwei großformatige SB-Warenhäuser eröffnet. Das **Marktkauf-Center** an der Seenallee beherbergt aktuell zwölf Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 16.200 m². Die Betriebe sind U-förmig um eine mittig liegende Parkplatzanlage gruppiert, städtebaulich zeigt sich das Center in einer funktionalen und einfachen Architektursprache.

Das Angebot ist durch die großflächigen Märkte von Marktkauf, toom und Roller geprägt, ergänzt durch kleinere Geschäfte. Ferner sind diverse Komplementärangebote und eine Tankstelle vorzufinden, so dass dieser Bereich mit seiner Multifunktionalität eine kundenattraktive Einkaufsdestination darstellt.

Der flächenmäßig größte Handelsstandort (rd. 22.400 m² VK) ist das **Globus-Center** in Wachau, unmittelbar an der Stadtgrenze zu Leipzig verortet. Neben einem kundenattraktiven SB-Warenhaus sind an dem auto-kundenorientierten Standort ein Globus-Baumarkt und mehrere kleinere Geschäfte und Dienstleistungs-/Gastronomiebetriebe in einer linearen Mall – dem SB-Warenhaus vorgelagert – etabliert. Dem SB-Warenhaus und dem Baumarkt sind jeweils betriebseigene und kostenfreie Parkplätze vorgelagert; Globus betreibt zudem eine Tankstelle.

Der Standort zeigt markt- und kundengerechte Objektbedingungen. Globus stellt mit seinem leistungsfähigem SB-Warenhaus und dem Baumarkt einen Magnetanbieter für Markkleeberg dar und besitzt eine hohe Strahlkraft auf umliegende Gemeinden. Globus ist neben dem Marktkauf-Center ein wesentlicher Träger der Einzelhandelszentralität von Markkleeberg.

Abbildung 4: Exemplarische städtebauliche Situation in den Fachmarktlagen Marktkauf / Globus



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Ergänzend zu den skizzierten strukturprägenden Handelslagen agieren weitere Handelsunternehmen in Markkleeberg in **Streulagen**¹⁴. Dieses Angebot umfasst – neben zahlreichen kleineren mittelständischen Betrieben – sechs Lebensmittelmärkte (2x Aldi, 2x Netto Marken-Discount, Lidl, nahkauf) und verschiedene Non-Food-Anbieter (u.a. Dehner, Küche Aktiv, Teppich Frick). Auf Grund der großformatigen Fachmarktanbieter erreichen diese Streulagen einen hohen summierten Flächenanteil von 26 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche.

¹⁴ Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

Abschließend wird in der Tabelle 2 die **räumliche Angebotsstruktur** des Markkleeberger Einzelhandels synoptisch abgebildet.

Tabelle 2: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Markkleeberg

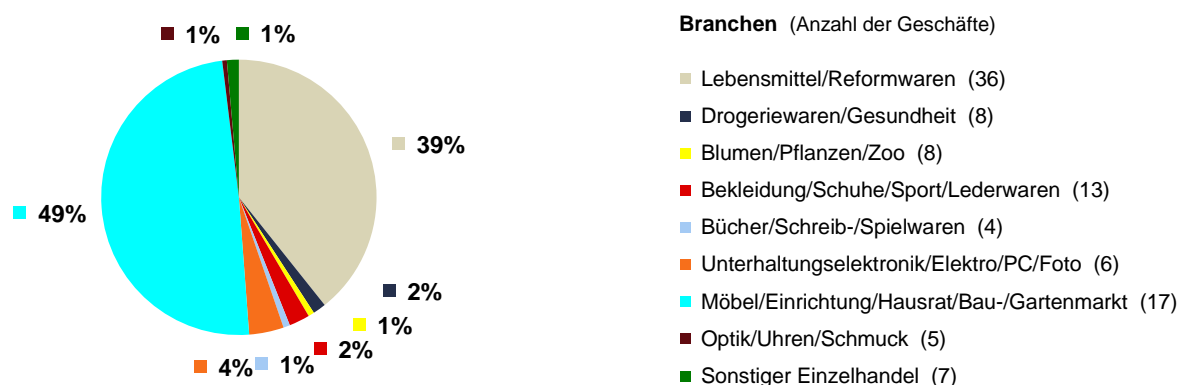
	Verkaufsfläche		Betriebe		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
zentraler VB Stadtzentrum	2.360	4	25	24	~90
perspektivischer zentraler VB Trigaleria	780	1	5	5	~160
Standortbereich Marktkauf	16.190	29	12	12	~1.350
Standortbereich Globus	22.450	40	15	14	~1.500
Streulagen	15.050	26	47	45	~320
Gesamt	56.830	100	104	100	~550

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2024 / zentraler VB = zentraler Versorgungsbereich
 Zuordnung der Betriebe/Flächen auf Basis Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg (Mai 2019)

2.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Markkleeberg (rd. 56.800 m² VK) werden die einzelnen Betriebe nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.¹⁵ Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** in Markkleeberg bildet die folgende Graphik ab und verdeutlicht die Fokussierung des Markkleeberger Handels auf wenige Branchen, speziell sind lediglich die Lebensmittelbranche und die Einrichtungsbranche flächenseitig sehr gut ausgeprägt.

Abbildung 5: Branchenstruktur Markkleeberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2024 / Zuordnung der Betriebe nach der jeweiligen Hauptbranche

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** stellen die Betriebe der Lebensmittelbranche mit rd. 22.300 m² Verkaufsfläche einen flächenseitigen Angebotsschwerpunkt dar. Einerseits wird diese Branche durch neun großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Ladenhandwerker, Spezialgeschäfte, SB-Märkte) vorhanden.¹⁶

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte rangiert im interkommunalen Vergleich mit 0,9 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner¹⁷ auf einem hohen Niveau, wobei in größeren Städten i.d.R. eine Konzentration von insbesondere großformatigen Lebensmittelmärkten und demzufolge oft eine höhere Angebotsdichte vorzufinden ist.

In der Branche Drogeriewaren ist im Stadtzentrum mit Rossmann ein attraktiver und kompetenter Drogeriemarkt vorhanden. Des Weiteren werden Drogeriewaren in allen Lebensmittelmärkten im Randsortiment geführt.

In Markkleeberg sind sieben Apotheken mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 500 m² adressiert. Auf Basis der örtlichen Einwohnerzahl errechnet sich eine Apothekendichte von 2,9 Apotheken je 10.000 Einwohner. Der Markkleeberger Wert stellt im Vergleich zum Landeswert (2,3 Apotheken/10.000 Ew.)¹⁸ einen überdurchschnittlichen Ausstattungsgrad dar, wobei Markkleeberg auch eine Versorgungsfunktion für sein Umland mit übernimmt und daher ein höheres Angebot vorhält.

Im Sortimentsbereich Blumen existiert eine zufriedenstellende Offerte, geprägt durch sechs kundenattraktive Floristikanbieter. Darüber hinaus werden Blumen auch im Randsortiment bei verschiedenen weiteren Anbietern mit geführt.

15 Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt nach seiner Hauptwarengruppe. Die geführten Randsortimente ordnen sich dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses.

16 In der Verkaufsfläche ist bereits der im Bau befindliche nahkauf-Lebensmittelmarkt (rd. 720 m² VK) in der Hauptstraße 229 und der auf rd. 1.100 m² erweiterte Aldi-Markt in der Koburger Straße 181 (Baugenehmigung für einen Abriss/Neubau wurde bereits erteilt) enthalten.

17 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

18 Quelle: ABDA, Die Apotheke 2023, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2022.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** stellt die Angebotspalette an modischen Sortimenten (Oberbekleidung, Wäsche, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren) hinsichtlich ihrer Magnetfunktion einen wichtigen Attraktivitätsbaustein für eine (Innen-)Stadt dar. Im Segment Bekleidung sind in Markkleeberg jedoch nur neun Betriebe auf rd. 700 m² Verkaufsfläche aktiv. Das Angebot wird durch zwei Geschäfte des Filialisten Ernstings family und sieben weitere Fachgeschäfte geprägt. Die Verkaufsflächendichte von 0,03 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist im interkommunalen Vergleich als sehr niedrig einzustufen.¹⁹ Der Großteil der Textilverkaufsfläche befindet sich außerhalb des Stadtzentrums.

In der Sportbranche (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) sind vier Fachgeschäfte aktiv, wobei eine Fokussierung auf Wassersport und Angeln zu beobachten ist. Ein „klassisches“ Sportgeschäft existiert in Markkleeberg nicht.

In den Sortimenten Schuhe/Lederwaren und Heimtextilien/Kurzwaren ist in Markkleeberg kein spezieller Anbieter vorzufinden. Diese Waren werden von branchenfremden Betrieben im Randsortiment auf Kleinstflächen mit angeboten.

Der Sanitätsfachhandel ist durch drei Anbieter vertreten, die für die Stadtgröße ein sehr gutes Angebot repräsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen. Diese kleine, jedoch qualitativ gut ausgeprägte Branche spiegelt auch die demographische Entwicklung von Markkleeberg bzw. den hohen Bevölkerungsanteil älterer Bürger wider.²⁰

In Markkleeberg agieren zwei Buchhandlungen, die eine gute Grundversorgung für die Stadt abbilden können.

In der Branche Papier-/Büro-/Schreibwaren ist mit einem innerstädtischen Geschäft ein Grundversorgungsangebot vorhanden, diese Waren werden ferner noch im Randsortiment verkauft.

In Markkleeberg ist kein Spielwarenanbieter ansässig, vereinzelt werden Spielwaren im Randsortiment branchenfremder Anbieter geführt. Das Fehlen eines entsprechenden Geschäftes stellt eine Angebotslücke im örtlichen Handel dar.

In der Zoobranche sind zwei Spezialanbieter (auf Futtermittel spezialisiert) vorhanden, dieses Sortiment wird auch im Randsortiment in Lebensmittelmärkten geführt. Ein größerer Fachanbieter mit einem umfangreichen Sortiment ist nicht ansässig.

Die Güter des **langfristigen Bedarfsbereichs** sind durch eine seltenere bzw. aperiodische Nachfrage gekennzeichnet. In Markkleeberg ist in der Möbelbranche mit einem Möbelhaus und drei Spezialanbietern für die Größe der Stadt ein attraktives Angebot ausgebildet.

Für die flächenintensive Branche Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung ist eine hohe Flächenausstattung zu konstatieren, da mit toom und Globus sowie dem Gartenfachmarkt Dehner drei großflächige Anbieter angesiedelt sind. Folglich ist eine leistungsfähige Flächenausstattung und auch eine stadtübergreifende Ausstrahlung dieser Branche zu konstatieren, zumal weitere Spezialanbieter das Angebot arrondieren.

Das Sortiment Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Hausratartikel wird von vereinzelt Fachgeschäften und vor allem im Randsortiment von branchenfremden Anbietern geführt.

Die Branche Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC wird durch den attraktiven Elektrofachmarkt Expert geprägt, dessen Angebot wird durch vereinzelte weitere kleine Geschäfte mit Fotoartikeln, Computern und Mobiltelefonen arrondiert.

In den Branchen Optik und Uhren/Schmuck existieren fünf branchenübliche kleinformative Anbieter, die in Summe ein attraktives Sortiment präsentieren.

19 Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von 0,03 m² Verkaufsfläche pro Einwohner (vgl. Tab. 3) ist im interkommunalen Vergleich als sehr niedrig einzustufen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt in diesem Segment laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,20 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

20 Die Altersgruppe der über 65-Jährigen hat in Markkleeberg einen Anteil von rd. 28 % an der Gesamtbevölkerung und ist damit die am stärksten vertretene Altersgruppe in Markkleeberg.
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Sächsische Gemeindestatistik 2023.

Die Fahrradbranche ist durch vier mittelständische Anbieter gekennzeichnet, wobei die Flächengröße der Fachbetriebe auf Grund des hohen Präsentationsbedarfs höher ausfallen könnte.

In der Branche Kfz-Zubehör ist kein Anbieter in Markkleeberg ansässig. Das Sortiment wird von verschiedenen Betrieben im Randsortiment und teilweise auch in Autohäusern bzw. in Werkstätten mit verkauft.

Tabelle 3: Strukturdaten des Einzelhandels in Markkleeberg

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	22.330	36	~620	0,91
Apotheken	500	7	~70	0,02
Drogerie/Parfümerie	370	1	~370	0,02
Blumen	350	6	~60	0,01
Oberkleidung/Textilien/Wäsche	710	9	~80	0,03
Heimtextilien	0	0	-	-
Sportartikel	680	4	~170	0,03
Schuhe/Lederwaren	0	0	-	-
Sanitätswaren/-bedarf	260	3	~90	0,01
Bücher	370	3	~120	0,02
Papier-/Büro-/Schreibwaren	70	1	~70	<0,01
Spielwaren	0	0	-	-
Zoobedarf/Tiernahrung	50	2	~30	<0,01
Möbel/Antiquitäten	4.070	4	~1.020	0,17
Bau-/Gartenmarktartikel	23.790	10	~2.380	0,97
Haushaltwaren/Geschenkartikel	130	3	~40	0,01
Elektro/Unterhaltungselektronik	2.310	6	~390	0,09
Optik	150	3	~50	0,01
Uhren/Schmuck	150	2	~80	0,01
Fahrräder	540	4	~140	0,02
Autoteile/-zubehör	0	0	-	-
Gesamt	56.830	104	~550	2,32

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2024

3. Sortimentskonzept Markkleeberg

3.1. Begriffsdefinition

Eine Sortimentsliste stellt einen wesentlichen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzepts dar und ist als Steuerungsinstrument im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Zur Steuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Festlegung von zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erforderlich. Nachfolgender **Kriterienkatalog** dient zur Unterscheidung dieser beiden Sortimentsgruppen.

Abbildung 6: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

zentrenrelevante Sortimente

- geringer spezifischer Flächenanspruch, räumliche Integration dieser Betriebe ist grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche möglich
- hohe Ausstrahlungskraft
- überwiegend leichter bzw. problemloser Abtransport, ein Kfz ist i.d.R. nicht notwendig
- häufige Nachfrage, auch im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen und meist in Abhängigkeit von anderen Frequenzbringern
- lösen positive Agglomerations- bzw. Verdichtungseffekte aus
- prägen die städtebaulich-funktionale Struktur von zentralen Versorgungsbereichen
- ziehen Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig
- meist hohe Flächenproduktivität

nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Angebot dieser Waren erfolgt auf Grund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten
- zum Warenabtransport wird überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigt
- keine Eignung für zentrale Lagen, da hoher Flächenbedarf
- erzeugen eine eigene Besucherfrequenz und werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe Kopplungen mit anderen Aktivitäten
- keine prägende Funktion für zentrale Innenstadtlagen
- i.d.R. niedrige Flächenproduktivität

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Zentrenrelevante Sortimente tragen maßgeblich zur Attraktivität städtebaulich integrierter Versorgungszentren bei und können positive Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auslösen. Diese Sortimente können im Verbund eine hohe Ausstrahlungskraft induzieren, was sich positiv auf Besucherfrequenzen auswirkt. Die Sortimente sind ferner durch einen meist geringen Flächenanspruch geprägt und lassen sich i.d.R. in bestehende innerörtliche Bebauungsstrukturen integrieren. Zentrenrelevante Sortimente sind i.d.R. bereits in zentralen Versorgungsbereichen etabliert und prägen städtebaulich-funktional die Bestandsstruktur.

Für die Stärkung und Attraktivierung der Markkleeberger Innenstadt und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Markkleeberg gilt es, diese Sortimentsgruppe im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum anzusiedeln (vgl. Ansiedlungsregel 2 des Einzelhandelskonzeptes)²¹.

21 vgl. Junker+Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg, Mai 2019; Seite 57.

Zu der Gruppe der zentrenrelevanten Sortimente zählen auch die **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, die überwiegend der kurzfristigen bzw. periodischen Grundversorgung dienen (v.a. Lebensmittel) und durch eine häufige Konsumentennachfrage gekennzeichnet sind. Auf diese Warengruppen treffen auch die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu.

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen entwickelt werden, nachgelagert ist jedoch auch die Ansiedlung zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten möglich. Eine Ansiedlung außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches kann erfolgen, wenn der jeweilige Standort der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dient, städtebaulich integriert ist und die Größe des geplanten Vorhabens dem zu versorgenden Einzugsbereich entspricht; ferner müssen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und andere Nahversorgungsstandorte ausgeschlossen sein (vgl. Ansiedlungsregel 1 des Einzelhandelskonzeptes)²².

Die **nicht-zentrenrelevanten Sortimente** besitzen i.d.R. hohe Flächenansprüche, die in zentralen Versorgungsbereichen meist nicht darstellbar sind. Bei diesen Sortimenten handelt es sich um Waren, die zentrale Versorgungsbereiche nicht prägen und hier i.d.R. bezüglich ihrer Größe und Beschaffenheit nicht angeboten werden können. Somit besitzt diese Sortimentsgruppe für die Attraktivität von zentralen Versorgungsbereichen eine untergeordnete Bedeutung. Darüber hinaus ist zum Abtransport dieser meist großvolumigen Waren ein Kfz erforderlich.

Idealerweise sollte eine Ansiedlung dieser Sortimentsgruppe an einem städtebaulich integrierten Standort, möglichst in innerstädtischer Randlage oder in einer Sonderlage²³ erfolgen; sofern innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen etwaige Flächenkapazitäten bestehen, so ist eine Ansiedlung dort zu präferieren (vgl. Ansiedlungsregel 3 des Einzelhandelskonzeptes)²⁴.

22 vgl. Junker+Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg, Mai 2019; Seite 53.

23 Grundsätzlich ist hierbei die Nachnutzung von bestehenden Gewerbestandorten bzw. die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsstandorten zu präferieren (Prinzip „Nachnutzung vor Neuinanspruchnahme von Flächen“).

24 vgl. Junker+Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg, Mai 2019; Seite 60.

3.2. Herleitung der Markkleeberger Sortimentsliste

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich bzw. nachgelagert in dem potenziellen Nahversorgungszentrum Trigaleria zu etablieren. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig maßgeblich auf diese zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden.

Ferner stellt die Markkleeberger Sortimentsliste ein wichtiges Element für die Festlegung von sog. **Randsortimenten** bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dar. Durch eine exakte Definition der Randsortimente nach Warengruppen und deren flächenmäßige Eingrenzung in Bebauungsplänen kann dem Zentrenkonzept Rechnung getragen werden. Nicht nur bei der Festsetzung der Randsortimente, auch im Rahmen von Bebauungsplänen für den großflächigen Einzelhandel kann die Sortimentsliste dazu dienen, zulässige oder ausgeschlossene Sortimente (Positiv-/Negativliste) zu definieren.

Bei der Definition der Sortimentsgruppen ist auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist. Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen bzw. dem Einzelhandelserlass Sachsen²⁵ der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.²⁶

Neben den funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente erfolgt die Herleitung der Sortimentsliste auch auf Basis des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Markkleeberg. Dabei sind eigens die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentspezifische Bestand von Anbietern in zentralen Versorgungsbereichen wichtig.

Ferner wird bei der Einstufung der Zentrenrelevanz auch beachtet, dass einzelne Sortimente untereinander wichtige Kopplungen und Synergien auslösen und so – auch bei einem derzeitigen Nichtvorhandensein in den zentralen Versorgungsbereichen – perspektivisch hier adressiert werden sollten. Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann solche Sortimente – auch wenn diese in einem **zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind** – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.²⁷

Der Erstellung der **Sortimentsliste** für Markkleeberg liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Pkt. 3.1) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur in den beiden zentralen Versorgungsbereichen und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 2). Bei vielen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente ist in den beiden zentralen Versorgungsbereichen bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 2).

25 vgl. Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministeriums des Innern über die Zulässigkeit von Großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen (HA Großflächige Einzelhandelseinrichtungen) vom 3. April 2008, Anlage 1.

26 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7A D 92/99.NE] vom 03.06.2002.
vgl. Urteil VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/05] vom 30.01.2006.

27 Eine Gemeinde ist nicht darauf beschränkt, nur Nutzungen zu unterbinden, die in der Kernzone bereits in nennenswertem Umfang ausgeübt werden und durch die Zulassung in anderen Plangebietten gefährdet werden. Vielmehr ist ihr auch gestattet, "zentrumbildende" Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Bauleitplanung erschöpft sich nicht darin, bereits eingeleitete Entwicklungen zu steuern, sondern ist auch ein Mittel, um städtebauliche Ziele für die Zukunft zu formulieren.

vgl. Beschluss BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004.

Verfolgt eine Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelsortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind.

vgl. Urteil VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/05] vom 30.01.2006.

Von den Branchen, die aktuell nicht im zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weisen diverse Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 6) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes²⁸ (vgl. auch Seite 14/15) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung insbesondere der innerörtlichen Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich – als zentrenrelevant definiert.²⁹ Diese Sortimente können in kleinformatischen Leerständen in der Markkleeberger Innenstadt (vgl. Seite 7) bzw. in dem Entwicklungsgebiet „Neue Mitte“ (vgl. Seite 7/8) oder auch in dem Nahversorgungszentrum Triegaleria (ein Leerstand + eine Potenzialfläche) entwickelt werden. Demnach bestehen in den zentralen Versorgungsbereichen realistische Ansiedlungschancen für diese Sortimente.

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der angedachten städtebaulichen Entwicklung der beiden zentralen Versorgungsbereiche ist die **Zentren- und Nahversorgungsrelevanz** der Sortimente in der Stadt Markkleeberg wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird auf Grund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente **Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren** sowie **Apothekenwaren** sichergestellt, ergänzend hierzu sind die Sortimente Blumen³⁰, Heimtiernahrung³¹ und Zeitungen/Zeitschriften zu benennen. Diese nahversorgungsrelevanten Sortimente sind für die Erhaltung und Stärkung der Versorgungsfunktion der beiden zentralen Versorgungsbereiche unabdingbar, wengleich diese Sortimentsgruppe i.S.d. Einzelhandelskonzeptes auch zur kleinräumigen Versorgung an städtebaulich integrierten Standorten angesiedelt werden kann.
- Die modischen Sortimente (**Oberbekleidung, Wäsche, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren**) stellen mit Blick auf Ihre Magnetfunktion einen wichtigen Baustein für eine leistungsfähige Innenstadt dar und tragen wesentlich zur Attraktivitätssteigerung bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt erfahrungsgemäß nicht zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt i.d.R. zusätzliche Kaufkraftzuflüsse und eine verstärkte Kundenakzeptanz einer Innenstadt. Um eine höhere innerstädtische Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen zu erzielen, sollten diese Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, auch wenn der Angebotsschwerpunkt in den genannten Sortimenten derzeit noch nicht in der Markkleeberger Innenstadt liegt. Diese Einschätzung und auch die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment gilt auch für **Heimtextilien**.
- Das modische Sortiment **Sport** (Sportbekleidung, Sportschuhe, Campingbedarf³², keine Sportgroßgeräte) ist grundsätzlich mit als innenstadtrelevantes Leitsortiment anzusehen und zeichnet sich durch relativ kleinteilige Waren („Handtaschensortiment“) aus; hinsichtlich des Flächenbedarfs ist dieses Sortiment in die zentrale Geschäftslage integrierbar. Derzeit ist im Markkleeberger Zentrum lediglich ein Surfshop ansässig, dennoch ist dieser Sortimentsbereich für einen attraktiven Branchenmix in der Innenstadt wünschenswert.
- Die disperse räumliche Verteilung der Sortimente der Hartwarenbranche (u.a. **Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren, Haushaltwaren, Geschenkartikel**) lässt keinen eindeutigen Angebotsschwerpunkt erkennen, zumal diese Sortimente häufig auch im Randsortiment angeboten werden. Diese Waren sind als zentrenrelevant einzugruppieren, da diese die benannten Kriterien für

28 vgl. Junker+Kruse, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Markkleeberg, Mai 2019; Seite 53/57/60.

29 vgl. auch vorstehend zitierte Rechtsprechung unter Fußnote 25.

30 Beim Sortiment Blumen wird eine differenzierende Betrachtung empfohlen. Während Schnittblumen und Zimmerpflanzen zumeist über Blumenfachgeschäfte verkauft werden und daher als innenstadtrelevantes Sortiment anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, Gartengeräte, Pflanzen und Pflanzgefäße vor allem über Gartenmärkte verkauft, die auf Grund ihrer geringen Flächenproduktivität und des hohen Flächenbedarfes in integrierten Lagen nicht angesiedelt werden können. Gartenmarktspezifische Sortimente – mit Ausnahme von Schnittblumen und Zimmerpflanzen – werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

31 Für das Sortiment Zoo (zoologischer Bedarf) wird eine Untergliederung nach Heimtiernahrung (täglicher Bedarf und somit nahversorgungsrelevant; Tiernahrung stellt auch ein nicht unwesentliches Ergänzungssortiment von Lebensmittelbetrieben und Drogeriemärkten dar) und den restlichen Warengruppen (u.a. Zooartikel, lebende Tiere, Tiermöbel, Tierpflegemittel, Zubehör – nicht-zentrenrelevante Sortimente) vorgenommen.

32 Große Campingartikel wie Campingstühle und -tische werden im Allgemeinen dem Sortimentsbereich Gartenmarktartikel zugeordnet.

zentrenrelevante Sortimente in hohem Maße erfüllen und zu einem vielfältigen Angebotsmix des Stadtzentrums beitragen können. Ebenso sind **Antiquitäten und Kunstgegenstände** sowie **Musikinstrumente/ Musikalien** als zentrenrelevant einzustufen.

- Das Gesamtsortiment Unterhaltungselektronik/Consumer Electronics ist differenziert zu bewerten. Die Sortimente **Elektrokleingeräte, Ton-/Bildträger, Computer, Foto** und **Telekommunikation** sind vor allem auf Grund ihrer Kleinteiligkeit für eine Innenstadt geeignet. Elektrogroßgeräte und Unterhaltungselektronik – vor allem auf Grund ihres Flächenbedarfs – sind als nicht-zentrenrelevant einzustufen.
- Das Segment **Augenoptik** und **Sanitätsbedarf** (medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte) wird bereits von Betrieben im Stadtzentrum angeboten. Beide Sortimente sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig und sind den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen, zumal deren Angebot in einem unmittelbaren Zusammenhang mit den ebenfalls in der Markkleeburger Innenstadt ansässigen Fachärzten steht.
- Das Sortiment **Fahrrad** ist durch das Angebot in den beiden zentralen Versorgungsbereichen geprägt, hier sind die beiden größten lokalen Anbieter verortet. Das Sortiment ist somit als zentrenrelevant einzustufen.
- Diese Einschätzung trifft auch auf **Uhren/Schmuck** zu, wobei im Markkleeburger Zentrum bereits ein entsprechender Anbieter ansässig ist.

Mit Blick auf die bisherige Sortimentsliste ergeben sich im Wesentlichen keine größeren Veränderungen, wobei die Sortimentsbenennung nunmehr konkretisiert wurde und sich an den Begrifflichkeiten der vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008) orientiert.

3.3. Sortimentsliste für Markkleeberg

Auf Basis der Bestandssituation im Einzelhandel und der stadtentwicklungspolitischen Ziele wird für Markkleeberg folgende Unterscheidung zwischen **zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** vorgenommen. Neben der Differenzierung der beiden Sortimentsgruppen erfolgt auch die Einstufung einer dritten Kategorie, die der **nahversorgungsrelevanten Sortimente**. Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die meist periodisch (d.h. täglich oder wöchentlich) nachgefragt werden. Diese Sortimentsgruppe ist den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Die nachstehende Aufstellung muss nicht abschließend sein, sollte möglicherweise eine Warengruppe in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter Punkt 3.1 vorzunehmen.

Abbildung 7: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Markkleeberg

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ³³	
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente*</u>		
▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	47.73	Apotheken
▪ Blumen, Zimmerpflanzen	aus 47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemitteln, nur: Blumen
▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	47.75	EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
▪ Heimtiernahrung	aus 47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere
▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	47.2	EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
▪ Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	EH mit Zeitschriften und Zeitungen
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände	47.79.1	EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen
▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	47.78.1	Augenoptiker
▪ Bücher	47.61 47.79.2	EH mit Büchern Antiquariate
▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör, Software	47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
▪ Elektrokleingeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör, Ton-/ Bildträger	aus 47.54 47.63	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrokleingeräten für den Haushalt einschließlich Näh- und Strickmaschinen EH mit Ton- und Bildträgern
▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör

33 Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Klassifikation der Wirtschaftszweige (2008).

▪ Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen, Kunstgewerbe	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Korbwaren	47.59.2 47.59.9	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Haushaltstextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche), Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: EH mit Vorhängen und Gardinen
▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
▪ Musikinstrumente, Musikalien	47.59.3	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien
▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren, Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung	47.71	EH mit Bekleidung
▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
▪ Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
▪ Schuhe	47.72.1	EH mit Schuhen
▪ Spielwaren	47.65	EH mit Spielwaren
▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	47.64.2 aus 47.78.9	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition
▪ Telefone, Telekommunikationsartikel, Zubehör	47.42	EH mit Telekommunikationsgeräten
▪ Uhren, Schmuck	47.77	EH mit Uhren und Schmuck

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung / * gleichzeitig zentrenrelevant

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer /	Bezeichnung nach WZ 2008
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, Zubehör 	45.32 45.40	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör, nur Handel mit Kraftradteilen und -zubehör
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baummarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Fliesen, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Werkzeuge, Kamine, Öfen) 	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Boote, Zubehör 	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“) 	aus 47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen, Staubsaugern
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel 	47.76.1 aus 47.52.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren, nur: EH mit Rasenmähern
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leuchten, Lampen 	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kinderwagen/Kindersitze 	aus 47.59.9	EH mit sonstigen Gütern, nur: EH mit Kinderwagen (nicht benannt)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Bettwaren (u.a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken) 	47.59.1 aus 47.51	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: EH mit Steppdecken u.a. Bettdecken, Kopfkissen u.a. Bettwaren
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportgroßgeräte 	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur Sportgroßgeräte (nicht benannt)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten 	47.53 aus 47.52.3	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterhaltungselektronik ("Braune Ware") 	47.43	EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel, Tiermöbel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör 	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

4. Zusammenfassung

Die Stadt Markkleeberg (rd. 24.500 Ew.) ist direkt südlich der Großstadt Leipzig verortet und wird in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen. Der lokale **Einzelhandelsbestand** beträgt rd. 56.800 m² Verkaufsfläche; mit einer Verkaufsflächendichte von 2,3 m² je Einwohner zeigt sich eine stadtübergreifende Ausstrahlung des örtlichen Handels. Der Einzelhandelsbestand in Markkleeberg hat sich in den letzten zwölf Jahren flächenseitig um -10 % verringert, die Zahl der Handelsbetriebe ist um -37 % zurückgegangen.

Die **Sortimentsstruktur** wird in Markkleeberg durch die flächenintensiven Betriebe des Lebensmittelhandels und der Branche Bau-/ Gartenmarktartikel/ Möbel getragen, diese Branchen belegen bereits rd. 88 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche. Dagegen ist die Modebranche – Indikatorbranche einer Stadt – flächenseitig nur unterdurchschnittlich ausgeprägt.

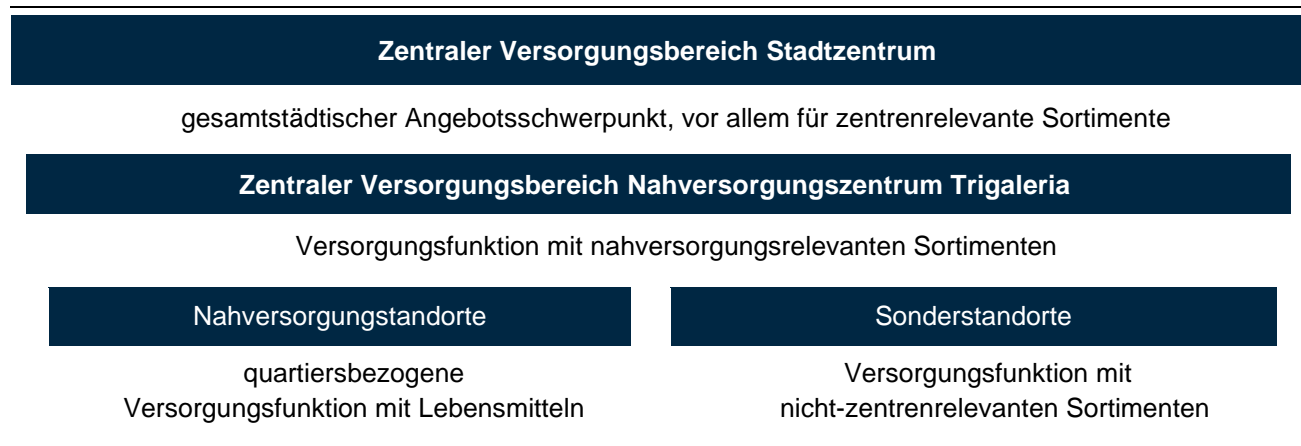
Die **Verkaufsflächenstruktur** in Markkleeberg basiert auf kleinformatigen Einzelhandelsgeschäften, da 67 % und somit der Großteil der örtlichen Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweist. Demgegenüber verfügen die großformatigen Handelsbetriebe (ab 400 m² VK) mit rd. 50.300 m² über einen Anteil von 88 % an der gesamten Verkaufsfläche auf; dies bedingt – im arbeitsteiligen Zusammenspiel mit den kleineren Handelsbetrieben – jedoch eine hohe Strahlkraft und Attraktivität des lokalen Handels.

Der **innerstädtische Handelsbesatz** ist in Markkleeberg auf ca. 2.400 m² organsiert und nimmt einen Anteil von lediglich 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein. In der Innenstadt ist jedoch die höchste zusammenhängende Zahl an Handelsbetrieben vorzufinden. Hierzu gruppieren sich zahlreiche Komplementärangebote, so dass das Stadtzentrum eine verhältnismäßig hohe Multifunktionalität besitzt.

Markkleeberg möchte perspektivisch die **handelsseitige Versorgungsfunktion** des Stadtzentrums stabilisieren und weiter ausbauen; hierzu stehen verschiedene Projektvorhaben im Raum. Die Markkleeberger Einkaufsinnenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden. Hierzu wurde die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2012 überarbeitet und angepasst.

Die **Zentren- und Standortgliederung** für Markkleeberg stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, welche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte verdeutlicht.

Abbildung 8: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Markkleeberg (Zielperspektive)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die aktualisierte Sortimentsliste ist als Ergänzung des beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu sehen und zur Steuerung der Einzelhandels- und der Zentrenentwicklung gedacht; durch den Beschluss des Stadtrats ist diese Sortimentsliste im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB für die Verwaltung bindend.

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots

Der gesamte Einzelhandel in Markkleeberg wurde im Juli 2024 erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine Begehung und lasergestützten Vermessung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Apotheken, Nahrungsmittelhandwerker).

Die Handelsbetriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt. Es wurde eine sortimentsgenaue Erhebung in jedem Handelsbetrieb durchgeführt.

Die eingefügte Tabelle stellt die erhobenen Branchen und die Einteilung nach der überwiegenden Häufigkeit der Nachfrage dar:

Nr.	Branchen bzw. Warengruppen	Bedarfshäufigkeit
1	Lebensmittel (inkl. Back- & Konditoreiwaren, Fleischwaren, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren)	kurzfristig
2	Apotheken	
3	Drogerie/Parfümerie	
4	Blumen	
5	Oberkleidung/Textilien/Wäsche (Damen/Herren/Kinder)	mittelfristig
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	
7	Sportartikel/-bekleidung/-schuhe/-geräte/Camping/Angler-/Jagdbedarf	
8	Schuhe/Lederwaren	
9	Sanitätswaren/-bedarf /medizinische und orthopädische Artikel/Hörgeräte	
10	Bücher (inkl. Zeitungen/Zeitschriften)	
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren, Hobby- /Bastelbedarf	langfristig
12	Spielwaren (inkl. Musikinstrumente/ Musikalien)	
13	Zoobedarf/Tiernahrung	
14	Möbel/Antiquitäten (inkl. Küchen- und Matratzenstudios)	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Eisenwaren/ Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung	
16	Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	
17	Elektrogeräte/Leuchten/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	
18	Optik	
19	Uhren/Schmuck	
20	Fahrräder/Fahrradzubehör	
21	Autoteile/-zubehör	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Es wurden folgende Maßgaben bzw. Einteilungskriterien bei der Einzelhandelserhebung berücksichtigt:

- Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Markkleeberg durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.
- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt. Ferner wurde auch keine Frei- oder Lagerflächen von Baustoffmärkten erfasst, die beispielsweise mit Baumaterialien bestückt sind. Ebenso wurden auch keine Gärtnereien o.ä. berücksichtigt, da die Produktionshallen (auch wenn diese temporär für den Verkauf geöffnet sind) nicht mit zur Verkaufsfläche zählen. Dagegen wurden Außerverkaufsfläche von Bau- und Gartenmärkten mit in die Erhebung eingeschlossen.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit größeren Randsortimentsabteilungen (bspw. Discounter oder SB-Warenhäuser) oder für Mehrbranchenanbieter (bspw. Multisortimentsmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.³⁴

³⁴ vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, vgl. Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

Anlage 2: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich

zentrenrelevante Sortimente gemäß Markkleeberger Sortimentsliste	bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich ³⁵	
	Stadtzentrum	Trigaleria
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	√	√
- Blumen, Zimmerpflanzen	√	
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	√	√
- Heimtiernahrung	√	
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	√	√
- Zeitungen, Zeitschriften	√	√
- Antiquitäten, Kunstgegenstände		
- Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	√	
- Bücher	√	
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör, Software		
- Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör, Ton-/ Bildträger		
- Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	√	√
- Foto, Fotozubehör	√	
- Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen, Kunstgewerbe	√	
- Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Korbwaren	√	
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Haushaltstextilien, Gardinen		
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren		
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger		
- Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe	√	
- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	√	
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	√	
- Schuhe		
- Spielwaren		
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	√	
- Telefone, Telekommunikationsartikel, Zubehör		
- Uhren, Schmuck	√	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

³⁵ Es sind auch Sortimente erfasst, die im Randsortiment geführt werden. Hierbei wurden lediglich die Sortimente berücksichtigt, denen innerhalb eines Betriebes eine prägende Bedeutung zukommt bzw. die eine gewisse Fläche belegen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Betriebsgrößenklassen des Markkleeberger Einzelhandels	5
Abbildung 2: Exemplarische städtebauliche Situation im Stadtzentrum	7
Abbildung 3: Exemplarische städtebauliche Situation im Nahversorgungszentrum Trigaleria	8
Abbildung 4: Exemplarische städtebauliche Situation in den Fachmarktlagen Marktkauf / Globus	9
Abbildung 5: Branchenstruktur Markkleeberg	11
Abbildung 6: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	14
Abbildung 7: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Markkleeberg	19
Abbildung 8: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Markkleeberg (Zielperspektive)	22

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Markkleeberg	4
Tabelle 2: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Markkleeberg	10
Tabelle 3: Strukturdaten des Einzelhandels in Markkleeberg	13

Kartenverzeichnis

Karte 1: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Markkleeberg	6
---	---

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots	23
Anlage 2: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich	25